



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA**

*Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo*

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS**

**SOCIALES**

**CARRERA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y**

**COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA**

**“ANÁLISIS DEL MENSAJE DE LA CARICATURA POLÍTICA EN LAS ELECCIONES PARA ALCALDE DE CUENCA Y PREFECTO DEL AZUAY: CASO DE ESTUDIO DIARIOS EL TIEMPO Y EL MERCURIO.”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN SOCIAL**

**AUTOR: LILANDIA JUDITH ROJAS MERINO**

**DIRECTOR: M<sup>s</sup>C. DIEGO ILLESCAS REINOSO**

**CUENCA – ECUADOR**

**2020**

*Yo me gradué en los 50 años de La Cato! ... y sostuve la Universidad*



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA**

*Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo*

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS**

**SOCIALES**

**CARRERA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y  
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA**

**“ANÁLISIS DEL MENSAJE DE LA CARICATURA POLÍTICA EN  
LAS ELECCIONES PARA ALCALDE DE CUENCA Y PREFECTO  
DEL AZUAY: CASO DE ESTUDIO DIARIOS EL TIEMPO Y EL  
MERCURIO.”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN  
DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA  
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN SOCIAL**

**AUTOR: LILANDIA JUDITH ROJAS MERINO**

**DIRECTOR: MSc. DIEGO ILLESCAS REINOSO**

**CUENCA - ECUADOR**

**2020**

*Yo me gradué en  
los 50 años de La Cato!  
... y sostuve la Universidad*

## INDICE

<b>INDICE</b> .....	<b>I,II</b>
<b>Título en español e inglés</b> .....	<b>III</b>
<b>Resumen</b> .....	<b>1</b>
<b>Palabras Clave</b> .....	<b>1</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>2</b>
<b>Keywords</b> .....	<b>2</b>
<b>1. Introducción</b> .....	<b>3</b>
<b>1.1. Antecedentes</b> .....	<b>3</b>
<b>1.2. Planteamiento del problema</b> .....	<b>4</b>
<b>1.3. Justificación</b> .....	<b>5</b>
<b>1.4. Objetivos:</b> .....	<b>6</b>
<b>1.5. Hipótesis</b> .....	<b>6</b>
<b>2. Metodología</b> .....	<b>6</b>
<b>2.1. Técnicas</b> .....	<b>7</b>
<b>3. Desarrollo</b> .....	<b>8</b>
<b>3.1. La Comunicación Social</b> .....	<b>8</b>
<b>3.2. Comunicación Política</b> .....	<b>9</b>
<b>3.3. Comunicación y Tecnologías de la Información y de la Comunicación.</b> .....	<b>9</b>
<b>3.4. Los medios de comunicación masivos</b> .....	<b>10</b>
<b>3.5. Prensa Escrita</b> .....	<b>11</b>
<b>3.6. Los Géneros Periodísticos</b> .....	<b>12</b>
<b>3.7. Géneros de Opinión</b> .....	<b>13</b>
<b>3.8. Periodismo de Opinión</b> .....	<b>14</b>
<b>3.9. La caricatura</b> .....	<b>14</b>
<b>3.10. La caricatura periodística</b> .....	<b>15</b>
<b>3.11. La caricatura política</b> .....	<b>16</b>
<b>3.12. La caricatura política como instrumento de análisis</b> .....	<b>17</b>
<b>3.13. Análisis de contenido</b> .....	<b>18</b>
<b>4. Resultados</b> .....	<b>18</b>
<b>4.1. Análisis de contenido</b> .....	<b>23</b>
<b>5. Propuesta</b> .....	<b>32</b>

<b>6. Conclusiones.....</b>	<b>34</b>
<b>7. Referencias Bibliográficas .....</b>	<b>36</b>
<b>8. Anexos .....</b>	<b>40</b>

**“ANÁLISIS DEL MENSAJE DE LA CARICATURA POLÍTICA EN LAS  
ELECCIONES PARA ALCALDE DE CUENCA Y PREFECTO DEL  
AZUAY: CASO DE ESTUDIO DIARIOS EL TIEMPO Y EI MERCURIO.”**

**“ANALYSIS OF THE POLITICAL CARTOON IN THE ELECTIONS OF  
MAYOR OF CUENCA AND PREFECT OF THE AZUAY PROVINCE:  
CASE OF STUDY NEWSPAPERS “EL TIEMPO” AND “EL  
MERCURIO.”**

## **Resumen**

Este trabajo de investigación consideró el contexto histórico de las caricaturas políticas, en los medios de comunicación impresos de Cuenca, a partir del problema: ¿Cuál es el mensaje del análisis de la caricatura política en las elecciones para alcalde de Cuenca y prefecto del Azuay en los diarios El Tiempo y El Mercurio?

El objetivo es analizar el mensaje de la caricatura política en las elecciones para Alcalde de Cuenca y Prefecto del Azuay en los diarios: El Tiempo y El Mercurio. La metodología aplicada enfoque cualitativo y el método es análisis de contenido. La técnica para la recolección de la información: revisión documental física y digital, análisis de los ejemplares de enero a marzo y entrevistas a expertos.

La investigación refleja que los medios de comunicación estudiados, no visibilizaron a todos los personajes políticos, ni cubrieron el proceso como lo hacen cuando son las elecciones nacionales.

## **Palabras Clave**

Caricatura Política, Periodismo de Opinión, Comunicación Política, Medios de Comunicación.

## **Abstract**

This research work considered the historical context of political cartoons in print media of Cuenca from the problem: What is the message of the analysis of political cartoons in the elections of Mayor of Cuenca and Prefect of the Azuay province in “El Mercurio” and “El Tiempo” newspapers?

The objective is to analyze the message of the analysis of political cartoons in the elections of Mayor of Cuenca and Prefect of the Azuay province in the newspapers: “El Tiempo” and “El Mercurio”. The methodology applied was the qualitative approach, and the method is the analysis of content. The techniques for the collection of the information were the digital and physical documental revision, analysis of the issues from January to March, as well as interviews made to experts.

The research shows that the examined neither envisioned all the political personalities nor gave the coverage to the process as usual, when it is time for national elections.

## **Keywords**

Political Cartoon, Opinion Journalism, Political Communication, Media.

## **1. Introducción**

Esta investigación surge de la curiosidad por conocer el análisis de la caricatura política en las elecciones para Alcalde y Prefecto del Azuay, en el proceso electoral de marzo 2019. Al pasar el tiempo y la historia del periodismo y comunicación social, la caricatura política se ha catalogado como una forma para emitir un criterio frente a personajes políticos y a los programas políticos determinados por el gobierno.

El inicio de la caricatura es en la antigüedad; sus primeras representaciones se encontraron en Egipto, Roma y Grecia. Pero, a mediados del siglo XIX se presentaron publicaciones humorísticas y satíricas en los periódicos de toda Europa y en los nacientes periódicos de América. El marco teórico que se desarrolla a continuación permitiría conocer conceptos básicos y necesarios para la comprensión y elaboración de este artículo.

### **1.1. Antecedentes**

Etimológicamente la definición de caricatura viene del italiano caricare que significa cargar la mano, exagerar, la caricatura tiene una función artística, periodística de crítica, se utiliza para denuncia social y política como instrumento mediático (Ruiz & Portillo, 2002).

El caricaturista es quien construye y elige la manera de abordar el humor, debe atrapar al lector vidente a través de la sátira, la burla o ironía tienen que ver con el humor negro que es sarcástico.

Asdrúbal de la Torre citado por (Fundación Friedrich Ebert, de la República Federal de Alemania., 1990) menciona que; El caricaturista político por la índole de su comentario, forma parte de la opinión del medio en que realiza su trabajo, sea éste escrito o audiovisual. Como opinión del periódico, la caricatura está sujeta a la responsabilidad del autor si es que ésta está firmada o tiene un pseudónimo conocido.

En Ecuador, no se ha encontrado investigaciones que relaten los inicios de la caricatura, pero si existen algunos ensayos de caricatura de épocas

anteriores a 1900, donde había un grupo de jóvenes caricaturistas que laboraban eventualmente en periódicos que se editan en la ciudad de Quito.

“La Bunga” fue una revista mensual, el contenido caricaturista fue editada por un grupo de humoristas llamados cómplices y encubridores, su primera edición fue en 1966 y la misma se publicó hasta el año de 1969.

La caricatura cuencana apareció con la revista Caricatura a partir de 1924, adquiere presencia y distribución nacional, pero desapareció en el año de 1926. Existen otras publicaciones periódicas, en especial semanarios que mantienen el humor en el país; en este caso es importante citar "La Escoba", publicada en la ciudad de Cuenca.

## **1.2. Planteamiento del problema**

Diversas caricaturas políticas tienen como objetivo demostrar resistencia y crítica al poder; varias investigaciones han demostrado que la mayor parte de gobernantes se apoyan en las caricaturas políticas para reforzar sus discursos entonces **¿Cuál es el mensaje del análisis de la caricatura política en las elecciones para Alcalde de Cuenca y Prefecto del Azuay en los diarios El Tiempo y El Mercurio?**

Para poder responder esta pregunta se han seleccionado de manera cronológica y ordenada caricaturas políticas, que traten sobre el estudio, que es el análisis del mensaje de la caricatura política en las elecciones de Alcalde de Cuenca y Prefecto del Azuay en los diarios: El Tiempo y El Mercurio. El desarrollo de este artículo, implicó la selección de medios de comunicación impresos.

Diario El Tiempo, fundado el 12 de abril de 1955 por Humberto Toral León, que administró la empresa periodística hasta la muerte, coincidiendo con la de la fundación de la capital azuaya (Telegrafo, 2017). Este medio de comunicación, inició una actividad de permanente progreso, actualización informativa e innovación tecnológica informática y a la red Internet; la primera publicación fue bisemanario. Un año

después se convirtió en inter-diario, posteriormente publicaba varios días a la semana y en diario vespertino hasta enero de 2005, cuando empezó a editarse en medio matutino, renovó el diseño, mejoró la impresión de textos y gráficas e incluyeron suplementos.

“El Mercurio”, es el periódico más antiguo de Cuenca y uno de los más antiguos del país, siendo sus fundadores los hermanos: Carlos, Alfonso, Aurelio y Octavio Sarmiento Abad, personas vinculadas a la tipografía, quienes motivadas por un Cuenca mejor emprenden el reto de publicar un periódico independiente que dé a conocer información local y nacional, siendo su primer Director Manuel Moreno Mora. En el año 1935 los hermanos Sarmiento Abad venden los equipos y el diario a Nicanor Merchán Bermeo, quien a partir de esa fecha asume la Dirección, siendo reemplazado luego de su fallecimiento por Miguel Merchán Ochoa, tomando la posta finalmente Nicanor Merchán Luco luego de la muerte en septiembre de 1974 de Miguel”. Cita tomada de la página de diario El Mercurio de Cuenca, (Diario El Mercurio, 2018).

### **1.3. Justificación**

La presente investigación de análisis de la caricatura política, en el proceso electoral para la elección de Alcalde de Cuenca y Prefecto del Azuay 2019 en los meses enero, febrero y marzo en los diarios El Tiempo y El Mercurio nos permitirá entender y sacar nuestras propias conclusiones de cómo se manejó la información humorística, de qué manera fue emitida y cuáles fueron las posiciones de los medios de comunicación en el periodo de análisis de la campaña electoral y luego de esto, a través de entrevistas a expertos se realizará la validación del contenido de la investigación.

#### **1.4. Objetivos:**

##### **General**

Analizar el mensaje de la caricatura política en las elecciones para Alcalde de Cuenca y Prefecto del Azuay en los diarios: El Tiempo y El Mercurio.

##### **Objetivos Específicos**

- Identificar el presupuesto teórico y metodológico del periodismo de opinión, caricatura política y elecciones en los diarios de estudio,
- Diagnosticar el análisis de las caricaturas políticas en las elecciones para Alcalde de Cuenca y Prefecto del Azuay en los diarios El Tiempo y El Mercurio.
- Proponer una política de inclusión de la caricatura política electoral en las páginas editoriales de los medios de comunicación estudiados.

#### **1.5. Hipótesis**

Este proceso permitirá conocer el mensaje de la caricatura política en las elecciones para Alcalde de Cuenca y Prefecto del Azuay en los diarios El Tiempo y El Mercurio.

## **2. Metodología**

La metodología que se aplica en esta investigación, tiene un enfoque cualitativo porque trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica, determina la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. Tras el estudio de la asociación o correlación pretende, a su vez, hacer inferencia causal que explique por qué las cosas suceden o no de una forma determinada (Pita & Pértegas, 2002).

La metodología cualitativa se refiere en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable (Taylor & Bodgan, 2000).

En el trabajo se incorpora el método de análisis de casos porque las investigaciones pueden ser: descriptivas, si lo que se pretende es identificar y describir los distintos factores que ejercen influencia en el fenómeno estudiado, y exploratorias, si a través de las mismas se pretende conseguir un acercamiento entre las teorías inscritas en el marco teórico y la realidad objeto de estudio (Carazo & Cristina, 2006).

## 2.1. Técnicas

- **Referencias Documentales:** El marco teórico referencial es la estructuración conceptual del tema a partir del conocimiento acumulado desde las perspectivas disciplinarias (Méndez & Astudillo, 2008).
- **Análisis de contenido:** el análisis de contenido como una técnica de investigación diciendo: se trata de una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido de la comunicación, Berelson (1952), citado por (Arande & Antonio, 2013).
- **Entrevistas a expertos:** Se utilizará esta técnica para obtener información mediante el diálogo mantenido en un encuentro ideado, donde la información que nos brinden será utilizada para reforzar nuestra investigación.

### **3. Desarrollo**

#### **3.1. La Comunicación Social**

El inicio de la comunicación social entre los hombres viene desde la prehistoria y los primeros lenguajes que se utilizaron para comunicarse fueron los arcaicos. Después de todo, en este proceso la comunicación se establece por etapas, es interactiva e interpersonal, porque se desarrolla entre personas.

Las estructuras sociales tales como: los estados, el capitalismo y la cultura, históricamente institucionalizadas a partir del siglo XIX, han influido en la comunicación otorgándole un papel decisivo en su desarrollo. Mientras que en el terreno ideológico, los medios de comunicación social se convirtieron con fuerza, en una estrategia de profundización de contenidos históricos de las nuevas sociedades modernas (Méndez 2004) citado por (Preciado, 2008).

El psicólogo Miller, menciona que la comunicación puede concebirse como el proceso dinámico que fundamenta la existencia, progreso, cambios y comportamiento de todos los sistemas vivientes, individuos u organizaciones. Entendiéndose como la función indispensable de las personas y de las organizaciones, mediante la cual la organización u organismo se relaciona consigo mismo y su ambiente, relacionando sus partes y sus procesos internos unos con otros (Miller, 1974, p. 8).

“Para tener una comunicación eficaz, lo fundamental es dar contestaciones que demuestren el interés, motivación, conocimiento y preocupación de cada persona” (Hersey, Kenneth, & Dewey, 1998, pp. 338-339).

A raíz de esto, los seres humanos tenemos a la comunicación social como un instrumento para poder comentar, explicar e interpretar las cosas que decimos y percibimos a través de diferentes lenguajes de las narrativas periodísticas. Cada día nos encontramos en constante

comunicación con nuestro entorno, esto nos lleva a entender que es la esencia cultural de una organización.

### **3.2. Comunicación Política**

La comunicación política es un concepto relativamente joven; el vocablo se empezó a utilizar en la década de los cincuenta, pero sus antecedentes se manifiestan desde que el hombre comenzó a vivir en grupo y se presentaron relaciones de poder en la convivencia (Reyes, Parrales, Gómez, & Rodríguez, 2011). Sin embargo la comunicación política no es la política, pero la plasmación de la política que llega a los ciudadanos sí es el resultado de la comunicación política y, en consecuencia, de la acción mediadora de los medios de comunicación, así lo mencionaron (Guillermo, Jose, & Lidia, 2018).

En la década de 1970 la comunicación política empezó a desarrollar su fortalecimiento, teniendo como base principal a la comunicación, herramienta poderosa basada en el pensar y actuar de las masas; entonces a través de tiempo el ser humano ha desarrollado capacidades en la política valiéndose de la comunicación con el fin de persuadir e influir en los ciudadanos.

### **3.3. Comunicación y Tecnologías de la Información y de la Comunicación.**

Las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) se desarrollan a partir de los avances científicos producidos en los ámbitos de la informática y las telecomunicaciones. Las TIC son el conjunto de tecnologías que permiten el acceso, producción, tratamiento y comunicación de información presentada en diferentes códigos (texto, imagen, sonido). El elemento más representativo de las nuevas tecnologías es sin duda el ordenador y más específicamente, la red Internet. Como indican diferentes autores, Internet supone un salto cualitativo de gran magnitud, cambiando y redefiniendo los modos de conocer y relacionarse del hombre (Belloch, s.f).

Las tecnologías de la información y la comunicación hoy en día son fundamentales para ayudar a desarrollarnos en el aprendizaje y acceso al conocimiento, aunque la sociedad aún no se adapta a estos cambios, se estima que con el pasar del tiempo adopten estas nuevas herramientas para su diario vivir.

Belloch, (2012) citado por (Ticona, 2018) menciona que: las tecnologías de información y comunicación son indispensables su uso en los diferentes aspectos sociales y fundamentalmente en el campo educativo porque permite actuar, aprender en diferentes espacios y lograr los propósitos del sistema educativo, para aclarar mejor podemos mencionar que en el sector educación ocurre lo mismo, en vista que muchos docentes en el desarrollo de sus sesiones de aprendizaje vienen incorporando elementos fundamentales del avance tecnológico actual.

#### **3.4. Los medios de comunicación masivos**

Los medios de comunicación desempeñan un papel importante en el conocimiento de la realidad que forma parte de nuestra vida cotidiana pero que se encuentra fuera de nuestro alcance inmediato. No todos los hechos son transformados en noticia, sino sólo aquellos que resultan seleccionados por los medios para tal fin. (Fishman, 1983, pág. 20).

El campo de la comunicación: un sistema relacionado y conexas con otros sistemas que mantienen una interacción, un intercambio constante y necesario con su entorno, que provoca un importante impacto en el ámbito sociocultural contemporáneo. Su empuje ha sido revolucionario, al promover cambios de actitudes e, incluso, de formas de vida en la sociedad (Gutiérrez, Rodríguez, & Camino, 2010, pág. 270).

