



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS

**EI USO DE LAS CARICATURAS POLÍTICAS PUBLICADAS POR
LOS DIARIOS LA REPÚBLICA Y PERÚ 21, DURANTE LA
SEGUNDA VUELTA ELECTORAL ENTRE PEDRO PABLO
KUCZYNSKI Y KEIKO FUJIMORI, DEL 30 DE MAYO AL 05 DE
JUNIO DEL 2016.**

PRESENTADA POR EL:

Bachiller ALMANZA CONTRERAS, Christian Aron

PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LIMA - 2018 - PERÚ

DEDICATORIA

*A mi madre, porque
sacrificó sus mejores años para
poder hacerme un hombre de
bien.*

AGRADECIMIENTO

A mis maestros y profesores, de la universidad y del colegio, por sus lecciones, sus llamadas de atención y sus consejos. A todos ellos les debo mucho y sin ellos no podría haber llegado hasta aquí.

A mi alma mater, la Universidad Alas Peruanas, que superó con creces las expectativas que tenía cuando me inscribí al proceso de admisión del 2013 y que me ha dado 5 años inolvidables en todos los aspectos.

A toda mi familia, quienes a pesar de no entender cabalmente todo el proceso que me ha llevado a realizar esta modesta investigación, nunca dejaron de alentarme, desde sus posiciones personales, a seguir adelante.

A mis padres, Christian Iván y Zoraida, por los enormes esfuerzos que han hecho todos estos años para poder darnos a mis hermanos y a mi algo mejor de lo que ellos pudieron tener. Mi gratitud para ellos será eterna.

ÍNDICE

RESUMEN.....	7
ABSTRAC.....	9
INTRODUCCIÓN.....	11
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO.....	13
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	14
1.2 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
1.2.1 Delimitación Espacial.....	15
1.2.2 Delimitación Social.....	15
1.2.3 Delimitación Temporal.....	16
1.2.4 Delimitación Conceptual.....	16
1.3 PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN.....	16
1.3.1 Problema Principal.....	16
1.3.2 Problemas Secundarios.....	16
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
1.4.1 Objetivo Principal.....	17
1.4.2 Objetivos Secundarios.....	17
1.5 HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
1.5.1 Hipótesis Principal.....	17
1.5.2 Hipótesis Secundarios.....	17
1.6 VARIABLES Y MATRIZ DE OPERALIZACIÓN.....	18
1.6.1 Variable Descriptiva.....	18
1.6.2 Matriz De Operacionalización.....	18

1.7 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
1.7.1 Tipo Y Nivel De La Investigación.....	18
1.7.1.1 Tipo De Investigación.....	18
1.7.1.2 Nivel De Investigación.....	19
1.7.2 MÉTODOS Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
1.7.2.1 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	19
1.7.2.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	20
1.7.3 UNIVERSO Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
1.7.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATO	
1.7.4.1 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	21
1.7.4.2 INSTRUMENTOS.....	21
1.7.5 JUSTIFICACIÓN, IMPORTANCIA Y LIMITACIONES DE LA	
INVESTIGACIÓN.....	21
1.7.5.1 JUSTIFICACIÓN.....	21
1.7.5.2 IMPORTANCIA.....	22
1.7.5.3 LIMITACIONES.....	22
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	23
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
2.1.1 TESIS.....	24
2.1.2 LIBROS.....	36
2.2 BASES TEÓRICAS CIENTÍFICAS.....	42
2.2.1. El análisis semiótico de Barthes.....	42
2.2.2. La Caricatura.....	45
2.2.3. Elecciones Presidenciales 2016 – Segunda Vuelta.....	52
1.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS.....	65

CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	67
3.1 Validez y confiabilidad de los instrumentos.....	68
3.2 Resultados.....	69
3.3 Discusión de resultados.....	76
CONCLUSIONES.....	79
RECOMENDACIONES.....	81
FUENTES BIBLIOGRÁFICA.....	83
ANEXOS	
Matriz de Consistencia.....	88
Fichas de Observación.....	90
Validación de instrumentos.....	118
LISTA DE TABLAS	
Tabla 1. Juicio de Expertos.....	69
LISTA DE FIGURAS	
Figura 1. Mensaje Lingüístico.....	72
Figura 2. Mensaje icónico.....	75

RESUMEN

Se presenta el proyecto de tesis titulada "El uso de las caricaturas políticas publicadas por los diarios "La República" y "Perú 21", durante la segunda vuelta electoral entre Pedro Pablo Kuczynski y Keiko Fujimori, del 30 de mayo al 05 de junio del 2016", que se ha desarrollado con la finalidad de obtener el grado académico de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

La presente investigación tiene el propósito determinar el uso que se le dio a las caricaturas políticas publicadas por los diarios "La República" y "Perú 21" durante la parte final de la segunda vuelta electoral entre Pedro Pablo Kuczynski y Keiko Fujimori, del 30 de mayo al 05 de junio del 2016.

La presente investigación constará de tres capítulos, el cual se ha organizado de la siguiente manera:

El primer capítulo esta denominado como **Planteamiento Metodológico**. En esta parte se describirá la realidad problemática y las delimitaciones en las que se va desarrollar este trabajo. También, se desarrollarán el problema general y los problemas específicos, los objetivos generales y específicos, así como las respectivas hipótesis.

El segundo capítulo, denominado **Marco Teórico Conceptual**, sostiene las investigaciones anteriores que utilizaron el mismo objeto de estudio que el presente trabajo. Además, se exponen las bases teóricas científicos y las definiciones de términos claves.

En lo que se refiere al tercer capítulo, denominado **Presentación, análisis y discusión e resultado**, se muestra el análisis y discusión de los resultados, así como las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

PALABRAS CLAVES: Caricatura Política, Segunda Vuelta Electoral, denotación, connotación, Roland Barthes, Carlín Tovar, Heduardo Rodriguez, Keiko Fujimori, Pedro Pablo Kuczynski.

ABSTRACT

The thesis project entitled *The use of political cartoons published by the newspapers La República and Perú 21 , during the second round of elections between Pedro Pablo Kuczynski and Keiko Fujimori, from May 30 to June 5 - 2016*, which has been developed with the aim of obtaining the academic degree of Bachelor of Communication Sciences.

The present investigation has the purpose to determine the use that was given to the political cartoons published by the newspapers "La República" and "Perú 21" during the final part of the second electoral round between Pedro Pablo Kuczynski and Keiko Fujimori, of May to June 05, 2016.

The present investigation will consist of three chapters, which has been organized as follows:

The first chapter is called **Methodological Approach**. In this part the problematic reality and the delimitations in which this work will be developed will be described. Also, the general problem and the specific problems will be developed, the general and specific objectives, as well as the respective hypotheses.

The second chapter, called **Conceptual Theoretical Framework**, supports previous research that used the same object of study as the present work. In addition, the theoretical scientific bases and the definitions of key terms are exposed.

With regard to the third chapter, called **Presentation, analysis and discussion of results**, the analysis and discussion of the results, as well as the conclusions and recommendations of the research, are shown.

KEYWORDS: Political cartoon, second electoral vote, denotation, connotation, Roland Barthes, Carlín Tovar, Heduardo Rodriguez, Keiko Fujimori, Pedro Pablo Kuczynski.

INTRODUCCIÓN

En el año 2016 se realizaron las novenas elecciones presidenciales desde el fin de la última dictadura militar que hubo en el Perú. Los más de treinta millones de peruanos estábamos llamados a las urnas para elegir al sucesor o sucesora del presidente Ollanta Humala, quien le tocará gobernar durante el periodo constitucional 2016 – 2021.

Aquellas elecciones tenían a Keiko Sofía Fujimori como candidata favorita para alzarse con la victoria. La excongresista venía de perder las anteriores elecciones frente a Humala y estuvo recorriendo el país desde entonces para fortalecer su partido Fuerza 2011, que pasó a denominarse Fuerza Popular.

Los resultados de la primera vuelta del 2016 dieron los frutos de 5 años de trabajo. Fujimori duplicaba sus propios resultados del 2011, alcanzando casi el 40% de los votos válidos y obteniendo 73 de los 130 escaños del Congreso de la República que estaban en juego. Todas las regiones del país tuvieron al menos un representante fujimorista en el nuevo parlamento.

Según estipula la constitución de 1993, para ser elegido presidente se necesita pasar el 50% de los votos válidamente emitidos. De no ser así, se realizará una segunda votación en la que participarán los dos candidatos más votados.

Fujimori pasó holgadamente a dicho balotaje y tuvo como inesperadamente como oponente a Pedro Pablo Kuczynski (PPK), quien pasó al repechaje superando por la mínima a la candidata de la izquierda y muy lejos de la candidata fujimorista. Con la pésima campaña que PPK en la primera ronda, todo hacía indicar que el triunfo de la heredera de Alberto Fujimori era inminente.

El régimen fujimorista que imperó entre julio de 1990 y noviembre del 2000, marcó para bien y para mal a nuestro país. Luego de casi 18 años del fin de aquel gobierno, en la sociedad peruana hay una gran parte que se autodenomina anti fujimorista y que abarca desde políticos hasta ciudadanos de a pie, pasando por profesionales, científicos e intelectuales.

Tanto en el 2011 como en el 2016 y en los respectivos balotajes de aquellos años, este sector opuesto a todo lo que tenga que ver con el fujimorismo, se organizó y movilizó en diferentes frentes para impedir el regreso de lo que ellos consideran la mafia.

En esta investigación se pretende establecer si las caricaturas políticas publicadas por los diarios La República (centro izquierda) y Perú 21 (centro derecha) durante la última semana de la contienda electoral del 2016 tuvieron mensajes positivos, negativos o neutros respecto a cada candidatura.

La hipótesis planteada para esta tesis es que ambos diarios, pese a defender postulados ideológicos diferentes, emitieron mensajes negativos o de oposición a la candidatura de Keiko Fujimori, sin manifestarse públicamente a favor de Pedro Pablo Kuczynski.

Para lograr demostrar esta hipótesis, analizaremos cada uno de las viñetas publicadas entre el 30 de mayo y el 05 de junio del 2016 en los diarios antes mencionados utilizando los elementos de la retórica de la imagen de Roland Barthes.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO METODOLOGICO

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

Desde la aparición del internet y su correspondiente masificación a nivel mundial, han surgido nuevas plataformas que ocupan cada vez más el espacio que normalmente pertenecían a los medios de comunicación tradicionales como la radio, la televisión o la prensa.

En el caso de esta última, los diarios y revistas se han visto perjudicados por la aparición de portales de noticias íntegramente digitales y que cada vez tienen mayores adeptos. Es por ello por lo que, para evitar una inminente desaparición del mercado, la prensa busca actualizar y renovar el contenido que ofrecen a sus lectores con la única finalidad de detener el avance de su competencia virtual.

Ahora bien, los directores y editores de los medios escritos considerados “serios” le han venido dando mayor espacio en sus páginas editoriales a unas caricaturas que representan de manera satíricas las noticias del día. Las preferidas son las que suelen representar a nuestros principales políticos y las noticias en las que están involucrados.

Se pueden mencionar las representaciones del ex presidente Alejandro Toledo y los múltiples escándalos en los que estuvo involucrado durante su gobierno (2001 a 2006) o las de Alberto Fujimori, su corrupción, su renuncia por fax, su asilo en Japón, su detención en Chile, su extradición al Perú, su juicio y posterior sentencia.

Por todo ello, estas caricaturas poco a poco han ido ganando terreno al interior de las publicaciones hasta el punto de ser indispensables en cada edición y se han convertido en un ejercicio que permite a los lectores asociar cada vez con mayor rapidez el contenido de la caricatura con la noticia que pretende graficar, lo que le da al diario un nuevo método de influencia.

Sin duda, son en momentos como en las Elecciones Generales del 2016 donde esa influencia es explotada en su mayor expresión. En la presente investigación se pretende exponer la forma como los diarios La República, de tendencia izquierdista, y Perú 21, de centro derecha, utilizan los espacios que asignan a las caricaturas dentro de sus tabloides para caricaturizar una noticia que desean destacar y utilizarla para dar un mensaje a modo de crítica sobre la misma. Con esto último se podrá dilucidar la posición a favor, en contra o neutro respecto a los dos candidatos que pretenden alcanzar la Presidencia de la República del Perú.

Durante los próximos años, la prensa tradicional, es decir impresa, se jugará su supervivencia frente a los medios digitales. Y para ello usará a las caricaturas ya no en un pequeño espacio en la parte inferior de alguna de sus primeras páginas sino trataran de innovar dándole cada vez más espacio. La innovación estará en la publicación de diarios de puras caricaturas como nueva forma de interpretar la realidad e informar y así mantener su influencia en los lectores de nuestra sociedad.

1.2 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 DELIMITACIÓN ESPACIAL

La presente investigación analiza el uso de las caricaturas políticas publicadas en los diarios La República y Perú 21 en sus ediciones correspondientes a la ciudad de Lima Metropolitana.

1.2.2 DELIMITACIÓN SOCIAL

Esta investigación analizará si las caricaturas políticas publicadas en los diarios “La República” y “Perú 21” tienen alguna influencia en los lectores de dichos medios de comunicación, de cara a la segunda vuelta electoral del 2016.

1.2.3 DELIMITACIÓN TEMPORAL

La investigación se centra en el análisis de las caricaturas políticas publicadas en los diarios La República y Perú 21 durante la última semana de la segunda vuelta electoral de las Elecciones Presidenciales del año 2016, del 31 de mayo al 05 de junio.

1.2.4 DELIMITACIÓN CONCEPTUAL

- Nociones básicas de caricatura política y su desarrollo en el Perú.
- Resumen biográfico de los diarios y sus respectivos caricaturistas que son objeto de análisis en la presente investigación
- Reseña de la segunda vuelta electoral del 2016 y de los dos candidatos.
- Desarrollo teórico del análisis semiótico de Barthes aplicado a las caricaturas políticas.
- Explicación de las definiciones básicas de caricatura, así como sus principales características, tipos y elementos.

1.3 PROBLEMAS DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 PROBLEMA PRINCIPAL

¿Cuál es el uso que se le dio a las caricaturas políticas publicadas por los diarios "La República" y "Perú 21" durante la segunda vuelta electoral entre Pedro Pablo Kuczynski y Keiko Fujimori, del 30 de mayo al 05 de junio del 2016?

1.3.2 PROBLEMAS SECUNDARIOS

- ¿Cuál es el uso que se le dio a las caricaturas políticas publicadas en el diario "La República" durante la parte final de la segunda vuelta electoral entre Pedro Pablo Kuczynski y Keiko Fujimori del 30 de mayo al 05 de junio del 2016?
- ¿Cuál es el uso que se le dio a las caricaturas políticas publicadas en el diario "Perú 21" durante la parte final de la

segunda vuelta electoral entre Pedro Pablo Kuczynski y Keiko Fujimori del 30 de mayo al 05 de junio del 2016?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 OBJETIVO PRINCIPAL

Identificar el uso que se le dio a las caricaturas políticas publicadas por los diarios "La República" y "Perú 21" durante la parte final de la segunda vuelta electoral entre Pedro Pablo Kuczynski y Keiko Fujimori, del 30 de mayo al 05 de junio del 2016.

1.4.2 OBJETIVOS SECUNDARIOS

- Identificar el uso que se le dio a las caricaturas políticas publicadas en el diario "La República" durante la parte final de la segunda vuelta electoral entre Pedro Pablo Kuczynski y Keiko Fujimori del 30 de mayo al 05 de junio del 2016.
- Identificar el uso que se le dio a las caricaturas políticas publicadas en el diario "Perú 21" durante la parte final de la segunda vuelta electoral entre Pedro Pablo Kuczynski y y Keiko Fujimori, del 30 de mayo al 05 de junio del 2016.

1.5 HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 HIPÓTESIS PRINCIPAL

Las caricaturas políticas fueron usadas por los diarios "La República" y "Perú 21" para transmitir un mensaje negativo a sus lectores respecto a la candidata presidencial del partido Fuerza Popular, Keiko Fujimori.

1.5.2 HIPÓTESIS SECUNDARIAS

Las caricaturas políticas fueron usadas por el Diario "La República" para transmitir un mensaje negativo a sus lectores respecto a la candidata presidencial del partido Fuerza Popular, Keiko Fujimori.

Las caricaturas políticas fueron usadas por el Diario "La República" para transmitir un mensaje negativo a sus lectores respecto a la candidata presidencial del partido Fuerza Popular, Keiko Fujimori.

1.6 VARIABLES Y MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

1.6.1 VARIABLE DESCRIPTIVA

- El uso de las caricaturas políticas

1.6.2 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
El uso de las caricaturas Políticas.	Instrumentalización de las caricaturas de contenido político con un determinado fin por parte del medio que las publica.	Mensaje Lingüístico	<ul style="list-style-type: none"> - Decodificación. - Función de Anclaje. - Función de Relevo.
		Mensaje Icónico	<ul style="list-style-type: none"> - Mensaje Denotado - Mensaje Connotado

1.7 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1 TIPO Y NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación es del tipo básica y enfoque mixto porque se hará uso de datos numéricos, textuales, visuales y simbólicos para entender a mayor profundidad el objeto de estudio:

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández Sampieri, 2014, p. 534).

1.7.1.2 NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de nivel descriptivo debido a que busca especificar las propiedades y/o características del objeto de estudio:

Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas (Hernández Sampieri, 2014, p. 92).

1.7.2 MÉTODOS Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.2.1 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Se elaborará la base de datos para la variable descriptiva. Los datos que se obtengan mediante la aplicación de los instrumentos de medición serán utilizados para realizar el análisis descriptivo para lo cual utilizará usará estadística básica partiendo de la mediana, moda y cuartiles. Asimismo, se utilizará la entrevista como técnica de recogida de información en la investigación de tipo cualitativo para respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el problema propuesto

Para llevar a cabo la discusión de los resultados, éstos se harán mediante la contrastación entre los resultados de los antecedentes y los resultados obtenidos en el proceso de la investigación. Las conclusiones se formularán teniendo en cuenta la discusión de los resultados en relación a los planteamientos del problema, objetivos, marco teórico y la contratación de las hipótesis, con la finalidad de dar respuesta a las interrogantes expuestas en dicho estudio.

