



Mayo 2019 - ISSN: 2254-7630

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

**Autores: Viviana Castillo Astudillo**

vivimadelaine.castillo@gmail.com

**Maria Paula Rada Alvarez.**

paulalvarez19@hotmail.com

**Tutor de tesis: Msc. Diana Isabel Almeida Aguilera**

dalmeidaa@ulvr.edu.ec

**Filiación:** Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Viviana Castillo Astudillo, Maria Paula Rada Álvarez y Diana Isabel Almeida Aguilera (2019): "El uso de las caricaturas en la prensa nacional, como estrategia comunicacional", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (mayo 2019). En línea

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/05/caricaturas-prensa-nacional.html>

### RESUMEN

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

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

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

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

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

**Palabras Claves:** Caricatura, opinión pública, medios de comunicación, conducta.

## **Introducción**

El presente trabajo de investigación expone la importancia de las caricaturas que se publican en los diarios impresos del país, haciendo énfasis en nuestro medio de comunicación de análisis que es el Diario El Telégrafo de la ciudad de Guayaquil.

## ***Inicios de la Caricatura***

La caricatura nació en Bolonia a finales del siglo XVI en la escuela de Arte fundada por una familia de pintores, los Carracci. Donde sus estudiantes realizaban retratos de sus visitantes, animales y objetos inanimados.

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

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

## ***La Caricatura Periodística***

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

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

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

Actualmente las caricaturas presentadas en los medios siguen siendo de la misma problemática social que se mencionaba en los años 1950. Sin embargo ¿Cómo influyó esto en la opinión ciudadana? Esta es

una de las interrogantes y problemática a investigar, de qué manera estas representaciones burlescas acerca de temas políticos plasman una idea en la mente de los ciudadanos, que opinión recrean al ver estas imágenes.

***¿Qué espera el medio de comunicación de los ciudadanos cuando estos observen esta publicación de caricatura diaria?***

Muy aparte de entretener y recrear de una forma más agradable y jocosa un suceso de nuestra sociedad es tal vez construir un concepto de lo ocurrido a favor de lo que piensa el periódico.

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

***La Opinión Pública y los medios de comunicación***

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

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

No hay que descartar que la mayor o menor posibilidad de influencias de los medios depende también de los momentos más o menos críticos de la sociedad. Parece que en los tiempos de crisis los medios tienden a ser más influyentes, por ejemplo en la caída del comunismo en Europa, la guerra del Golfo y de Irak y actualmente la crisis financiera a nivel mundial. También se ha demostrado que los medios tienen más influencia cuando se trata de noticias que no se conocen ni se pueden conocer directamente, sino únicamente por la información que dan los medios. El poder o los efectos potenciales de los medios pueden variar en función de las circunstancias históricas y sociales. Lo cual no significa que el problema

pierda interés. Todo lo contrario. Es difícil, por no decir imposible, infravalorar la importancia y el papel dominante que ha tenido y sigue teniendo el problema de los efectos, a pesar de que haya tenido en los diferentes períodos significativos cambios de matices y de planteamientos y de respuestas, más o menos conductistas o funcionales.

### ***Diario el Telégrafo***

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

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

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

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

### ***Análisis de algunas caricaturas del Diario El Telégrafo***



***Figura 1. Juntos pero no revueltos. Bena.***

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

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

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



**Figura 2.** Es tu culpa. Bena.

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

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

## ***Materiales y Métodos***

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

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

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

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

También se determina que la investigación es de métodos mixtos porque representa un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que implica la recolección y análisis de datos y cualidades que denotan el modo de ser de un objeto o un individuo y además las propiedades y características específicas de algo, así como su valor distintivo.

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

### **Definición de población y muestra**

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

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



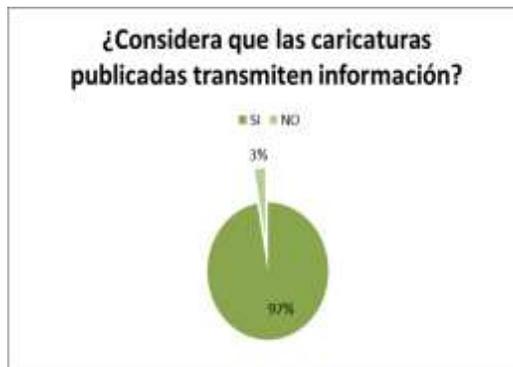
**Figura 3** Referencia y delimitación de la ciudadela la Garzota 1

### **Procesamiento de datos**

#### **Pregunta 1**

| <b>¿Considera que las caricaturas publicadas transmiten información?</b> |           |
|--|-----------|
| SI   | 69        |
| NO   | 2         |
| <b>Total</b>   | <b>71</b> |

**Tabla 1** ¿Considera que las caricaturas publicadas transmiten información?  
Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada.