En base a lo mencionado por los autores (Fishman) y (Gutiérrez, Rodríguez y Camino) se considera que no se puede aislar productos de los medios de comunicación tradicionales que producen beneficios económicos y crean necesidades generales a la sociedad, por ello es

preciso conocer la fuerza de transmisión que tienen, porque los medios de comunicación masivos en la actualidad se los considera, como una herramienta de poder en la humanidad, sin ellos, los sucesos que se vienen desarrollando no se plasmarían ni se dieran a conocer a la sociedad.

Asimismo, (Vilain, 2012) menciona que, los medios de comunicación de masas tienen considerable importancia en las actuales sociedades, pues estos suponen un recurso de poder en tanto son instrumentos potenciales de control social, por ser fuentes de información casi imprescindibles para el funcionamiento de las instituciones sociales; además, forman parte de una esfera en la que se dirimen asuntos de los sectores públicos, tanto nacionales como internacionales. (Vilain, 2012, pág. 190).

### **3.5. Prensa Escrita**

La prensa escrita utilizada pedagógicamente mejora aspectos metodológicos y curriculares del sistema educativo, ya que ningún libro puede ir actualizando al ritmo diario de cambio en los acontecimientos como lo hace este medio de comunicación. La prensa en la escuela permite que los alumnos se acerquen a la realidad social, pone en contacto la enseñanza y la vida.

Desarrolla una serie de hábitos como la curiosidad, la selección, la decisión, la participación y la preocupación por determinados temas de información, opinar sobre diferentes temas, adquieren confianza para debatir sobre otros asuntos de manera libre y respetuosa y aprenden a escuchar las opiniones de sus compañeros (García, Roque, & Mantilla, 2015a).

A la prensa escrita, la encontramos en el periódico y hoy en día compete con la internet que a lo largo de un tiempo se ha convertido en un medio que lo utiliza la población, y ha provocado que la prensa escrita tenga que adaptarse a estos cambios para no desaparecer.

Según (García, Roque, & Mantilla, 2015b) la prensa acerca al alumno a los medios de comunicación de masas y le permite familiarizarse con ellos, creando en el estudiante una mente abierta y un pensamiento crítico, al comprender lo que sucede en su entorno social, político y económico.

### **3.6. Los Géneros Periodísticos**

La teoría de los géneros periodísticos tiene su origen en la tradición de los géneros literarios, pero su evolución no depende de la literatura sino de su propia evolución como medio de comunicación de masas. La vieja teoría de los géneros literarios era normativa y prescriptiva, es decir, marcaba unas normas rígidas sobre cómo se debía escribir, basándose en la idea de que los géneros eran formas exigidas y predeterminadas por la naturaleza (Arpi, 2010a).

Por ello, los géneros periodísticos y el periodista tienen una función importante al ser quienes tienen que informar a la sociedad, por ello desarrollan estrategias o herramientas precisas para trabajar en los mensajes comunicativos, mensajes que logran cambiar el comportamiento e influir en las decisiones del público.

Los géneros periodísticos empleados por los medios determinan la importancia o el interés dado a los temas: son más notorios los datos como noticias que las columnas de opinión. Los reportajes informativos tratan de manera más amena asuntos, que si son analizados desde el punto de vista de la crónica que pretende ampliar los contenidos interpretativos, para dejar constancia de la importancia que el medio otorga a dicho tema (Jurado, 2010).

Por estas razones, se dice que la existencia histórica de los géneros periodísticos se relaciona con los diferentes procesos y etapas del periodismo, que va reflejándose progresivamente en el tiempo. Sin embargo (Arpi, 2010b) afirma que; algunos teóricos de la comunicación definen los géneros periodísticos como formas de comunicación culturalmente establecidas y reconocidas en una sociedad, un sistema

de reglas a las cuales se hace referencia para realizar los procesos comunicativos.

### 3.7. Géneros de Opinión

Los géneros de opinión son los discursos presentados en un editorial, artículo, columna, cartas al director, defensor del lector y en caricaturas, a más de cumplir el objetivo propio de cada subgénero, deben desempeñar la función de complementación a los textos estrictamente informativos. Por ello (Bruno & Woolgar , 1995) sostienen que por textos de opinión, se entiende a partir de un conocimiento empírico ordinario, aquellos que explicitan la posición del autor y no solo mediante su firma y que, adoptan los cánones estructurales y las estrategias discursivas de persuasión propias de estos géneros periodísticos.

Dentro de los géneros de opinión destacan especialmente:

- **Editorial:** Es un artículo que trata un tema relevante de actualidad. Expresa la ideología del periódico y no va firmado.
- **Columna:** Es un comentario personal de un colaborador del medio sobre una cuestión de actualidad.
- **Artículo:** Es de naturaleza argumentativa y persuasiva, caracterizado por presentar la postura sobre determinado asunto o acontecimiento de interés público.
- **Caricatura:** Interpreta una noticia de forma gráfica con un punto de vista crítico. Su objetivo es comunicar con humor, sarcasmo un acontecimiento de índole política, económica o social.

### **3.8. Periodismo de Opinión**

El periodismo de fondo o de opinión tiene el deber ineludible y la responsabilidad social de usar un lenguaje culto, pero sin llegar a la pedantería, un lenguaje sencillo sin llegar a la vulgaridad, un lenguaje claro que no permita ambigüedades ni anfibologías, un lenguaje conciso que impida la redundancia y sobre todo debe ser escrito con la mejor corrección posible. En el periodismo de opinión no se debe caer en un lenguaje profesional, ni técnico, ni complejo. Si por alguna razón se utiliza una palabra científica o técnica, dentro del texto, habrá necesidad de conceptualarla en su significado (Santillán, 2006, pág. 83).

En el periodismo de opinión la realidad se debe observar y poner en escena, esta realidad puede ser diversa y cambiante y cada ser humano la interpreta de manera diferente, Para esto el periodismo de opinión requiere un estilo, porque no determina ningún formato para poder ejercerlo. Según (Leon & Gómez, 1999) manifiesta que el periodismo de opinión es, sin duda, uno de los pilares para el desarrollo participativo y demográfico de los diarios, siempre que en este se fomente el espíritu crítico, abierto y dialogante y se dé cobertura a distintas sensibilidades y corrientes.

### **3.9. La caricatura**

El origen de la palabra caricatura proviene del vocablo italiano caricare, que significa cargar, término inventado por Leonardo da Vinci. La caricatura existe desde la prehistoria, desde que los hombres supieron y quisieron manifestar sus cualidades gráficas e intelectuales, algunos de ellos tuvieron una visión no realista de sus semejantes; una visión irónica, deformadora o humorística (Che, 2003, pág. 9).

Luna (2000) citado por (Che, 2003) menciona que las características básicas de la caricatura son tres:

- Debe pertenecer a una persona, animal u objeto real, ya que la caricatura es una deformación y exageración de la realidad.

- Debe tener la apariencia, humor y características de la persona, animal u objeto que se está dibujando, porque es allí en donde se centra el humor del dibujo y las personas que reconozcan al retratado se reirán por ver sus características exageradas.
- El caricaturista debe reflejar las actitudes, gustos y apariencia real de la referencia sin agregar rasgos propios del caricaturista.

### **3.10. La caricatura periodística**

Desarrollar los elementos que componen la caricatura como género de opinión conlleva un sentido didáctico con el objetivo de que tome su lugar dentro del estudio de los géneros periodísticos particularmente en la opinión, similar a un artículo o columna. Por otro lado, la profesión de cartonista dentro del periodismo requiere de una formación interdisciplinaria, no basta con ser periodista, ni tampoco con dibujar, o tener sentido del humor. Se requiere una formación que integre diversos valores, saberes, habilidades y ética profesional (Portillo, 2002a).

La caricatura periodística la construyen de la siguiente manera según el autor (Portillo, 2002b).

- La crítica: análisis político, económico, artístico o de otra índole según la especialidad.
- El dibujo: medio de comunicación.
- El humor: lo humano, chispa de afectividad que potencia el análisis político.
- La concreción semántica: pragmática lingüístico-semántica.

Es urgente ubicar la caricatura como género periodístico de opinión fundamentalmente, pero no únicamente, porque también hay otros géneros y especialidades del dibujo periodístico: humor blanco, ilustración, y viñeta en cuanto a su contenido y tira e historieta en cuanto a su forma (Portillo, 2002b).

### 3.11. La caricatura política

La caricatura política condensa en sus discursos visuales y verbales una serie de asuntos que dan cuenta de la vida cotidiana de un país, enfoca la crisis económica, desempleo, narcotráfico, corrupción, aranceles, estado fallido, ejecuciones, violencia, secuestros. Por lo cual los textos humorísticos se caracterizan por su alto grado de complejidad en virtud de ser pluri-codificados, polifónicos y polisémicos ya que por ellos pasan muchas voces y sentidos, constituyéndolos en inter-textos o red de textos (Guevara, 2012a).

La caricatura es una manera tan clara que va más allá de la risa y la mofa, la caricatura tiene como objetivo de hacer un acto de justicia, es decir que a través de unos rasgos y poco texto se muestre la realidad de la sociedad. Por ello Melgar (2011) citado por (Guevara, 2012b) manifiesta que la caricatura política tiene también un carácter editorial por los temas que aborda y por el espacio en donde se coloca, generalmente se encuentran en las páginas centrales destinadas a la opinión y a las editoriales.

Entonces se considera que las caricaturas políticas reflejan o intentan demostrar a personajes de la vida pública, a políticos y lo más importante es que muchas de estas caricaturas en sus rasgos evidencian hechos y situaciones que han sido muy trascendentales un momento específico. Así lo menciona también (Cohen, 1963) donde afirma que la caricatura política históricamente ha sido considerada como un instrumento crítico frente a las instituciones y relaciones de poder que se establecen en la sociedad como son las económicas, políticas, religiosas, educativas y culturales.

Xavier Bonilla (Bonil) caricaturista del periódico El Universo menciona que la caricatura política se ha convertido en un instrumento crítico y de resistencia, que toma en cuenta la trascendencia de los acontecimientos que se quiere representar y construye su discurso social. Esta herramienta política y comunicacional por su diversidad no

se la puede delimitar, clasificar o conceptualizar, resulta difícil resumirla o explicarla en pocas líneas y más cuando son una estupenda labor de creación artística, y se han convertido, en nuestros días, en termómetro mediador de la opinión pública en determinadas circunstancias, y es por esto que se pueden comparar con un buen editorial periodístico (Coloma, 2017).

Analizando estos conceptos emitidos por dos grandes personajes se puede decir que la caricatura política y el humor son un instrumento que en algunos casos ocasionan chiste o risas , sino que estas caricaturas intentan plasmar discursos verbales y visuales que refleja la realidad, además en la actualidad se debe conocer que la caricatura ya se ha fusionado con la tecnología debido a la influencia e importancia que tienen en los procesos comunicacionales, educativos, culturales y políticos de un país los cuales resultan ser notablemente visibles.

### **3.12. La caricatura política como instrumento de análisis**

Aunque a la caricatura política se la pueda catalogar como un instrumento de análisis en una situación específica, no quiere decir que es un método de solución de los problemas sociales, se debe considerar que no siempre se puede demostrar o expresar mediante la caricatura. Según (Briceño, 2005) menciona que la caricatura política, es un instrumento de análisis en la sociedad por su carácter gráfico que capta poderosamente la atención mundialmente y tiende a superar, en muchos casos, el campo de los papeles impresos.

Desde su creación hasta su más reciente evolución, la caricatura política ha estado presente en acontecimientos de transcendencia social y a pesar de que existe infinidad de formas para socializar estos hechos importantes, la caricatura política sigue siendo un referente esencial en los escenarios políticos, económicos, sociales y culturales. Esto debido a su característica de ser crítica y sobre todo por la aceptación que obtiene de la ciudadanía (Coloma, 2017).

### **3.13. Análisis de contenido**

Los comienzos del análisis de contenido aparecen en Suecia del siglo XVIII, cuando la iglesia realizó análisis de documentos escritos de divulgación de la época cuyo objetivo era el de identificar elementos contrarios a la religión.

Berelson (1952) fue quien definió el análisis de contenido como una técnica de investigación diciendo: se trata de una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido de la comunicación, aunque puede ser utilizada en otros campos como en el análisis cualitativo de variables o en el estudio de la complejidad de un fenómeno entre otros citado por (Arande & Antonio, 2013).

Pérez Serrano (1984) sostiene que el análisis de contenido guarda cierta relación con los procedimientos de análisis de lenguaje que se utilizan en diversas disciplinas científicas. Sólo puede entenderse de una forma completa si lo situamos en el contexto de un diseño de investigación, porque implica la verificación de datos e hipótesis, hacer inferencias sobre las características del texto, las causas o antecedentes del mensaje y los efectos de la comunicación citado en (Fernando, 2002).

## **4. Resultados**

Una vez realizada la recolección de las caricaturas para desarrollar el análisis de contenido se procedió a elaborar tablas y barras estadísticas, para demostrar de manera clara el mensaje o posición de cada medio impreso durante el proceso de la campaña electoral en las elecciones para Alcalde de Cuenca y Prefecto del Azuay 2019.

**Figura 1**

**CARICATURAS EMITIDAS POR EL DIARIO EL MERCURIO PARA ALCALDE DE CUENCA**



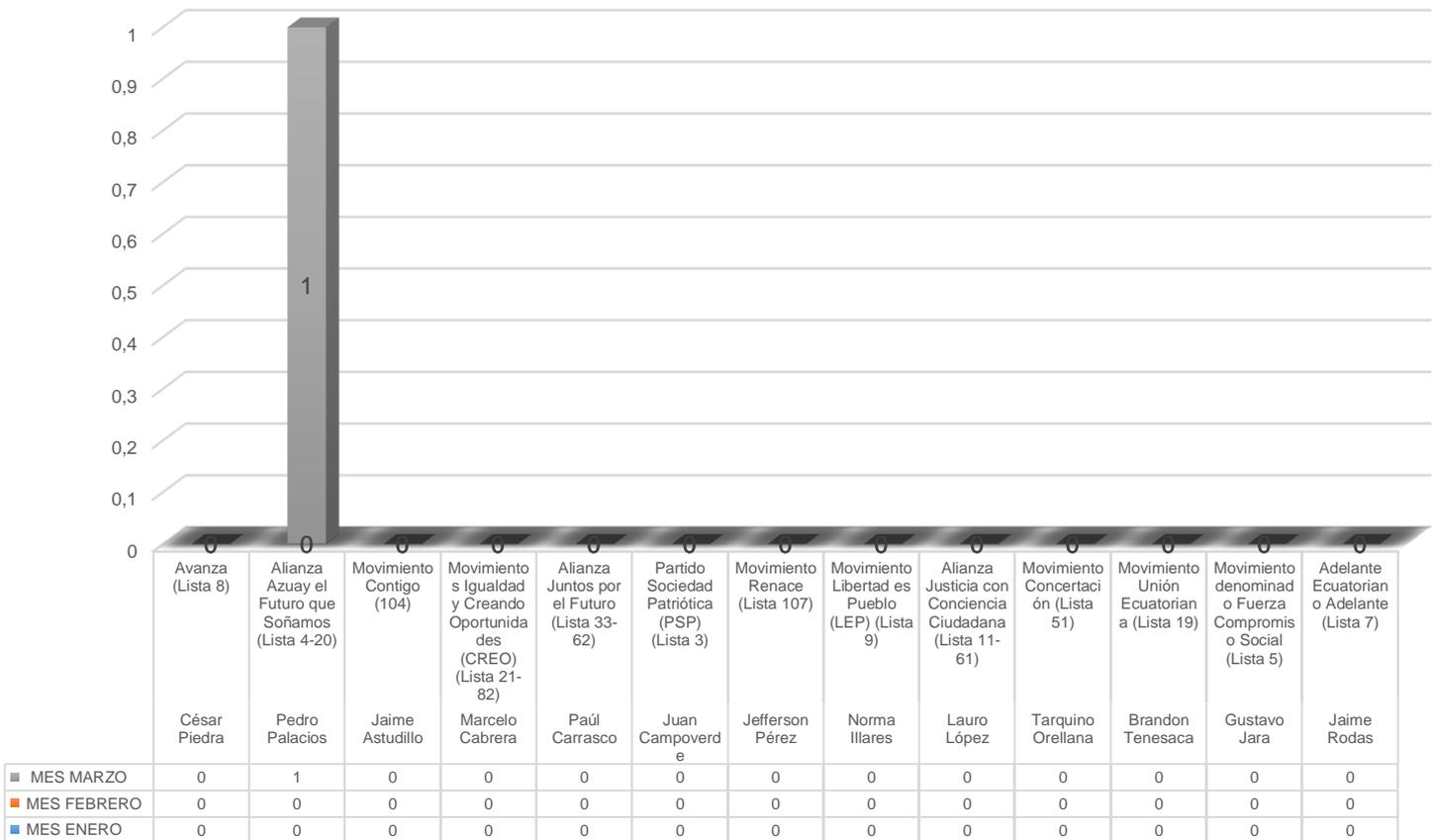
**Elaborado por autora**

**Primera Interpretación**

La información estadística que disponemos como resultado de la investigación, demuestra que: el periódico El Mercurio durante la campaña electoral de 2019 en el mes de febrero de los 28 días de publicación, presentó el 7,14% de caricaturas reflejando a dos candidatos de los trece representantes políticos; mientras que el 92,86% dedicó a caricaturas sobre corrupción política que se manifiesta en las elecciones, finalmente en el mes de marzo durante los 31 días de campaña y sufragio se observó que el 12,9% de caricatura, fueron dedicadas a los candidatos ganadores y el 87,1% dedico a la ilustración de la corrupción política. Este medio de comunicación no dio mayor interés a este género periodístico (caricatura) en el periodo de estudio.