1.7.2.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de la presente investigación es transaccional. Para Hernández Sampieri (2014), “los diseños de investigación transaccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como “tomar una fotografía” de algo que sucede” (p. 154). Su diseño es el siguiente:

X : **O**

DÓNDE:

X : El uso de las caricaturas políticas
O : en los diarios “La república” y “Perú 21”.
(Observación).

1.7.3 UNIVERSO Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación tiene como universo que a la vez es su muestra a las caricaturas políticas publicadas en los diarios La República y Perú 21, del 30 de mayo al 05 de junio del 2016 que son un total de 13 caricaturas relacionadas con nuestro tema, creadas por Carlín y Heduardo respectivamente.

1.7.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATO

1.7.4.1 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Para la presente investigación se utilizará la técnica de la observación. Hernández Sampieri (2014) afirma que la “observación cualitativa no es mera contemplación (...); implica adentrarnos profundamente en situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones” (p. 399).

1.7.4.2 INSTRUMENTOS

Para la técnica escogida se utilizará la Ficha de Observación como instrumento. “Durante la observación en la inmersión inicial podemos o no utilizar un formato. A veces, puede ser tan simple como una hoja dividida en dos: de un lado se registran las anotaciones descriptivas de la observación y del otro las interpretativas” (Hernández Sampieri, 2014, p. 401). Ver anexo 2

1.7.5 JUSTIFICACIÓN, IMPORTANCIA Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.5.1 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se justifica en tanto el estudio de las caricaturas de tipo político que se publican a diario en los principales medios impresos del país no se encuentran debidamente estudiados en toda su magnitud e influencia por lo que es pertinente profundizar en análisis de estos gráficos que poco a poco se están convirtiendo en un nuevo género periodístico.

1.7.5.2 IMPORTANCIA

La presente Investigación es importante porque sus resultados permiten comprender cómo los medios escritos dejan en evidencia las corrientes de opinión que pretenden crear través de las caricaturas que publican y desarrollar aún más el estudio de las caricaturas políticas en el futuro inmediato.

1.7.5.3 LIMITACIONES

Las limitaciones por las que atravesó esta investigación fueron:

- El poco tiempo del que se pudo disponer para poder buscar una mayor cantidad de fuentes bibliográficas producto de la dinámica de trabajar y estudiar a la vez.
- Las trabas que algunas universidades ponían a estudiantes externos para poder tener acceso a sus investigaciones y así poder usarlas como antecedentes.

CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1 TESIS

- a) VERGEL Loo, Lucía del Pilar (2008). *Imágenes de la caricatura política en época electoral: campaña presidencial 2001*. Tesis presentada para optar el título profesional de Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Humanas.

Esta investigación analiza las caricaturas publicadas en los diarios Expreso, Gestión y La República durante la primera vuelta electoral de las elecciones del 2001 sobre los diferentes candidatos que participaron en dicha contienda. Está dividida en tres partes.

La primera se denomina “La imagen periodística” y tiene por finalidad mostrar el dinamismo del discurso de la imagen y señalar la existencia de la imagen periodística como un género legítimo que posee características propias.

La segunda parte se denomina “La Caricatura” y se hace un análisis de las diferentes propuestas que existen para poder definir la caricatura, así como sus aciertos y errores, y plantea una definición única. Asimismo, con base en estos conceptos, en especial con el aporte que hace Enrique Peláez en su obra El

concepto de caricatura como arte en el siglo XIX, se ha buscado explicar las características de la caricatura. Además, explicamos cada uno de los tipos de caricatura y hacemos una breve reseña histórica.

En el tercer capítulo se estudia El discurso de la caricatura. Este capítulo es fundamental, pues aquí se encuentran las bases teóricas más importantes para el análisis de la imagen de los candidatos a la presidencia.

El cuarto capítulo, llamado Metodología, Técnicas de Recolección y Análisis de Datos, se expone el diseño del estudio, la muestra y las unidades de análisis seleccionados, así como las técnicas metodológicas empleadas, las variables tomadas en cuenta y los procedimientos seguidos para contrastar la hipótesis del estudio. Se decidió colocar la metodología y las técnicas de recolección y análisis de datos en esta parte y no al inicio del presente trabajo para que se pueda relacionar con mayor facilidad los resultados expuestos en el quinto capítulo con los procedimientos tomados en cuenta en éste.

En el quinto, y último capítulo, encontramos el aporte de nuestro estudio, es decir, el análisis realizado a las caricaturas de Expreso, La República y Gestión. Partiendo de un estudio minucioso de los recursos propios de la caricatura, y de un necesario acercamiento al particular enfoque periodístico que hizo cada diario a las noticias abordadas por las 133 caricaturas analizadas, nos acercamos a la realidad política mostrada por los caricaturistas y a su visión de los candidatos a la presidencia.

- b) FLORIANO Hurtado, Elkin Abel (2016). *Análisis semiótico de la caricatura política de Carlos “Carlin” Tovar presentada en la campaña electoral 2016 en el periodo enero – marzo*. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Esta tesis analiza los gráficos elaborados por el caricaturista antes mencionado desde el punto de vista semiótico de Charles Peirce y Roland Barthes.

De lo aportado por Peirce, “el estudio se basó los tres elementos semióticos que propone: Representaren, objeto y signo, además de su segunda tricotomía para el análisis de los signos: icono. Índice y símbolo” (Floriano, 2016, p.9).

De lo planteado por Barthes, se consideró su “modelo de análisis semiótico binario, texto e imagen, para el proceso de significación de códigos visuales. El texto o nivel verbal presenta las funciona de anclaje y relevo, la imagen posee dos tipos de mensaje icónico: Literal y simbólico o denotado y connotado respectivamente” (Floriano, 2016, p. 18).

Floriano selecciona 77 caricaturas políticas de Carlos “Carlin” Tovar publicados en el diario La República entre los meses enero y marzo del 2016. Como criterio de exclusión, el autor considera los siguientes:

- Aquellas caricaturas que no estén comprendidas entre el periodo enero – marzo 2016.
- Caricaturas que no contengan el tema de la Campaña Electoral 2016.
- Caricaturas pertenecientes a Carlos Tovar presentadas en otros diarios o versiones web. (Floriano,2016, p. 39)

El autor concluye que el ícono, el símbolo y el índice, los tres elementos que propone Peirce, están presentes en las caricaturas políticas de Carlos “Carlín” Tovar y afirma que el elemento predominante “es el ícono, denotado por personajes, formas similares a la realidad; seguido del símbolo, denotado y connotado por textos, logos, leyes y elementos de conocimiento universal, finalmente el índice que denota las expresiones de los personajes, y está influenciado por los otros signos para llegar a su interpretación”. (Floriano, 2016, p. 53).

- c) LARENAS Jiménez, Oscar Miguel (2013). *El Diario La República y el tratamiento periodístico en la sección de humor político gráfico sobre los candidatos Ollanta Humala y Keiko Fujimori durante la segunda vuelta realizada del 11 de abril al 5 de junio del 2011*. Tesis presentada para optar el título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Alas Peruanas, Facultad de Ciencias Empresariales y Educación.

Esta investigación nos muestra un análisis de las caricaturas políticas publicadas en el diario “La República” durante la segunda vuelta electoral del año 2011 entre Ollanta Humala y Keiko Fujimori.

Se han analizado 21 viñetas en total, de las cuales 4 han estado en contra del candidato Humala y los 17 restantes en contra de la candidata Fujimori. Ninguna caricatura ha sido a favor de algún candidato.

El auto concluye lo siguiente: Las caricaturas publicadas durante el tiempo analizado (del 11 de abril al 5 de junio del 2011) son en su mayoría contrarias a la candidatura del partido Fuerza 2011, aunque tampoco denotan cierto favoritismo hacia la candidatura de Gana Perú.

Luego, las caricaturas analizadas muestran al candidato Humala como una persona serena y con un mensaje de confianza que logra conectar con el perfil de los lectores del diario La República.

Por último, el caricaturista Carlos Tovar “Carlín” representan a la candidata Fujimori como inmadura y que utiliza un mensaje maquillado para captar del electorado.

- d) INFANTE Yupanqui, Carlos Rodrigo (2008). *Poder y humor gráfico durante el periodo de crisis del régimen de Alberto Fujimori*. Tesis presentada para optar el grado académico de Doctor en Ciencias Sociales de la Universidad Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Sociales.

Esta investigación trata sobre la relación existente entre el poder político y el humor gráfico durante uno de los periodos de mayor convulsión sociopolítica: La caída del Fujimorismo.

El estudio se ordena en base al humor gráfico, dividido en tres aspectos: el primero tiene que ver con las relaciones de poder que la caricatura logro configurar a la prensa durante el periodo de crisis del fujimorismo (1996 – 2000)

El segundo, la capacidad de construcción de una autonomía discursiva en el escenario de la caricatura política. Y, el tercero, los procesos de circulación y consumo de aquel tipo de humor en los distintos sectores sociales capitalinos, así como su dinámica en la construcción de los imaginarios durante el periodo de crisis y caída del régimen de Alberto Fujimori.

Por otro lado, esta tesis se divide en tres capítulos:

- El primero explica los alcances del humor dentro de la sociología, demuestra sus aproximaciones a las redes sociales y al poder; un poder de tipo simbólico.
- El segundo capítulo, que lleva por título “la caricatura en el Perú y su contexto histórico, social y político”, concentra un análisis menos denso del proceso social y político que sirvió de escenario para el desarrollo del humor gráfico en el Perú.
- El tercer capítulo al que se ha denominado “Poder, tensión y caricatura en la época de crisis del fujimorismo: un estudio cualitativo” se ocupa de presentar, en primer lugar, toda la estrategia metodológica, especialmente el procedimiento empleado en la investigación. Seguidamente, se exponen los datos su análisis y discusión, así como los resultados de trabajo de campo.

- e) AYALA Calderón, Kristhian Oliver (2012). *Representación del imaginario de nación en la caricatura política del siglo XIX (1892 – 1896)*. Tesis presentada para optar el grado de Magíster en

Estudios Culturales de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Esta investigación se enmarca entre los años 1892 y 1896, años de la lucha por el poder entre Andrés Avelino Cáceres y Nicolás de Piérola. Lo que se pretende demostrar, en primer lugar, es cómo la caricatura política florece y se va configurando a partir del uso de los íconos de la nación estado para denunciar la corrupción y ansia por el poder, así como una hegemonía militar que se hace de él ad vomitum y que, con suerte, logra cumplir un ciclo en el sillón presidencial o acaba siendo derrocado por otro opositor.

Un segundo momento de este análisis se centra en el político como personaje objetivo del descontrolado trazo que lo deforma y lo condena, lo interviene y lo coloca al centro de la burla.

Un tercer aspecto, está ligado al lado más oscuro del combate ideológico y está estrechamente relacionado a la violencia gráfica, ideológica y social en la que el pueblo se vio inmerso en los años previos al estallido de la última Guerra Civil del siglo XIX.

- f) SERNA HINCAPIE, Robinson Antonio (2008). *El análisis pragmático de la caricatura política y la enseñanza de la lengua castellana*. Tesis presentada para optar el título profesional de Licenciado en Educación Básica con Énfasis en Humanidades Lengua Castellana por la Universidad de Antioquia, Facultad de Educación.

Este trabajo de grado tiene como objetivo presentar el proceso investigativo hecho por parte del autor, el cual se encontraba enmarcado en la práctica pedagógica profesional y en el que se utilizó el análisis pragmático de la caricatura política como estrategia didáctica de intervención en estudiantes de noveno grado de la Institución Educativa INEM José Félix de Restrepo. Así mismo, en lugar de que la propuesta partió del diagnóstico y con base en él se realizará una propuesta de intervención, aquí se hace un trabajo que

además de eso, permite hacer un seguimiento al desarrollo de la propuesta desde la descripción como lo sugiere la etnografía escolar, llegando de esta manera a un proceso analítico, reflexivo y crítico.

- g) JÁCOME GUTIÉRREZ, Diana Raquel (2013). *La caricatura como crítica social*. Tesis presentada para optar el título profesional de Licenciado en Artes Plásticas por la Universidad Central del Ecuador, Facultad de Artes.

El presente trabajo analiza la caricatura como una expresión inherente al ser humano y por lo tanto a la sociedad, pues desde que el hombre tuvo la necesidad de representarse a sí mismo para lograr consciencia de su existencia, se dibujaron obras satíricas y cómicas, para revelar su percepción, opinión o interpretación sobre el contexto social.

La hipótesis propone que: al igual que el arte, la caricatura subsiste como medio expresivo, como recurso que – con la metamorfosis, la fealdad, la risa, el tiempo, los tropos y el análisis crítico de la cultura de masas – construye la representación de una idea (intangible) en una obra artística escultórica (tangible).

La metodología discurre en base a estudios teóricos sobre la realidad histórica de la caricatura y un análisis de la incursión de la artista en la sociedad de la cultura de masas, y concluye con la ejecución de obras escultóricas (como formas creadas y materias formadas), a manera de resultado del proceso creativo artístico. Estas obras, a la vez que critican a la sociedad de masas, actúan también como un elemento catártico

Las conclusiones a las que el autor llega son las siguientes:

- La caricatura ensimisma una fuerte carga histórica que expresa el imaginario social de los pueblos, se transforma en una atemporalidad, pues subsiste para conocimiento de sus representaciones plásticas.
- La caricatura concurre en múltiples géneros y estilos, todos relativos al ser humano, por ello su valor como crítica social ha sido frecuentemente usado por varios artistas.

- En la caricatura, como en el arte, se usan recursos plásticos y literarios que aportan al discurso artístico y a la obra de arte.
- Tras un discurso que critica a la sociedad de masas, aparece la caricatura como un artificio catártico que reanima y libera el ánimo del espectador.
- La caricatura se dirige con el humor, desde la inteligencia hacia la inteligencia involucra la risa, el juego y la reflexión.
- La caricatura social, a pesar de ser un elemento crítico mordaz, deviene en un elemento catártico.
- El presente proyecto tiene como objetivo analizar a la caricatura desde su visión escultórica por lo que va a servir de apoyo a investigaciones que enfoquen a la caricatura en el escenario artístico

h) PACHÓN ROJAS, Juan Carlos (2013). *El conflicto armado interno colombiano en la caricatura política, 1990-2010*. Tesis presentada para optar al grado de Maestro en Historia de la Universidad Pedagógica Y Tecnológica de Colombia, Facultad de Educación.

Esta investigación analiza el conflicto armado interno colombiano por medio de una fuente histórica como es la caricatura política. El periodo estudiado abarca desde 1990 cuando empieza a gestarse la nueva carta política, hasta 2010, cuando termina el segundo mandato de Álvaro Uribe Vélez. Durante ese periodo hubo diversas manifestaciones de los actores armados, como la violación sistemática al DIH y las posibles salidas al mismo conflicto armado. Con la caricatura política se rescata una historia visual sobre lo acaecido en Colombia.

El estudio no persigue ni estigmatizar ni mucho menos ser tribuna para realizar un tipo de apología a un grupo en particular. En Colombia, en las dos décadas estudiadas, es explícito el cinismo y la arrogancia frente a la Ley, en especial la correspondiente al DIH, por parte de todos los grupos armados.

En la temporalidad objeto de estudio preocupa la violación sistemática al DIH de parte de todas las organizaciones armadas. Se percibe que son prácticas permanentes en el tiempo, que la excusa de desconocer la naturaleza del contrincante, y en especial con la población civil, no es más que un descaro, una manera de conseguir sus diversos propósitos.

- i) NEGRETE MARTINEZ, Nancy (2012). *Discurso político de la caricatura en los medios cuencanos: El Mercurio y El Tiempo en el referéndum que aprobó la nueva Carta Magna (2008)*. Tesis presentada para optar el grado académico de Maestro en Ciencias Sociales con mención en Comunicación de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede Ecuador.

El presente estudio se realiza con la finalidad de conocer más de cerca el discurso político que tienen los medios de comunicación cuencanos a través de las caricaturas, respecto de los acontecimientos más notables del quehacer cotidiano, pero bajo el contexto del humor, la burla y la ridiculización. La intención es conocer el contenido de los signos gráficos y sus connotaciones que presentan las caricaturas. Para el estudio se tomó como referencia el 28 de septiembre de 2008, día del referéndum aprobatorio que marcó la historia del país cuando se aprobó la nueva Carta Magna en Ecuador.

Se consideraron seis caricaturas de los diarios locales El Mercurio y El Tiempo relativas a ese día (antes y después), con el fin de someterlos a un análisis discursivo político estructural, tomando como referencia el esquema del análisis de discurso de texto propuesto por Van Dijk, adaptado a la caricatura con fines de este estudio. Entre las teorías que formaron parte fundamental del estudio está la de Teun A. Van Dijk en lo que respecta al discurso. Respecto a la caricatura, los estudios de Iván Rodrigo Mendizábal fueron la base para el desarrollo del presente trabajo. Otros autores de referencia fueron Román Gubern, Carlos Abreu, Gonzalo Peltzer y Roland Barthes

La tesis está organizada de la siguiente manera. En el primer capítulo abordamos el campo de la imagen, la cultura de la imagen, la comunicación y la caricatura. En el segundo capítulo abordamos sobre la constitución de un hecho en un hecho informativo, a partir de lo que es la agenda setting y lo que hace el caricaturista en dicho contexto.

En el tercer capítulo exponemos nuestro método de análisis. Así se diseñó una ficha básica de análisis discursivo del editorial gráfico, tomando parámetros muy generales de los estudios de Teun Van Dijk empleada en el análisis de discurso en general, pero adaptándola a la caricatura. Esto nos permitió comprender los objetos de análisis de una manera más detallada. En el cuarto capítulo, con este esquema aplicado a las seis caricaturas en estudio analizamos sus convenciones discursivas, elementos gráficos, funciones de las imágenes, función, intención, propósito y demás características que formaban parte de esta estructura discursiva.

A modo de conclusión se pudo deducir que los medios de comunicación en nuestro país aún están manejados con la necesidad de que exista esa equidad en el tratamiento de la información política sea por la vía de una autorregulación impuesta por los propios medios o por imposiciones legales.

