



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de Comunicación y Publicidad

“MENSAJE HUMORÍSTICO DE LAS CARICATURAS
POLÍTICAS DE MECHAÍN DOROTEO Y CARLOS TOVAR
“CARLÍN” COMO ORIENTACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA:
PROCESO DE VACANCIA PRESIDENCIAL DE PEDRO
PABLO KUCZYNSKI - 2018.”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado (a) en Comunicación y Publicidad

Autores:

Carolina Valdivia Vásquez
Juan Agustin Vergara Cipriano

Asesor:

Dr. Alfredo Gerardo Alegría Alegría

Trujillo - Perú

2020

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a nuestros padres, Víctor Vergar

Alberto Valdivia, por animarnos a perseguir esta meta y

Agustina Luisa Cipriano y a Flor de Ma

fundamentales y un gran sop

universitaria y a lo

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi asesor de tesis Dr. Alfredo Alegría quien me brindó conocimiento a lo largo de toda la carrera, su experiencia y orientación ha sido clave para el correcto desarrollo de esta investigación, a todos los docentes que me enseñaron y motivaron a desarrollarme profesionalmente, y a mis amigos con los que compartí en las aulas, gracias por todo su apoyo.

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO.....	3
TABLA DE CONTENIDO.....	4
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN.....	9
1.1. Realidad problemática.....	9
1.2. Objetivos.....	28
1.2.1. Objetivo General	28
1.2.2. Objetivos Específicos:.....	28
1.3. Hipótesis	29
CAPITULO II. MÉTODOLÓGÍA	30
2.1. Tipo de Investigación	30
2.2. Población y muestra	30
2.2.1. Población.....	30
2.2.2. Muestra.....	31
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	32
2.4. Procedimiento.....	32
2.5. Aspectos éticos.....	35
CAPÍTULO III. RESULTADOS.....	36
3.1. Análisis del mensaje humorístico gráfico en las caricaturas de Mechaín Doroteo del diario <i>Perú 21</i>	36

3.1.1.	Estructura externa.....	36
3.1.2.	Estructura interna	37
3.2.	Análisis del mensaje humorístico gráfico en las caricaturas de Carlos Tovar “Carlín” del diario <i>La República</i>	39
3.2.1.	Estructura externa.....	39
3.2.2.	Estructura interna	40
3.3.	Descripción de la forma en que el mensaje humorístico de las caricaturas de Mechaín Doroteo y Carlos Tovar han orientado a la opinión pública en el segundo proceso de vacancia presidencial de Pedro Pablo Kuczynski en el año 2018.....	42
3.3.1.	Análisis del cuestionario aplicado a la muestra de lectores	42
3.3.2.	Análisis del impacto en la opinión pública	53
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....		56
4.1.	Discusión	56
4.1.	Conclusiones.....	61
REFERENCIAS		64
ANEXOS		68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Procedimiento de la investigación.....	335
--	-----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Descripción del mensaje humorístico	21
Figura 2: Distribución de la zona de residencia de los lectores de la muestra	42
Figura 3: Distribución de la edad de los lectores de la muestra	43
Figura 4: Distribución de preferencia en los diarios analizados de los lectores de la muestra .	44
Figura 5: Distribución de respuestas a la pregunta 4 de los lectores de la muestra.....	44
Figura 6: Distribución de respuestas a la pregunta 5 de los lectores de la muestra.....	45
Figura 7: Distribución de respuestas a la pregunta 6 de los lectores de la muestra.....	45
Figura 8: Distribución de respuestas a la pregunta 7 de los lectores de la muestra.....	46
Figura 9: Distribución de respuestas a la pregunta 8 de los lectores de la muestra.....	47
Figura 10: Distribución de respuestas a la pregunta 9 de los lectores de la muestra.....	47
Figura 11: Distribución de respuestas a la pregunta 10 de los lectores de la muestra.....	50
Figura 12: Distribución de respuestas a la pregunta 11 de los lectores de la muestra.....	49
Figura 13: Distribución de respuestas a la pregunta 12 de los lectores de la muestra.....	51
Figura 14: Distribución de respuestas a la pregunta 13 de los lectores de la muestra.....	50
Figura 15: Distribución de respuestas a la pregunta 14 de los lectores de la muestra.....	51
Figura 16: Distribución de respuestas a la pregunta 15 de los lectores de la muestra.....	51
Figura 17: Distribución de respuestas a la pregunta 16 de los lectores de la muestra.....	52