**Figura 2**

**CARICATURAS EMITIDAS POR EL DIARIO EL TIEMPO PARA ALCALDE DE CUENCA**

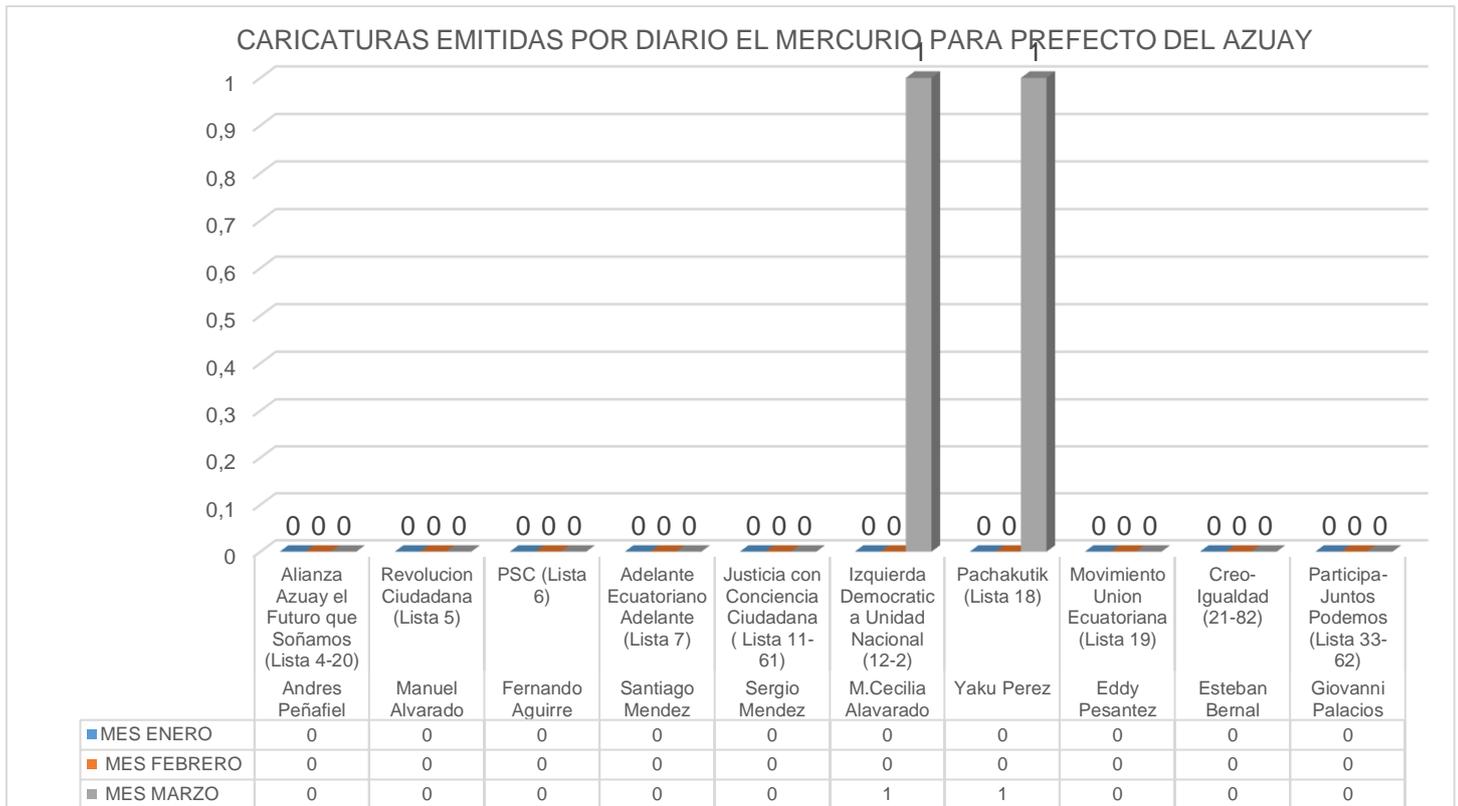


**Elaborado por autora**

**Segunda Interpretación**

El periódico El Tiempo tuvo una posición diferente a la del diario El Mercurio, durante todo el proceso de elecciones solo en marzo, en los 31 días de publicación demostró el 3,2% de caricaturas políticas y fue para dar a conocer los resultados de quien era el actual Alcalde de Cuenca y Prefecto del Azuay y el 96,8% tuvo similitud con el diario El Mercurio, que fue en utilizar la caricatura como herramienta para dar a conocer como es la política en la actualidad y como se manejan estos procesos electorales. El estudio refleja la poca o ninguna importancia de la utilización de la caricatura en el proceso electoral, todos los candidatos son ignorados.

**Figura 3**

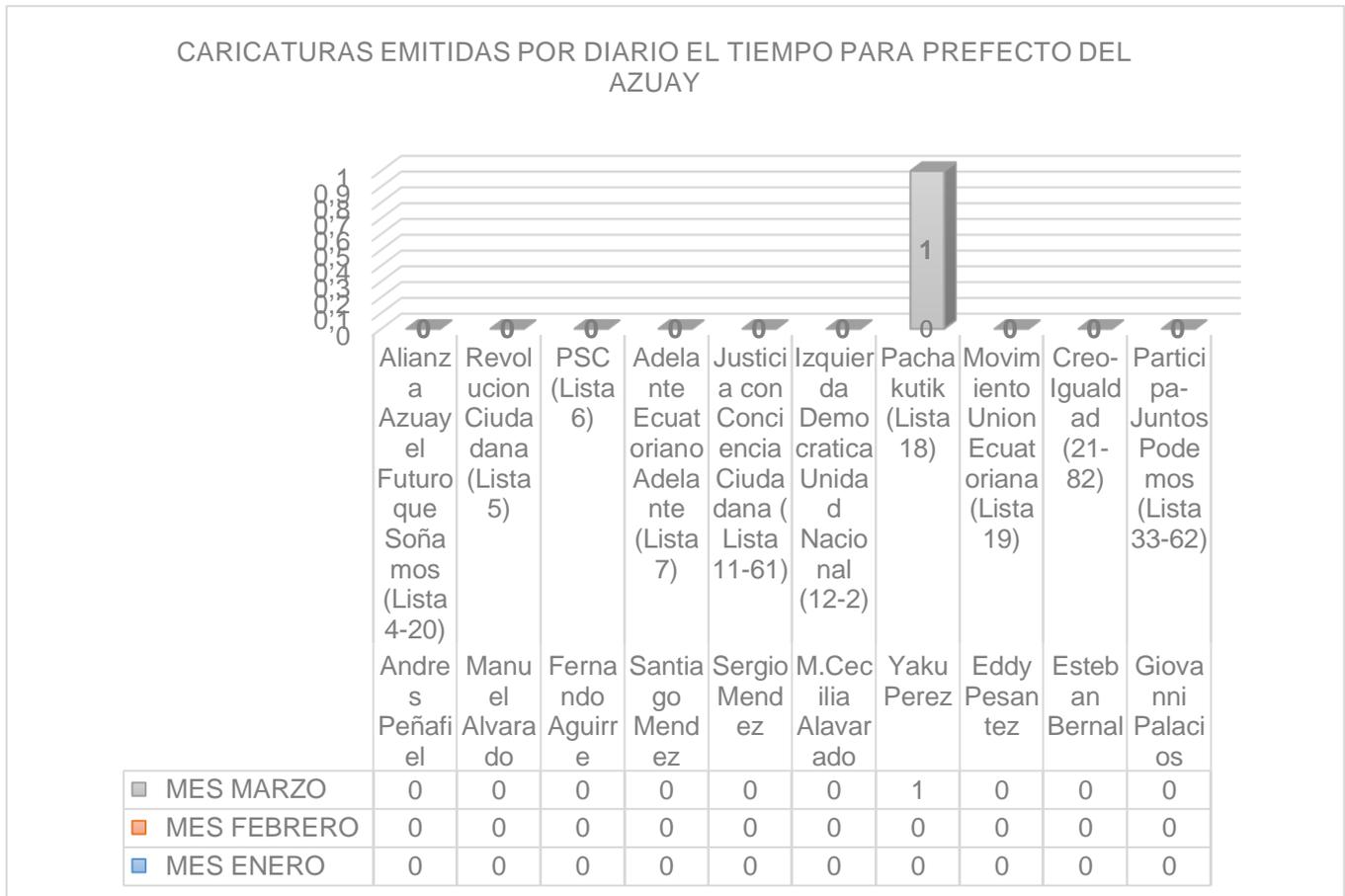


Elaborado por autora

### Tercera Interpretación

En este análisis estadístico de la caricatura política utilizada en la campaña electoral para la elección de Prefecto del Azuay, el diario El Mercurio no da mayor interés en visibilizar a los 10 candidatos aspirantes al cargo. Las únicas caricaturas que emitió fue en el mes de marzo del 2019, sobre el resultado del Prefecto ganador, significa que el resto de candidatos no fueron visibilizados. Esto representa el 6,4 % del total de publicaciones de caricaturas sobre el proceso electoral, mientras que el 93,6% reflejó el desinterés del medio impreso en graficar al resto de candidatos, dando prioridad a temas de la corrupción política. Queda demostrado que este medio de comunicación no utiliza la caricatura para fortalecer el conocimiento acerca de los candidatos.

**Figura 4**



**Elaborado por autora**

### Cuarta interpretación

En esta presentación del periódico El Tiempo, la caricatura política que resalta la posición ideológica de los partidos políticos y candidatos aspirantes a la prefectura del Azuay, tampoco demostró interés en dar a conocer el perfil de los participantes al cargo. Se considera entonces, que las caricaturas que se emitieron durante este periodo fue para cumplir con la caricatura del día, como resultado se observó que este medio de comunicación emitió una sola caricatura que representa el 3,2% del periodo analizado y fue el día de los resultados finales para anunciar al ganador como Prefecto del Azuay y el 96,8% de caricaturas no hacen referencia al tema, si no situaciones del diario vivir.

Los datos estadísticos demuestran que tanto El Tiempo como El Mercurio no utilizaron la caricatura como género periodístico de opinión, para difundir al público elector, el pensamiento ideológico, el plan de gobierno, las propuestas electorales de los candidatos aspirantes al cargo.

Entre el 95% y 98% de los trece candidatos a la Alcaldía de Cuenca y diez aspirantes a la Prefectura del Azuay, en los tres meses de análisis se identificó que únicamente uno o dos candidatos a las dignidades fueron visibilizados, mientras que el resto de aspirantes resultaron incógnitos.

Se puede decir, que la política informativa diaria de los periódicos analizados no tiene coherencia con la política de opinión, dado que hay un flujo inmenso de informaciones políticas y entrevistas a candidatos en los espacios informativos, pero ignorados en su totalidad en los campos de la opinión, particularmente en la caricatura.

#### **4.1. Análisis de contenido**

Para efectuar el análisis de contenido se hizo la recolección de 33 caricaturas políticas que se emitieron durante las elecciones de Cuenca del 2019, en los meses enero, febrero y marzo, de esta muestra se seleccionó 16 caricaturas políticas que tenían mayor relación al trabajo de investigación, finalmente para conocer el mensaje del análisis de la caricatura política en las elecciones para Alcalde y Prefecto del Azuay 2019 de los medios de comunicación impresos El Tiempo y El Mercurio, se eligió 5 caricaturas para analizarlas, a continuación, se presenta una tabla donde se desarrolla el análisis de contenido.

- **Caso estudio – contexto**
- **Especificar título y fecha**
- **Se desarrolla a su vez un pequeño contexto para comprender la caricatura política que se ha seleccionado**

- **Caricatura - imagen**

- **Contenido gráfico**
- **Se explica el número de gráficos y sus componentes**

- **Descripción de la caricatura**
- **Se desarrolla un breve análisis de lo que la imagen nos quiere transmitir.**

- **Intencionalidad**
- **En este punto se le da sentido a lo que el caricaturista nos quiere anunciar y de la forma en que lo realiza.**

## Caricatura del diario El Mercurio mes de febrero

- **Caso estudio – contexto**

Esta caricatura política la emitió El Mercurio el lunes 25 de febrero de 2019, su caricaturista “Rafa”, expone una crítica titulándola “Ausencia Política”



- **Contenido gráfico**

Esta caricatura se conforma por dos gráficos, el personaje del Señor Jefferson Pérez y una mano sosteniendo una medalla.

- **Descripción de la caricatura**

En esta caricatura el Señor Jefferson Pérez con cara de que está sorprendido se encuentra parado frente a una mano que sostiene una medalla y se la están entregando, y en su texto expresa Don Jeff, si sigue faltando Olímpicamente a los debates podría ganarse la medallita que “brilla” por su ausencia.

- **Intencionalidad**

La intención de esta caricatura fue de dar a conocer que el Señor Jefferson Pérez en muchos de los debates políticos que se dieron pues no supo llevarlos correctamente, y en los medios de comunicación digitales exponían comentarios de que no contaba con la preparación correcta como para asumir situaciones como esta y tampoco estaba correcto que se le haya permitido participar como candidato para Alcalde de Cuenca.



## Caricaturas del diario El Tiempo mes de febrero

- **Caso estudio – contexto**

Esta caricatura política la emitió El Tiempo el lunes 04 de febrero de 2019, su caricaturista “Bena”, expone una crítica titulándola “Comienza la campaña electoral”



- **Contenido gráfico**

Esta caricatura está representada por personajes políticos en inicios de campañas, la caricatura está compuesta por un ring y un juez como mediador.

- **Descripción de la caricatura**

Esta caricatura hace referencia a los inicios de las campañas donde cada participante tuvo oportunidad de dar a conocer sus proyectos y planes como candidatos a las elecciones 2019.

- **Intencionalidad**

La intención de esta caricatura fue de dar a conocer a la ciudadanía que los participantes a las elecciones 2019 se encontraban ya explicando todo lo que se comprometían en caso de llegar a ganar.

## Caricaturas del diario El Tiempo mes de marzo

- **Caso estudio – contexto**

Esta caricatura política la emitió El Tiempo el lunes 25 de marzo de 2019, su caricaturista “Bena”, expone una crítica titulándola “Conteo”



- **Contenido gráfico**

Esta caricatura hace referencia a la institución llamada Consejo Nacional Electoral cuando se encontraban analizando los resultados finales de las elecciones 2019.

- **Descripción de la caricatura**

En esta caricatura se muestra lo complicada que es la situación una vez que las personas termina de votar y luego de ello recolectan toda la información y el proceso de esto es totalmente un caos.

- **Intencionalidad**

La intención de esta caricatura fue de dar a conocer los múltiples errores y malas situaciones que paso el CNE mientras analizaba los resultados para dar un veredicto final a la ciudadanía, pero no se dio de manera ni pacifica ni correcta debido a las varias falencias en las urnas de diferentes establecimientos.

- **Caso estudio – contexto**

Esta caricatura política la emitió El Tiempo el martes 26 de marzo de 2019, su caricaturista “Nico”, expone una crítica titulándola “Sorprendidos”



- **Contenido gráfico**

Esta caricatura está conformada por dos personajes, los ganadores de las elecciones 2019 en la Ciudad de Cuenca, estos personajes políticos son, el Señor Pedro Palacios que actualmente es Alcalde de Cuenca y el Señor Yaku Pérez Prefecto del Azuay y en su texto dice “SORPRESA ELECTORAL”

- **Descripción de la caricatura**

En esta caricatura el diario el tiempo dio a conocer a los ganadores de las elecciones 2019 de Cuenca de una manera simpática y muy clara, poniendo en los triunfantes una cara sonriente.

- **Intencionalidad**

La intención de esta caricatura fue dar a conocer los resultados finales de las elecciones 2019 en Cuenca agregándole un texto simpático se SORPRESA ELECTORAL, porque a decir verdad a la mayoría de cuencanos les tomó por sorpresa el resultado final de aquellas elecciones.

El análisis estadístico y de contenido acerca de las elecciones 2019 en Cuenca da como resultado que los medios de comunicación impresos El Tiempo y El Mercurio no dieron mayor realce a los candidatos participantes, a la vez estos resultados concuerdan con el punto de vista de los expertos sobre la utilización de la caricatura política en los procesos electorales.

Para especialistas y concedores de la caricatura política como Javier Bonilla (Bonil) caricaturista ecuatoriano “El desarrollo de la caricatura política en el Ecuador actualmente ha sufrido una merma en su plataforma impresa, la caricatura dentro de los medios de comunicación impresos y también digitales ha sido una acompañante durante su circulación” (Bonil, 2020).

¿Qué importancia le dan los medios de comunicación impresos a la caricatura política? Bonil responde que el simple hecho de que se publiquen en las páginas de los periódicos ya es porque le toman en cuenta a este género periodístico de opinión. Además, sugiere que quien debe elegir o seleccionar que es lo que quiere representar o que caricatura desea realizar, es el propio caricaturista, mas no porque la sociedad pida o diga que es lo que debería hacer.

Pero, por otro lado, David Jiménez con trayectoria en la caricatura en el diario El Mercurio, Revista “Vistazo”, Periódico “Gente de Minnesota” y El Tiempo, expresa que la caricatura política dentro del periodismo de opinión es importante en los tiempos actuales, porque permite interpretar libremente toda opinión de un acontecimiento. Además, el dibujante resalta que una caricatura bien elaborada tiene la ventaja de expresar más que el contenido de un texto.

Sin embargo, Carolina Ávila experta en comunicación política menciona que la caricatura es uno de los instrumentos más antiguos en el periodismo de opinión y el periodismo político en particular y concuerda con el caricaturista David Jiménez al decir que la caricatura tiene la ventaja de poder manifestar la crítica a través del humor y la sátira.

¿Le dan importancia los medios impresos del Ecuador y en especial los de la ciudad de Cuenca a la caricatura política? Ávila menciona que no la suficiente, porque en su punto de vista considera que los rasgos del meme son la evolución de la caricatura y los medios de comunicación impresos no han acogido ese tipo de transformaciones o formatos nuevos que están apareciendo, pero esto no quiere decir que de lleno no les dan importancia, porque en la actualidad aún se ven las caricaturas en los medios impresos, pero se las ve de una manera oculta debido a que otras secciones han evolucionado al formato tras-media (Ávila, 2020).

También comento de una investigación realizada por la Universidad del Azuay, donde hicieron un estudio en relación a la cobertura que hicieron los medios impresos locales a las elecciones del 2019 y la conclusión que surgió es que fue muy poca comparado con el proceso electoral nacional, lo único que se veía es que las caricaturas presentadas mostraban lo que en redes sociales en aquel entonces venían diciendo, de parte de los diarios locales no había ninguna posición política ni tampoco una propuesta para cubrir como se debía hacerlo, entonces considera que en ese aspecto estos medios de comunicación quedaron debiendo a la sociedad.

Finalmente, Patricio Orellana también caricaturista, comenta que la caricatura periodística es un género de opinión y existe desde hace mucho tiempo, desde que se inventó el papel la caricatura fue tomada en cuenta como una parte de opinión que se hacían con respecto a los gobernantes de turno, es decir desde que existían reyes o gobernantes entonces tomaban las caricatura como una herramienta para mostrar rechazo popular hacia estos personajes.

Se debe tener la claridad en la mente para luego tener la impresión en el papel, el caricaturista no se disfraza de una persona humanista, debe tener en su cabeza la misión de informar y opinar lo que todos queremos pensar a través de una caricatura, deben informarse bien de lo que está ocurriendo, no ofender ni querer matar a través de los rasgos y que siempre intenten defender al pueblo mediante sus dibujos (Orellana, 2020).