- j) DAMIANO OBANDO, Orfilia (2016). *La Caricatura Política en el Frente Nacional (COLOMBIA, 1958-1974)*. Tesis para optar el título profesional de historiadora de la Universidad de Tolima - Colombia, Facultad de Ciencias Humanas y Arte.

En el desarrollo de la presente investigación, se analizó las publicaciones hechas por el periódico El Espectador y El Tiempo, las cuales corresponden a los dieciséis años de duración del Frente Nacional en Colombia (1958-1974), dichas caricaturas se seleccionaron según las temáticas abordadas, las cuales giraban en torno a lo político, económico y social del momento, así como

también, según los personajes allí caricaturizados y la frecuencia con que dichas caricaturas eran publicadas en la prensa. Claro está, que el análisis de las fuentes primarias se hizo a partir de los postulados de Ernst Gombrich y Georges Didi Huberman en cuanto al uso de las imágenes y al significado del contenido implícito en las mismas, todo esto, aplicando el análisis iconológico e iconográfico correspondiente, para dar cuenta de cuál fue el papel de la caricatura política en dicho periodo.

De esta forma, el presente trabajo pretende contribuir al estudio de temas como el Frente Nacional a partir del empleo de la Caricatura Política, desde los postulados de la perspectiva de la Historia del Arte, la cual permite mostrar la importancia heurística de la Caricatura y la esencia artística de la misma, al igual que su incidencia dentro de la investigación histórica de temas políticos.

En el desarrollo de esta investigación se pudo concluir que durante los cuatro periodos presidenciales del F.N, los periódicos El Espectador y El Tiempo, los de mayor circulación, influencia política y tradición en el país, apoyaron la instauración y progreso del régimen de coalición, de la misma forma, los caricaturistas por medio de los trazos punzantes implícitos en la caricatura política legitiman el consociacionalismo bipartidista del momento y mantuvieron firmeza en los estilos de sus dibujos, en donde éstos se ocuparon en gran medida de plasmar la temática propia del contexto a través de la caricatura, puesto que ésta como género artístico refleja la realidad del tiempo en el que se construye.

Con ello, se concluye que el papel de la Caricatura Política fue fundamental en el periodo del Frente Nacional, puesto que, por medio de la crítica gráfica, los caricaturistas apoyaron la instauración del gobierno de coalición al igual que el desarrollo de este, sin dejar atrás la esencia satírica y punzante de la misma. Esto, en concordancia con la alianza periodismo caricatura en donde los diarios recobraron la libertad de publicación de contenido, y los caricaturistas tuvieron mayor libertad de

expresión dentro de las representaciones gráficas de estos frente a la diversidad de temáticas propias del momento. Por tal razón, los redactores y caricaturistas vieron en dicha alianza prensa-sátira pictórica un arma de poder para caricaturizar y ridiculizar al oponente ideológico a través del humor gráfico desde la prensa oficialista.

El empleo de la Caricatura Política contribuyó a la construcción de imaginarios sociales por medio de la crítica gráfica, a través de la cual se mostraban las diversas lecturas que hacían los caricaturistas de las diferentes realidades que vivía el país en dicho momento, y a partir de esto, cada individuo podía construir su percepción personal del entorno político de la época. De este modo, se observa cómo la Caricatura se constituye en una significativa evidencia de cómo la expresión artística se entreteje con diversos avatares políticos, hasta el punto de contribuir activamente en la construcción de realidad.

Durante los cuatro periodos que comprendió el Frente Nacional, el panorama de la sátira pictórica impresa en la caricatura, no hubo mayor cambio o trascendencia en la exposición de los hechos de cada gobierno. Ello, se debe a que los caricaturas no cambiaron los trazos, ni la manera en que criticaban a los gobernantes de turno, lo que cambiaba era la posición ideológica con la que criticaban, puesto que, si el gobernante de turno era de filial Conservadora y/o Liberal, los caricaturistas simpatizantes de cada partido criticaban su accionar, sin la intención de dañar o perjudicar el acuerdo bipartidista para mantener el orden político instaurado por el mismo.

Así, los caricaturistas satirizan con finos trazos y líneas punzantes los temas de mayor relevancia del periodo en cuestión. En concordancia con ello, se debe tener en cuenta que al final tanto los políticos, redactores y caricaturistas trabajaban por la misma causa, el pleno desarrollo del "Frente Nacional". De esta

manera, se ha propuesto un sendero para poder estudiar la imagen no como accesorio sino las condiciones de su naturaleza.

2.1.2 LIBROS

- a. SEMINARIO OJEDA, Miguel Arturo (2012). *La caricatura política como fuente documental*. Lima - Perú. 100 pp. Jurado Nacional de Elecciones. 1era Edición.

Seminario analiza dichos gráficos como una auténtica fuente documental, ya que la caricatura “permite recrear el camino histórico de la democracia en el Perú republicano” (p. 7).

Las primeras décadas del Perú independiente y hasta la aparición de la televisión y la radio en el siglo anterior, la imagen tuvo mucha influencia en la toma de decisiones de aquellas épocas. Las personas esperaban la distribución de los diarios para poder enterarse de lo acontecido el día anterior, lo que sucederá en el mismo día o en días posteriores. Y ahí es donde entran a tallar las caricaturas de tipo políticos que retratan de manera satíricas a los personajes de la clase dirigente imperante y los hechos en los que estos se ven envueltos. Estas caricaturas tenían gran influencia en los ciudadanos y en algunos casos eran determinantes electoralmente hablando. Esto último es detallados en la parte titulada *La caricatura política en los procesos electorales* (Seminario, 2012, p. 33- 35) del presente libro.

En otra parte del libro se muestra la relación existente entre los políticos y las caricaturas. Al respecto el autor enfatiza:

Quizá algunos políticos de la República temprana tuvieron miedo del humor que aparecía en las caricaturas. Sabían que estaban sujetos a la crítica y que sin su consentimiento podían aparecer ocupando las primeras planas de diarios, semanarios y revistas. Es probable que los políticos percibieran que la caricatura suele convertirse en herramienta ideológica, por lo que

pensaron aprovecharla para transmitir sus propósitos. Entre los políticos hubo conocimiento de que la caricatura era un cuestionamiento al régimen republicano. Era pues una forma a través de la cual «los de abajo» podían cuestionar a «los de arriba», a los que ostentaban directamente el poder (Seminario, 2012, p .37).

Uno de los políticos de esta época que tuvo una fuerte oposición fue el presidente Ramón Castilla, cuyos adversarios criticaban sus gobiernos a través de caricaturas. Uno de los mejores autores de caricaturas del anticastillismo fue Manuel Atanasio Fuentes, en cuya obra *Aletazos de Murciélagos* muestra furibundas críticas en forma de caricaturas y sátiras. Los hechos resaltaban tenía que ver con errores o escándalos de la administración del Mariscal Castilla.

Uno de los hechos retratados por Atanasio Fuentes fueron las elecciones de 1855 convocadas y ganadas por Castilla para una Asamblea Constituyente o Convención Nacional. Sobre la intencionalidad de las caricaturas elaborados por aquel acontecimiento, el autor afirma lo siguiente:

En las elecciones de 1855 no se exigió saber leer ni escribir y fueron mediante voto popular directo. Este proceso fue pintado por Manuel Atanasio Fuentes en su libro *Aletazos del Murciélago*, con todos los cohechos, desórdenes y tipos de irregularidades que presentaron los comicios como un acto nada cívico. (Seminario, 2012, p .44).

- b. VÁRNAGY, Tomás (2012). *Caricatura, afiches y humor político*. Madrid - España. 132 pp. Editorial Académica Española (EAE). 1era Edición.

Este libro es una compilación de ensayos con una primera parte sobre humor y caricaturas políticas relacionadas a los Estados Unidos. El primer capítulo analiza la satanización del enemigo luego del atentado del 11 de septiembre de 2001, tomando como caso de

estudio a las caricaturas del The New York Times. Luego examina el fenómeno de los chistes sobre George W. Bush y la dislexia, un término que designa al humor derivado de los dislates pronunciados por el expresidente. El tercer capítulo trata sobre caricaturas acerca de Irak, que se sintetizan con el lema " Es el petróleo, estúpido." La segunda parte trata de los socialismos realmente existentes. " Proletarios de todos los países, perdonadnos " es sobre el humor político clandestino o prohibido en el bloque soviético. El siguiente trabajo es sobre el humor político y una película de culto: El testigo, una despiadada sátira del estalinismo en Hungría. Finalmente, el último capítulo describe a los afiches políticos durante el colapso de los "socialismos" en Europa oriental en los años 1989-90."

- c. FUENTES PASTOR, Hérald Andre(2014). *La sátira política en el Perú durante el proceso electoral del 2011*. Lima -Perú. 93 pp. Universidad Nacional San Agustín. 1era edición.

Fuentes analiza el papel que jugaron las caricaturas políticas en las elecciones presidenciales del 2011, tanto en la primera como en la segunda vuelta.

El autor afirma que "la caricatura juega un rol importante en los periódicos y revistas, porque condensa en sus discursos visuales y verbales una serie de asuntos que dan cuenta de la vida cotidiana de un país" (Fuentes, 2014, p. 86) y resalta la utilización del sarcasmo para brindar la noticia y así lograr un grado de conciencia o reflexión

Respecto al tratamiento como fuente documental, Fuentes afirma que "la caricatura, es uno de los medios de expresión en el que influyen amenamente el dibujo con la prosa, resultando ser una fuente documental de gran importancia para la reconstrucción de los hechos históricos" (p .86) coincidiendo con otros autores que le dan esta misma categoría.

Por otra parte, se realiza la utilización de las caricaturas, a la par de los pronunciamientos de intelectuales, instituciones o ciudadanos en general, como un mecanismo de participación ciudadana que se

interesa y participa en la vida política del Perú. Si bien es cierto las caricaturas no tienen la misma influencia en la sociedad como la tenían en sus inicios, en estos tiempos, cuando se siente que los más mínimos valores de moralidad y convivencia están amenazados, la caricatura es un instrumento para transmitir las posiciones de rechazo a estas amenazas.

En el caso de las elecciones del 2011, específicamente en la segunda vuelta que enfrentó a Ollanta Humala de Gana Perú y a Keiko Fujimori de Fuerza 2011, se puede dar la famosa disyuntiva de elegir entre el sida o el cáncer terminal que el escritor Mario Vargas Llosa planteó con asertividad. Frente a ello se identificó a Fujimori como el principal peligro para la frágil democracia peruana, visto el pasado de corrupción y autoritarismo del gobierno de Alberto Fujimori. En ese escenario, las caricaturas de diarios como La República representaban en sus viñetas la frase que resumía todo el rechazo: “Por Justicia y dignidad, Fujimori Nunca Más”. Por lo tanto, la caricatura política permite sentar posición en una campaña electoral polarizada.

- d. NAVARRETE VELA, Juan Pablo (2012). *Partidos políticos y campañas electorales*. Tlalnepantla de Baz – México. 203 pp. Editorial Red Tercer Milenio. 1era Edición.

El objetivo de este trabajo es identificar los conceptos y definiciones más importantes sobre los partidos políticos. Con el estudio de este libro podrá examinar los diferentes enfoques teóricos sobre su principal función

También, aprender las herramientas de análisis para explicar la justificación histórica de los partidos políticos. Por otro lado, se mencionan los criterios de clasificación numérica, así como las características de los sistemas competitivos y no competitivos.

Para realizar análisis político, se encuentran algunos casos prácticos sobre el caso mexicano. La relevancia de esta primera unidad se enfoca en reflexionar cómo los partidos inciden en el cambio político. En la segunda unidad, se examinará el significado,

características y funciones de las campañas electorales. Para comprender de manera práctica, los casos de estudio refieren exclusivamente al sistema político mexicano, y sólo en comparaciones menores con los Estados Unidos de América.

Las campañas electorales son explicadas de manera histórica, porque se parte del supuesto que tienen una implicación en el presente. Mediante una estrategia comparativa, herramienta útil de la ciencia política, se clarifican similitudes y diferencias de los candidatos, partidos y campañas. En la tercera unidad se examina el contexto sociopolítico y económico de los partidos políticos en México.

Se presenta una revisión empírica de los tres partidos políticos más importantes en el sistema de partidos. Se destacarán cuál es la importancia de éstos en la estructura de la economía y política en México. Cabe señalar que se determinó no incluir a los partidos denominados “pequeños” por razones de espacio. Para finalizar el libro, y no menos importante, se examina la lógica de funcionamiento en dos instituciones políticas recientes en el régimen político mexicano, el Instituto Federal electoral (IFE) y el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) de México.

e. BARTHES, Roland (1964). *Elementos de la Semiología*. París-Francia. 116 pp. Editorial Cultrix. 16 edición.

Barthes considera que la semiología consta de cuatro elementos necesarios. Estos son:

- LENGUA Y HABLA: Este apartado hace la distinción entre estos dos conceptos que, de manera común, se utilizan indistintamente, pero su análisis científico demuestra que están bien diferenciados. Así, la lengua se define como una institución social y un sistema de valores, en tanto que la segunda es un acto individual de selección y de actualización.

Es decir, la lengua tiene un carácter colectivo y el habla se refiere a lo individual. Como sea, debe tenerse presente que el

signo siempre transmite una información y que existen más que signos lingüísticos, de los cuales se ocupa la semiología.

De esta forma, hay signos en la moda, en la comida, al conducir un vehículo, en suma, en todo tipo de actividad. Como destaca Barthes, también debe tenerse en cuenta que, si en su origen el signo es arbitrario, deviene con el tiempo en un consenso al ser aceptado y utilizado por la colectividad.

- SIGNIFICADO Y SIGNIFICANTE: Limitándonos al ámbito social, es decir, al que deriva del acontecer del hombre, es innegable que existen múltiples signos, pero el que sirve de base para nuestro estudio es el signo lingüístico, que se compone de dos elementos:

- . Significado (que es la imagen mental, abstracta, de un algo)
- . Significante (es la imagen acústica, concreta, de ese algo y que en lingüística se manifiesta, por ejemplo, en una palabra)

Para ejemplificar: podemos tener la imagen mental de un árbol (significado) y, de acuerdo con el idioma de que se trate, podemos tener el significante como árbol (español), tree (inglés), Baum (alemán), arbre (francés).

- SINTAGMA Y SISTEMA: El sintagma puede entenderse como la combinación de signos, cuyo soporte es una extensión. En el lenguaje hablado, es lineal e irreversible. No se pueden pronunciar dos elementos al mismo tiempo, como por ejemplo en una cadena de palabras.

En otros lenguajes pueden ser relaciones espaciales o temporales (como en el caso de una película, en que podría ser un cuadro o un plano). En tanto que el sistema, como segundo eje del lenguaje, está conformado por campos asociativos, contrastes u oposiciones. En una película, sería un conjunto de cuadros o de planos.

- DENOTACIÓN Y CONNOTACIÓN: Podemos entender la denotación como el aspecto general o universal de una significación, tal como pudiera ser la palabra noche, del cual todos tenemos un aspecto que podemos llamar general o directo.

Por tanto, la connotación es el aspecto particular de la significación, que en el ejemplo anterior corresponderá al sentido que

cada individuo le dé o que obedecerá al contexto en que se pronuncie, el sujeto al que se dirija, con lo cual noche tendrá un significado indirecto.

La comprensión de estos elementos contribuirá a entender de una mejor manera el proceso de comunicación que, aplicado a la docencia, otorga mejores herramientas para elevar el nivel del proceso de enseñanza – aprendizaje.

2.2 BASES TEÓRICAS CIENTÍFICAS

2.2.1. El análisis semiótico de Barthes

El semiólogo francés Roland Barthes (Cherburgo, 1915) planteó en el año 1964 el modelo de análisis semiótico binario, texto e imagen, para el proceso de significación de códigos visuales. (Floriano, 2018, p.18).

Barthes analizó inicialmente la imagen publicitaria de los productos de la marca “PANZANI”, muy conocida en su época. Con el paso de los años este análisis se fue implicando a otros tipos de imágenes, entre las que se puede mencionar a las caricaturas.

En la imagen, se encuentran tres tipos de mensajes: el mensaje lingüístico, el mensaje denotado y el mensaje connotado. Los tres conviven en armonía y no se podría entender a una sin las demás.

2.2.1.1 El Mensaje Lingüístico:

Compuesto por todo tipo de texto que se pueda ver acompañado a la imagen mostrada. Comprender este mensaje requiere aplicar lo que en el proceso de la comunicación se llama **decodificar**.

Esto consiste en el entendimiento que se puede lograr del texto mediante el uso del código usado con la imagen. En el caso de la marca analizada por Barthes, para decodificar la palabra PANZANI, es necesario dominar el idioma francés, que vendría a ser el código.

También, se encuentran dos aspectos en los textos que pueden hacer variar el contenido de los mensajes. El primer aspecto es el denotado, el cual tienen que ver con simple comprensión de lo que se observa como texto. El segundo aspecto es el connotado, el cual no está presente junta a la imagen pero te da el otro significado al manejar el

código correspondiente. Retomando el ejemplo analizado por Barthes, la palabra PANZANI denotadamente es el nombre de la marca de los productos que se muestra en la imagen pero connotadamente, al pronunciar varias veces, te da la sensación de italianidad.

Por otro lado, Barthes plantea que el mensaje lingüístico se refiere al lenguaje articulado escrito que podría llegar a formar parte de la misma imagen. Este concepto, aplicado a nuestra variable, se refiere a los textos que acompañan las caricaturas y que son parte fundamental para hacer llegar el mensaje en forma de sátira o crítica. Corresponde el lenguaje articulado escrito que acompaña o pertenece a la imagen.

Para ello, se consideran dos funciones para el mensaje lingüístico:

- Función de anclaje: El mensaje lingüístico hace que el observador elija una de las múltiples significaciones que puede ofrecer la imagen. La importancia del anclaje es su función ideológica. La operación de esta función se asemeja a la de un ancla que fija la movilidad de un barco, es decir, aquí el texto determina la descodificación de la imagen.
- Función de relevo: A través del texto re interpretamos lo icónico. La operación de esta función se basa en el sentido generado por lo icónico quien envuelve lo verbal.