**Gráfico 1** ¿Considera que las caricaturas publicadas transmiten información?  
Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada

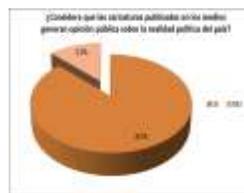
**Análisis:**

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

**Pregunta 2**

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

**Tabla 2** ¿Considera que las caricaturas publicadas en los medios generan opinión pública sobre la realidad política del país?  
Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada.



**Gráfico 2** ¿Considera que las caricaturas publicadas en los medios generan opinión pública sobre la realidad política del país?  
Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada

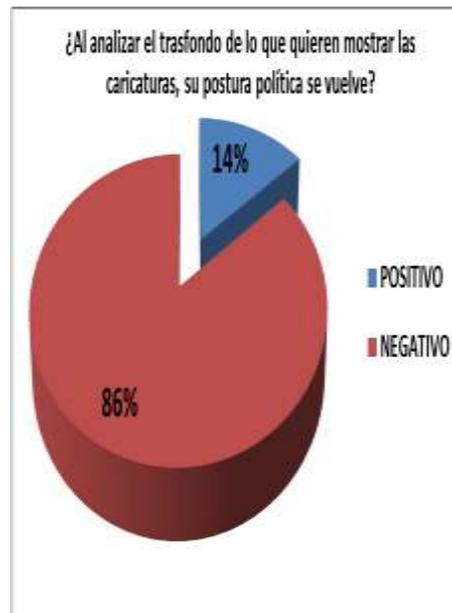
**Análisis:**

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

### Pregunta 3

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

**Tabla 3** ¿Al analizar el trasfondo de lo que quieren mostrar las caricaturas, su postura política se vuelve?  
Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada.



**Gráfico 3** ¿Al analizar el trasfondo de lo que quieren mostrar las caricaturas, su postura política se vuelve?

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula

#### Análisis:

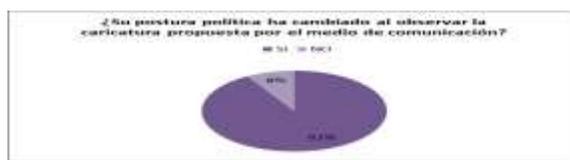
Al detenerse a observar los dibujos publicados del acontecer político en el país, las encuestas permiten determinar que en el 86% de las personas su postura política se vuelve negativa, mientras que en el 14% es positiva.

### Pregunta 4

| ¿Su postura política ha cambiado al observar la caricatura propuesta por el medio de comunicación? |           |
|--|-----------|
| SI   | 65        |
| NO   | 6         |
| <b>Total</b>   | <b>71</b> |

**Tabla 4** ¿Su postura política ha cambiado al observar la caricatura propuesta por el medio de comunicación?

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada.



**Gráfico 4** ¿Su postura política ha cambiado al observar la caricatura propuesta por el medio de comunicación?

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada

**Análisis:**

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

**Pregunta 5**

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

**Tabla 5** Con qué frecuencia cambia o ha cambiado su postura política  
Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada



**Gráfico 5** Con qué frecuencia cambia o ha cambiado su postura política  
Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada

**Análisis:**

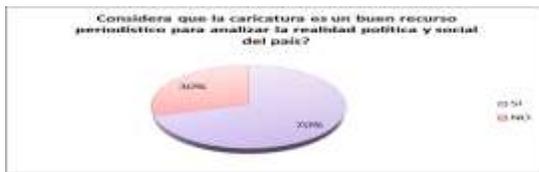
Del total de las personas que afirmaron que su posición política había cambiado al observar la caricatura, se les consultó con cuánta frecuencia esto sucedía, dando como resultado que un 75% ha modificado su forma de pensar a veces; un 17% siempre porque se dan cuenta de la realidad del acontecer del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

### Pregunta 6

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

**Tabla 6** Considera que la caricatura es un buen recurso periodístico para analizar la realidad política y social del país?

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada



**Gráfico 6** Considera que la caricatura es un buen recurso periodístico para analizar la realidad política y social del país?

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada

### Análisis:

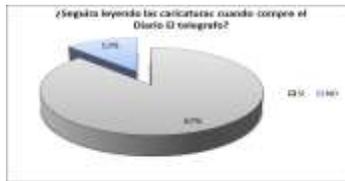
Del 100% de los encuestados un 70% indicó que si considera que la caricatura es un buen recurso periodístico para analizar un tema político, así mismo un 30% considera que no, y que no se puede guiar de una caricatura para entender un tema social.