## 5. Propuesta

Luego de presentar los resultados de forma estadística y análisis de contenido se puede realizar algunas propuestas a los diarios elegidos para esta investigación en base a indagaciones fundamentadas por autores expertos en la caricatura política. Una propuesta para el periódico El Mercurio luego del análisis realizado es que sería significativo que diera importancia igualitaria al momento de cubrir el proceso electoral local y nacional, pues en las investigaciones realizadas se notó que el trabajo que realizaron en las elecciones 2019 en la ciudad de Cuenca fueron muy poco a diferencia de cuando cubrieron las votaciones a nivel de todo el Ecuador.

Se considera que sería primordial que visibilizaran a todos los candidatos políticos, participantes para que la colectividad lectora pueda decidir de mejor manera al momento de votar. Es válido también el trabajo que realizó el diario el Mercurio durante las elecciones 2019 para Alcalde de Cuenca y Prefecto del Azuay, al querer explicar a la ciudadanía la gravedad de la corrupción política que existe en los procesos electorales, sin embargo, hubiera sido de gran ayuda dar a conocer a todos los candidatos de aquel entonces.

Para reforzar la propuesta antes mencionada se cita al autor (Gantús, 2012) que afirma que las caricaturas políticas de la prensa periódica permiten también seguir el curso de los acontecimientos, tomarles el pulso a las tensiones políticas y descubrir los asuntos que estaban en el lugar central y los personajes que ocupaban papeles estelares en un lugar y momento determinados. El estudio de la caricatura posibilita así descubrir los aspectos más relevantes que interesaban a un conjunto social específico.

Además, el caricaturista cuencano David Jiménez menciona que una caricatura bien elaborada tiene la ventaja de expresar más que el contenido de una página escrita. También alude que lo primordial al crear una caricatura es expresar de manera clara el mensaje para que el lector interprete de la mejor manera lo que el caricaturista quiere expresar, a esto

se le agrega el condimento esencial que es el humor, al existir este aspecto se complementa la caricatura (Jimenez, 2020).

En cuanto al diario El Tiempo por el contenido que presentó, el tratamiento de los temas, las caricaturas a las que iba dirigida la crítica y el poco valor que dio al no dar un espacio y presentar a todos los candidatos participantes se le sugiere que debería dar más de interés a la caricatura política en las elecciones locales en este caso, de la ciudad de Cuenca y presentar a la sociedad a todos los participantes y sus planes de trabajo para este acontecimiento y así los lectores puedan conocer la existencia de cada candidato y mejoren su decisión al momento de votar.

Es relevante mencionar a un gran personaje de la caricatura como lo es Xavier Bonilla más conocido como (Bonil) donde afirma que la caricatura es un género periodístico que antes no se consideraba así, si no como una diversión, como una travesura, para este gran personaje la caricatura representaba unas ganas de decirle algo a la gente, una manera de criticar lo que estaba mal en el mundo, la vida y la sociedad.

Es transcendental recalcar que en toda esta investigación se ha dicho que la caricatura es una herramienta muy poderosa, porque sirve para expresar a la población información que en una noticia o texto escrito no hay como debido a la leyes establecidas para los medios de comunicación, específicamente en los diarios, para reforzar esta propuesta cito a (Poncela, 2015) que menciona que la caricatura en general presenta una suerte de rebelión contra la supuesta autoridad o el presunto enemigo, contra el aparente contrario siempre y en ocasiones sólo una mirada reflexiva a través de un juego de imágenes y palabras, desde una broma ligera y simpática hasta una ironía o sarcasmo afilado y profundo.

A esto Carolina Ávila propone que los medios impresos deben de darle un poco más de importancia y trabajo a la caricatura a esto sugiere que deberían adoptar los nuevos formatos y herramientas tecnológicas que hoy en día están presentes para así darle un mejor realce a estas figuras (Ávila, 2020).

Finalmente se considera que tanto el diario El Mercurio como El Tiempo utilicen esta herramienta para profundizar de mejor manera en los procesos electorales y amplié más el panorama en cuanto a la información de los participantes tanto para Alcalde de Cuenca como para Prefecto del Azuay, dando a conocer cada personaje, brevedad sobre sus formaciones y antecedentes, mostrando los planes de trabajo y que tan verídicos pueden ser estos y así la sociedad lectora pueda analizar bien su voto antes de plasmarlos en las papeletas.

## **6. Conclusiones**

En esta investigación, el análisis de contenido realizado a los medios de comunicación como diario El Tiempo y diario El Mercurio, se ha podido demostrar dos diferentes posturas concretas frente al manejo de caricaturas políticas en relación a las elecciones 2019 para Alcalde de Cuenca y Prefecto del Azuay, por un lado, está el medio de comunicación que es el diario El Tiempo, medio de comunicación impreso que dio menos importancia que el otro diario hacia la caricatura política de las elecciones de Cuenca 2019, el trabajo que realizó fue de crear caricaturas del diario vivir y en relación a las elecciones 2019, fue cuando iniciaron las campañas electorales, luego dibujaron como se encontraba el Consejo Nacional Electoral (CNE) durante el tiempo de sufragio y finalmente cuando dieron el resultado final de las elecciones 2019 y cuáles eran los ganadores, pero en ninguna de sus caricaturas dieron a conocer a los candidatos participantes.

Por otro lado en el periódico El Mercurio, y el trabajo que desarrollo durante las elecciones 2019 en Cuenca fue, graficar algunos de los personajes que siempre aparecen en las noticias y dio poca importancia a los demás

candidatos tanto como los participantes para Alcaldes y Prefectos del Azuay, el resto de su trabajo se evidencio en dar a conocer a la sociedad la corrupción que existe en la política y los políticos, cuáles eran sus estrategias para llegar al poder y que representamos nosotros como sociedad para ellos.

Se puede acotar que la caricatura política no solo es humor, esta herramienta sirve para demostrar resistencia al poder o depende del mensaje que desee emitir el caricaturista, de igual manera es utilizada para informar de manera clara y directa un acontecimiento, en este caso las elecciones del 2019 en la Ciudad de Cuenca. Porque es claro que un caricaturista por medio de sus trazos y textos es capaz de reflejarnos una realidad de una situación o hecho, es así que la caricatura en cualquier ámbito sea político, social, económico y cultural, es un poderoso recurso de representación y permite a los lectores tener una opinión propia.

Finalmente dejo esta investigación para que sea utilizada por otras personas, sirva de apoyo y a la vez sea reforzada con nuevas búsquedas puesto a que la caricatura no solo se la puede estudiar o analizar desde la política, sino también desde el punto económico, de salud, educación y otros ámbitos que son de bastante interés para la sociedad.

## 7. Referencias Bibliográficas

- Abreu, C. (2001). Periodismo iconográfico. La caricatura: historia y definiciones. *Revista Latina de Comunicación Social*.
- Abreu, C. (2003). Periodismo iconográfico. *Revista Latina de Comunicación*, 38.
- Arande, T., & Antonio, J. (2013). El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva. Un ejemplo de aplicación práctica utilizado para conocer las investigaciones realizadas sobre la imagen de marca de España y el efecto país de orig. *Provincia*, 29.
- Arpi, J. (2010a). *Guia practica para el reportero de radio: La noticia, La entrevista y La Cronica*. Cuenca: Universidad de Cuenca. Tesis.
- Arpi, J. (2010b). *Guia practica para el reportero de radio: La noticia, La entrevista y La Cronica*. Universidad de Cuenca. Tesis: Cuenca.
- Asdrúbal, D. L. (1990). *La caricatura en Ecuador*. Quito: Quipus.
- Avila, C. (6 de Mayo de 2020). Doctora en Comunicacion Politica. (L. Rojas, Entrevistador)
- Belloch, C. (s.f). *Las Tecnologias de la Informacion y Comunicacion (T.I.C.)*.
- Bonil, X. (6 de Mayo de 2020). La Caricatura Politica. (L. Rojas, Entrevistador)
- Briceño, C. A. (2005). La prensa y la caricatura como fuente de información en el proceso educativo. *Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales*.
- Bruno , L., & Woolgar , S. (1995). *La vida en el laboratorio. La construcción de los hechos científicos*. . Madrid: Alianza.
- Califano, B. (2015). Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político. *Revista mexicana de opinión pública*. Obtenido de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/view/50203>
- Carazo, M., & Cristina, P. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica dela investigación científica. *Pensamiento & Gestión*, 165-193. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64602005>
- Cazau, P. (2006). INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES. Buenos Aires.

- Che, M. (2003). *Características y funciones de la caricatura en la revista CHICOS de Prensa Libre*.
- Cohen, B. (1963). *The press and the foreign policy*. California: Princenton University Press.
- Coloma, F. A. (2017). *Caricatura política y el humor como resistencia al poder. Caso 30 de septiembre de 2010*. QUITO.
- Diario El Mercurio. (2018). *El Mercurio*. Obtenido de <https://ww2.elmercurio.com.ec/2018/10/24/aniversario-de-el-mercurio/?fbclid=IwAR14cZ7YCltt63ZWCjASltknpQ1L9Y8k1K0lpNFWJsIKk8SYdotk9zCCCNU>
- Fernando, L. N. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación*.
- Fishman, M. (1983). *La fabricación de la noticia*. Buenos Aires: Ediciones Tres Tiempo.
- Fundación Friedrich Ebert, de la República Federal de Alemania. (1990). *Caricatura*. Quito: Editorial QUIPUS.
- Gantús, F. (2012). *Un espacio para la confrontación: la caricatura política de El Rasca-Tripas y las elecciones*. Mexico: UNESP.
- García, L., Gamir, & Ordaz. (2018). *Comunicación política: teorías y enfoques*.
- García, Roque, & Mantilla. (2015a). La prensa escrita para el desarrollo de habilidades lingüísticas y comunicativas en clases de Inglés. *Humanidades Medicas*, 550-561.
- García, Roque, & Mantilla. (2015b). La prensa escrita para el desarrollo de habilidades lingüísticas y comunicativas en clases de Inglés. *Humanidades Medicas*, 550-561.
- Guevara, G. S. (2012a). La caricatura política: sus funcionamientos retóricos. *Razon y Palabra*.
- Guevara, G. S. (2012b). La caricatura política: sus funcionamientos retóricos. *Razon y Palabra*.
- Guillermo, L. G., Jose, G., & Lidia, O. (2018). *Comunicación política: teorías y enfoques*.
- Gutiérrez, A. G. (2014). Géneros periodísticos de opinión: análisis y recuperación de información factual en sistemas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11441/47141>
- Gutiérrez, Rodríguez, & Camino. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española.

- Signo y Pensamiento*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86020052017>
- Hernandez, S., & Roberto. (2006). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Hersey, Kenneth, & Dewey. (1998). *Administración Del comportamiento organizacional*. México: Prentice-Hall.
- Ignacio, P. (s.f.). *Fundación Santillana*. Recuperado el 5 de Noviembre de 2019, de <https://www.fundacionsantillana.com/>
- Jimenez, A. y. (6 de Mayo de 2020). La Caricatura Política. (L. Rojas, Entrevistador)
- Jurado, M. (2010). Géneros periodísticos y estilo temático de los periódicos mexicanos Reforma, El Universal y La Jornada. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31615577004>
- Leon, T., & Gómez, B. (1999). *El periodismo de opinión y los valores democráticos*. Málaga.
- McQuail, D. (1983). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Méndez, A., & Astudillo, M. (2008). *La Investigación en la era de la información. Guía para realizar la bibliografía y fichas de trabajo* (Vol. 1). Mexico: Trillas.
- Miller, G. (1974). *Lenguaje y Comunicación*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Orellana, P. (6 de Mayo de 2020). Arquitecto, Licenciado en Ciencias de la Información y Comunicación Social y Caricaturista. (L. Rojas, Entrevistador)
- Orellana, P. (10 de Mayo de 2020). La caricatura Política. (L. Rojas, Entrevistador)
- Pérez Encalada, J. E. (2012). *ANÁLISIS DE LA CARICATURA POLÍTICA EL UNIVERSO Y EL TELÉGRAFO DEL – 15 AL 30 ABRIL DEL 2009*. Quito-Ecuador.
- Pita, F., & Pértegas, D. (2002). *Investigación cuantitativa y cualitativa*. España.
- Poncela, A. M. (2015). Caricatura política, razones y emociones. *Razón y Palabra*, 212-234.
- Portillo, F. (2002a). *La caricatura periodística*. Mexico Distrito Federal: Tesis.

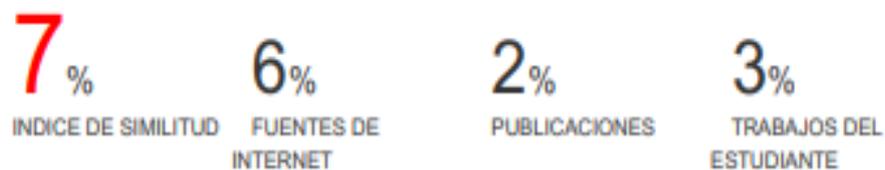
- Portillo, F. (2002b). *La caricatura periodística*. Mexico Distrito Federal: Tesis.
- Preciado, C. (2008). *Comunicación Política y Política de Comunicación Organizacional en la PSD del Gobierno de Álvaro Uribe Vélez*. Bogotá.
- Proaño, L. E. (1989). *Comunicación y Política: Temas controversiales*. Quito: Ediciones Ciespal.
- Reyes, P., Parrales, G., & Rodríguez, R. (2011). Reflexiones sobre la comunicación política. *Espacios Públicos*.
- Ruiz, & Portillo, F. (2002a). *La Caricatura Periodística*. México D.F.
- Ruiz, & Portillo, F. (2002b). *La caricatura periodística*. México D.F.
- Sánchez, E. (2008). Las tecnologías de información y comunicación (TIC) desde una perspectiva social. *Revista Electrónica Educare*.
- Santillán, R. (2006). *El lenguaje en el periodismo de opinión*. Quito-Ecuador: Quípus- CIESPAL.
- Serrano, P. (2011). *El periodismo es noticia* .
- Taylor, & Bodgan. ( 2000). *Introducción a los métodos cualitativos*. Paidós.
- Telegrafo, D. E. (2017). *El Telegrafo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/diario-el-tiempo-cumple-62-anos>
- Ticona, A. (2018). *Tecnologías de la Información y Comunicación en el logro de Aprendizajes de estudiantes de la Institución educativa secundaria Técnico Agropecuario Sajanaqachi –Puno*. Universidad San Ignacio de Loyola. tesis.
- Vilain, M. (2012). Los Medios Masivos de Comunicación y su papel en la construcción y deconstrucción de identidades: apuntes críticos para una reflexión inconclusa. *Reflexiones*.

## 8. ANEXOS

## Turnitin

### ANÁLISIS DEL MENSAJE DE LA CARICATURA POLÍTICA EN LAS ELECCIONES PARA ALCALDE DE CUENCA Y PREFECTO DEL AZUAY: CASO DE ESTUDIO DIARIOS EL TIEMPO Y EL MERCURIO

#### INFORME DE ORIGINALIDAD



#### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>media.neliti.com</b> Fuente de Internet	<1%
<b>2</b>	<b>Submitted to University of Exeter</b> Trabajo del estudiante	<1%
<b>3</b>	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b> Trabajo del estudiante	<1%
<b>4</b>	<b>laprensaeducativa.blogspot.com</b> Fuente de Internet	<1%
<b>5</b>	<b>www.uv.es</b> Fuente de Internet	<1%
<b>6</b>	<b>acabodeleerymegusta.blogspot.com</b> Fuente de Internet	<1%
<b>7</b>	<b>Submitted to Institut Nacional d'Educació Física de Catalunya</b> Trabajo del estudiante	<1%

---

8	<a href="http://www.opinioncaribe.com">www.opinioncaribe.com</a> Fuente de Internet	<1 %
9	<a href="http://neyracomunicacion.blogspot.com">neyracomunicacion.blogspot.com</a> Fuente de Internet	<1 %
10	Alsina, M. R., and L. G. Jimenez. "Communication theory and research in Spain: A paradigmatic case of a socio-humanistic discipline", European Journal of Communication, 2010. Publicación	<1 %
11	<a href="http://revistas.ucm.es">revistas.ucm.es</a> Fuente de Internet	<1 %
12	<a href="http://www.csi.mines-paristech.fr">www.csi.mines-paristech.fr</a> Fuente de Internet	<1 %
13	<a href="http://uba.academia.edu">uba.academia.edu</a> Fuente de Internet	<1 %
14	Submitted to Goethe Schule Asuncion Trabajo del estudiante	<1 %
15	Submitted to Systems Link Trabajo del estudiante	<1 %
16	Submitted to New Mexico Highlands University Trabajo del estudiante	<1 %
17	<a href="http://vanemarulanda.blogspot.com">vanemarulanda.blogspot.com</a> Fuente de Internet	<1 %

---

---

18	<a href="https://dspace.unitru.edu.pe">dspace.unitru.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
19	<a href="https://resenicoras.blogspot.com">resenicoras.blogspot.com</a> Fuente de Internet	<1%
20	<a href="http://www.vistazo.com">www.vistazo.com</a> Fuente de Internet	<1%
21	Submitted to Universidad Ricardo Palma Trabajo del estudiante	<1%
22	<a href="https://repository.pedagogica.edu.co">repository.pedagogica.edu.co</a> Fuente de Internet	<1%
23	Submitted to Centro Universitario Villanueva Trabajo del estudiante	<1%
24	Submitted to Pontificia Universidad Católica del Perú Trabajo del estudiante	<1%
25	<a href="http://www.salimrazi.com">www.salimrazi.com</a> Fuente de Internet	<1%
26	Problema. Anuario de Filosofía y Teoría del Derecho. "Revista completa", Problema. Anuario de Filosofía y Teoría del Derecho, 2020 Publicación	<1%
27	<a href="http://www.e-voluntas.org">www.e-voluntas.org</a> Fuente de Internet	<1%
28	<a href="https://cetus.saber.ula.ve">cetus.saber.ula.ve</a>	

---

	Fuente de Internet	<1%
29	Rodrigo Sandoval-Almazan, Juan Carlos Montes de Oca Lopez. "Citizen Engagement and Social Media", International Journal of E-Politics, 2019 Publicación	<1%
30	blogsdemayte.blogspot.com Fuente de Internet	<1%
31	pastebin.com Fuente de Internet	<1%
32	Submitted to Universidad de San Buenaventura Trabajo del estudiante	<1%
33	www.fcaenlinea.unam.mx Fuente de Internet	<1%
34	Submitted to Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico Trabajo del estudiante	<1%
35	dewey.uab.es Fuente de Internet	<1%
36	www.metodista.br Fuente de Internet	<1%
37	Submitted to Universidad de Lima Trabajo del estudiante	<1%