Con la finalidad de un mejor análisis, tanto el mensaje connotado como el denotado que se explicaran a continuación, se considerarán dentro del Mensaje icónico, ya que ambos se centran en la imagen que se muestra y lo que se quiere representar.

2.2.1.2 Mensaje Denotado

La idea de mensaje connotado es similar a la del aspecto el mismo nombre del mensaje lingüístico. Se podrá percibir este mensaje observando los elementos que se muestran en la imagen y relacionarla con nuestros conocimientos previos. En la imagen de PANZANI podemos distinguir fácilmente los elementos que se muestran como los tomates o los fideos, lo que nos permite comprender rápidamente el mensaje.

En lo que respecta a las caricaturas políticas, y teniendo como base el análisis elementos de Barthes, se van a utilizar los siguientes tres elementos para poder determinar el mensaje denotado:

- La ubicación
- Los personajes
- Las acciones

Las tres serán desarrolladas con la simple observación de lo que el caricaturista ha representado en sus vietas. La ubicación se refiere al lugar donde está ambientado la caricatura. Los personajes son los políticos con sus características distorsionadas y las acciones son las actividades que cada personaje realiza.

2.2.1.3 Mensaje Connotado

Barthes analiza a profundidad los diferentes signos que pueden llevar a comprender mensajes ajenos al denotado o literal.

- Primer signo: la forma es que está compuesta la imagen representa el regreso del mercado. Esto Connota la frescura de los productos “recién comprados” y una preparación casera.
- Segundo signo: Los colores presentes en la imagen (blanco, verde y rojo) connotan la Italianidad. Este signo refuerza la connotación lingüística, es decir, la forma en la que suena el nombre de la marca analizada.
- Tercer signo: El conjunto de todos los objetos transmite la idea de un servicio culinario total, como si PANZANI proveyese de todo lo necesario para la preparación de un plato de tallarines.
- Cuarto Signo: La composición evoca el recuerdo de un tipo de representación pictórica como es la naturaleza muerta.
- Quinto signo: La insistencia de la marca PANZINI en la imagen connota que se trata de una publicidad. La repetición de este tipo de imágenes en nuestra vida cotidiana hace que tengamos los conocimientos necesarios para saber que se trata de una publicidad cuyo fin es persuadirnos de que compremos el producto.

Para su aplicación en las caricaturas políticas, y teniendo como base el análisis elementos de Barthes, se van a utilizar los siguientes tres elementos para poder determinar el mensaje connotado:

- El contexto
- La noticia relacionada
- Los protagonistas de la noticia

Las tres serán desarrolladas con la interpretación de los mensajes lingüísticos y denotados. El contexto se refiere a las circunstancias en la que se desarrollan los hechos que son materia de la caricatura. La noticia relacionada y sus protagonistas son las que nos van a permitir comprender a detalle la intención del caricaturista al momento de elaborar las ilustraciones.

2.2.2. La Caricatura

La presente investigación gira en torno a las caricaturas políticas, que a su vez es uno de los varios tipos de caricaturas que existen y cuyos alcances analizaremos más adelante. Según el Diccionario de la Lengua Española, una caricatura “es un dibujo satírico en que se deforman las facciones y el aspecto de alguien”. Esta es la definición más general y que a su vez resume claramente los rasgos que se van a encontrar en una caricatura.

En primer lugar, la expresión “dibujo satírico” ya nos adelanta que estamos frente a ilustraciones o gráficos que contienen una crítica aguda hacia una costumbre, vicio o hacia una determinada persona que tiene responsabilidades políticas, como es el caso que nos ocupa. En segundo lugar, están las distorsiones que presentan estas caricaturas y que son parte de la crítica o del mensaje que se quiere transmitir y que en algunos estilos puede llegar a ser grotesco.

Respecto a lo anterior, Seminario Ojeda (2012) afirma que “la caricatura es la deformación extrema de los rasgos de las personas para acentuar no solo elementos de su aspecto físico, sino para, a partir de ello, resaltar características de la propia personalidad de los caricaturizados” (p. 13).

2.2.2.1 Características de las caricaturas

No cualquier dibujo puede ser considerado caricatura. Tanto en la web como en diversos libros se podrán encontrar una infinidad de ilustraciones que no siempre cumplen con la definición expuesta en líneas anteriores. Lucia Vergel Loo (2008) resume las características que debe cumplir las caricaturas para ser consideradas como tal:

- **Simplificación visual:** Para que el mensaje de la caricatura pueda ser entendible, es necesario que el caricaturista utilice la menos cantidad de elementos para su elaboración. Se buscará aplicar solo los trazos que sean necesarios, eliminando los detalles que puedan causar confusión o desorden a quien las observe.
- **Ridiculización, agresión y degradación:** Esta característica está relacionada con la sátira que se explicó en la definición general de caricatura. Vergel (2008) considera que “cuando su finalidad es la crítica, puede ir acompañada de algún elemento ridiculizante o degradante, en la forma o en el contenido, y en ese caso habrá agresión” (p. 86). Sin embargo, hay autores que consideran la existencia de caricaturas sin el requisito de la ridiculización y que la intencionalidad crítica al emplearla puede terminar acabando en un ejercicio de exaltación de un determinado personaje.
- **Moralidad:** Esta característica se manifiesta en el sentido crítico que se plasma en la caricatura. Es decir, las posiciones personales del autor sobre el respeto a los derechos de las personas, denuncias de abusos por parte del Estado, la inseguridad ciudadana, la corrupción, etc.
- **La exageración:** Se refiere a una característica innata que toda caricatura debe presentar y se expresa en varias formas como en la ridiculización al momento de deformar rasgos físicos del personaje o en el texto que se presenta junto a la ilustración. Esta exageración actúa como un diferenciador para el personaje.
- **Una idea y una opinión:** La elaboración de la caricatura debe partir de una idea y esta, a su vez, de algún tema, hecho o

persona que el caricaturista pretenda plasmar en sus dibujos. La opinión está incluido en el mensaje que se quiere transmitir a través de la caricatura.

- **Realidad y fantasía:** En las caricaturas convergen la realidad, es decir, lo que se va retratar, y la fantasía, en la que se consideran la ridiculización, agresión, degradación, la simplificación visual y la exageración. Ambas se complementan para poder dar forma a una genuina caricatura.
- **Inter texto:** Esta característica es importante porque permite hacer más atractivo la visualización y posterior análisis de una caricatura. El texto que aparece acompañando las ilustraciones actúa como una “explicación conceptual” que confirma la idea que alguien se puede hacer al momento de la observación. Tanto imagen como el texto tienen significados autónomos y se remiten mutuamente. .
- **Actualidad:** Esta es la característica que delimita a la caricatura en un determinado contexto y es lo que permite que el mensaje a transmitir sea entendible.

2.2.2.2 Tipos de Caricaturas

La tipología de las caricaturas que mencionaremos a continuación está basada en las clasificaciones desarrolladas por los autores Carlos Abreu Sojo, en su libro *Periodismo Iconográfico (2001)*, y Enrique Peláez Malagón, en *El concepto de caricatura como arte en el siglo XIX (2002)*.

- **Caricatura Editorial:** Aun cuando no compartimos el criterio según el cual la caricatura es el único medio a través del cual puede expresarse una idea o punto de vista por medio de la imagen y la palabra, ella juega un papel importante como vehículo de opinión dentro del periódico. (Abreu, 2001)
- **Caricatura Personal:** Para Peláez, “es aquella que se centra en los personajes contemporáneos y en su representación caricaturesca bien sea sólo de la cara o de todo el cuerpo”. Se

entiende por personajes contemporáneos a las personalidades con gran notoriedad pública en la vida social, cultural, política o deportiva de un país.

- **Caricatura de Ilustración:** Según Abreu, este tipo de caricaturas que cumplen la función de acompañamiento del texto, “sea este un trabajo informativo o bien un artículo, crónica o editorial”.
- **Caricatura Costumbrista:** Es la que retrata a las personas en sus actividades diarias, en su moda al vestir, en sus gustos, creencias, preferencias y, de manera general, en su forma de vida. Peláez le añade “una excesiva carga de crítica o sátira que la convierte en una caricatura dando así lugar a una observación irónica de la realidad”.
- **Caricatura Festiva:** Es aquel tipo de caricatura alegre y desenfadada que sólo busca la comicidad como fin utilizando para ello la caricatura de personas u otros objetos contemporáneos (Peláez, 2002).

Los siguientes dos tipos de caricaturas son desarrollados únicamente por Enrique Peláez:

- **Caricatura Social:** Es aquel tipo de caricatura en la que se refleja a una determinada sociedad sea en plan de crítica, burla o chanza, y tiende a representar a una serie de personajes en situaciones de la vida contemporánea (Peláez, 2002).
- **Caricatura Político social:** Hay momentos en el que es sumamente difícil clasificar una imagen como caricatura social o política, desde el momento en el que muchas veces representando y criticando una determinada situación social, a la vez también se está criticando lo político que crea esa situación por lo que la diferencia que en algunos casos se da entre estos dos subgéneros algunas veces es inexistente (Peláez, 2002).

2.2.3.3 Elementos de las caricaturas

Para poder comprender de manera más detallada los principales elementos que se encuentran presentes en una caricatura, hemos

dividido en tres grupos dichos elementos. Estos son la composición, los recursos expresivos y la codificación visual.

- La composición:

Componer es formar de varias cosas una, juntándose y colocándolas con cierto modo y orden. En el caso de las caricaturas, se trata de establecer una lógica para poder distribuir los elementos que se van a mostrar en las ilustraciones. A continuación mencionaremos las principales composiciones que plantea Larenas (2013):

- Composición Horizontal.- Los elementos se distribuyen en forma horizontal, lo que significa equilibrio calma y quietud.
 - Composición Vertical.- Los elementos se distribuyen en forma vertical, lo que significa acción, fuerza y tensión.
 - Composición Diagonal.- Los elementos se distribuyen en forma diagonal, lo que significa desequilibrio y originalidad.
 - Composición Cíclica.- Los elementos se distribuyen en forma curva, lo que significa complicación, dinamismo y movimiento.
- Recursos Expresivos: Son los elementos más visibles de las caricaturas y los que sirven de vehículo para poder transmitir el mensaje.
 - Los globos.- Son los espacios donde el personaje habla o piensa, es decir, el espacio donde se introduce el texto; y en la mayoría de los casos tienen una cola que apunta al personaje emisor.
 - El texto.- Permite entender el mensaje, así como explicar o relacionar varias ilustraciones entre sí .
 - La tipografía.- Es el modo o estilo en que está escrito un texto. En las caricaturas permiten

transmitir diferentes estados de ánimos, proximidad o lejanía de los personajes.

- La letrografía.- Son las diferentes formas de diseñar las letras que se emplean en la tipografía .
- El diálogo.- son las conversaciones que mantienen los personajes caricaturizados. Van dentro de los globos.
- Las onomatopeyas.- Formación de una palabra por imitación del sonido de aquello que representa. Ejemplos: ruidos, gruñidos, ladridos, ronquidos, explosiones, golpes, etc.
- Codificación Visual.- Es el proceso de codificación de imágenes e información sensorial de tipo visual.
 - Código Espacial. - También denominada encuadre y nos muestra una idea de nuestra posición física. La posición del observador es fundamental en la creación de sentido de algunas imágenes que provocan la complicidad entre el observador y el personajes, facilitando la identificación (Larenas, 2013, p.36).
 - Código Gestual. - La gestualidad es utilizada en grado máximo en la elaboración de historietas y de caricaturas. Hasta el grado de que también los objetos poseen sus gestualidad, dando por medio de su posición, sensación de rigidez, abandono y quietud (Larenas, 2013, p.37).
 - Código Escenográfico. - Los protagonistas principales de las imágenes están rodeados de una serie de añadidos que ambientan y adjetivan su presencia. El vestuario, maquillaje, arreglo personal, objetos de uso, ambiente en que está situado, esto aportan datos sobre su personalidad, sus gustos, sus circunstancias temporales, espaciales y de relación social (Larenas, 2013, p.37).

-

2.2.2.4 La Caricatura Política: Nociones Básicas

Los medios de comunicación impresos, tanto en nuestro país como en el mundo, publican diariamente al menos una caricatura entre

sus páginas, sean medios de tipo sensacionalistas o de los denominados “diarios serios”. En estos últimos, la caricatura que predomina es la de tipo política.

La caricatura política es una forma satírica simbólica de interpretación y de construcción de la realidad, una estrategia de acción en las luchas por la producción y el control de imaginarios colectivos (Gantús, 2012, p. 5).

La definición anterior destaca la función de “interpretación de la realidad” y de “control de imaginarios colectivos” de las caricaturas políticas. Ambas son claves para esta investigación ya que serán fundamentales para comprobar la hipótesis que se planteará líneas abajo.

Cuando se menciona la interpretación se puede entender que las caricaturas políticas son, en primer lugar, producto de la creación de una persona que previamente ha reflexionado sobre un determinado hecho de su interés.

En segundo lugar, y producto de dicha reflexión, el caricaturista plasma sus conclusiones en la elaboración de la caricatura, tanto en su parte textual como en la icónica. Al finalizar todo este proceso quedará plasmada en la respectiva caricatura la posición del caricaturista respecto al hecho o tema de la realidad social en la que vive y que puede o no coincidir con la línea editorial del medio en el que se publica.

Al referirnos al control de imaginarios colectivos, aludimos a la intención de influir en los lectores que a diario consumen el periódico donde está la caricatura. El caricaturista pretende que sus pensamientos, opiniones o conclusiones sean aceptados por los lectores o crear una corriente de opinión positiva o negativa según el contexto político en el que se esté.

Gantús (2012) afirma lo siguiente respecto a las caricaturas políticas:

A través de las imágenes satíricas la prensa decimonónica fue construyendo un imaginario en torno a los comicios que contribuyó a generar la idea de que los procesos electorales durante el siglo XIX fueron manipulados, fraudulentos y una burla al pueblo. En el México de las últimas décadas de esa centuria, en el contexto de los enfrentamientos políticos durante el gobierno liberal de Manuel González surgió la publicación *El Rascatripas*, único periódico opositor con caricaturas durante esos años. Este semanario se ocupó amplia y reiteradamente del tema del sufragio, poniendo especial interés en las intenciones y participación de los gobernantes en los comicios, en las aspiraciones de algunos personajes y los enfrentamientos entre ellos, así como en las estrategias que desplegaron para lograr sus objetivos (p .6)

Difícilmente se podrá encontrar caricaturas políticas neutras, que no tomen posición, que no critiquen, que no hagan uso de la sátira ni de las exageraciones.

2.2.3. Elecciones Presidenciales 2016 – Segunda Vuelta

En el año 2016 estaba previsto que se realicen las elecciones que determinarán quien sucede a Ollanta Humala al frente de la Presidencia de la República del Perú. El mandatario saliente las convocó para el domingo 10 de abril del 2016 y, de ser necesario, una segunda vuelta para el 05 de junio del mismo año.

Nuestra constitución política establece, en su artículo 111, que si en la primera votación ningún candidato obtiene más de la mitad de los votos válidamente emitidos, se procederá a una segunda votación entre los dos candidatos más votados dentro de los 30 días posteriores a la publicación de los resultados oficiales de la primera vuelta.

Según los resultados difundidos por la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE), los candidatos más votados en la primera votación fueron Keiko Sofía Fujimori, candidata del partido Fuerza Popular, con un 39.87% de los votos, seguido por Pedro Pablo Kuczynski, del partido Peruanos Por el

Kambio, con el 21.05% .Fujimori Higuchi obtuvo su pase a la segunda vuelta con relativa facilidad al sacarle casi 20 puntos a su más cercano competidor.

La pugna estaba en definir quien le disputará la presidencia a la ex primera dama. A Kuczynski le pisaba los talones la candidata de la izquierda, Verónica Mendoza, quien llegó a tener el 18.74% de los votos y cuyo posicionamiento sería decisivo para el resultado final .

Confirmados los dos candidatos, se inició la campaña electoral que duraría un mes y en la cual todas las encuestas daban como clara favorita a la candidata fujimorista. La distancia entre ambos resultados preliminares y las carencias políticas del candidato PPK, hacían presagiar que la vuelta al poder de los herederos de Alberto Fujimori era inminente.

Durante el mes de mayo, se realizaron dos debates entre los candidatos Fujimori y Kuczynski y un debate entre los equipos técnicos de Fuerza Popular y Peruanos Por el Kambio. Este último se realizó el 15 de mayo, en el centro de convenciones de la Municipalidad Provincial del Cusco y contó con la presencia de las siguientes delegaciones:

- Fuerza Popular: Eduardo Enrique Vásquez Huamán, Vladimiro Huaroc Portocarrero, Elmer Cuba Bustinza, Marco Miyashiro Arashiro y José Chlimper Akerman.
- Peruanos por el Kambio: Alfredo Eduardo Thorne Vetter, Martín Alberto Vizcarra Cornejo, Gino Francisco Costa Santolalla, Juan Sheput Moore y Mercedes Rosalba Araoz Fernández.

Los temas abordados en el debate técnico fueron:

- Seguridad ciudadana
- Reforma del Estado
- Descentralización
- Desarrollo social
- Economía

El cara a cara entre los candidatos presidenciales, como ya se dijo en líneas anteriores, se realizó en dos ocasiones. El primero se realizó el 22 de mayo, en Piura. Los temas tratados por los candidatos fueron:

- Visión de país.
- Descentralización y ordenamiento territorial.
- Potenciales y competitividad regional.
- Manejo de recursos naturales.
- Conflictos sociales e Infraestructura.

Al terminar el debate, las críticas al desenvolvimiento de Kuczynski se endurecieron, llegando a plantearse si de verdad quería ganar las elecciones. En el otro lado, la sensación de que la victoria ya está en el bolsillo se acrecentó.

El segundo y último debate se realizó el domingo 29 de mayo, exactamente una semana antes de la fecha de la segunda votación. Esta vez el escenario fue en Lima y nuevamente contó con la puntual asistencia de ambos candidatos. Los temas abordados fueron:

- Crecimiento económico y promoción del empleo.
- Desarrollo sostenible y gestión ambiental.
- Educación, reducción de la pobreza y desigualdad.
- Transparencia y lucha contra la corrupción.
- Seguridad ciudadana y orden interno.