### Pregunta 7

| <b>¿Seguirá leyendo las caricaturas cuando compre el Diario El telégrafo?</b> |           |
|---|-----------|
| SI  | 62        |
| NO  | 9         |
| <b>Total</b>  | <b>71</b> |

**Tabla 7.** ¿Seguirá leyendo las caricaturas cuando compre el Diario El telégrafo?

Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada.



**Gráfico 1** ¿Seguirá leyendo las caricaturas cuando compre el Diario El telégrafo?  
Elaborado por Viviana Castillo A, María Paula Rada

### **Análisis:**

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

### **Conclusiones**

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

Luego de realizar un exhaustivo análisis bibliográfico sobre la construcción de la opinión política a partir de la publicación de caricaturas en los medios de comunicación, se sistematizaron los referentes teóricos que sustentan el presente tema de investigación. Además se pudo determinar que a lo largo de la historia se buscó una forma de tener un espacio en diarios independientes donde los ciudadanos expresaran su opinión y cuestionamientos, de ahí que dado que las caricaturas generan opiniones diferentes en los individuos la ley ampara estas publicaciones siempre que tengan características investigativas de situaciones públicas.

La caricatura como factor de interés periodístico es adecuada para forjar una decisión política sea positiva o negativa en la ciudadanía ya que el medio de comunicación a través de este recurso comunicacional logra influir como agente de socialización que impulsa a la toma de decisiones del ser humano basado en el desarrollo de una noticia, así lo demuestran los resultados de las encuestas aplicadas al público objetivo de esta investigación y sobre todo dicho planteamiento fue corroborado por el sociólogo Sandro Vanegas.

El presente trabajo de investigación permitió concluir que las caricaturas publicadas en diario el Telégrafo sí influyen en la opinión política de los ciudadanos de entre 45 a 65 años, de la ciudadela Garzota 1 de la ciudad de Guayaquil. De hecho el 92% de los encuestados reconoció que su postura política ha cambiado luego de observar la propuesta cómica del medio.

Se confirmó además que la caricatura como recurso periodístico utilizado por los medios de comunicación logra influir en la construcción de la opinión política. Vanegas considera que esta genera crítica y reflexión, pues enfrenta o confronta una situación que se está viviendo actualmente. Por lo general las caricaturas de ámbito político son las más influyentes en la sociedad; sin embargo según el experto, no es preocupante ya que la sociedad ecuatoriana está bien preparada para interpretar ese tipo de situaciones por su criterio formado.

### **Referencias**

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M.P. (2010) Metodología de la Investigación (5ª Ed.). México: McGraw Hill Educación.

Pagano, R. R. (2000). Estadística para las ciencias del comportamiento. Madrid: International Thompson.

Sánchez Carrión, J.J. (1995). Manual de análisis de datos. Madrid: Alianza.

Fuente: Página Web Google Maps.

Azorín, Clásicos y modernos, Renacimiento, Madrid, 1913, p.51.

Baudelaire, Charles, Pequeños poemas en prosa. Crítica de arte, Espasa Calpe, col. Austral, Madrid, 1968, p. 83.

Gombrich, Ernst, Meditaciones sobre un caballo de juguete, Seis Barral, Barcelona, 1968, p.177.

Descripción hecha por el egiptólogo Dr. Lepsius y recogida en Picón, Jacinto Octavio, Historia de la caricatura, Madrid, Universal, 1928. p.37

McQuail, Denis

2000 Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Barcelona, Paidós.

Noelle-Neumann, Elisabeth

2003 La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social. Barcelona, Paidós.

Price, Vincent

1994 La opinión pública. Esfera pública y comunicación. Barcelona, Paidós.

Mora, Manuel 2005 El poder de la conversación. Elementos para una teoría de la opinión pública. Buenos Aires, La Crujía Ediciones.

El Universo: Caricaturas, dibujos y fotografías. Sección Cultura 2004. Recuperado de:  
<https://www.eluniverso.com/2004/07/28/0001/262/D9C121AC42DA408181BA90358E05853F.html>

El Telégrafo: Ángel Emiliano hidalgo, La caricatura en revistas ilustradas, 2015. Recuperado de:  
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/1/la-caricatura-en-las-revistas-ilustradas>

El Universo: Informes, Trazos desde siempre irreverentes, 2015. Recuperado de:  
<https://www.eluniverso.com/noticias/2015/02/08/nota/4529436/trazos-siempre-irreverentes>

<http://retorica.librodenotas.com/Recursos-estilisticos-semanticos/humorismo-o-jocosidad>

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

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

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

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

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

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

Constitución de la República del Ecuador

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