RESUMEN

La presente investigación es de tipo descriptiva y transversal, que buscó describir la forma en que el mensaje humorístico de las caricaturas de Mechaín Doroteo y Carlos Tovar 'Carlín' fue capaz de orientar la opinión pública en el segundo proceso de vacancia presidencial contra Pedro Pablo Kuczynski en 2018. Tiene como muestra 6 piezas gráficas de los caricaturistas políticos en estudio, publicadas en los diarios *Perú 21* y *La República*. Se considero, además, una segunda muestra de 100 lectores de los diarios *Perú 21* y *La República* residentes en Trujillo metropolitano. Para recolectar la información de las muestras seleccionadas se empleó como instrumento una guía de observación que permitió analizar las piezas gráficas de los caricaturistas. Fue aplicado un cuestionario de 14 preguntas cerradas dicotómicas a la muestra de 100 lectores de los diarios *Perú 21* y *La República* en Trujillo.

El análisis de las caricaturas de Mechaín Doroteo y Carlos Tovar hizo evidente la capacidad de la caricatura política como forma de orientación de la opinión pública hacia una posición crítica y reflexiva. En este caso, sobre el tema de la vacancia presidencial del ex presidente Pedro Pablo Kuczynski. Asimismo, se identificó que Mechaín Doroteo emplea un humor satírico, el cual cumple una función de orientación ética y crítica hacia el público, en tanto que Carlos Tovar utiliza un humor irónico, el cual tiene como función ir en contra de los prejuicios y del poder. Asimismo, se pudo observar que ambos caricaturistas tienen la capacidad de estimular a la opinión pública a tomar cierta postura sobre los hechos que ocurren en el ámbito político, generar conciencia crítica y una tendencia a alinearse a la postura del autor.

Palabras clave: Mensaje humorístico, opinión pública, humorismo político

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

El humor gráfico se ha convertido en un fuerte representativo de la cultura latinoamericana, y suele estar notablemente presente en sus medios de comunicación, constituyéndose en una herramienta de vital importancia publicitaria para promover ideales políticos. En consecuencia, esta investigación propone analizar el humor gráfico como una herramienta de crítica muy utilizada dentro de los diarios, que a su vez refleja e influye sobre la opinión pública de una sociedad determinada: es decir, este se considera como un elemento clave a la hora de exponer opiniones ante una situación cualquiera.

En adición al poder de orientación que brinda la variable mensaje humorístico, debe resaltarse el componente de diseño gráfico que mantiene a través de la caricatura para cumplir la función publicitaria de persuadir, convencer de que un producto o servicio es mejor que otro, de que existe la necesidad de comprarlo, o de que se trata de algo novedoso u original que mejorará la vida del público consumidor. En este caso en particular se centra en el análisis de impacto del humor gráfico para promover un ideal político, lo que constituye también una estrategia publicitaria implícita.

La intención de investigar el poder de persuasión del mensaje humorístico a través de la caricatura, se fundamenta en la necesidad de conocer el impacto orientativo que tiene el humor gráfico en la población peruana en tiempos actuales, busca entender la relación que existe entre la caricatura y el poder político.

De acuerdo con Abreu (2001), el humor se puede aceptar como una forma de exponer un juicio y presentar los diversos contextos y realidades que se observan; asimismo se caracteriza por su enfoque cómico, irónico, mordaz y burlesco; el sarcasmo a su vez es una

burla cruel o una ironía mordaz. Abreu habla de cómo la caricatura logra ser una mofa satírica e irónica.

Phillips-Anderson (2007) en su tesis "*A theory of rhetorical humor in american political discourse*" estudia el humor como recurso retórico en diferentes contextos históricos y desde el punto de vista de la lengua, la psicología y la comunicación para elaborar un repertorio de su uso y funciones retóricas (persuadir siempre figura entre ellas) y ejemplificarlo con los discursos de ciertos políticos estadounidenses.

La pertinencia del humor como recurso crítico es el tema de la tesis de Zavitsanou, (2016) titulada "*El humor como recurso de opinión y crítica en la prensa contemporánea griega y española*". El autor se propuso comprobar si realmente el humorismo gráfico es un discurso periodístico crítico, cuya función principal es controlar y atacar al poder. El análisis realizado encontró cuatro categorías exactas de la función discursiva que puede cumplir el texto del humor gráfico en la prensa: La legitimadora, la descriptiva, la crítica, la constructiva. Las categorías legitimadoras y descriptivas corresponden al discurso defensor del poder político mientras que las categorías críticas y de constructiva al discurso de ataque al poder político.