En esta oportunidad se pudo ver un notable avance en el “performance” del candidato Kuczynski, una mejor preparación si se compara con el anterior debate. Al terminar el cara a cara la situación fue distinta. Keiko Fujimori se retiraba contrariada por las respuestas y puyas que PPK le espetó. Era principio de una remontada que la apartaría por segunda vez de la Presidencia del Perú.

La semana del 30 de mayo, día después del último debate presidencial, y el 05 de junio, día de la segunda vuelta, fue negativa para la candidata de Fuerza Popular. En dicha semana se realizaron las multitudinarias marchas en todo el país denominadas “Keiko No Va”, promovida por sectores antifujimoristas, Veronika Mendoza pidió públicamente el voto por PPK para cerrarle el paso al fujimorismo, varias denuncias periodísticas golpearon a personas de su entera confianza como el candidato a vicepresidente José Chlimper y, principalmente, se puso de manifiesto la poca capacidad de articular una respuesta clara y contundente a todo esto.

Llegado el día de las votaciones, el candidato Pedro Pablo Kuczynski le arrebató la victoria a Keiko Fujimori por una mínima diferencia. PPK obtuvo el 50.12% de los votos válidos y su contrincante el 49,88%. El premio consuelo para los fujimoristas fue la obtención de la mayoría absoluta en el Congreso de la República con 73 de 130 escaños.

2.2.3.1 BIOGRAFIA DE KEIKO FUJIMORI

Keiko Sofia Fujimori Higuchi nació el 25 de mayo de 1975 y es hija primogénita del ex presidente Alberto Fujimori Fujimori (1990-2000) y la exprimera dama Susana Higuchi Miyagawa (1990-1994). Tiene 4 hermanos menores: Hiro Alberto, Sachi Marcela y Kenji Gerardo. Está casada con el ciudadano estadounidense Mark Vito Villanella desde 2004 y con él tiene 2 hijas: Kyara Sofía y Kaori Marcela.

Estudió en el Colegio Sagrados Corazones Recoleta de donde egresó en 1992. Luego, estudió Administración de Negocios en la Universidad de Stony Brook, en Nueva York , terminando la licenciatura en dicha especialidad en 1997 pero en la Universidad de Boston.

Fue primera Dama de la Nación desde 1994 hasta el 2000 en reemplazo de su madre, quien se había divorciado del presidente Fujimori. Luego de la renuncia de su padre a la Presidencia y posterior asilo en Japón, Keiko se quedó en el país para afrontar los procesos que se le abrieron entonces, principalmente por el presunto financiamiento de los estudios universitarios de sus hermanos y de ella con dinero del estado.

En el año 2006, fue electa por la alianza de partidos fujimoristas “Alianza por el Futuro” como Congresista de la República para el periodo 2006-2011. En dicha elección obtuvo la más alta votación preferencia al nivel nacional. En 2010 inscribió ante el Jurado Nacional de Elecciones el partido Fuerza 2011, con el que se presentó a las Elecciones Presidenciales del 2011.

Perdió por primera vez las elecciones ante el candidato Ollanta Humala y pasó a liderar la oposición durante el quinquenio 2011-2016. En julio del 2012, el partido Fuerza 2011 cambió de nombre a Fuerza Popular. Durante el gobierno de Humala, solicitó el indulto humanitario para su padre Alberto Fujimori, quien había sido condenado a 25 años de cárcel por corrupción y violación a los derechos humanos. El indulto fue rechazado.

Se presentó por segunda vez como candidata presidencial en los comicios de los años 2016. siendo la gran favorita para ganar las elecciones. Su partido ganó las elecciones al Parlamento Andino y al Congreso de la República, obteniendo en este último la mayoría absoluta con 73 de los 130 escaños en juego. Ganó también la primera vuelta con casi el 40% de los votos, pero no alcanzó a superar el 50% exigido por la ley. Nuevamente disputará la Presidencia pero esta vez ante el exministro Pedro Pablo Kuczynski.

Fujimori seguía siendo la favorita, pero errores cometidos por miembros de su partido y de su equipo de campaña fueron minando sus oportunidades hasta perder por la mínima la oportunidad de llegar al gobierno en su segundo intento. Actualmente, su partido maneja el Congreso de la República y ella continúa recorriendo el país con miras a una tercera postulación el 2021.

2.2.3.4 BIOGRAFIA DE PEDRO PABLO KUCZYNSKI

Pedro Pablo Kuczynski Godard, conocido popularmente como PPK, nació en la Lima, capital del Perú, el 3 de octubre de 1938. Siendo hijo de la maestra francosuiza Madeleine Godard y del médico alemán Maxime Kuczynski. Se casó con Jane Dudley Casey en 1962 y tuvieron tres hijos: Carolina, Alexandra y John Kuczynski Casey. PPK y Casey se separaron en 1992 y se divorciaron en 1995. Luego contrajo segundas nupcias con Nancy Ann Lange, con la que tuvo su última hija Suzanne Kuczynski Lange.

Estudió en el Markham College de Lima y posteriormente en el Rossall School de Inglaterra. Es egresado de prestigiosas universidades del mundo como el Exeter College de la Universidad de Oxford en el Reino Unido, donde estudió filosofía, economía y política gracias una beca, licenciándose en 1959. También obtuvo el grado de maestro en economía de la Escuela Woodrow Wilson de Asuntos Públicos e Internacionales de la Universidad de Princeton, en Estados Unidos, en 1961

Durante su vida profesional fue directivo de innumerables empresas transnacionales de varios rubros, lo que le granjeó un enorme prestigio a nivel internacional, llegando a ser miembro del Banco Mundial y del Fondo Monetario Internacional. Desde 1996 ocupó diversos cargos en la administración pública del Perú.

Primero fue director del Banco Central de Reserva durante el primer gobierno de Fernando Belaunde Terry, cargo que abandonó luego del golpe militar del general Velasco Alvarado en 1968. Entonces fue acusado por el gobierno de las Fuerzas Armadas de actos de corrupción por el escándalo de la "Página 11". Al regresar la democracia en 1980, fue nombrado ministro de energía y minas del segundo gobierno de Belaunde.

Al culminar dicho mandato, no volvió a ejercer cargos públicos hasta el gobierno de Alejandro Toledo, donde se desempeñó como Ministro de Economía y Finanzas y luego como Presidente del Consejo de Ministros hasta el 28 de julio del 2006.

En el 2011 fue candidato a la presidencia del Perú por la Alianza Por el Gran Cambio, coalición que agrupó partidos de diversas tendencias políticas. Quedó tercero en aquella elección, obteniendo 2 711 450 sufragios, el 18.52% de los votos válidos y 12 escaños en el Congreso de la República.

Volvió a presentarse en el año 2016, esta vez por el partido propio que había formado años antes, Peruanos por el Kambio o simplemente PPK. Al inicio de la campaña electoral no tenía buenas opciones de alcanzar la segunda vuelta ya que era percibido como un mal candidato. Sin embargo, todo cambió luego de la exclusión de los candidatos Julio Guzmán y César Acuña por parte del Jurado Nacional de Elecciones.

Todo esto benefició claramente a dos candidatos, el mismo PPK y a la representante de la izquierda, Verónica Mendoza. Finalmente, ambos se disputaron el pase a la segunda vuelta con la candidata Keiko Fujimori resultando vencedor el propio Kuczynski por una mínima diferencia de votos.

Ya en el balotaje, la candidata fujimorista permaneció como clara favorita durante casi toda esta campaña, siendo el punto más expresivo el desempeño claramente desigual que mostraron ambos candidatos en el primer debate presidencial realizado en Piura. Luego de este cara a cara, y se daba por seguro la victoria de Fuerza Popular.

Para el último debate, a solo una semana del día de la votación, PPK logró remontar gracias a una mejor preparación y, principalmente, a los errores cometidos por la candidata. El día de la votación logró imponerse por menos de un punto porcentual, convirtiéndose en el nuevo Presidente del Perú para sorpresa de todos.

Su gobierno fue débil, producto de su impericia política y su minoría parlamentaria. Tal vez lo que más se recuerde de su breve paso por el gobierno sea el indulto humanitario que le otorgó al ex presidente Alberto Fujimori. Afrontó dos pedidos de vacancia presidencial, el primero en diciembre del 2017 y el segundo en marzo del 2018. Este último no llegó a ser sometido a votación ya que salieron a la luz videos en los que se mostraban congresistas tratando de comprar el voto de otros parlamentarios a cambio de que voten en contra de la vacancia ofreciendo obras para sus regiones. Esto determinó que la mayoría de parlamentarios se inclinen por solicitar la renuncia voluntaria al presidente o votar mayoritariamente por la vacancia. El 21 de marzo anunció su renuncia, que se hizo efectiva el día 23 de marzo con la investidura de su vicepresidente Martín Vizcarra.

Actualmente, PPK se encuentra alejado de la vida política del país, afrontando las investigaciones que le tienen abierto la fiscalía por sus vínculos con el caso Odebrecht.

2.2.4 EL DIARIO “LA REPÚBLICA”

El diario La República es uno de los principales medios de comunicación impresos de nuestro país. Se publicó por primera vez el 16 de noviembre de 1981 bajo la dirección del experimentado periodista Guillermo Thorndike.

Luego de pasar por otros importantes periódicos como La Prensa, La Crónica y el Diario de Marka, Thorndike convocó a muchos profesionales que habían compartido salas de redacción con él en sus anteriores experiencias periodísticas.

El periodista Juan Gargurevich narra en su libro *Historia de la Prensa Peruana*, respecto a los orígenes de La República, lo siguiente:

“El diario apareció como vespertino y con características de periódico serio, formal. Pero la falta de canillitas en las tardes atentó contra la venta y se temió por la estabilidad del proyecto. Se decidió entonces el paso a la mañana; se decidió asimismo un brusco viraje en el tratamiento de las noticias, al iniciarse una etapa sensacionalista. La diferencia estuvo en que aquí se destinó a los mejores redactores para la cobertura de casos policiales y la confección de crónicas seriadas, tipo folletín” (Gargurevich, 1991, p. 241).

Producto de su vasta experiencia en el manejo de medios impresos, el primer director de La República introdujo una serie de elementos en su redacción que hasta el momento no habían usado por ningún otro diario de la competencia, sea esta directa o indirecta. Por ejemplo, Thorndike dispuso que un equipo conformado por redactores y fotógrafos se mantuviera dentro de un automóvil para que puedan cubrir la información de una manera más rápida e inmediata.

Otra innovación de esta primera etapa de La República fue la instalación de un receptor de radio especial para captar las transmisiones policiales. Todo esto dió como resultado un alto tiraje en ventas de diario por día, sobrepasando los 200 mil ejemplares, lo que para la época fue considerado como todo un éxito.

La gestión de Guillermo Thorndike al frente del matutino duró hasta 1985, año en el que abandonó la dirección del diario dejando una empresa periodística consolidada, con un mayor número de accionistas e inclusive con su propia imprenta denominada igual que el periódico y que fue inaugurada en 1983.

A Thorndike le sucedió como director de la República otro veterano hombre de prensa, Raúl Vargas, cuyo periodo duró tan solo un año. En 1986 asumió la dirección Carlos Maraví, principal accionista de la empresa en ese año. En 1987 llegó Alejandro Sakuda, quien condujo el diario hasta 1995.

En el plano ideológico, La República se inició como un diario de corte liberal. Bajo la batuta de Thorndike el diario mostró cierta independencia al poder político y económico de turno. Sin embargo, en determinados contextos no se demoraba en defender algún candidato o las propuestas de algún político de turno.

El viraje hacia la izquierda se dió cuando tomó el control de La República el político Gustavo Mohme Llona en 1995. Mohme era un provinciano que llegó a la capital en busca de un futuro mejor. Aquí se hizo ingeniero, luego periodista y terminó como político de izquierdas. Fue parte del partido Acción Popular Socialista y de Izquierda Unida. Fue elegido senador en 1985 y 1990. Mohme estuvo en La República desde su fundación y trabajó por alejarla de las posiciones liberales que Thorndike y sus sucesores establecieron.

Como ya se mencionó líneas arriba, Mohme se hace con el control del diario a inicios del último lustro del siglo pasado, a la par de su elección como Congresista de la República por el partido Unión por el Perú (UPP) de Javier Pérez de Cuellar.

En esta etapa de su historia, La República mantiene una clara línea de oposición al gobierno de Alberto Fujimori, denunciando los actos de corrupción y el autoritarismo de dicho régimen. Esta oposición se hacía desde el periódico y también desde el parlamento. En el 2000 se vuelve a presentar para un nuevo periodo parlamentario pero la muerte lo sorprendió el 23 de abril de ese año. No pudo ver el fin del gobierno fujimorista que tanto había cometido.

Al frente del diario y del recién formado Grupo La República Publicaciones se quedaron su hijo Gustavo Mohme Seminario, quien dirige el

periódico hasta la actualidad, y sus hermanos. Actualmente, es uno de los principales medios críticos del Congreso de la República de mayoría fujimorista, habiendo denunciado los gastos superfluos que se vienen realizando en dicho poder del estado.

2.2.4.1 La caricatura de "Carlín"

El responsable de la elaboración de las caricaturas políticas del diario La República es Carlos Miguel Tovar Samanez, quien firma sus ilustraciones bajo el seudónimo de "Carlin". Estos gráficos se publican en la página editorial del diario todos los días bajo el título de "Carlincatura".

Tovar Samanez nació en el año 1947. Es egresado de la Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Artes de la Universidad Nacional de Ingeniería (UNI). Tiene una cantidad considerable de ensayos y libros sobre caricaturas publicados, entre los que se pueden mencionar: *Técnica del dibujo y la caricatura* (1979), *Basta ya, ¡Carlín!* (1982), *Carlín es una rata* (1991), *Cien personajes en busca de Carlín* (2001), *Habla el Viejo* (2002, 2da edición 2011-correcta y aumentada), *¡Otra vez Caglin!* (2004) y *Manifiesto del siglo XIX* (2006). En el año 2009, recibió el Premio Nacional de Periodismo y Derechos Humanos otorgado por la Coordinadora Nacional de Derechos Humanos.

La primera caricatura de su autoría se publicó en la edición de La República del 5 de mayo del 2002, teniendo ya 18 años de trabajo ininterrumpidos retratando la realidad política de nuestro país. Sus ilustraciones son a todo color y tiende a exagerar los rasgos de los personajes que caricaturiza.

Solo trabaja 4 horas diarias, tiempo en el que lee de principio a fin la edición impresa de La República para poder tener claro el tema sobre el que va tratar la caricatura del día. *"Cada vez hay más información. Mi fuente más completa de información es leer toda La República. Además de eso, le doy una mirada a la portada de otros diarios, en el kiosco, veo la columna de otros periódicos, veo las caricaturas de mis colegas, siempre con la idea de verlas para no hacer lo mismo por coincidencia. Cuando por mala suerte, uno hace una idea, que el día anterior lo hizo otro caricaturista, cosa que puede pasar, a uno lo van a acusar de plagio, de manera inmisericorde"*, comentó en una entrevista realizada por sus 10 años dibujando para el diario de los Mohme.

Tovar considera las caricaturas como vehículos que permiten la participación de las personas en la vida política del país y afirma que esta participación se incrementa en tiempos electorales. *“Ese interés llega al clímax cuando nos encontramos en época de elecciones presidenciales y se desinfla cuando estas pasan”*, afirmó.

Por otro lado, Tovar sostiene que las propias caricaturas dan márgenes a los ilustradores para la autorregulación y así evitar que los gráficos resulten siendo reaccionarios. *“Hace tiempo pensaba que el humor era de izquierda, pero ahora he visto muchas caricaturas que son abiertamente reaccionarias. El humor a veces puede tener una carga de racismo, de prejuicios, de homofobia, de machismo, incluso en muchos chistes que revistas que se publican ahora”*, concluyó.

2.2.5 El diario “Perú 21”

El diario Perú 21 pertenece al Grupo El Comercio, el principal grupo mediático del Perú. Fue fundado en el año 2002 y tuvo como primer director periodístico al economista Augusto Álvarez Rodrich (AAR). Según se cuenta en el libro *Fuera del Aire (2017)*, fue Bernardo Roca Rey quien le ofreció a AAR la dirección del diario.

“Y a inicios de 2002, un día, Bernardo Roca Rey me ofreció dirigir un nuevo diario del Grupo El Comercio que debía salir en unos meses, y me entregó un documento de 12 páginas donde estaba planteado el proyecto (...) Metí el documento en el maletín y ni lo leí” (p. 11).

Álvarez Rodrich dirigió el periódico hasta el año 2008, cuando fue despedido de manera súbita. Fue reemplazado por el también economista Fritz Du Bois Freund, quien le dio un giro a la derecha al diario en detrimento de las posiciones liberales que había defendido bajo el mando de AAR.

Durante la campaña presidencial del 2011, Perú 21 de Du Bois fue duramente criticado por posicionarse a favor del candidato Luis Castañeda Lossio y, en la segunda vuelta, por la candidata Keiko Fujimori. También se le criticó los sistemáticos ataques a la candidatura de Ollanta Humala.

El 1 de octubre del 2013, Du Bois fue reemplazado por otro economista, Juan José Garrido Koechlin, y pasó a dirigir el Diario el Comercio. Bajo la dirección de Koechlin, las posiciones derechistas que el diario había tenido con la anterior dirección se suavizaron un poco aunque no perdió su posición anti-izquierdista.

Koechlin introdujo novedades en el periódico como la la sección denominada "Defensoría del Lector" , pionera en la prensa nacional y que estuvo dirigida por Carlos Basombrío, en un inicio, y por Claudia Izaguirre, en la actualidad. Por otro lado, se introdujo el Decálogo de Redacción con el objetivo de brindar información ceñida a una serie de principios periodísticos.

Renunció voluntariamente en noviembre del 2017, dejando la dirección de manera interina a cargo de periodistas Dan Flores, quien condujo el diario hasta la designación, a inicios de junio pasado, de la experimentada periodista de investigación Cecilia Valenzuela. En la actualidad, Perú 21 es uno de los principales diarios políticos del país.