---

---

38	<b>Submitted to Universidad de Córdoba</b> Trabajo del estudiante	<1%
39	<b>absch.cbd.int</b> Fuente de Internet	<1%
40	<b>clerccenter2.gallaudet.edu</b> Fuente de Internet	<1%
41	<b>www.academia.edu</b> Fuente de Internet	<1%
42	<b>repositorionew.uasb.edu.ec</b> Fuente de Internet	<1%
43	<b>teoriarevista.wixsite.com</b> Fuente de Internet	<1%
44	<b>alejandrdragonzalezceron.blogspot.com</b> Fuente de Internet	<1%
45	<b>Submitted to Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid</b> Trabajo del estudiante	<1%
46	<b>Submitted to International Baccalaureate Ministry of Education of Ecuador</b> Trabajo del estudiante	<1%
47	<b>www.cocef.org</b> Fuente de Internet	<1%
48	<b>revistasculturales.ucm.es</b> Fuente de Internet	<1%

---

---

49	<a href="http://10comunicacion.xyz">10comunicacion.xyz</a> Fuente de Internet	<1%
50	<a href="http://repositorio.uti.edu.ec">repositorio.uti.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1%
51	Submitted to INCAE Business School Trabajo del estudiante	<1%
52	Submitted to Universidad Jaime Bausate y Meza Trabajo del estudiante	<1%
53	<a href="http://www.bibliotecadigital.usb.edu.co">www.bibliotecadigital.usb.edu.co</a> Fuente de Internet	<1%
54	<a href="http://www2.dfid.gov.uk">www2.dfid.gov.uk</a> Fuente de Internet	<1%
55	<a href="http://www.livecuador.com">www.livecuador.com</a> Fuente de Internet	<1%
56	<a href="http://www.uncoma.edu.ar">www.uncoma.edu.ar</a> Fuente de Internet	<1%
57	<a href="http://episcopalchurch.org">episcopalchurch.org</a> Fuente de Internet	<1%
58	<a href="http://ddd.uab.cat">ddd.uab.cat</a> Fuente de Internet	<1%
59	<a href="http://www.linguee.com">www.linguee.com</a> Fuente de Internet	<1%

---

[www.ecured.cu](http://www.ecured.cu)

---

60	Fuente de Internet	<1%
61	<a href="http://www.mysciencework.com">www.mysciencework.com</a> Fuente de Internet	<1%
62	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	<1%
63	<a href="http://cinegogia.omeka.net">cinegogia.omeka.net</a> Fuente de Internet	<1%
64	<a href="http://www.misterica.net">www.misterica.net</a> Fuente de Internet	<1%
65	<a href="http://www.vaticanradio.org">www.vaticanradio.org</a> Fuente de Internet	<1%
66	<a href="http://repositorio.pucp.edu.pe">repositorio.pucp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
67	<a href="http://www.globalinfo.org">www.globalinfo.org</a> Fuente de Internet	<1%
68	<a href="http://www.pucp.edu.pe">www.pucp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
69	<a href="http://www.revistacomunicar.com">www.revistacomunicar.com</a> Fuente de Internet	<1%
70	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Fuente de Internet	<1%
71	<a href="http://psicosocialjuridica.blogspot.mx">psicosocialjuridica.blogspot.mx</a> Fuente de Internet	<1%

---

72 [scholarcommons.usf.edu](https://scholarcommons.usf.edu) <1 %  
Fuente de Internet

---

73 [www.losocial.com.ar](http://www.losocial.com.ar) <1 %  
Fuente de Internet

---

74 Submitted to Escuela Politecnica Nacional <1 %  
Trabajo del estudiante

---

75 [www.coberturadigital.com](http://www.coberturadigital.com) <1 %  
Fuente de Internet

---

76 [www.proyectointernet.org](http://www.proyectointernet.org) <1 %  
Fuente de Internet

---

77 [africa.sis.gov.eg](http://africa.sis.gov.eg) <1 %  
Fuente de Internet

---

78 [dapre.presidencia.gov.co](http://dapre.presidencia.gov.co) <1 %  
Fuente de Internet

---

79 [www.virgendelpilarcatolica.com](http://www.virgendelpilarcatolica.com) <1 %  
Fuente de Internet

---

80 Francisco J. Sarabia-Sánchez, Enrique-Carlos  
Bianchi. " The credibility of environmental  
problems in Argentina and Spain/ ", *Psycology*,  
2019 <1 %  
Publicación

---

81 [www.confemetal.es](http://www.confemetal.es) <1 %  
Fuente de Internet

---

[oa.upm.es](http://oa.upm.es)

---

82 Fuente de Internet <1%

---

83 [repositorio.uns.edu.pe](http://repositorio.uns.edu.pe)  
Fuente de Internet <1%

---

84 [sedici.unlp.edu.ar](http://sedici.unlp.edu.ar)  
Fuente de Internet <1%

---

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado

## **Resumen**

Este trabajo de investigación consideró el contexto histórico de las caricaturas políticas, en los medios de comunicación impresos de Cuenca, a partir del problema: ¿Cuál es el mensaje del análisis de la caricatura política en las elecciones para alcalde de Cuenca y prefecto del Azuay en los diarios El Tiempo y El Mercurio?

El objetivo es analizar el mensaje de la caricatura política en las elecciones para Alcalde de Cuenca y Prefecto del Azuay en los diarios: El Tiempo y El Mercurio. La metodología aplicada enfoque cualitativo y el método es análisis de contenido. La técnica para la recolección de la información: revisión documental física y digital, análisis de los ejemplares de enero a marzo y entrevistas a expertos.

La investigación refleja que los medios de comunicación estudiados, no visibilizaron a todos los personajes políticos, ni cubrieron el proceso como lo hacen cuando son las elecciones nacionales.

## **Palabras claves**

Caricatura Política, Periodismo de Opinión, Comunicación Política, Medios de Comunicación.

## Abstract

This research work considered the historical context of political cartoons in print media of Cuenca from the problem: What is the message of the analysis of political cartoons in the elections of Mayor of Cuenca and Prefect of the Azuay province in “El Tiempo” and “El Mercurio” newspapers?

The objective is to analyze the message of the analysis of political cartoons in the elections of Mayor of Cuenca and Prefect of the Azuay province in the newspapers: “El Tiempo” and “El Mercurio”. The methodology applied was the qualitative approach, and the method is the analysis of content. The techniques for the collection of the information were the digital and physical documental revision, analysis of the issues from January to March, as well as interviews made to experts.

The research shows that the examined neither envisioned all the political personalities nor gave the coverage to the process as usual, when it is time for national elections.

## Keywords

Political Cartoon, Opinion Journalism, Political Communication, Media.



DR. WLADIMIR QUINCHE ORELLANA

Documento certificado digitalmente por Emergencia Sanitaria en Ecuador por COVID-19  
Centro de Idiomas Matriz: Cuenca - Ecuador

2020-06-23 14:25+19:00

**Dr. Wladimir Quinche Orellana Msc. SECRETARIO CENTRO DE IDIOMAS**

Cuenca, 10 de noviembre de 2020

Señor. Doctor.  
Ernesto Robalino Peña. Mgst.

**DECANO DE LA UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES**

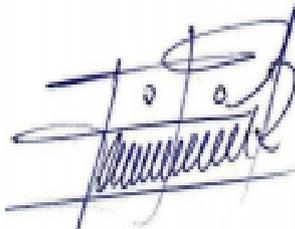
Su despacho,

Diego Illescas Reinoso, docente de la Carrera de Ciencias de la Información y Comunicación Social de la Universidad Católica de Cuenca, en mi calidad de tutor de la Señorita Estudiante **ROJAS MERINO LILANDIA JUDITH** con el número de cédula 0750596298; correspondiente al Trabajo de Investigación titulado: **ANÁLISIS DEL MENSAJE DE LA CARICATURA POLÍTICA EN LAS ELECCIONES PARA ALCALDE DE CUENCA Y PREFECTO DEL AZUAY: CASO DE ESTUDIO DIARIOS ELTIEMPO Y EL MERCURIO**, informo a usted que, dicho trabajo de investigación ha sido realizado de acuerdo a los parámetros, disposiciones legales y reglamentarias de esta casa de estudios superior.

De conformidad con el artículo 10 literal d, del Reglamento de la Unidad de Titulación de Grado y programas vigentes, emito mi criterio favorable para que se proceda a la sustentación y defensa del presente trabajo de investigación.

La nota obtenida corresponde a este trabajo de investigación es de **50/50** puntos, Adjunto el certificado del Sistema Anti plagio Turnitin, suscrito por MsC Diego Illescas Reinoso, Director de Carrera. Es todo cuanto puedo informar respecto a mis labores como tutor de la mentada estudiante.

Atentamente,



MsC Diego Illescas Reinoso  
**DOCENTE TUTOR**

## PERMISO DEL AUTOR DE TESIS PARA SUBIR AL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Yo, Lilandia Judith Rojas Merino portadora de la cédula de ciudadanía N°0750596298 En calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de titulación **“ANÁLISIS DEL MENSAJE DE LA CARICATURA POLÍTICA EN LAS ELECCIONES PARA ALCALDE DE CUENCA Y PREFECTO DEL AZUAY: CASO DE ESTUDIO DIARIOS EL TIEMPO Y EL MERCURIO”** de conformidad a lo establecido en el artículo 114 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos, Así mismo; autorizo a la Universidad para que realice la publicación de éste trabajo de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 13 de octubre del 2020

F:



**EL SECRETARIO DE LA UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES  
DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA**

**INFORMA:**

Que **ROJAS MERINO LILANDIA JUDITH C.C. 0750596298**, de la carrera de **CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN SOCIAL** modalidad Presencial, presentó su diseño de Trabajo de Investigación con el Título **“ANÁLISIS DEL MENSAJE DE LA CARICATURA POLITICA EN LAS ELECCIONES PARA ALCALDE DE CUENCA Y PREFECTO DEL AZUAY: CASO DE ESTUDIO DIARIOS EL TIEMPO Y EL MERCURIO.”**, el mismo que fue aprobado en Sesión de Consejo Directivo de fecha **20 de septiembre de 2019**, previo a la obtención del Título de Licenciada en Ciencias de la Información y Comunicación Social.

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad remitiéndome, de ser necesario, a los archivos que reposan a mi cargo.

Cuenca, 12 de octubre de 2020.

AB. XAVIER ÑIGUEZ VIVAR

Elaborado por:	Ing. Nancy Molina Rivera
Revisado por:	Ab. Xavier Ñiguez Vivar
Autorizado por:	Ab. Xavier Ñiguez Vivar



AB. XAVIER ÑIGUEZ VIVAR  
Documento certificado  
digitalmente por Emergencia  
Sanitaria en Ecuador por  
COVID-19  
Cuenca - Ecuador  
2020-10-12 17:11-05:00

# **REPÚBLICA DEL ECUADOR**

## **UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA**

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES**

**CARRERA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN  
Y COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TÍTULO: “ANÁLISIS DEL MENSAJE DE LA CARICATURA POLÍTICA  
EN LAS ELECCIONES PARA ALCALDE DE CUENCA Y PREFECTO  
DEL AZUAY: CASO DE ESTUDIO DIARIOS EL TIEMPO Y EL  
MERCURIO”.**

**Artículo Científico**

**Trabajo de Investigación,  
previo a la obtención del  
título de del título de licenciada  
de Ciencias de la  
Información  
y Comunicación  
Social.**

**AUTOR: Lilandia Judith Rojas Merino  
Número de cédula: 0750596298**

**TUTOR: LCDO: JORGE GILBERTO BONILLA MACAS.MGST**

**AÑO:2019**

# **UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA**

**Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES**

**CARRERA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN  
Y COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TÍTULO: “ANÁLISIS DEL MENSAJE DE LA CARICATURA  
POLÍTICA EN LAS ELECCIONES PARA ALCALDE DE CUENCA  
Y PREFECTO DEL AZUAY: CASO DE ESTUDIO DIARIOS EL  
TIEMPO Y EL MERCURIO”.**

**Artículo Científico**

**Trabajo de Investigación,  
previo a la obtención del  
título de del título de licenciada  
de Ciencias de la  
Información  
y Comunicación  
Social.**

**AUTOR: LILANDIA JUDITH ROJAS MERINO**

**NÚMERO DE CÉDULA: 0750596298**

**TUTOR: LCDO: JORGE GILBERTO BONILLA MACAS.MGST**

**AÑO: 2019**

**1.1 TEMA:** Caricatura política y elecciones.

**1.2 TÍTULO:** “Análisis del mensaje de la caricatura política en las elecciones para alcalde de Cuenca y prefecto del Azuay en los diarios: El Tiempo y El Mercurio”.

**1.3 OBJETIVO GENERAL:** Analizar el mensaje de la caricatura política en las elecciones para alcalde de Cuenca y prefecto del Azuay en los diarios: El Tiempo y El Mercurio.

#### **1.4 MARCO CONTEXTUAL**

Esta investigación se realizará en la ciudad de Cuenca ubicada en la provincia del Azuay. Se encuentra atravesada por los ríos Tomebamba, Tarqui, Yanuncay y Machángara, en el centro-sur de la región Interandina de Ecuador, en la Hoya del río Paute, con una altitud de 2550 metros sobre el nivel del mar y con un clima de 15 grados promedio.

En el Censo de 2010, la población era 505.585 habitantes (Plan de desarrollo, 2015) con una proyección al 2019 de 580.000 personas. En el año 1999, la Organización de la Naciones Unidas para la Educación, Cultura, Ciencia e Innovación (UNESCO), declaró Patrimonio Cultural de la Humanidad, por su riqueza arquitectónica, paisajes naturales y cultura de la gente. El 12 de abril de 1557, Gil Ramírez Dávalos, fundó Santa Ana de los Cuatro Ríos de Cuenca.

Las actividades principales de la ciudad son el comercio, los servicios, la industria, pequeña industria, artesanía, educación, cultura. En los últimos años, Cuenca se ha consolidado como un atractivo turístico nacional e internacional.

En esta ciudad, se asientan los diarios El Tiempo, fundado el 12 de abril de 1955 por Humberto Toral León, que administró la empresa hasta la muerte, coincidiendo con la de la fundación de la capital azuaya (Telegrafo, 2017) Este medio de comunicación, inició una actividad de permanente progreso, actualización informativa e innovación tecnológica; la primera publicación fue bisemanario. Un año después, se convirtió en inter-diario, se publicaba varios días a la semana y en diario vespertino hasta enero de 2005, cuando empezó a

editarse en medio matutino, renovó el diseño, mejoró la impresión de textos y gráficas e incluyeron suplementos.

Diario El Mercurio, fundado el 22 de octubre de 1924, por el Doctor Nicanor Merchán Bermeo 1935 – 1956 su primer director. El Ingeniero Miguel Merchán Ochoa 1956 – 1974. La dirección del matutino, desde 1974 está a cargo del Dr. Nicanor Merchán Luco. Desde 1984, este medio de comunicación diario empezó a publicarse a full color, en la década de los ochentas y en los noventa innovó su tecnología e infraestructura. (Mercurio, 2018)

La primera década del periódico fue administrada por tres directores. El primero de ellos, el doctor Carlos Aguilar Vásquez, posteriormente tomo el cargo el doctor Manuel Moreno Mora, los dos se destacaron por su talento, visión del futuro y la habilidad para escribir. El tercer director fue el señor José Sarmiento Abad.

Etimológicamente la definición de caricatura viene del italiano caricare que significa cargar la mano, exagerar. Por eso los conceptos de distorsión y deformación son muy usuales para definir el dibujo caricatural en oposición al dibujo fiel. Así se establece las diferencias de retratistas por un lado y caricaturistas por el otro.

La caricatura tiene una función artística y una periodística de crítica y denuncia social y política como instrumento mediático. Disciplinas artísticas, periodismo y comunicación social es el sustento de este género periodístico. Por otra parte, Martín Vivaldi habla de “lenguaje funcional y humor” y pone una caricatura de Madrigal, sin embargo, en realidad no habla nada de la caricatura ni del humor (Ruiz & Portillo, La Caricatura Periodística, 2002, pág. 24).

Por ello, se debe situar la caricatura como género periodístico de opinión, pero no solo a la caricatura, porque existen otros géneros distintivos del dibujo periodístico. Esta investigación tratará únicamente el análisis de la caricatura política y elecciones en los diarios El Tiempo y El Mercurio de la ciudad de Cuenca.

El caricaturista es quien construye y elige la manera de abordar el humor, debe atrapar a la “presa” utilizando la vista y olfato político porque la sátira, la burla

o la ironía tienen que ver con el humor negro que es sarcástico y maléfico, o diferentes humores como; humor blanco que se la plasma sin connotaciones políticas, incluso se puede hablar de un humor erótico, humores directos, burlones, elegantes o vulgares que se pueden apoyar con texto.

(Schenkel, 1990, pág. 122) cita a Asdrúbal de la Torre donde menciona que; el caricaturista político. por la índole de su comentario, forma parte de la opinión del medio en que realiza su trabajo, sea éste escrito o audiovisual. Como opinión del periódico, la caricatura está sujeta a la responsabilidad del autor si es que ésta está firmada o tiene un pseudónimo conocido.

Al igual que toda actividad de prensa, y quizá con más énfasis, por tratarse de un comentario de libre interpretación, la caricatura política tiene un nivel ético de margen muy estrecho; sería muy difícil señalar cuál es este nivel, podría ser: el respeto a la vida privada de las personas, al secretismo de determinadas instituciones, a la simbología de los emblemas, y a determinadas profesiones identificadas con valores religiosos o patrios.

En Ecuador no se ha encontrado alguna investigación en relaciona los inicios de la caricatura, pero se puede señalar ocasionales ensayos de caricatura en épocas anteriores a 1900, donde un grupo de jóvenes caricaturistas trabajan eventualmente en uno o dos periódicos que se editan en la ciudad de Quito. Este grupo, el 7 de diciembre de 1919 conjuntamente con varios literatos fundan la revista "Caricatura" bajo la dirección de Jorge A. Diez y la gerencia de José Antonio Arcos.

Entre sus caricaturistas se destacan dibujantes que luego adquirirán fama y serán conocidos por su obra: Estrella, Jorge A. Diez, Guillermo Latorre quien, hasta hoy, a pesar de su avanzada edad, continúa dibujando, Enrique A. Terán que firma sus caricaturas con el pseudónimo' de Terán y quien posteriormente en 1923 pasa a ocupar la Dirección de ía revista; Kanela, Aníbal Batallas B., Carlos Tipán así lo dijo (Schenkel, pág. 121).

“La Bunga” una revista mensual, el contenido caricaturista fue editada por un grupo de humoristas bajo el título “Autores, cómplices y encubridores”

publicaron su primera edición en 1966 esta revista se publicó hasta el año de 1969.