Por otro lado, Meléndez (2005) analizó el humor gráfico en el periódico "*El País*" durante la época de la "transición española": del fin del gobierno de Franco hasta el establecimiento de la democracia (1975-1978). El autor presentó un análisis exhaustivo teórico conceptual, los matices semánticos y las connotaciones que cada uno presenta, como también su breve historial tanto en el aspecto formal como en el aspecto de contenido. De este modo, comprobó similitudes y diferencias entre, el cómic y humor gráfico, o tira cómica y humor gráfico y especificar los aspectos de interrelación e influencia mutua de los conceptos, delimitando los rasgos definitorios de cada uno.

En cuanto al humor gráfico desde una perspectiva más general, se encuentra la posición de Aladro (2002) para quien: “El humor usa el carácter tópico, formalizado, retórico de las acciones, expresiones o conceptos para percibir diversamente la realidad. No hay plano de acción humana, por serio o por espontáneo que parezca, que no podamos someterlo a la prueba de su formalización exagerada y por tanto, convertirlo en cosa de risa” (p. 318). Es decir, cómo el humor gráfico logra burlarse de aquellas situaciones sin importar que tan graves o vulnerables sean, y cómo logra traspasar la barrera emocional en las personas y se convierte así en motivo de risa y jocosidad.

En ese contexto, Mulkay (1988) distingue entre humor puro, que tiene el propósito de entretener y humor comprometido que tiene un mensaje y como único propósito criticar y atacar verbalmente a un objetivo. Por su parte, Massi (2008) entiende el humorismo serio como un tipo de humor que no provoca risa a pesar de su efecto cómico, sino que induce a la reflexión y análisis de hechos cuestionables desde una perspectiva crítica.

De acuerdo con Von (2002), el humor siempre ha representado un estado de rebeldía y resistencia contra el "status quo", y configura una perspectiva para movilizar conciencias, un acto de protesta escondido tras una sonrisa; por tanto, el humor deviene en la herramienta más eficaz para criticar y exponer inconformidades ante una situación cualquiera.

Vadillo (2013), a su vez, afirma: “El humor fenómeno socio-discursivo, el humor dibuja los contornos de una comunidad cultural, a través de sus manifestaciones trasluce la visión del mundo que comparten los miembros de un grupo y la identidad cultural que los caracteriza” (p.1). Este autor contempla el humor gráfico como un medio discursivo que involucra a una sociedad cuyos intereses son similares, de manera que refleja las características culturales de un grupo social determinado. El humor gráfico es una

herramienta capaz de representar aquellas opiniones y conceptos que se tienen de una entidad ya sea política, económica o social, lo cual claramente se puede entonces relacionar con su capacidad de reflejar opinión pública.

El humor gráfico como género periodístico en la prensa diaria está mayoritariamente insertado en la sección de opinión de la prensa impresa o digital al constituir un tipo especial de comentario político, que en vez de optar por un discurso expositivo-argumentativo como el resto de aportaciones de la misma sección, opta por combinar dibujo y palabra para transmitir un mensaje que, a nuestro parecer, se podría traducir y transformar en una argumentación perfectamente articulada.

Pero ¿cuánto poder pueden alcanzar las caricaturas? Thomson y Hewison (1996) estiman que los chistes políticos, sea cual sea su forma de presentación, no poseen el poder suficiente como para derribar a algún gobierno, cambiar una línea a política o desencadenar una revolución. Sin embargo, en México el intento de desafuero de López Obrador fue neutralizado gracias a la notable participación de los humoristas. Su papel no fue decisivo, pero contribuyó a crear ese clima de efervescencia ante lo que parecía injusto, logrando por un momento cambiar la opinión pública a favor de López Obrador. Un caso similar ocurrió en Francia, cuando el dibujante danés Kurt Westergaard caricaturizó al profeta Mahoma colocándole una bomba en la cabeza en lugar de turbante. El resultado fue una protesta del mundo musulmán dispuesto a desencadenar una revuelta mayúscula de no encontrar una disculpa a la ofensa, al honor y al símbolo humillado. La violencia en París obligó al gobierno y al humorista a ofrecer sus excusas por la afrenta.

Este poder del humor gráfico fue analizado en la tesis de Ahumada (2015) titulada "*El humor gráfico como medio de opinión pública durante la crisis de 2001 en Argentina*". Su propósito general fue investigar de qué manera los humoristas gráficos de los diarios

La Nación y *Página/12* intervinieron a través de su humor político, la opinión pública durante la crisis del 2001 en Argentina, exponiendo así la crítica social, política y económica regida por sus posturas políticas y la línea editorial de cada diario. Concluyó que los humoristas gráficos de los diarios *Página/12* y *La Nación* durante la crisis de 2001, adoptaron en su crítica enfoques distintos regidos por sus inclinaciones políticas, pero reflejando, de modo generalizado, el inconformismo de una sociedad en crisis. Reafirmaban así lo que la opinión pública expresaba, exponiendo una relación recíproca entre el humor expuesto y la opinión pública.