2.2.5.1 El caricatura de "Heduardo"

Abril de 1971, "Jarano, *la revista del hombre alegre*" , publicó dos páginas de humor de un joven y talentoso artista en su sección "Valores del dibujo nacional": Eduardo Rodríguez Díaz un limeño de 20 años se presentaba ante la sociedad como HERDUARDO -con "H"- seguramente para diferenciar desde un inicio que para hacer su trabajo se necesitaba mucho Humor, bastante Huevos, mucho Honor y una comprobada honradez y moral.

Cinco años después era ya un reconocido y respetable humorista político y colaboraba en varios medios limeños, entre ellos la revista política "Equis X". En 1977 publica su primer libro "Heduardicios" en formato pequeño y en él incluye muchos de sus trabajos ya publicados.

En la década de los 80 colabora con "Caretas", realizando una memorable labor no solo como humorista sino también como dibujante pues se esforzaba mucho en caricaturizar minuciosamente los personajes de aquellos tiempos.

En octubre de 1990 publica su segundo libro: "La Historia según Heduardo", en una impecable edición de 154 páginas, con el prólogo del director de "Caretas" Enrique Zileri.

"Gestión", el semanario económico, también lo tuvo entre sus páginas y desde allí libró una dura batalla contra la dictadura fuji-montesinista con sus agudos, sarcásticos y precisos apuntes. Ello le valió ser merecedor en diciembre de 1999 junto con Alfredo Marcos -caricaturista político de "La República" en esos años- de un premio por su defensa de los Derechos Humanos en el Perú por parte de la Coordinadora Nacional de los Derechos Humanos (CNDDHH).

Colaboró en "Perú 21" desde su aparición y en dicho diario una vez más dió una muestra clara de su inquebrantable principio de libertad, neutralidad e independencia ya que durante la última campaña electoral -y muy a pesar de la discutida línea periodística de sus editores- interpretó con bastante sorna e ironía a todos los candidatos.

El 12 de agosto de 2016, meses después de terminada la campaña electoral de dicho año y con el nuevo gobierno ya instalado, anunció a través de su cuenta de Twitter que Perú 21 decidió dejar de publicar sus caricaturas políticas debido a los cambios que se estaban produciendo en el diario. En la actualidad, publica sus ilustraciones en el diario La República junto a Carlos Tovar "Carlín".

Hijo notable de San Bartolo -lugar donde reside muy feliz-, agradece profundamente a los medios tecnológicos ya que ahora no tiene motivos para viajar a la bulliciosa, caótica y maltratada Lima para entregar sus trabajos personalmente, tal como lo hacía años atrás, pues todo lo hace vía email.

Fanático número uno de "Los Saicos", una recordada agrupación musical de 70 que realiza esporádicas presentaciones. Pasa muchas horas frente al mar fumando un cigarrillo y luego, ya en la tranquilidad de su hogar, continúa dibujando, leyendo y escribiendo para "Hojas de Vida", su blog personal. (*Texto original en [www. mundocomics2011.blogspot.com](http://www.mundocomics2011.blogspot.com)*).

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

1. Noticia: “La noticia en estado puro viene dada siempre por un acontecimiento sorprendente, estremecedor, paradójico o trascendental y, sobre todo, reciente”. (GRIJELMO: 1997, 27)
2. Caricatura: “Caricatura es una palabra que viene del italiano (caricare) y que significa cargar. Según los especialistas es un término inventado por Leonardo Da Vinci”. (LUNA VICTORIA: 2005, 13).
3. Caricatura Política: “Suele considerarse a la caricatura política como un instrumento de lucha ideológica y crítico-social que prolifera en tiempos de crisis”. (SEMINARIO: 2012, 21).
4. Campaña Electoral: “Una campaña electoral es el mecanismo por el cual, candidatos y partidos compiten por el poder político. Ésta incluye una serie de actividades formales, legales, organizativas y comunicativas”. (NAVARRETE: 2012, 90).
5. Segunda Vuelta Electoral: “Es una elección de dos vueltas, siempre y cuando si en la primera, que es idéntica a una elección de mayoría simple, ninguno de los dos candidatos más votados obtiene la mayoría absoluta o si –según la legislación del país que se trate– no alcanzan el umbral de votos necesarios para evitar la Segunda Vuelta Electoral, la cual produce un resultado que marcadamente define al ganador absoluto” (Barrientos, 2004, p. 507 – 508).
6. Semiótica: “Es conocida como Teoría de Signos y plantea el funcionamiento del pensamiento del ser humano estudiando todo el proceso cognitivo. En otras palabras, la semiótica establece y trata de dar respuesta a la interrogante de cómo el ser humano conoce el mundo que lo rodea, cómo lo interpreta, como genera conocimiento y cómo lo transmite” (Eco, 2000, p. 45).

7. Análisis semiótico: “Permite descomponer un discurso, un texto, un mensaje, etcétera, encontrar sus elementos básicos y los significados individuales de cada elemento e identificar las relaciones que se originan a través de la mezcla de diferentes signos, símbolos, señales o íconos” (Correa, 2012, p. 43).

8. Significado Denotado: “Será aquél que se encuentra en los diccionarios (...) es el que abstrae y delimita en primera instancia el objeto o el concepto del objeto con el que se entra en contacto” (Correa, 2012, p. 34).

9. Significado Connotado: “Cuando se habla del significado connotativo, se entra en un segundo nivel de significación en donde entran al juego sentidos culturales (la unidad cultural de la que habla Umberto Eco) y sobre todo personales” (Correa, 2012, p. 36).

10. Mensaje Humorístico: ““Constituye la objetivación artística de esa actitud en un dibujo, un cuento, una novela, una pieza teatral, etc. La objetivación supone un distanciamiento, es decir, o bien un desdoblamiento del sujeto (en autor y personaje), o una utilización del otro (de un personaje notoriamente distinto del autor) para expresar la actitud de este último” (Núñez, 1984, p. 270).

**CAPÍTULO III:
PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E
INTERPRETACIÓN DE
RESULTADOS**

CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 Validez y confiabilidad de los instrumentos

La validez de expertos o face validity, la cual se refiere al grado en que aparentemente un instrumento mide la variable en cuestión, de acuerdo con “voces calificadas”. Se encuentra vinculada a la validez de contenido y, de hecho, se consideró por muchos años como parte de ésta.

Hoy se concibe como un tipo adicional de evidencia (Gravetter y Forzano, 2011; Streiner y Norman, 2008; y Mostert, 2006). Regularmente se establece mediante la evaluación del instrumento ante expertos. Por ejemplo, Hernández-Sampieri (2005) sometió el instrumento a revisión por parte de asesores en desarrollo organizacional, académicos y gerentes de recursos humanos. (Sampieri, 2014, p. 204)

De acuerdo a las características de la investigación se consideró los aspectos éticos que son fundamentales ya que se trabajaron con docentes por lo tanto el sometimiento a la investigación conto con la autorización correspondiente de parte de la dirección de la institución educativa como de los docentes por lo que se aplicó el consentimiento informado accediendo a participar en el método.

Asimismo, se mantiene la particularidad y el anonimato, así como el respeto hacia el evaluado en todo momento y resguardando los instrumentos respecto a las respuestas minuciosamente sin juzgar que fueron las más acertadas para el participante.

Tabla 1.

Juicio de expertos

Expertos	Pertinencia	Relevancia	Claridad
Mg. Ernesto Guevara Flores.	x	x	x
Mg. José Ventocilla Maestre	x	x	x
Mg. María Luisa Negrete Ramírez	x	x	x

Fuente: Propia

Ver anexo 3

3.2 Resultados

3.2.1 Fichas de Observación (Ver anexo 2)

CATEGORIA:
Mensaje Lingüístico
(Texto)

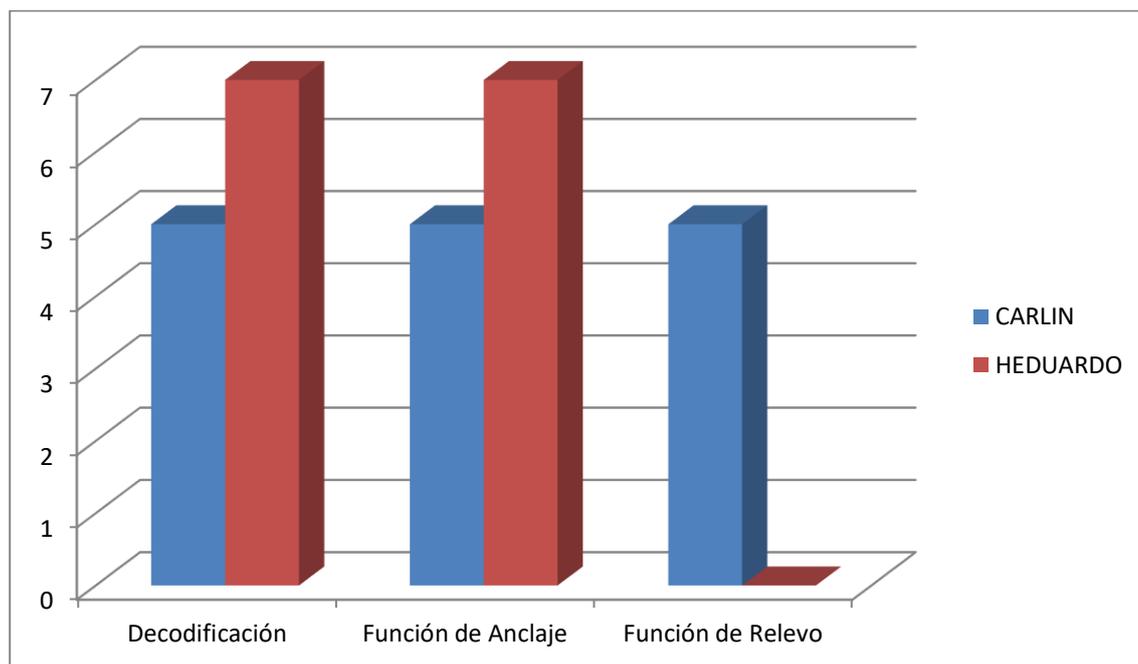
INDICADORES:

Decodificación

Función de Anclaje

Función de Relevancia

Figura1. Mensaje Lingüístico



Interpretación:

Según lo analizado, en el diario La República, el caricaturista Carlín usa el castellano en los textos de todas sus caricaturas. Este idioma constituye el código que se usa para decodificar (entender) el texto que se presenta. Lo mismo ocurre con las caricaturas de Heduardo en Perú 21.

Respecto a la función de anclaje, se puede observar que está presente en doce de las trece caricaturas analizadas. En la caricatura #10 de Carlín, publicada el 02 de junio del 2016, no hay presencia de texto por lo que no se puede distinguir los elementos del mensaje lingüístico.

La función de relevo no se encuentra presente en ninguna caricatura de Heduardo ya que al no haber mayor desarrollo icónico no se puede relacionar con el texto. Solo en cinco de las seis caricaturas analizadas de Carlín hay relevo.

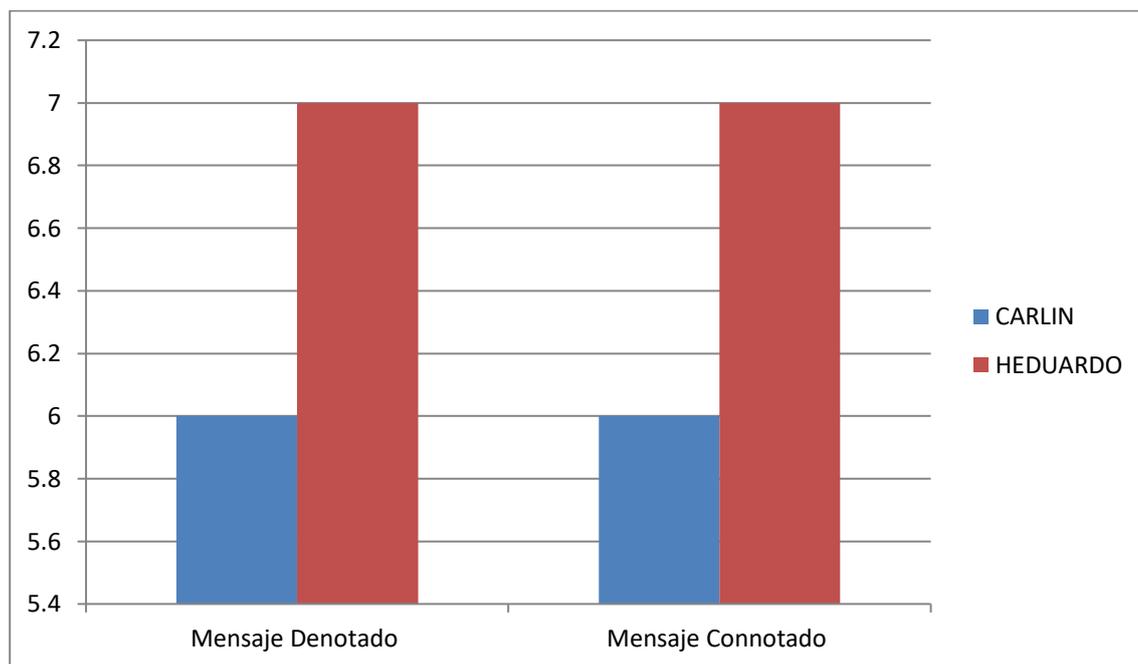
CATEGORIA
Mensaje Icónico
(Imagen)

INDICADORES

Mensaje Denotado

Mensaje Connotado

Figura 2. Mensaje Icónico



Interpretación:

Tanto las caricaturas de La República (Carlín) como las de Perú 21 (Heduardo) presentan de manera completa los elementos del mensaje connotado, lo que facilitan la interpretación final de las viñetas.

Respecto al mensaje denotado, se observó que su presencia es completa en las caricaturas de Carlín publicadas en La República. En el caso de las ilustraciones publicadas en Perú 21, se observó la presencia de los elementos del mensaje denotado pero de manera incompleta ya que Heduardo presenta todas sus caricaturas con el mismo fondo, idénticos personajes e iguales acciones.

3.3 Discusión de resultados

De los antecedentes consignados en el segundo capítulo de este trabajo, las tres que guardan relación directa con nosotros son las tesis presentadas por los autores Floriano, Larenas y Vergel, en ese orden.

Si bien es cierto, la totalidad de antecedentes aquí presentados tienen a las caricaturas como objeto de estudio, abordan las caricaturas desde una perspectiva teórica o histórica, que no es el caso de esta modesta investigación.

Pese a ello, los trabajos de los tres autores mencionados líneas arriba si analizan las caricaturas políticas en una línea muy semejante a la de esta investigación. En el caso de Floriano, que es trabajo más próximo al nuestro, se presenta un análisis semiótico completo de las caricaturas políticas del diario La República, es decir, las elaboradas por Carlos “Carlín” Tovar durante la primera vuelta de las elecciones presidenciales del 2016 y utilizando tanto el anclaje y el relevo de Barthes, entre otras teorías.

Floriano abarca un intervalo de tiempo para su análisis que es dos o hasta tres veces mayor que el planteado para este trabajo. Por otro lado, el autor no expone hipótesis alguna, por lo que sus conclusiones son en base a los objetivos generales y específicos que si plantea. La diferencia más sustancial, es que solo se centra en las ilustraciones de un solo caricaturista

En el caso de Larenas, el también analiza las caricaturas de Carlín durante un proceso electoral y el mismo caricaturista al igual que Floriano. Pero, a diferencia de él, su intervalo de tiempo está en las elecciones del 2011 y en toda la segunda vuelta que enfrento a Keiko Fujimori y Ollanta Humala.

Con respecto a Vergel, cuya investigación se remonta has las elecciones del 2001, muestra un análisis mucho más amplio que todas las investigaciones antes mencionadas. El volumen de su trabajo no solo se debe al análisis de toda una campaña presidencial sino también por los tres diarios (Expreso, La República y Gestión) que escogió para su tesis de grado. Es importante ya que es la única de las tres que analiza las caricaturas elaboradas por Heduardo Rodríguez

Ahora bien, los resultados arrojados por el análisis efectuado a las trece caricaturas que son objeto de estudio en esta investigación nos muestran como la aplicación de la teoría de Roland Barthes a las caricaturas de tipo políticas resulta igual de clarificador que su aplicación primigenia a una imagen de tipo publicitaria.

Para la categoría **mensaje lingüístico** se debe tener en claro que se refiere a todo texto que se muestre en la caricatura. Floriano consideró más elementos que no aparecen en este análisis porque el suyo era un análisis semiótico a profundidad, lo que no es el caso de nuestro trabajo.

El estilo de caricaturizar usado por Carlín (a todo color, con notables exageraciones físicas en los personajes) hace que sea más atractivo al momento de analizar sus elementos. Es por ello que Floriano y Larenas escogieron sus caricaturas para realizar sus respectivas investigaciones.

Según el análisis desarrollado para este trabajo, las caricaturas de Carlín presentan tanto el código para decodificar los textos como las funciones de anclaje y relevo, salvo en la caricatura número 10 que es exclusivamente icónica.

En el caso de las caricaturas de Heduardo, podemos mencionar que él se juega el entendimiento de sus ilustraciones en la parte textual ya que no tienen mayor desarrollo de la parte icónica. Todas sus caricaturas muestran el mismo color de fondo y los mismos señores de edad que comentan entre ellos alguna noticia de coyuntura. Es por ello que no se encuentra la función relevo en sus caricaturas.

Para la categoría **mensaje icónico**, se debe tener en claro que usamos esta denominación para agrupar de manera más efectiva los mensajes que engloban la parte icónica (imagen): Denotado y connotado.

Se consideraron tres elementos para efectuar el análisis de las caricaturas de esta investigación. Para el mensaje denotado: ubicación, los personajes representados y las acciones que efectúan. Para el mensaje connotado: el contexto la noticia relacionada y los protagonistas de la misma. Si bien es cierto

que estos elementos no son mencionados por Barthes, fueron considerados por que su esclarecimiento permitirá al final, corroborar nuestra hipótesis.