“Roque” Maldonado, caricaturista del diario "El Comercio"; José Alfredo Llerena, poeta y literato fallecido; Jorge Rivadeneira “So flaquito”, periodista; Gilberto Mantilla, periodista; Gabriel Garcés, periodista, Edwin Rivadeneira, dibujante y Asdrúbal de la Torre, caricaturista también del diario “El Comercio” usaban el pseudónimo de “Polvorín”; esta revista tenía un impacto en la política nacional. El último ensayo de caricatura como publicación periódica en el país, fue la revista "El Pasquín" que se editaba semanalmente con el diario "El Tiempo" y se publicó desde el mes de febrero de 1982.

La caricatura cuencana apareció con la revista Caricatura a partir de 1924, adquiere una distribución nacional y desapareció en el año de 1926. Existen otras publicaciones periódicas, en especial semanarios que mantienen el humor en el país; en este caso es importante citar "La Escoba", publicada en la ciudad de Cuenca.

En los diarios habitualmente la caricatura política se la localiza en página editorial, en una proporción menor en primera página y con alguna reiteración en las páginas políticas de la publicación y al tratar de periodismo de opinión, nos referimos a una acción propia del hombre, esta acción es la de calificar o juzgar, por eso, a diferencia de los demás géneros, el género de opinión se le otorga la facultad de expresar un punto de vista sobre hechos o situaciones más notables de una sociedad.

“Un punto de mayor relevancia en la información y la opinión vertida en los medios es precisamente el referido al campo político. Es ese el lugar de las tensiones. Es el espacio donde parece no tener puntos en común la racionalidad gubernamental y el mirar de la realidad por parte de los periodistas” (Serrano, 2011, pág. 22).

Por esta razón, esta investigación pretende desarrollar el análisis del periodismo de opinión, caricatura política y elecciones en los diarios de estudio porque en la ciudad de Cuenca y en la misma facultad de periodismo existen escasos proyectos de esta índole en comparación con otras ciudades y facultades donde las investigaciones y proyectos de esta línea han logrado conseguir grandiosos resultados y un buen reconocimiento.

### **1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:**

¿Cuál es el mensaje del análisis de la caricatura política en las elecciones para alcalde de Cuenca y prefecto del Azuay en los diarios El Tiempo y El Mercurio?

**1.6 OBJETO DE ESTUDIO:** La caricatura como género de opinión.

**1.7 CAMPO DE ACCIÓN:** Estudio de la caricatura política en las elecciones para alcalde de Cuenca y prefecto del Azuay en los diarios El Tiempo y El Mercurio.

**1.8 LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN DE LA CARRERA:** Géneros Periodísticos

**1.9 OBJETIVO GENERAL:** Analizar el mensaje de la caricatura política en las elecciones para alcalde de Cuenca y prefecto del Azuay en los diarios El Tiempo y El Mercurio.

### **1.10 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

1. Conceptualizar el periodismo de opinión, caricatura política y elecciones en los diarios de estudio.
2. Diagnosticar el análisis de la caricatura política en las elecciones para alcalde de Cuenca y prefecto del Azuay en los diarios El Tiempo y El Mercurio.
3. Validar con expertos el análisis del contenido de la caricatura política en los medios de comunicación impresos.

### **1.11 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

De acuerdo con los autores (Pita & Pértegas, 2002) esta investigación es de enfoque cualitativo porque la investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica, determina la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. Tras el estudio de la asociación o correlación pretende, a su vez, hacer inferencia causal que explique por qué las cosas suceden o no de una forma determinada.

La frase metodología cualitativa se refiere en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable” (Taylor & Bodgan, 2000).

Por otra parte, (Taylor & Bodgan, 2000) citan a Ray Rist (1977) donde mencionan que la metodología cualitativa, a semejanza de la metodología cuantitativa, consiste en más que un conjunto de técnicas para recoger datos. Es un modo de encarar el mundo empírico:

1. La investigación cualitativa es inductiva. Los investigadores desarrollan conceptos, intelecciones y comprensiones partiendo de pautas de los datos, y no recogiendo datos para evaluar modelos, hipótesis o teorías preconcebidos. En los estudios cualitativos los investigadores siguen un diseño de la investigación flexible. Comienzan sus estudios con interrogantes sólo vagamente formulados.

2. En la metodología cualitativa el investigador ve al escenario y a las personas en una perspectiva holística; las personas, los escenarios o los grupos no son reducidos a variables, sino considerados como un todo. El investigador cualitativo estudia a las personas en el contexto de su pasado y de las situaciones en las que se hallan.

3. Los investigadores cualitativos son sensibles a los efectos que ellos mismos causan sobre las personas que son objeto de su estudio. Se ha dicho de ellos que son naturalistas. Es decir que interactúan con los informantes de un modo natural y no intrusivo. En la observación participante tratan de no desentonar en la estructura, por lo menos hasta que han llegado a una comprensión del escenario. En las entrevistas en profundidad siguen el modelo de una conversación normal, y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas.

Además, la investigación es descriptiva puesto que, constituye una mera descripción de algunos fenómenos como por ejemplo describir la conducta sexual del hombre norteamericano, describir los sentimientos del público hacia los programas radiales, o describir la opinión norteamericana sobre la bomba atómica. Su objetivo central es esencialmente la medición precisa de una o más variables dependientes, en alguna población definida o en una muestra de dicha

población. La conceptualización eficaz del fenómeno a estudiar constituye el problema teórico fundamental que se plantea al analista de una encuesta descriptiva, esto menciona (Hyman, 1955) citado textualmente en (Cazau, INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES, 2006, pág. 27).

En la investigación explicativa (Hyman, 1955) dice que los procedimientos para analizar encuestas explicativas deben proporcionar pruebas confiables de la relación entre el fenómeno y una o más causas o variables independientes y, por tanto, solucionar el problema general del analista: hallar una explicación. La encuesta explicativa sigue el modelo de los experimentos de laboratorio, con la diferencia fundamental de que procura representar este diseño en un medio natural. En vez de crear y manejar las variables independientes cuyo efecto hay que descubrir, el analista de encuestas debe encontrar en el medio natural casos en que se den dichos factores. Mediante la medición de su presencia y magnitud, es posible establecer, en el curso del análisis, su relación con el fenómeno, citado textualmente en (Cazau, INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES, 2006, pág. 28)

Pero Hernández Sampieri (1991) sostienen que “si bien la mayoría de las investigaciones explicativas son experimentales, ciertos estudios no experimentales pueden aportar evidencia para explicar por qué ocurre un fenómeno, proporcionando así "un cierto sentido de causalidad". Citado textualmente de (Cazau, INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES, 2006, pág. 28)

La investigación correlacional tiene como finalidad medir el grado de relación que eventualmente pueda existir entre dos o más conceptos o variables, en los mismos sujetos. Más concretamente, buscan establecer si hay o no una correlación, de qué tipo es y cuál es su grado o intensidad. En otros términos, los estudios correlacionales pretenden ver cómo se relacionan o vinculan diversos fenómenos entre sí o si no se relacionan según (Cazau, INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES, 2006, pág. 27).

Por ejemplo, un estudio correlacional tratará de averiguar si hay alguna relación entre motivación y productividad laboral para los mismos sujetos, o si hay o no alguna relación entre el sexo del cónyuge alcohólico y el número de divorcios o abandonos generados por el alcoholismo, o si hay alguna relación entre el tiempo que se dedica al estudio y las calificaciones obtenidas. (Hernández Sampieri, 1996) citado por (Cazau, INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES, 2006).

Finalmente se aplicará una investigación bibliográfica porque desempeña un papel prioritario en la relación entre el conocimiento y la información, ya que en atención a ella se procesa información para crear conocimiento y transformarlo en nueva información dentro de un proceso de comunicación; formándose una espiral del conocimiento, es fundamental en la investigación de campo, ya que en ocasiones contribuye con el marco referencial, tanto teórico como metodológico de esas investigaciones. El marco teórico referencial es la estructuración conceptual del tema a partir del conocimiento acumulado desde las perspectivas disciplinarias. (Méndez & Astudillo, 2008).

### **1.12 Marco Teórico Y Conceptual:**

Esta investigación surge de la curiosidad por conocer el análisis de la caricatura política en las elecciones para Alcalde y Prefecto del Azuay 2019. Al pasar el tiempo y la historia la caricatura política se ha catalogado como una forma para emitir un criterio frente a personajes políticos y a las políticas determinadas en un gobierno. Los inicios de la caricatura son en la antigüedad, sus primeras representaciones se encontraron en Egipto, Roma y Grecia. Pero, es a mediados del siglo XIX se presentaron publicaciones humorísticas y satíricas en los periódicos de toda Europa. El marco teórico que se desarrolla a continuación permitiría conocer conceptos básicos y necesarios para la comprensión y elaboración de este artículo.

Primero partiremos con la definición de comunicación social con la finalidad de explicar de manera general de donde nace la caricatura periodística; posteriormente se describirá los géneros periodísticos, medios de

comunicación, prensa escrita, géneros de opinión, periodismo de opinión y análisis de contenido, con el fin de llevar a cabo una investigación adecuada. Por último, se definirá la caricatura de forma general, caricatura periodística y la caricatura política con el fin de comprender el enfoque que se le quiere dar a esta investigación.

### **1.12.1. La Comunicación Social**

Los inicios de la comunicación social entre los hombres se pueden datar desde la prehistoria donde los primeros humanos utilizaban lenguajes arcaicos para comunicarse. Poco a poco el idioma fue evolucionando hasta que estos iconos se fueron asociando a sonidos vocálicos con lo que el número de iconos descendió hasta conformar los antiguos alfabetos.

La comunicación es un proceso interactivo e interpersonal. Proceso, porque se producen por etapas, e interactivo e interpersonal, porque se da entre personas y se compone por elementos que interactúan constantemente. Durante las culturas clásicas el lenguaje y los alfabetos evolucionaron mucho, los griegos consiguieron una evolución del alfabeto y compusieron grandes obras literarias y teatrales.

El Psicólogo (Miller, Lenguaje y Comunicación, 1974) dice que el lenguaje humano tiene cualidades que los psicólogos deben conocer para así comprender las complejas interacciones de la comunicación con el pensamiento, además menciona que la comunicación puede concebirse como el proceso dinámico que fundamenta la existencia, progreso, cambios y comportamiento de todos los sistemas vivientes, individuos u organizaciones. Entendiéndose como la función indispensable de las personas y de las organizaciones, mediante la cual la organización u organismo se relaciona consigo mismo y su ambiente, relacionando sus partes y sus procesos internos unos con otros.

Por ello, los seres humanos tenemos a la comunicación social como un instrumento para poder comentar, explicar e interpretar las cosas que decimos y recibimos. Cada día las personas nos encontramos en constante comunicación dentro de nuestro entorno esto nos lleva a entender que es la esencia cultural de una organización.

Según Hersey “Para tener una comunicación eficaz lo fundamental es dar contestaciones que demuestren el interés, conocimiento y preocupación de cada persona, a la vez tiene la siguiente estructura de mensaje” (Hersey, Blanchard, & Johnson, 1998, p. pa).

#### **1.12.2. COMUNICACIÓN POLITICA**

#### **1.12.3. Los medios de comunicación masivos**

Los medios de comunicación masivos son catalogados en la actualidad, como el primer poder dentro del mundo actual. Sin ellos, los sucesos que se vienen desarrollando, se podría decir, no existen.

(Bernadette, 2015) Cita a (Fishman M. , 1983) donde menciona “Los medios de comunicación desempeñan un papel importante en el conocimiento de la realidad que forma parte de nuestra vida cotidiana pero que se encuentra fuera de nuestro alcance inmediato. No todos los hechos son transformados en noticia, sino sólo aquellos que resultan seleccionados por los medios para tal fin”. (Fishman M. , 1983, pág. 20).

El campo de la “comunicación”: un sistema relacionado y conexionado con otros sistemas que mantienen una interacción, un intercambio constante y necesario con su entorno, que provoca un importante impacto en el ámbito sociocultural contemporáneo. Su empuje ha sido revolucionario, al promover cambios de actitudes e, incluso, de formas de vida en la sociedad. Pero esto era en otra etapa, en el periodo en que estaban vigentes las teorías planteadas por McLuhan. En la actualidad, el sistema de comunicación está variando vertiginosamente. (Gutiérrez, Rodríguez, & Camino Gallego, 2010, pág. 270). Por ende, estamos hablando de que no se puede aislar programas de televisión, relatos periodísticos, relatos cinematográficos, noticias; en otras palabras, productos de los medios de comunicación tradicionales que producen beneficios económicos y crean necesidades generales a la sociedad.

“La implantación de los medios en la sociedad contemporánea y sus tecnologías, a la par que su evolución, exigen entender los fundamentos y las posibilidades que de ellos se derivan. Es preciso darse cuenta de la

fuerza transmisora que tienen, de su soporte material, de su contenido semántico” (Gutiérrez, Rodríguez, & Camino Gallego, 2010, pág. 270).

Es evidente que en la sociedad contemporánea los medios son importantes creadores y mediadores del conocimiento social. La comprensión de los diferentes modos en que los representan la realidad, de las técnicas que utilizan y de las ideologías que impregnan sus representaciones debería ser una exigencia para todos los ciudadanos actuales y futuros de una sociedad democrática. (Masterman citado en Aparici, 1996, p. 36).

Asimismo, (Vilain M. A., 2012) menciona que, los medios de comunicación de masas tienen considerable importancia en las actuales sociedades, pues estos suponen un recurso de poder en tanto son instrumentos potenciales de control social, por ser fuentes de información casi imprescindibles para el funcionamiento de las instituciones sociales; además, forman parte de una esfera en la que se dirimen asuntos de los sectores públicos, tanto nacionales como internacionales. Todo lo anterior nos dice que los medios masivos de comunicación constituyen instrumentos en la construcción de imágenes de la realidad social y por tanto es donde se construye, conserva y expresa visiblemente los valores y la cultura de grupos sociales y de la sociedad en general. (Vilain M. A., 2012, pág. 190).

Los medios de comunicación de masas permiten que exista la relación con el mundo y esto conduce a que una sociedad se vuelva global, en la actualidad nosotros los ciudadanos tenemos la información a nuestro alcance, antes no era así; los medios de comunicación como: prensa, radio, televisión, internet y cine, nos han acercado a la información de manera inmediata. Son generadores de nuevas tendencias sociales, establecen herramientas imprescindibles del desarrollo comercial y económico mediante la publicidad; se puede compartir ideas, comenzando el conocimiento de otras culturas enriqueciendo y diversificando las realidades locales.

Los medios de comunicación masivos han establecido funciones como el informar, formar y entretener a las multitudes de audiencias existentes. Según (McQuail D. , 1983, pág. 59), poseen una tarea fundamental en “la producción,

reproducción y distribución de conocimientos”, ya que “nos permiten dar sentido al mundo, conforman nuestra percepción de él, y se suman al fondo de conocimientos anteriores”. Citado textualmente en (Bernadette, 2015).

#### **1.12.4. Prensa Escrita**

La prensa escrita son publicaciones impresas en papel de forma diaria, semanales y mensuales mostrando información actual su objetivo es el de informar y entretener a la sociedad. Ofrecen información general sobre temas como política, sociedad, deportes, cultura, motor, salud, naturaleza, cine y medicina. A la prensa escrita la encontramos en el periódico y hoy en día compite con el internet que a lo largo de un tiempo se ha convertido en un medio que es utilizado por muchísimas personas y ha provocado que la prensa escrita tenga que adaptarse a estos cambios para no desaparecer.

#### **1.12.5. Los Géneros Periodísticos**

La teoría de los géneros periodísticos tiene su origen en la tradición de los géneros literarios, pero su evolución no depende de la literatura sino de su propia evolución como medio de comunicación de masas. La vieja teoría de los géneros literarios era normativa y prescriptiva, es decir, marcaba unas normas rígidas sobre cómo se debía escribir, basándose en la idea de que los géneros eran formas exigidas y predeterminadas por la naturaleza. (Arpi J. E., 2010)

Los géneros periodísticos y el periodista tienen una función muy importante a la hora de informar a la sociedad, por ello desarrollan estrategias convirtiéndolas en herramientas precisas para trabajar en los mensajes comunicativos, mensajes que logran cambiar el comportamiento e influir en las decisiones del público.

Los géneros periodísticos empleados por los medios determinan la importancia o el interés dado a los temas: son más notorios los datos como noticias que las columnas de opinión. Los reportajes informativos tratan de manera más amena asuntos que si son vistos desde el punto de vista de la crónica que pretende ampliar los contenidos interpretativos para dejar constancia de la importancia que el medio otorga a dicho tema. (Jurado M. , 2010).

Los géneros periodísticos, tal y como aparecen hoy ante nuestros ojos, son el resultado de una lenta elaboración histórica que se encuentra íntimamente ligada a la evolución del mismo concepto de lo que se entiende por periodismo. (...)

En determinadas épocas y en virtud de los conceptos doctrinales que inspiran la actividad periodística, suele haber un predominio aplastante de un género sobre los otros. Por estos motivos suele decirse que la aparición histórica de los géneros periodísticos está estrechamente relacionada con las diferentes etapas del periodismo en cuanto hecho cultural que va cristalizándose progresivamente en el tiempo. Así lo explica (Albertos, 1991:164) citado textualmente en (Jurado M. , 2010).

(Arpi J. E., 2010) afirma que; algunos teóricos de la comunicación definen los géneros periodísticos como formas de comunicación culturalmente establecidas y reconocidas en una sociedad, un sistema de reglas a las cuales se hace referencia para realizar los procesos comunicativos. Otros autores ven a los géneros periodísticos como categorías básicas que construyen la realidad. Los géneros periodísticos se diferencian entre sí con el fin de recoger la complejidad de lo que pasa en la sociedad y exponerlo a los interlocutores.

### **Clasificación de los Géneros Periodísticos**

A continuación, algunas definiciones de autores clásicos citados textualmente por (Arpi J. E., 2010) .

**María Julia Sierra** divide a los géneros entre periodismo noticioso (crónicas, columnas, reportajes, entrevistas, editoriales, artículos de fondo y noticia) y periodismo literario (semblanza y cuento de la vida real).

**Martín Vivaldi** menciona tres géneros: el reportaje, la crónica y el artículo, y establece las siguientes subdivisiones: gran reportaje, noticia, reportaje-detective, reportaje-cronológico, columna, suelto y artículo de costumbre.

**José Luis Martínez Albertos** plantea tres estilos: informativo, de solicitud de opinión y ameno y cuatro géneros: información, reportaje, crónica y artículo.