En las categorías de Carlín se presentaron todos los elementos antes mencionados, lo que no ocurrió en el caso de Heduardo, cuyo estilo para caricaturizar hace complejo que se establezca la ubicación. Hay que precisar que la totalidad de las caricaturas utilizan al castellano como código para la decodificación. Así mismo, todas las caricaturas se enmarcan en el contexto de la segunda vuelta electoral del 2016.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Después de analizar el total de las ilustraciones escogidas para esta investigación, se puede concluir que las caricaturas políticas publicadas en los diarios La República (centro izquierda o progresismo) y Perú 21 (centro derecha o liberalismo), entre el 30 de mayo y el 05 de junio del 2016, fueron usadas para transmitir un mensaje negativo a sus lectores respecto a la candidata presidencial del partido Fuerza Popular, Keiko Fujimori, pese a tener ambos diarios posiciones editoriales distintas. Los dos caricaturistas se podrían agrupar en lo que se denomina anti-fujimorismo por su crítica visceral contra esta opción política.

Con respecto al mensaje lingüístico, se puede concluir que tanto las caricaturas de Heduardo como en las de Carlín tienen en los textos un elemento fundamental para dar a entender el mensaje final que pretende transmitir a sus lectores.

Por último, se concluye que el mensaje icónico se aprecia y se relaciona mejor con la parte textual en las caricaturas de Carlos Tovar "Carlín" publicadas por La República. En el caso de las caricaturas de Heduardo en Perú 21, el estilo del caricaturista hace que casi todo el posterior entendimiento se sustente en la parte textual.

RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES

Se ha podido detallar en esta investigación que las caricaturas políticas permiten hacer llegar una opinión a muchas personas respecto a una determinada noticia. Los medios de comunicación deben mejorar la utilización de estas ilustraciones con la finalidad de convertirla en una novedosa forma de transmitir la información.

Las mallas curriculares de las escuelas profesionales de Ciencias de la Comunicación del Perú deben incluir el estudio o análisis del mensaje lingüístico o de la parte textual de las caricaturas o de cualquier otro tipo que las utilice, para poder profundizar aún más los conocimientos que tenemos de nuestro lenguaje.

En nuestro país tenemos caricaturistas con mucho talento publicando sus trabajos en diferentes medios masivos y de alcance nacional. Sin embargo, no todos desarrollan la parte icónica que permite entender la denotación y la connotación de toda la caricatura. Se deben mejorar los estilos para apuntar en esa dirección y así poder tener análisis más completos.

FUENTES BIBLIOGRÁFICA

FUENTES BIBLIOGRÁFICA

- Abreu, C. (2001, junio). Periodismo iconográfico: Hacia una definición de caricatura. *Revista Latina de Comunicación Social*. Recuperado de <https://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina42jun/43cabreu9.htm>
- Ayala, K. (2012). *Representación del imaginario de nación en la caricatura política del siglo XIX (1892 – 1896)*. Tesis de Maestría. Pontificia Universidad Católica, Lima, Perú.
- Barthes, R. (1964). *Elementos de la Semiología*. París, Francia. Editorial Cultrix.
- Barrientos del Monte, F. (marzo, 2004). La Segunda Vuelta Electoral y la Gobernabilidad en los Sistemas Políticos Latinoamericanos. Apuntes Electores. Recuperado de https://works.bepress.com/fernando_barrientos/3/
- Correa Gonzales, J. (2012). *Semiótica*. Tlalnepantla, México: Red Tercer Milenio.
- Damiano, O. (2016). *La Caricatura Política en el Frente Nacional (COLOMBIA, 1958-1974)*. Tesis de pregrado. Universidad de Tolima, Facultad de Ciencias Humanas y Arte, Tolima, Colombia.
- Floriano, E. (2016). *Análisis semiótico de la caricatura política de Carlos “Carlin” Tovar presentada en la campaña electoral 2016 en el periodo enero – marzo* (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lima, Perú.
- Fuentes, H. (2014). *La sátira política en el Perú durante el proceso electoral del 2011*. Lima, Perú. Editorial de la Universidad Nacional San Agustín.
- Gargurevich, J. (1991). *Historia de la Prensa Peruana (1594 – 1990)*. Lima, Perú: La Voz.

- Gantús, F. (2012, enero - junio). Un espacio para la confrontación: la caricatura política de El Rascatripas y las elecciones, México 1881-1883. Patrimonio y Memoria. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5703151.pdf>
- Grijelmo, A. (1997). El Estilo del periodista. Madrid, España: Taurus.
- Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la Investigación 6ta Edición. México D.F, México: Interamericana.
- Infante, C. (2008). *Poder y humor gráfico durante el periodo de crisis del régimen de Alberto Fujimori (Tesis de doctorado)*. Universidad Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Sociales, Lima, Perú.
- Isla Rocha, M. (1 de marzo del 2012). Heduardo, con H de Humor. [Mensaje de un blog]. Recuperado de <http://mundocomics2011.blogspot.com/2012/03/heduardo-con-h-de-humor.html>
- Jácome, D. (2013). *La caricatura como crítica social* (Tesis de pregrado). Universidad Central del Ecuador, Facultad de Artes, Quito, Ecuador.
- Larenas, O. (2013). *El Diario La República y el tratamiento periodístico en la sección de humor político gráfico sobre los candidatos Ollanta Humala y Keiko Fujimori durante la segunda vuelta realizada del 11 de abril al 5 de junio del 2011* (Tesis de pregrado). Universidad Alas Peruanas, Facultad de Ciencias Empresariales y Educación, Lima, Perú.
- Navarrete, J. (2012). *Partidos políticos y campañas electorales*. Tlalnepantla de Baz, México. Editorial Red Tercer Milenio.
- Negrete, N. (2012). *Discurso político de la caricatura en los medios cuencanos: El Mercurio y El Tiempo en el referéndum que aprobó la nueva Carta Magna (2008)*. Tesis de posgrado. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede Ecuador.
- Núñez Ramos, R. (1984). *Semiótica del Mensaje Humorístico*. Oviedo, España: Universidad de Oviedo.
- Pachón, J. (2013). *El conflicto armado interno colombiano en la caricatura política, 1990-2010* (Tesis de posgrado). Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Facultad de Educación, Boyacá, Colombia.

- Palacios, RM. Álvarez, A. Tafur, JC. (2017). *Fuera del Aire*. Lima, Perú: Planeta.
- Peláez, E. (2002). El concepto de caricatura como arte en el siglo XIX. *Sincronía*. Recuperado de <http://sincronia.cucsh.udg.mx/caricatur.htm>
- Sánchez Guevara, G. (enero, 2012). *La Caricatura Política: Sus Funcionamientos retóricos*. *Razón y Palabra*. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/varia/N78/2a%20parte/28_Sanchez_V78.pdf
- Seminario, M. (2012). *La caricatura política como fuente documental*. Lima - Perú. Editorial del Jurado Nacional de Elecciones.
- Serna, R. (2008). *El análisis pragmático de la caricatura política y la enseñanza de la lengua castellana* (Tesis de pregrado). Universidad de Antioquia, Facultad de Educación, Colombia.
- Várnagy, Tomás (2012). *Caricatura, afiches y humor político*. Madrid, España. Editorial de la Académica Española (EAE).
- Vergel, L. (2008). *Imágenes de la caricatura política en época electoral: campaña presidencial 2001* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Lima, Perú.

ANEXOS

ANEXO 1
Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA. El uso de las caricaturas políticas publicadas por los diarios "La República" y "Perú 21", durante la segunda vuelta electoral entre Pedro Pablo Kuczynski y Keiko Fujimori, del 30 de mayo al 05 de junio del 2016.

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE	CATEGORIAS	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
¿Cuál es el uso que se le dio a las caricaturas políticas publicadas por los diarios "La República" y "Perú 21" durante la segunda vuelta electoral entre PPK y Keiko Fujimori del 30 de mayo al 05 de junio del 2016?	Identificar el uso que se le dio a las caricaturas políticas publicadas por los diarios "La República" y "Perú 21" durante la parte final de la segunda vuelta electoral entre PPK y Keiko Fujimori del 30 de mayo al 05 de junio del 2016.	Las caricaturas políticas fueron usadas por los diarios "La República" y "Perú 21" para transmitir un mensaje negativo a sus lectores respecto a la candidata presidencial del partido Fuerza Popular, Keiko Fujimori.	El uso de las caricaturas políticas				
PROBLEMAS ESPECÍFICOS ¿Cuál es el uso que se le dio a las caricaturas políticas publicadas en el Diario "La República" durante la parte final de la segunda vuelta electoral entre PPK y Keiko Fujimori, del 30 de mayo al 05 de junio del 2016?	OBJETIVOS ESPECÍFICOS Identificar el uso que se le dio a las caricaturas políticas publicadas en el Diario "La República" durante la parte final de la segunda vuelta electoral entre PPK y Keiko Fujimori del 30 de mayo al 05 de junio del 2016.	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS Las caricaturas políticas fueron usadas por el Diario "La República" para transmitir un mensaje negativo a sus lectores respecto a la candidata presidencial del partido Fuerza Popular, Keiko Fujimori.		Mensaje Lingüístico (Textual)	Decodificación Anclaje Relevo	Observación	Ficha de Observación
¿Cuál es el uso que se le dio a las caricaturas políticas publicadas en el Diario "Perú 21" durante la parte final de la segunda vuelta electoral entre PPK y Keiko Fujimori del 30 de mayo al 05 de junio del 2016?	Identificar el uso que se le dio a las caricaturas políticas publicadas en el Diario "Perú 21" durante la parte final de la segunda vuelta electoral entre PPK y Keiko Fujimori, del 30 de mayo al 05 de junio del 2016.	Las caricaturas políticas fueron usadas por el Diario "La República" para transmitir un mensaje negativo a sus lectores respecto a la candidata presidencial del partido Fuerza Popular, Keiko Fujimori.		El uso de las caricaturas políticas	Mensaje Icónico (Imagen)	Menaje Denotado Mensaje Connotado	Observación

ANEXO 2
Ficha de Observación (INSTRUMENTO USADO)

CARICATURA Nº 1



Información General:

- **Tema:** Narcotráfico y autoritarismo en el Fujimorismo.
- **Fecha de Publicación:** 30 de mayo del 2016.
- **Diario:** Perú 21.
- **Autor:** Eduardo Rodríguez Díaz, "Eduardo con H".

Aplicación del Análisis Semiótico de Barthes

**Mensaje
Lingüístico**

Contenido de los diálogos

1. **Decodificación:** Para decodificar el mensaje textual de esta caricatura es necesario conocer el idioma castellano.
2. **Función de anclaje:** La función de anclaje recaería en la palabra Narco Estado, ya que tiene una intención alarmista o de preocupación respecto a lo que sería un gobierno de Keiko Fujimori, que iría más allá de simples actos de corrupción.

(texto):	<p>3. Función de Relevancia: En las caricaturas de Heduardo no se puede determinar esta función ya que la parte icónica no está desarrollada.</p>		
Mensaje Denotado (Imagen) :	Ubicación En esta caricatura no hay una ubicación definida.	Personajes Tres adultos mayores	Acciones Comentan sobre la coyuntura política
Mensaje Connotado (imagen):	Contexto Elecciones Presidenciales 2016 Segunda Vuelta	Noticia relacionada Presunta vinculación de la candidata Keiko Fujimori con el narcotráfico a través de su financista Joaquín Ramírez. El partido Fuerza Popular obtiene la mayoría de los escaños del nuevo congreso.	Protagonistas de la noticia Keiko Fujimori Joaquín Ramírez La DEA Partido Fuerza Popular Congreso de la República

Conclusiones: Esta caricatura está en contra de la candidata de Fuerza Popular, Keiko Fujimori. Primero, porque se enumera textualmente los problemas que enfrentaría el Perú en un posible nuevo gobierno fujimorista (Narco estado, mayoría parlamentaria abusiva y copamiento de las instituciones). Segundo, porque al afirmar que “Recuerdo cuando solo votábamos por el que roba, pero hace obra”, busca dar a entender que no se hablaría solo de simples actos de corrupción, que todo iría a peor.

CARICATURA Nº 2



Información General:

- **Tema:** Vínculos de Keiko Fujimori con bandas delincuenciales.
- **Fecha de Publicación:** 31 de mayo del 2016.
- **Diario:** Perú 21.
- **Autor:** Eduardo Rodríguez Díaz, "Eduardo con H".

Aplicación del Análisis Semiótico de Barthes

Mensaje Lingüístico (texto):

Contenido de los diálogos

Decodificación: Para decodificar el mensaje textual de esta caricatura es necesario conocer el idioma castellano.

Función de Anclaje: Esta función se encuentra en la afirmación de que uno de los locales de campaña de Fuerza Popular había sido antes casa de una banda criminal de San Juan de Miraflores.

Función de Relevo: En las caricaturas de Heduardo no se puede determinar esta función ya que la parte icónica no está desarrollada.

<p>Mensaje Denotado (Imagen) :</p>	<p>Ubicación En esta caricatura no hay una ubicación definida.</p>	<p>Personajes Dos adultos mayores</p>	<p>Acciones Comentan sobre la coyuntura política</p>
<p>Mensaje Connotado (imagen):</p>	<p>Contexto Elecciones Presidenciales 2016 Segunda Vuelta</p>	<p>Noticia relacionada Fuerza Popular utiliza local en el que funcionaba organización delictiva de San Juan de Lurigancho, encabezados por alias "loco" Jean Pierre.</p>	<p>Protagonistas de la noticia Fuerza Popular de San Juan de Lurigancho Los Malditos de Bayóvar Jean Pierre alias el "Loco"</p>
<p>Conclusiones: Esta caricatura está en contra de la candidatura de Keiko Fujimori. Aquí se presenta una relación directa entre el crimen organizado y el partido fujimorista, lo que se puede inferir de manera más clara cuando se alude al delincuente alias "Loco" Jean Pierre como el vocero en seguridad ciudadana de la candidata Fujimori. Hay que tener en cuentas que las encuestas de aquella campaña electoral colocaban la inseguridad como la principal preocupación de los peruanos.</p>			

CARICATURA Nº 3



Información General:

- **Tema:** Las faltas de Keiko Fujimori cuando era congresista.
- **Fecha de Publicación:** 01 de junio del 2016.
- **Diario:** Perú 21.
- **Autor:** Eduardo Rodríguez Díaz, "Eduardo con H".

Aplicación del Análisis Semiótico de Barthes

**Mensaje
Lingüístico
(texto):**

Contenido de los diálogos

Decodificación: Para decodificar el mensaje textual de esta caricatura es necesario conocer el idioma castellano.

Función de anclaje: Textualmente, el anclaje de esta caricatura recae en la alusiones que se muestran

Función de Relevo: En las caricaturas de Heduardo no se puede determinar esta función ya que la parte icónica no está desarrollada.

<p>Mensaje Denotado (Imagen) :</p>	<p>Ubicación</p> <p>En esta caricatura no hay una ubicación definida.</p>	<p>Personajes</p> <p>Dos adultos mayores</p>	<p>Acciones</p> <p>Comentan sobre la coyuntura política</p>
<p>Mensaje Connotado (imagen):</p>	<p>Contexto</p> <p>Elecciones Presidenciales 2016</p> <p>Segunda Vuelta</p>	<p>Noticia relacionada</p> <p>Keiko Fujimori pidió 500 días de licencia por maternidad cuando era congresista</p>	<p>Protagonistas de la noticia</p> <p>Keiko Fujimori</p> <p>Congreso de la República</p>
<p>Conclusiones: Esta caricatura está en contra de la candidatura de Keiko Fujimori. Esta vez se utiliza la justificación que la candidata dio ante las críticas por el elevado número de faltas que registra durante el periodo que fue congresista y se le compara con la licencia que se tomó Joaquín Ramírez del partido Fuerza Popular luego de conocerse la investigación que le estaba haciendo la DEA. Se pretende hacer entender que de ganar las elecciones, Fujimori se ausentaría de la misma forma que lo hizo de parlamentaria y Joaquín Ramírez sería el verdadero poder, semejante al que tuvo Vladimiro Montesinos durante los años 90.</p>			

CARICATURA Nº 4



Información General:

- **Tema:** Los audios supuestamente editados por José Chlimper.
- **Fecha de Publicación:** 02 de junio del 2016.
- **Diario:** Perú 21.
- **Autor:** Eduardo Rodríguez Díaz, "Eduardo con H".

Aplicación del Análisis Semiótico de Barthes

**Mensaje
Lingüístico
(texto):**

Contenido de los diálogos

Decodificación: Para decodificar el mensaje textual de esta caricatura es necesario conocer el idioma castellano.

Función de anclaje: Esta función estaría expresada en la alusión que se hace en el lado oscuro del candidato a vicepresidente José Chlimper.

Función de Relevo: En las caricaturas de Heduardo no se puede determinar esta función ya que la parte icónica no está desarrollada.

<p>Mensaje Denotado (Imagen) :</p>	<p>Ubicación</p> <p>En esta caricatura no hay una ubicación definida.</p>	<p>Personajes</p> <p>Dos adultos mayores</p>	<p>Acciones</p> <p>Comentan sobre la coyuntura política</p>
<p>Mensaje Connotado (imagen):</p>	<p>Contexto</p> <p>Elecciones Presidenciales 2016</p> <p>Segunda Vuelta</p>	<p>Noticia relacionada</p> <p>Programa de Panamericana TV emite audios presentados por Chlimper que habrían estado editados para beneficiar a Ramírez.</p>	<p>Protagonistas de la noticia</p> <p>José Chlimper Ackerman</p>
<p>Conclusiones:</p> <p>Esta caricatura está en contra de la candidata de Keiko Fujimori, aunque no sea mencionada directamente.</p> <p>El aludido esta vez es el candidato a vicepresidente José Chlimper , quien es acusado de haber adulterado mediante ediciones , unos audios en los que un ex agente de la DEA se retracta de las acusaciones que realizó contra Joaquín Ramírez y Keiko Fujimori.</p>			

CARICATURA Nº 5



Información General:

- **Tema:** El dinero robado durante el gobierno de Alberto Fujimori.
- **Fecha de Publicación:** 03 de junio del 2016.
- **Diario:** Perú 21.
- **Autor:** Eduardo Rodríguez Díaz, "Eduardo con H".

Aplicación del Análisis Semiótico de Barthes

Contenido de los diálogos	
Mensaje Lingüístico (texto):	<p>Decodificación: Para decodificar el mensaje textual de esta caricatura es necesario conocer el idioma castellano.</p> <p>Función de anclaje: Se expresa en la repetición de hasta tres veces de la palabra robar con la palabra pacto.</p> <p>Función de Relevo: En las caricaturas de Heduardo no se puede determinar esta función ya que la parte icónica no está desarrollada.</p>

<p>Mensaje Denotado (Imagen) :</p>	<p>Ubicación</p> <p>En esta caricatura no hay una ubicación definida.</p>	<p>Personajes</p> <p>Dos adultos mayores</p>	<p>Acciones</p> <p>Comentan sobre la coyuntura política</p>
<p>Mensaje Connotado (imagen):</p>	<p>Contexto</p> <p>Elecciones Presidenciales 2016 Segunda Vuelta</p>	<p>Noticia relacionada</p> <p>Castañeda Lossio se reúne con Keiko Fujimori y anunció su apoyo al fujimorismo de cara a la segunda vuelta.</p>	<p>Protagonistas de la noticia</p> <p>Keiko Fujimori</p> <p>Luis Castañeda Lossio</p>
<p>Conclusiones:</p> <p>Esta caricatura está en contra de la candidata Keiko Fujimori.</p> <p>Se menciona una frase que se le atribuya a Castañeda a raíz del caso Comunicare y se parafrasea esa misma frase utilizando los 6 mil millones que el Perú habría perdido por la corrupción del gobierno de Alberto Fujimori. Existe una intención de criticar se criticar el apoyo público por parte del alcalde Castañeda a la líder fujimorista asociando a estos dos políticos como un pacto de corruptos.</p>			

CARICATURA Nº 6



Información General:

- **Tema:** Investigación de la DEA contra Fujimori por lavado de activos.
- **Fecha de Publicación:** 04 de junio del 2016.
- **Diario:** Perú 21.
- **Autor:** Eduardo Rodríguez Díaz, "Eduardo con H".
-

Aplicación del Análisis Semiótico de Barthes

Contenido de los diálogos	
Mensaje Lingüístico (texto):	<p>Decodificación: Para decodificar el mensaje textual de esta caricatura es necesario conocer el idioma castellano.</p> <p>Función de anclaje: Se expresa en la alusión a un fiscalización de un hipotético gobierno keikista por parte de la DEA.</p> <p>Función de Relevo: En las caricaturas de Heduardo no se puede determinar esta función ya que la parte icónica no está desarrollada.</p>

<p>Mensaje Denotado (Imagen) :</p>	<p>Ubicación</p> <p>En esta caricatura no hay una ubicación definida.</p>	<p>Personajes</p> <p>Dos adultos mayores</p>	<p>Acciones</p> <p>Comentan sobre la coyuntura política</p>
<p>Mensaje Connotado (imagen):</p>	<p>Contexto</p> <p>Elecciones Presidenciales 2016 Segunda Vuelta</p>	<p>Noticia relacionada</p> <p>La DEA anuncia investiga por narcotráfico y lavado de activos Que podría incluir a Keiko Fujimori.</p>	<p>Protagonistas de la noticia</p> <p>Keiko Fujimori Joaquín Ramírez La DEA</p>
<p>Conclusiones</p> <p>Esta caricatura está en contra de la candidatura de Keiko Fujimori.</p> <p>Nuevamente se alude a la cuestionada situación de Joaquín Ramírez, entonces congresista y de la máxima confianza de la candidata.</p> <p>Se menciona que, de ganar la presidencia, el gobierno de Keiko no podría ser fiscalizada desde el congreso a raíz de la aplastante mayoría parlamentaria que consiguió en la primera vuelta. Y esta fiscalización la tendrían que hacer la agencia antidroga del gobierno americano. Esto guarda relación con la idea de un eventual narco estado liderado por Fujimori.</p>			

CARICATURA Nº 7



Información General:

- **Tema:** Encuentran celular en la celda de Vladimiro Montesinos.
- **Fecha de Publicación:** 05 de junio del 2016.
- **Diario:** Perú 21.
- **Autor:** Eduardo Rodríguez Díaz, "Eduardo con H".

Aplicación del Análisis Semiótico de Barthes

<p>Mensaje Lingüístico (texto):</p>	<p style="text-align: center;">Contenido de los diálogos</p> <p>Decodificación: Para decodificar el mensaje textual de esta caricatura es necesario conocer el idioma castellano.</p> <p>Función de anclaje: Se expresa en las menciones al celular y a la que sería su finalidad, dar instrucciones.</p>
--	--

		Función de Relevo: En las caricaturas de Heduardo no se puede determinar esta función ya que la parte icónica no está desarrollada.	
Mensaje Denotado (Imagen) :	Ubicación En esta caricatura no hay una ubicación definida.	Personajes Tres adultos mayores	Acciones Comentan sobre la coyuntura política
Mensaje Connotado (imagen):	Contexto Elecciones Presidenciales 2016 Segunda Vuelta	Noticia relacionada Montesinos tenía un celular en su celda de la Base Naval	Protagonistas de la noticia Vladimiro Montesinos Keiko Fujimori
<p>Conclusiones:</p> <p>Esta caricatura está en contra de la candidata Keiko Fujimori.</p> <p>Se menciona que el celular encontrado sería utilizado por el ex asesor presidencial Montesinos para dirigir o participar en la campaña presidencial de Keiko Fujimori, lo que causa un impacto negativo a la campaña fujimorista a hora de la votación definitiva.</p>			

CARICATURA Nº 8



Información General:

- **Tema:** Los cócteles fujimoristas para recaudar fondos.
- **Fecha de Publicación:** 31 de mayo del 2016.
- **Diario:** La República
- **Autor:** Carlos Tovar Samanez, "Carlín".

Aplicación del Análisis Semiótico de Barthes

<p>Mensaje Lingüístico (texto):</p>	<p style="text-align: center;">Contenido de los diálogos</p> <p>Decodificación: Para poder comprendido en los diálogos es necesario comprender el idioma castellano, que vendría a ser el código.</p> <p>Función de Anclaje: Se encuentra al mencionar la supuesta cantidad de dinero que se ha recaudado en un solo cóctel.</p> <p>Función de Relevo: Se encuentra en al mencionar que el número de asistentes al cóctel, lo que contrasta con el aforo del local que luce casi vacío.</p>		
<p>Mensaje Denotado (Imagen):</p>	<p>Ubicación</p> <p>Algún local de recepción usado por Fuerza</p>	<p>Personajes</p> <p>Se observa a Keiko Fujimori, a unos periodistas,</p>	<p>Acciones</p> <p>Keiko Fujimori está cerrando la puerta a unos</p>

	Popular para sus actividades partidarias.	A un número reducido de personas entre los que se distingue a Chlimper y Ramírez. Además, hay un Dj.	periodistas que quieren ingresar al evento. José Chlimper y Joaquín Ramírez brindan con un grupo reducido de personas. Un DJ suena la música en un local casi vacío.
Mensaje Connotado (imagen):	Contexto Elecciones Presidenciales 2016 Segunda Vuelta	Noticia relacionada Fujimoristas reúnen millones con simple cócteles, pero no menciona sus contribuyentes.	Protagonistas de la noticia Keiko Fujimori Fuerza Popular Joaquin Ramirez José Chlimper
Conclusiones: Esta caricatura está en contra de la candidata Keiko Fujimori ya que pone en duda el origen lícito del dinero empleado en la campaña electoral.			

CARICATURA Nº 9



Información General:

- **Tema:** Los regalos para la candidata Fujimori.
- **Fecha de Publicación:** 01 de junio del 2016.
- **Diario:** La República.
- **Autor:** Carlos Tovar Samanez, "Carlin".

Aplicación del Análisis Semiótico de Barthes

<p>Mensaje Lingüístico (texto):</p>	<p style="text-align: center;">Contenido de los diálogos</p> <p>Decodificación: Para poder comprendido en los diálogos es necesario comprender el idioma castellano, que vendría a ser el código.</p> <p>Función de Anclaje: Se encuentra al mencionar que la candidata nunca pregunta por el origen de los regalos que le hacen.</p> <p>Función de Relevo: Se encuentra en la ilustración de los "regalos" mencionados en la parte textual a través de los lazos en los autos y las casas.</p>		
<p>Mensaje Denotado (Imagen) :</p>	<p>Ubicación</p> <p>La cuadra en la que vive Keiko Fujimori.</p>	<p>Personajes</p> <p>Keiko Fujimori Joaquín Ramirez</p>	<p>Acciones</p> <p>Ramírez le tapa los ojos a Fujimori para que no observe los regalos que le tiene preparado.</p>

Mensaje Connotado (imagen):	Contexto	Noticia relacionada	Protagonistas de la noticia
	Elecciones Presidenciales 2016 Segunda Vuelta	Investigan a congresista Fujimorista Ramírez por lavado de activos.	Joaquín Ramírez. Keiko Fujimori.
<p>Conclusiones:</p> <p>Esta caricatura está en contra de la candidatura de Keiko Fujimori. En esta oportunidad se critica la falta de interés de la candidata en saber el origen de los fondos que sus colaboradores introducen en su campaña electoral.</p>			

CARICATURA Nº 10



Información General:

- **Tema:** Un equipo de puros limpios.
- **Fecha de Publicación:** 02 de junio del 2016.
- **Diario:** La República.
- **Autor:** Carlos Tovar Samanez, "Carlín".

Aplicación del Análisis Semiótico de Barthes

<p>Mensaje Lingüístico (texto):</p>	<p>Contenido de los diálogos</p> <p>No hay diálogos.</p>		
<p>Mensaje Denotado (Imagen):</p>	<p>Ubicación</p> <p>Local partidario de Fuerza Popular</p>	<p>Personajes</p> <p>Keiko Fujimori Joaquín Ramírez José Chlimper</p>	<p>Acciones</p> <p>La candidata presenta a los miembros de su equipo de gobierno.</p>

<p>Mensaje Connotado (imagen):</p>	<p>Contexto</p> <p>Elecciones Presidenciales 2016</p> <p>Segunda Vuelta</p>	<p>Noticia relacionada</p> <p>La DEA investiga a Ramírez por lavar dinero del narcotráfico.</p> <p>La fiscalía investiga a Chlimper por audios adulterados.</p>	<p>Protagonistas de la noticia</p> <p>Joaquin Ramirez</p> <p>José Chlimper</p>
<p>Conclusiones:</p> <p>Esta caricatura está en contra de la candidata Keiko Fujimori ya muestra a todos los colaboradores de su candidatura embarrados por graves escándalos</p>			

CARICATURA Nº 11



Información General:

- **Tema:** Los audios de Chlimper
- **Fecha de Publicación:** 03 de junio del 2016.
- **Diario:** La República.
- **Autor:** Carlos Tovar Samanez, "Carlín".

Aplicación del Análisis Semiótico de Barthes

**Mensaje
Lingüístico
(texto):**

Contenido de los diálogos

Decodificación: Para poder comprendido en los diálogos es necesario comprender el idioma castellano, que vendría a ser el código.

Función de Anclaje: Se encuentra al mencionar la forma transparente de los audios por parte de José Chlimper

Función de Relevo: Lo anterior contrasta con la ilustración del canal 5 en llamas y con los periodistas escapando.

<p>Mensaje Denotado (Imagen) :</p>	<p>Ubicación</p> <p>Sede principal de Panamericana Televisión.</p>	<p>Personajes</p> <p>Keiko Fujimori</p> <p>José Chlimper</p>	<p>Acciones</p> <p>Keiko justifica los audios entregados por Chlimper para que sean mostrados en canal 5.</p>
<p>Mensaje Connotado (imagen):</p>	<p>Contexto</p> <p>Elecciones Presidenciales 2016</p> <p>Segunda Vuelta</p>	<p>Noticia relacionada</p> <p>La fiscalía investiga a Chlimper por audios adulterados.</p>	<p>Protagonistas de la noticia</p> <p>José Chlimper</p>
<p>Conclusiones:</p> <p>Esta caricatura está en contra de la candidata keiko Fujimori porque la muestra desesperada por justificar a toda costa lo que hizo su candidato a vicepresidente con las audios pese a perjudicar a un medio de comunicación y a los periodistas que en él trabajan.</p>			

CARICATURA Nº 12



Información General:

- **Tema:** Los trabajos de Keiko
- **Fecha de Publicación:** 04 de junio del 2016.
- **Diario:** La República.
- **Autor:** Carlos Tovar Samanez, "Carlín".

Aplicación del Análisis Semiótico de Barthes

**Mensaje
Lingüístico
(texto):**

Contenido de los diálogos

Decodificación: Para poder comprender en los diálogos es necesario comprender el idioma castellano, que vendría a ser el código.

Función de Anclaje: Se encuentra en el significado que el caricaturista le da al nombre del programa juvenil propuesto por Fujimori.

Función de Relevo: El énfasis que el caricaturista le pone al "desmentir tajantemente" se relaciona con el gesto serio de la caricatura de Keiko Fujimori.

<p>Mensaje Denotado (Imagen) :</p>	<p>Ubicación</p> <p>Local Partidario de Fuerza Popular</p>	<p>Personajes</p> <p>Keiko Fujimori</p>	<p>Acciones</p> <p>La candidata explica lo que significa su propuesta para el trabajo juvenil.</p>
<p>Mensaje Connotado (imagen):</p>	<p>Contexto</p> <p>Elecciones Presidenciales 2016 Segunda Vuelta</p>	<p>Noticia relacionada</p> <p>PPK dice que ser presidente ser el último empleo de su vida.</p>	<p>Protagonistas de la noticia</p> <p>Pedro Pablo Kuczynski</p> <p>keiko Fujimori</p>
<p>Conclusiones:</p> <p>Esta caricatura está en contra de Keiko Fujimori porque critica su nula experiencia laboral para aspirar a la Presidencia del Perú y que este sería su primer trabajo formal.</p>			

CARICATURA N.º 13



Información General:

- **Tema:** Las encuestas prohibidas
- **Fecha de Publicación:** 05 de junio del 2016.
- **Diario:** La República
- **Autor:** Carlos Tovar Samanez, "Carlín".

Aplicación del Análisis Semiótico de Barthes

**Mensaje
Lingüístico
(texto):**

Contenido de los diálogos

Decodificación: Para poder comprender en los diálogos es necesario comprender el idioma castellano, que vendría a ser el código.

Función de Anclaje: Se encuentra en las preguntas por los "precios" de los productos mencionados por los candidatos.

Función de Relevo: La insistencia de cada pregunta se refleja en los gestos de ansiedad de cada caricatura

<p>Mensaje Denotado (Imagen) :</p>	<p>Ubicación</p> <p>En las respectivas habitaciones de cada candidato.</p>	<p>Personajes</p> <p>Pedro Pablo Kuczynski</p> <p>keiko Fujimori</p>	<p>Acciones</p> <p>Ambos candidatos preguntas vía telefónicas como van las encuestas pero en clave por la prohibición de la ONPE.</p>
<p>Mensaje Connotado (imagen):</p>	<p>Contexto</p> <p>Elecciones Presidenciales 2016</p> <p>Segunda Vuelta</p>	<p>Noticia relacionada</p> <p>ONPE prohíbe publicar encuestas un día antes de la segunda vuelta y pide prudencia con los boca de urna.</p>	<p>Protagonistas de la noticia</p> <p>La ONPE</p>
<p>Conclusiones:</p> <p>Esta caricatura no está en contra de ningún candidato. La muestra a los dos por igual, ansiosos por saber cómo se mueven las encuestas previas al día de la elección. Se le puede considerar neural.</p>			

ANEXO 3
Validación de instrumentos

I. DATOS GENERALES

1.1 Apellidos y Nombres del Experto: Mg. Guevara Flores, Ernesto

1.2 Cargo e Institución donde labora: Docente UAP-UNEV

1.3 Nombre del Instrumento Motivo de Evaluación:
Ficha de Observación

1.4 Autor del Instrumento: Christian Leon Almanza Contreras

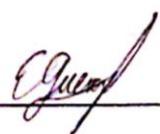
INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.			X		
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de sistema de evaluación y el desarrollo de capacidades cognitivas.				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico - científico de la Tecnología Educativa.					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				X	
10. OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado.				X	

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento de validación es apto para su aplicación

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 85%

Lima, 10 de Julio del 2018



I. DATOS GENERALES

1.1 Apellidos y Nombres del Experto: VENTOCILLA HERRERA, JOSÉ GUSTAVO
 1.2 Cargo e Institución donde labora: DOCENTE - UNITEC - M6. EN COMUNICACIÓN
 1.3 Nombre del Instrumento Motivo de Evaluación:

FICHA DE OBSERVACIÓN

1.4 Autor del Instrumento: CHRISTIAN BRON ALFARANZA CONTRERAS

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.		X			
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.			X		
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.			X		
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.			X		
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.		X			
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de sistema de evaluación y el desarrollo de capacidades cognitivas.			X		
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico - científico de la Tecnología Educativa.		X			
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones		X			
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.		X			
10. OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado.			X		

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

INSTRUMENTO APTO PARA APLICACIÓN

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 16

Lima, 18 de Julio del 2018

I. DATOS GENERALES

1.1 Apellidos y Nombres del Experto: Mg. MARÍA LUISA NEGRETE R.

1.2 Cargo e Institución donde labora: DOCENTE U.A.P.

1.3 Nombre del Instrumento Motivo de Evaluación:

FICHA DE OBSERVACIÓN

1.4 Autor del Instrumento: CHRISTIAN ARON ALMANZA E.

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				80%	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				80%	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				80%	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				80%	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.				80%	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de sistema de evaluación y el desarrollo de capacidades cognitivas.				80%	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científico de la Tecnología Educativa.				80%	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones				80%	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				80%	
10. OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado.				80%	

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

ES APLICABLE

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80%

Lima, 07 de AGOSTO del 2018

Maria Luisa Negrete Ramirez
 MARIA LUISA NEGRETE RAMIREZ
 ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 DOCENTE