**Armando de Miguel** distingue tres "especies periodísticas": Según los propósitos del periodismo (periodismo informativo, periodismo literario y literatura periodística).

**Siegfried Mandel** identifica nota periodística, nota de interés humano, columna, crónica, editorial, entrevista y reportaje.

**José Benítez** plantea noticia o "relato noticioso", entrevista y reportaje.

**Juan Gargurevich** identifica la nota informativa, la entrevista, la crónica periodística, el testimonio periodístico, los géneros gráficos, la campaña, el folletón, la columna, la reseña, el reportaje y el editorial.

**Erick Torrico** ubica a los géneros en informativos: con los denominados "subgéneros" noticia, suelto, nota de redacción, crónica, entrevista y reportaje; opinativos: editorial, artículo, comentario (columna) y crítica e interpretativos: interpretación y análisis.

**John Müller** establece tres géneros: informativos, opinativos e interpretativos, aunque no señala sub-clasificaciones.<sup>13</sup>

#### **1.12.6. Géneros de Opinión**

Los géneros de opinión son los discursos presentados en un editorial, artículo, columna, comentario, y determinadas crónicas, a más de cumplir el objetivo propio de cada subgénero, deben cumplir la función de complementación a los textos estrictamente informativos. En cierta manera, se podría decir que ayudan para que la imaginación del lector continúe trabajando de igual manera ocupan un gran espacio en la prensa escrita.

Entenderemos por textos de opinión, a partir de un conocimiento empírico ordinario, aquellos que explicitan la posición del autor (y no solo mediante su firma) y que adoptan los cánones estructurales y las estrategias discursivas de persuasión propias de estos géneros periodísticos" (Bruno & Woolgar , 1995) citado en (GUTIÉRREZ, 2014).

Por otra parte, la proliferación de textos de opinión en las bases y sistemas de documentación periodística viene a incrementar los niveles de ruido (extracción de datos irrelevantes o no deseados) y silencio (datos relevantes no recuperables) ya generados en las memorias mediáticas por millones de noticias, reportajes y entrevistas cuyo tratamiento documental hemos desarrollado en otro lugar (2013). Aquellas investigaciones abordaban la construcción de metodologías pragmatista de análisis de noticias, entrevistas y textos periodísticos declarativos desde una perspectiva basada en el comportamiento y necesidades del usuario

que busca datos puntuales o “factuales” a través de las estructuras conceptuales de los mismos. En los últimos decenios, el grueso de la investigación sobre análisis documental periodístico se ha focalizado, no obstante, bien en la obtención de resúmenes, metadatos o referencias, bien en lenguajes y reglas de representación soslayando la exploración de otras vías de análisis y búsqueda de información susceptibles de aportar soluciones compatibles con los productos documentales clásicos de los servicios de documentación mediáticos. (GUTIÉRREZ, 2014).

Los géneros de opinión tienen una estructura fija que se descompone en:

- Planteamiento de la tesis de la que se va a hablar. Es importante realizar un primer análisis de la información.
- Seguidamente, se procede a realizar una argumentación de los hechos. En este punto

se trata de demostrar por qué los argumentos que se están defendiendo son válidos.

- Finalmente se exponen las conclusiones y la opinión concreta que genera el hecho.

Dentro de los géneros de opinión destacan especialmente:

- Editorial: Es un artículo que trata un tema relevante de actualidad. Expresa la ideología del periódico y no va firmado. Se escribe en un tono impersonal y serio.
- Columna: Es un comentario personal de un colaborador del medio sobre una cuestión de actualidad. Mezcla la opinión con elementos ficticios basándose en una estructura libre.
- Artículo: Es de naturaleza argumentativa y persuasiva, caracterizado por presentar la postura sobre determinado asunto o acontecimiento de interés público, realiza una personalidad de reconocido prestigio, credibilidad, con la finalidad de influenciar y orientar la opinión pública.
- Caricatura: Interpreta una noticia de forma gráfica y sintetizada, con un punto de vista crítico. Su objetivo es comunicar con humor, ironía o

sarcasmo un hecho o acontecimiento de índole política, económica o social, difundiéndola en medios impresos.

### **1.12.7. Periodismo de Opinión**

El periodismo de fondo o de opinión tiene el deber ineludible y la responsabilidad social de usar un lenguaje culto, pero sin llegar a la pedantería, un lenguaje sencillo sin llegar a la vulgaridad, un lenguaje claro que no permita ambigüedades ni anfibologías, un lenguaje conciso que impida la redundancia y sobre todo debe ser escrito con la mejor corrección posible. En el periodismo de opinión no se debe caer en un lenguaje profesional, ni técnico, ni complejo. Si por alguna razón se utiliza una palabra científica o técnica, dentro del texto, habrá necesidad de conceptualarla en su significado. (Santillán, 2006, pág. 83).

En el periodismo hay que observar las leyes naturales, sanas y generales, de la gramática. El sentido del lenguaje sencillo, natural y genuino debe ser el punto de partida para la expresión del pensamiento en el periódico. El que quiera dominarlo debe tener una relación íntima, estrecha y diariamente renovada con el idioma, y no olvidar que con ésta se le ha confiado uno de los más altos bienes culturales así cito (Santillán, 2006, pág. 83) a Juan Gutiérrez.

(Santillán, 2006) El lenguaje del editorialista refleja sus conocimientos, su nivel cultural, su posición ideológica, la firmeza de su carácter, su compromiso social y su deseo de expresar opiniones y hasta la posibilidad de forzar decisiones. El lenguaje del periodismo de opinión necesariamente debe ser creador y en todo caso sencillo, comprensible y entendible. En la forma, debe ser elegante, discreto, sin altisonancias y peor aún debe ser rebuscado o afectado.

En el periodismo de opinión la realidad se debe observar y poner en escena. Al hablar de realidad se entiende que esta es diversa y cambiante y cada ser humano la observa de manera diferente, lo importante es ser parte de la realidad y así poder dar un discurso coherente al estado y sus actores. Para esto el periodismo de opinión requiere un estilo, y al hablar de estilo no se habla de originalidad porque no está sometido a ningún condicionamiento estilístico.

El periodismo de opinión es, sin duda, uno de los pilares para el desarrollo participativo y demográfico de los diarios, siempre que en este se fomente el espíritu crítico, abierto y dialogante y se dé cobertura a distintas sensibilidades y corrientes (Leon & Gómez, 1999).

#### **1.12.8. Análisis de contenido**

Los comienzos del análisis de contenido aparecen en Suecia del siglo XVIII, cuando la iglesia realizó análisis de documentos escritos de divulgación de la época cuyo objetivo era el de identificar elementos contrarios a la religión.

Berelson (1952), fue quien definió el análisis de contenido como una técnica de investigación diciendo: “se trata de una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido de la comunicación, aunque puede ser utilizada en otros campos como en el análisis cualitativo de variables o en el estudio de la complejidad de un fenómeno entre otros” citado por (Arande & Antonio, 2013).

“El análisis de contenido está considerado como una de las metodologías más importantes de la investigación sobre comunicación, estableciendo que su objetivo descansa en estudiar de manera rigurosa y sistemática la naturaleza de los diferentes mensajes que se intercambian en los actos de comunicación que realizamos”, Krippendorff (1980) citado en (Arande & Antonio, 2013).

También se describe al análisis de contenido como la agrupación de técnicas de análisis de comunicaciones aplicando procesos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes. Por ello, al hablar de “análisis de contenido”, no quiere decir que es una simple función de recepción comprensiva de un mensaje. Algunos autores concuerdan en que se alude a una empresa inspirada en los principios de la investigación científica y esto implica la aplicación sistemática de reglas y de procedimientos metódicos.

A juicio de (Fernando, 2002) El análisis de contenido difiere de las técnicas clásicas de estudio de documentos en las que tiende a mediatizar la subjetividad personal del investigador. Esta metodología pretende sustituir las dimensiones interpretacionistas y subjetivas del estudio de documentos o de comunicaciones por unos procedimientos cada vez más estandarizados que intentan objetivar y convertir

en datos los contenidos de determinados documentos o comunicaciones para que puedan ser analizados y tratados de forma mecánica. El análisis de contenido se presentó, en un primer momento, como reacción contra el subjetivismo de los análisis clásicos y como consecuencia de la multiplicación de informaciones, como una técnica de constatación de frecuencias o de análisis cuantitativo.

El análisis de contenido guarda cierta relación con los procedimientos de análisis de lenguaje que se utilizan en diversas disciplinas científicas. Sólo puede entenderse de una forma completa si lo situamos en el contexto de un diseño de investigación, porque implica la verificación de hipótesis, hacer inferencias sobre las características del texto, las causas o antecedentes del mensaje y los efectos de la comunicación (Pérez Serrano, 1984). citado en (Fernando, 2002).

#### **1.12.9. La caricatura**

A juicio de (Che, 2003)según el diccionario El Mundo (2002), caricatura es:

- Retrato gráfico o literario en el que se deforman o exageran las características de algo o alguien con intención satírica
- Reproducción mala o ridícula de algo o alguien que se pretende emular.
- Dibujos animados. Se incluyen definiciones recopiladas por Méndez, (1998).
- Caricature: Un dibujo, descripción etc., exagerando las peculiaridades o defectos de personas o cosas.
- Cartoon: Un boceto o dibujo, usualmente humorístico, como en un periódico, simbolizando, satirizando o caricaturizando alguna acción, tema o persona de interés popular.

El origen de la palabra caricatura proviene del vocablo italiano caricare, que significa “cargar”, término inventado por Leonardo da Vinci. La caricatura existe desde la prehistoria, desde que los hombres supieron y quisieron manifestar sus cualidades gráficas e intelectuales, algunos de ellos tuvieron una visión no realista de sus semejantes; una visión irónica, deformadora o humorística. (Che, 2003, pág. 9)

(Che, 2003) cita a Luna (2000) donde menciona que las características básicas de la caricatura son tres:

- Debe pertenecer a una persona, animal u objeto real, ya que la caricatura es una deformación y exageración de la realidad;
- Debe tener la apariencia, humor y características de la persona, animal u objeto que se está dibujando, porque es allí en donde se centra el humor del dibujo y las personas que reconozcan al retratado se reirán por ver sus características exageradas;
- El caricaturista debe reflejar las actitudes, gustos y apariencia real de la referencia sin agregar rasgos propios del caricaturista. Esto se debe a que el chiste de una caricatura está en la persona, animal u objeto que se retrate y no en la comicidad del dibujante.

A la caricatura se la considera como un elemento o manera que permite reflejar una postura política, económica y social, a su vez ha ido evolucionado gráficamente y se la ha catalogado como una herramienta para crítica frente a políticos y a las políticas que manifiesta un gobierno.

#### **1.12.10. La caricatura periodística**

Desarrollar los elementos que componen la caricatura como género de opinión conlleva un sentido didáctico con el objetivo de que tome su lugar dentro del estudio de los géneros periodísticos particularmente en la opinión, similar a un artículo o columna. Por otro lado, la profesión de cartonista dentro del periodismo requiere de una formación interdisciplinaria, no basta con ser periodista, ni tampoco con dibujar, o tener sentido del humor. Se requiere una formación que integre diversos valores, saberes, habilidades y ética profesional. (Portillo Ruiz, 2002)

#### **La caricatura periodística la construyen de la siguiente manera:**

- La crítica: análisis político, económico, artístico o de otra índole según la especialidad.
- El dibujo: medio de comunicación.
- El humor: lo humano, chispa de afectividad que potencia el análisis político.
- La concreción semántica: pragmática lingüístico-semántica.

(Portillo Ruiz, 2002) En la otra clasificación que proponen tampoco existe la caricatura. Por su parte, Martín Vivaldi habla de “lenguaje funcional y humor” y hasta pone una caricatura de Madrigal, sin embargo, en realidad no habla nada de la caricatura ni del humor. Es urgente ubicar la caricatura como género periodístico de opinión fundamentalmente, pero no únicamente, porque también hay otros géneros y especialidades del dibujo periodístico: humor blanco, ilustración, y viñeta en cuanto a su contenido y tira e historieta en cuanto a su forma.

#### **1.12.11. La caricatura política**

La caricatura política condensa en sus discursos visuales y verbales una serie de asuntos que dan cuenta de la vida cotidiana de un país, enfoca la crisis económica, desempleo, narcotráfico, corrupción, aranceles, estado fallido, ejecuciones, violencia, secuestros. Por lo cual los textos humorísticos se caracterizan por su alto grado de complejidad en virtud de ser pluricodificados, polifónicos y polisémicos ya que por ellos pasan muchas voces y sentidos, constituyéndolos en intertextos o red de textos (Guevara, 2012).

Según, Agelvis 2010, la caricatura política es un tipo de texto que busca la intensificación de los procesos significativos de enfrentamiento y descalificación de la política oficial, lo cual es lo propio del discurso político, del discurso polémico. La caricatura es catarsis que no se solaza en la risa y en la mofa, la catarsis es la del acto de justicia, de una invitación a sentir la falta de lo sublime, citado por (Guevara, 2012).

A juicio de, Melgar 2011 la caricatura política tiene también un carácter editorial por los temas que aborda y por el espacio en donde se coloca, generalmente se encuentran en las páginas centrales destinadas a la opinión y a las editoriales. Al respecto Carlos Abreu considera que no es ajustado afirmar que la caricatura es un sustituto del editorial. Si bien algunas cumplen una función análoga a la de éste especialmente aquellas que se publican en las páginas editoriales, muchas otras tienen propósitos diferentes. Por último, Ricardo Melgar define la caricatura como “modo lúdico de metaforización visual, la cual puede tener alcances incisivamente críticos, incluyendo el campo político, citado en (Guevara, 2012).

Según (COHEN, 1963) La caricatura política históricamente ha sido considerada como un instrumento crítico frente a las instituciones y relaciones de poder que se establecen en la sociedad como son las económicas, políticas, religiosas, educativas y culturales. En su mayoría, las caricaturas políticas evidencian o tratan de representar a personajes de la vida pública, en su mayoría las caricaturas personifican a políticos y hechos que trascienden en un momento dado. Con respecto a su contenido, la caricatura política refuerza una opinión y un discurso que los medios de comunicación utilizan, esto por cuanto “la prensa no será exitosa en decirle a la gente cómo tiene que pensar, pero sí sobre qué tiene que pensar”, lo que para Habermas sería un moldeador de conducta y de opinión.

A través de la caricatura se puede anunciar, denunciar, recordar acontecimientos específicos o de interés común, pero en cada una de las caricaturas que muestran medios de comunicación sean impresas o digitales se deben tener en cuenta que; todas las caricaturas relacionadas a la política tienen una postura ideológica con un objetivo específico, pero también es importante conocer que la caricatura permite elaborar distintas maneras de comunicación, y a su vez explicar temas que resultan complicados de conocer en la cotidianidad y muchas de las veces ocasionan malestar al poder.

(Coloma, 2017) cita al caricaturista del diario El Universo, Xavier Bonilla más conocido como “Bonil”, el menciona que “la caricatura política se ha convertido en un instrumento crítico y de resistencia que toma en cuenta la trascendencia de los acontecimientos que se quiere representar y construye su discurso social. Esta herramienta política y comunicacional por su diversidad no se la puede delimitar, clasificar o conceptualizar, resulta difícil resumirla o explicarla en pocas líneas y más cuando “son una estupenda labor de creación artística, y se han convertido, en nuestros días, en termómetro mediador de la opinión pública en determinadas circunstancias, y es por esto que se pueden comparar con un buen editorial periodístico”.

Para el filósofo alemán, Arthur Schopenhauer, el humor es considerado como una contemplación de las incongruencias de la vida, convirtiendo lo risible en dos clases: el ingenio y el desatino. En palabras de Friedrich Nietzsche, el humor sirve

para criticar y demoler. A la risa según este filósofo se la debe ver como un instrumento crítico que muchas veces posee una voluntad, (Coloma, 2017).

Analizando estos conceptos emitidos por dos grandes personajes se puede decir que la caricatura política y el humor son un instrumento que en algunos casos ocasionan chiste o risas, pero también llaman a la reflexión; a su vez con la caricatura política se intenta aclarar que no se trata de una demostración artística, sino que estas caricaturas intentan plasmar discursos verbales y visuales que refleja la realidad y los problemas sociales que atraviesa la sociedad, como crisis económica, discriminación, violencias de diferentes tipos, corrupción, salud, desempleo y sin número de situaciones en la que vivimos y que no informan de una manera clara, es por ello que a diario estos famosos caricaturistas intentan reflejar la realidad con estas caricaturas.

“la caricatura es un género iconográfico de opinión, a través del cual el autor presenta la interpretación de algo gracias al auxilio de recursos psicológicos, retóricos y/o plásticos, potenciados muchas veces por un texto breve. Además, tiene un propósito crítico y a veces editorial” (ABREU, 2003).

(Coloma, 2017) La caricatura política representa situaciones y hechos reales, ésta posee sus propios rasgos, arte y lenguaje que le permite ser crítica y única en cada una de sus expresiones. La exageración que se presenta en los dibujos de las caricaturas políticas, así como los rasgos más peculiares de sus actores, no representan nada sin su contexto, discurso o mensaje. En ella se puede evidenciar la disputa política y de poderes dentro de un Estado. En la actualidad la caricatura política ha logrado traspasar sus límites con el aporte de la televisión, el cine y la internet.

En la actualidad se debe conocer que la caricatura ya se ha fusionado con la tecnología debido a la influencia e importancia que tienen en los procesos comunicacionales, educativos, culturales y políticos de un país los cuales resultan ser notablemente visibles.

(Proaño, 1989) Las caricaturas políticas que se presentan en los medios de comunicación impresos, revistas u otras formas impresas, son una representación irónica de la “realidad” que genera una opinión pública. Dentro del periodismo

crítico la caricatura política es considerada como un género de opinión en la que el caricaturista desarrolla una interpretación, un análisis y una valorización de un acontecimiento coyuntural importante. Esta noticia dependerá mucho del medio en que se lo publique ya que “la comunicación se convierte en un elemento de manipulación que utiliza la política para orientar cada una de sus metas a cumplir en su planificación para alcanzar su objetivo final que es la concentración del poder”

“Por eso el dibujante debe estar sujeto y trabajar en función del espacio, ideas y rasgos característicos de su producto que debe adaptarse a este proceso y así lograr que las ideas del medio y el artista conjuguen a favor del entendimiento general del público” (ASDRÚBAL, 1990).

Es muy importante enfatizar en la propuesta que presenta Asdrúbal porque al analizarla permite entender el papel que cumple la caricatura política y la función que desarrolla en la sociedad, y se puede notar que es la de emitir una opinión ante lo ilustrado o reflejado, porque como se mencionó anteriormente, la caricatura política es una herramienta aplicada en el ámbito social, político, económico y cultural, y esta permite que la sociedad saque sus propias conclusiones.

El caricaturista quien es el encargado de dar sentido a una viñeta, a pesar de que su contenido se encuentre mediado por la agenda de Gobierno, se ha convertido en una complementariedad a las expresiones escritas de los medios de comunicación impresos, en ellas se encuentra un alto sentido político-ideológico. Para Xavier Bonilla, caricaturista ecuatoriano, el contenido es lo más importante en una caricatura política, en la que a pesar de que en muchas ocasiones se han visto opacadas o mal interpretadas sus ideas debido a la relación laboral que mantiene con el medio de comunicación privado, no deja de lado el ser crítico e ideológico, sin sentir presión por el medio de comunicación. (Coloma, 2017).

(ABREU C. , 2001) Entre la gama de los recursos que refuerzan el discurso y contenido de la caricatura política están: a) recursos psicológicos: humor, ironía, sátira, comicidad, chiste, burla, mordacidad, sarcasmo; b) retóricos: hipérbole, metáfora, metonimia, autonomía, polisemia, símil o comparación, paradoja, redundancia, personificación o prosopopeya, animalización, cosificación, alusión y

juegos de palabras; c) literarios de tipo gramatical: elipsis, anáfora, epifora, poliptoton, hipérbaton, paralelismo; d) lingüísticos: adjetivos calificativos, jergas y diminutivos; y e) plásticos: fisonomías, facciones, posturas, expresiones.

El humor literario y gráfico se fusionan a la caricatura política, complementándose logrando así dar un mensaje profundo y consiguen una magnífica expresividad. El objetivo es que al mostrar la caricatura tenga un impacto inmediato en el lector. Por eso la caricatura política es un instrumento de análisis en la sociedad por “su carácter gráfico que capta poderosamente la atención mundialmente y tiende a superar, en muchos casos, el campo de los papeles impresos” (BRICEÑO, 2005).

La caricatura sin duda parte de una imagen que muchas de las veces escapan de la realidad, es así que esas mismas imágenes se transforman en palabras que se adhieren a los hechos humorísticos con mucha naturalidad. Por ello muchas veces que “en la antigüedad los pictogramas, dibujos convencionalizados que representa un objeto simplificado, utilizaban letras símbolos alfabéticos o letras para aclarar mejor la idea de una imagen” (Steimberg, 1977: 24) citado en (PÉREZ ENCALADA, 2012).

(HERNÁNDEZ, 2011) “Yo veo al humorismo, y en especial al humor gráfico como un ejercicio de inteligencia, en el cual se descubre dónde están las ausencias de la sociedad y las transmite a través de la imagen. Porque en última instancia el humor gráfico es transmitir en una imagen o la ausencia de un hecho. Pueden estar sucediendo muchísimas cosas con relación a una situación específica y la función del humorista es lograr hallar la ausencia de eso, y devolverle ese hecho a su interlocutor en una imagen. Creo que no todos los espacios de prensa te permiten comunicarte de esa manera, ni permiten expresarte del mismo modo. No es lo mismo publicar un dibujo en una revista en primera página, que publicar un dibujo en un periódico que te da un espacio pequeño” citado en (PÉREZ ENCALADA, 2012).

(ASDRÚBAL, 1990) menciona que la caricatura “Es un proceso largo, la única diferencia que tienen con los editorialistas de los diarios, es que ellos buscan los materiales para ampliar su información, entonces necesitan muchas palabras, muchas frases, muchas cosas graciosas; en cambio los caricaturistas van eliminando

letras, hasta llegar a una sola palabra, a una sola frase, o quizá no poner nada y utilizar el dibujo como una forma de expresión. Los humoristas gráficos necesitan una simbología”. Es decir que antes del resultado final existe una preparación diaria por parte del caricaturista, esta preparación le permite ir más allá del ingenio para plasmar un hecho y convertirlo en un mensaje preciso, para esto el caricaturista debe buscar el tema que más impacto este generando en la sociedad, y finalmente lo ilustra aspirando llegar a las masas.

Teniendo en cuenta que el hecho de estar detrás de una información, y mucho más de una opinión emitida por un medio de comunicación conlleva mucha responsabilidad, hay quienes consideran que la visión de la prensa refleja la realidad de un pueblo, así lo corrobora Javier Bonilla (Bonil), caricaturista ecuatoriano, quien manifiesta que: “Los medios tienen la posibilidad de permanecer más en el tiempo. Actualmente en Ecuador no solo los caricaturistas sino el periodismo está en peligro de perder sus derechos, por ello lo importante de encuentros y simposios que generen ‘Libertad de Expresión’. Esta es la principal razón por la cual se debe generar una la crítica sana y distante del poder a la vez”, citado en (PÉREZ ENCALADA, 2012).

### **1.13 HIPÓTESIS**

Esta investigación permitirá conocer el mensaje de la caricatura política en las elecciones para alcalde de Cuenca y prefecto del Azuay en los diarios El Tiempo y El Mercurio.

### **1.14 MÉTODOS A UTILIZARSE EN LA INVESTIGACIÓN**

Para cumplir con el presente artículo se utilizará el método de investigación análisis de contenido y se estableció las siguientes acciones para entender la problemática estudiada.

#### **Técnicas:**

1. La búsqueda, lectura, análisis y comprensión de las fuentes bibliográficas que se utilicen y se relacionen a la caricatura política y elecciones, estas fuentes pueden ser de bibliotecas físicas, digitales y lugares que permitan obtener la información, el material que se

obtenga será de autores que representen credibilidad y que tengan un margen científico.

2. Validación de la información con expertos, realizar entrevistas también es un complemento de esta investigación, es por eso que se las realizara a personas que tengan conocimiento de la caricatura política y elecciones específicamente.

### **1.15 POBLACIÓN Y MUESTRA**

La población de mi investigación son los dos diarios de Cuenca que son, El Mercurio, fundado el 22 de octubre de 1924, por el Doctor Nicanor Merchán Bermeo 1935 – 1956 su primer director. El Ingeniero Miguel Merchán Ochoa 1956 – 1974. La dirección del matutino, desde 1974 está a cargo del Dr. Nicanor Merchán Luco. Desde 1984, diario El Mercurio empezó a publicarse a full color, durante la década de los ochentas y los noventa innovó su tecnología es infraestructura.

El Tiempo un periódico fundado un 12 de abril de 1955 por Humberto Toral León, que administró la empresa hasta muerte, coincidiendo con la de la fundación de la capital azuaya (El Telégrafo, 2018). Este medio de comunicación inició una actividad de permanente progreso, actualización informativa e innovación tecnológica; la primera publicación fue bisemanario. Un año después, se convirtió en inter-diario, se publicaba varios días a la semana y en diario vespertino hasta enero de 2005, cuando empezó a editarse en medio matutino, renovó el diseño, mejoró la impresión de textos y gráficas e incluyeron suplementos.

Dentro de estos diarios las muestras serán las caricaturas de los dos medios impresos y el análisis de la caricatura lo realizare durante dos meses.

### 1.16 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	Septiembre 2019	Octubre 2019	Noviembre 2019	Diciembre 2019	Enero 2019	Febrero 2019
Revisión y selección de la información bibliográfica de las Teorías y conceptos de periodismo de opinión .	X					
Elaboración del marco teórico	X					
Elaboración de los instrumentos para la recolección de la información (guía de entrevistas, guía de observación)	X					
Validación y la aplicación.		X				
Procesamiento y análisis de la información			X			
Elaboración del informe final.				X	X	
Presentación del informe final.				X	X	
Defensa de la investigación.						X

## 1.17 Bibliografía

- Arande, T., & Antonio, J. (2013). El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva. Un ejemplo de aplicación práctica utilizado para conocer las investigaciones realizadas sobre la imagen de marca de España y el efecto país de orig. *Provincia*, 29.
- Arpi, J. E. (2010). *Guía práctica para el reportero de radio: la noticia, la entrevista y la crónica (tesis)*. Universidad de cuenca .
- Bernadette, C. (2015). Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político. *Revista mexicana de opinión pública*. Obtenido de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/view/50203>
- Bruno , L., & Woolgar , S. (1995). *La vida en el laboratorio. La construcción de los hechos científicos*. . Madrid: Alianza.
- Cazau, P. (2006). *Introducción a la investigación en ciencias sociales*. Buenos Aires.
- Che, M. (2003). *Características y funciones de la caricatura en la revista CHICOS de Prensa Libre*.
- Fernando, L. N. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación*.
- Fishman, M. (1983). *La fabricación de la noticia*. Buenos Aires: Ediciones Tres Tiempo.
- Guevara, G. S. (2012). La caricatura política: sus funcionamientos retóricos. *Razón y palabra*.
- GUTIÉRREZ, A. G. (2014). Géneros periodísticos de opinión: análisis y recuperación de información factual en sistemas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11441/47141>
- Gutiérrez, B., Rodríguez, M., & Camino Gallego, M. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporanea española. *Signo y Pensamiento*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86020052017>
- Hersey, P., Blanchard, K., & Johnson, D. (1998). *Admisnistracion Del comportamiento organizacional*. México: Prentice-Hall.
- Jurado, M. (2010). Géneros periodísticos y estilo temático de los periódicos mexicanos Reforma, El Universal y La Jornada. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31615577004>

- Leon, T., & Gómez, B. (1999). *El periodismo de opinion y los valores democráticos*. Málaga.
- McQuail, D. (1983). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Méndez, A., & Astudillo, M. (2008). *La Investigacion en la era de la informacion. Guía para realizar la bibliografía y fichas de trabajo* (Vol. 1). Mexico: Trillas.
- Mercurio, D. E. (2018). *El Mercurio*. Obtenido de Quienes Somos: <https://ww2.elmercurio.com.ec/quienes-somos/>
- Miller, G. (1974). *Lenguaje y Comunicacion*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Pita, F., & Pértegas, D. (2002). *Investigación cuantitativa y cualitativa* . España.
- Portillo Ruiz, F. J. (2002). *La caricatura periodistica*. Tesis de Maestria, Mexico Distrito Federal.
- Ruiz, & Portillo, F. (2002). *La Caricatura Periodística*. México D.F.
- Santillán, R. (2006). *El lenguaje en el periodismo de opinion*. Quito-Ecuador: Quípus- CIESPAL.
- Schenkel, P. (1990). En d. l. Fundación Friedrich Ebert, *Caricatura* (pág. 121). Quito: Editorial QUIPUS.
- Serrano, P. (2011). *El periodismo es noticia* .
- Taylor, & Bodgan. ( 2000). *Introducción a los métodos cualitativos*. Paidós.
- Telegrafo, D. E. (2017). *El Telegrafo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/diario-el-tiempo-cumple-62-anos>
- Vilain, M. A. (2012). Los Medios Masivos de Comunicación y su papel en la construcción y deconstrucción de identidades: apuntes críticos para una reflexión inconclusa. *Reflexiones*.

Cuenca, septiembre de 2019

\_\_\_\_\_  
**Lilandia Judith Rojas Merino**  
Investigadora

\_\_\_\_\_  
**Lcdo. Jorge Bonilla Macas. Mgst.**  
Tutor

\_\_\_\_\_  
**Lcdo. Diego Illescas Reinoso. Mgst.**  
Responsable de titulación de la  
Carrera de Ciencias de la  
Información y Comunicación Social

**Fecha:**

Aprobado en sesión del H. Consejo Directivo de fecha: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
**Asesor Jurídico**

**Unidad Académica de Ciencias Sociales**

<b>SEGUIMIENTO DE ASISTENCIA DE TUTORIAS</b>		
<b>Tutor:</b> Lcdo. Jorge Bonilla Macas.Mgst.		
<b>Estudiante:</b> Lilandia Judith Rojas Merino		
<b>FECHA</b>	<b>OBSERVACIONES</b>	<b>FIRMA</b>
<b>17/04/2019</b>	Planteamiento de ideas para el diseño de Tesis.  Si inicio con el título de Análisis del mensaje de la caricatura política en las elecciones para alcalde de Cuenca y prefecto del Azuay en los diarios: El Tiempo y El Mercurio	
<b>26/04/2019</b>	Primera revisión del desarrollo del diseño de tesis.	
<b>13/05/2019</b>	Revisión del marco contextual, formulación del problema, campo de acción, línea de investigación, objetivos generales y específicos y tipo de investigación.	
<b>24/05/2019</b>	Revisión de libros para elaboración de marco teórico.	
<b>03/06/2019</b>	Revisión de avances del marco teórico.	
<b>12/06/2019</b>	Correcciones del marco teórico.	
<b>21/06/2019</b>	Revisión final del marco teórico.	
<b>05/07/2019</b>	Formulación de métodos a utilizarse en la investigación.	
<b>10/07/2019</b>	Desarrollo de la población y muestra de la investigación.	
<b>24/07/2019</b>	Revisión final y aprobación del diseño de tesis.	

## Oficio al diario El Mercurio



Cuenca, 14 de noviembre de 2019.

Señora. Licenciada

Marina Merchán Luco  
GERENTE GENERAL DE DIARIO EL MERCURIO

Su despacho.

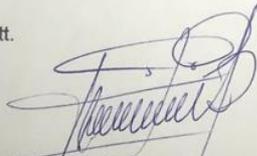
De mi consideración:

Con un atento saludo y deseándole éxitos en sus delicadas funciones, solicito a Usted se digne autorizar al Departamento Respectivo, que facilite el acceso al Archivo de Diario El Mercurio, a la Señorita Estudiante de la Carrera de Ciencias de la Información y Comunicación Social, de la Universidad Católica de Cuenca, Lilandia Judith Rojas Merino C.I 0750596298 que está desarrollando investigación de graduación sobre el tema: "ANÁLISIS DEL MENSAJE DE LA CARICATURA POLÍTICA EN LAS ELECCIONES PARA ALCALDE DE CUENCA Y PREFECTO DEL AZUAY: CASO DE ESTUDIO DIARIOS EI TIEMPO Y EI MERCURIO".

Los datos e información que requiere la Señorita Estudiante, para el desarrollo de la investigación constan en el archivo físico del periódico publicados en: enero, febrero y marzo de 2019.

Por la acogida que se digne dar a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Att.



Lcdo. Diego Illescas Reinoso. Mgst.  
Director de la Carrera de Periodismo-CICS.  
Universidad Católica de Cuenca.

EL MERCURIO CIA. LTDA.

Fecha de Recepción: 14/11/2019

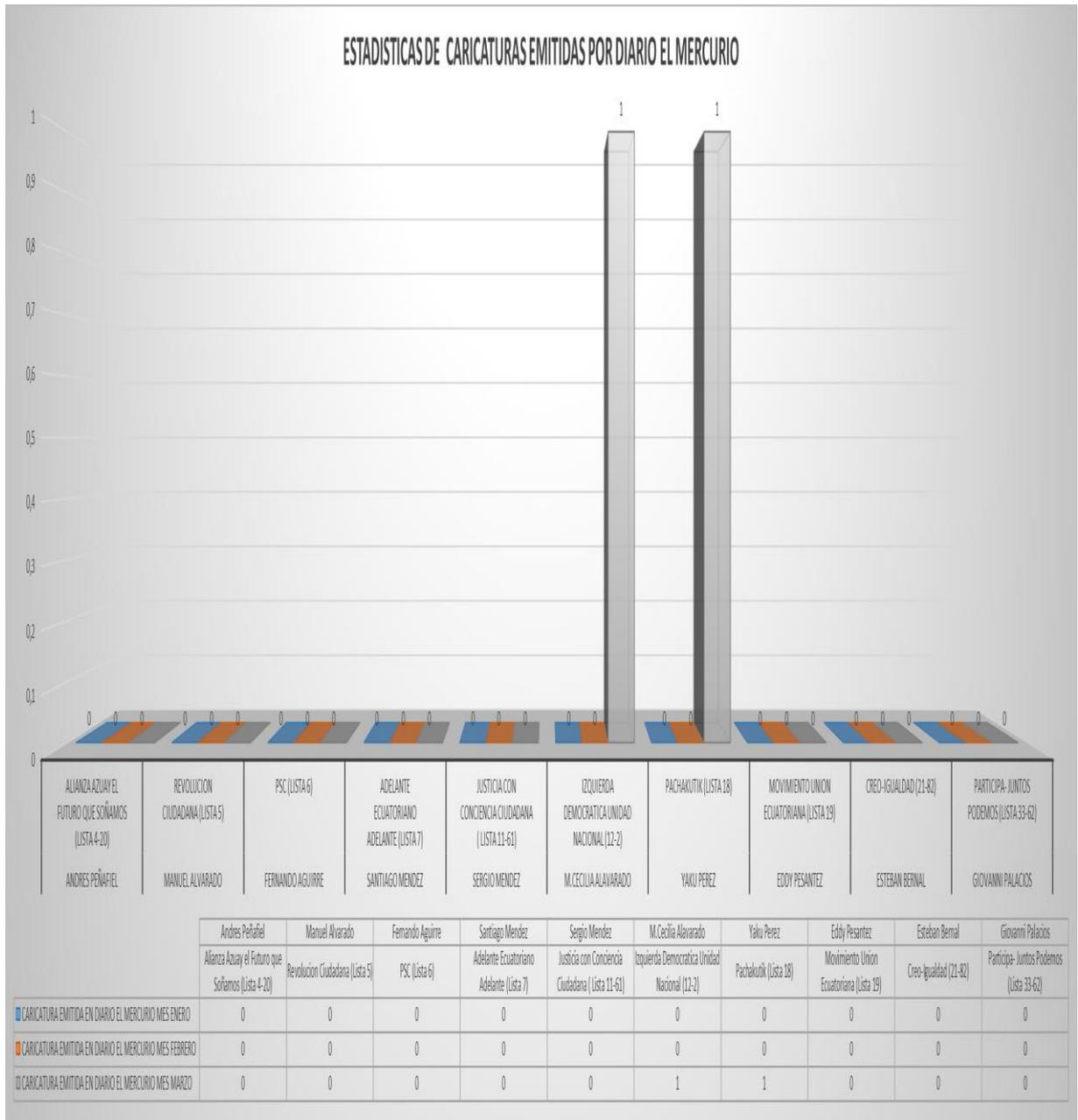
Hora: 16:30

Nombre y Firma: Cecilia Maldonado





## Estadísticas de caricaturas para Prefecto del Azuay emitida por el diario El Mercurio





Caricatura emitida por el diario El Mercurio mes de febrero



Caricatura emitida por el diario El Mercurio mes de marzo



Caricaturas emitidas por el diario El Tiempo mes de febrero





Caricatura emitida por el diario El Tiempo mes de marzo