Todas las apreciaciones expuestas enmarcan conceptualmente este tema que los autores de la presente investigación ubican en el Perú, en los humoristas gráficos peruanos. En el Perú sucedieron casos similares relacionados con el humor gráfico político, Ayala (2013) en su tesis: "*Representaciones del imaginario de nación en la caricatura política del siglo XIX (1892-1896)*", señaló que: "A fines del siglo XIX, la caricatura política, reflejó momentos importantes de la época: la contienda entre Andrés Avelino Cáceres y Nicolás de Piérola". Asimismo, la caricatura política expuso las ideas de país y nación realizando una acusación del mal empleo del poder y de la corrupción, dentro de una democracia inestable con constantes cambios institucionales.

Las representaciones, avaladas en la sátira y literatura, demostraron la poderosa imagen y percepción del entorno político social en una esfera pública que tuvo en la caricatura un género muy influyente en la generación de sentido y opinión. La caricatura alteró a su gusto las imágenes de políticos y presidentes, desmitificando sus discursos de justicia social y aparente interés por el bienestar de la clase obrera y pueblo quienes son olvidados cuando llegan al poder. Revistas como *Amauta*, *Monos y Monadas* y *Marka* contribuyeron a forjar una nueva identidad izquierdista al tratar temas no directamente

relacionados con la política ante un público mucho más amplio y, en el caso particular de la última, al sumar al análisis serio la ironía y el humor. En este sentido, contribuyó a formar un sentido común favorable a la izquierda y la justicia social.

De acuerdo con Sotelo (2009), la producción de historietas peruanas empieza a tocar temas sociales como la diferencia de clases, la explotación o la discriminación racial a través de sus tiras cómicas. Así nace, en 1922 *Travesuras de Serrucho y Volantín*. También se desarrolló un cómic de aventura, sin dejar de mencionar las injusticias sociales en la sierra, llamado “*El bandolero Fantasma*” por medio de la revista “*Palomilla*”, otro ejemplo similar es “*Las Aventuras de Pirichuri*”. A finales de los años cuarenta, los cómics son publicados diariamente en los diarios peruanos, es decir los artistas como trabajadores del mismo debían estar sujetos a la línea editorial dejando de lado las denuncias que hacían.

Por otro lado, Carlos Tovar en la entrevista de *ACHTLI* en 2009 comenta que el éxito de *Monos y Monadas* estuvo también en la propia persona “multifacética” del presidente Francisco Morales Bermúdez, principal blanco de sus ataques. Personajes como él eran una “bendición” para los caricaturistas. Ya antes de la circulación de su tercer número, *Monos* fue clausurado junto con las demás publicaciones de oposición. Morales Bermúdez fue el personaje más caricaturizado por los integrantes de *Monos y Monadas*, quienes le atribuyeron una afición a la bebida y una escasa inteligencia. Para ello usaron la ironía como uno de los medios más recurrentes con la intención de evitar la censura.

Sin embargo, esta irreverencia le significó a *Monos y Monadas* la clausura, y a su director, la persecución. En efecto, si bien no se lo incluyó entre las revistas clausuradas a inicios de 1979, cuatro meses después, las amenazas telefónicas y un intento de secuestro obligarían a Nicolás Yerovi, director de la revista, a pasar a la clandestinidad durante cinco semanas. Según Gargurevich (1991) los 80 fueron años donde los dibujantes empezaron a

soltar su lado más creativo como es el caso de Juan Acevedo quién tocó temas sociales que aquejaban en ese momento como el terrorismo, haciendo reflexionar al lector sobre la coyuntura nacional.

En una entrevista a Juan Acevedo desde Salgalu.tv (2011), recordó que en los años 80 la libertad de expresión había sido cancelada desde la época de Velasco Alvarado y la prensa había quedado regida por una ley, a la que denominó ley de la Mordaza. Esto se consolidó con la toma de los diarios en el año 74. Los diarios peruanos quedaron parametrados. Los medios de oposición eran muy pocos. Básicamente, las revistas *Oiga*, *Caretas*, *Equis* y *Marka*. Esta última fue clausurada en 75, el 76 y el 77.

La lucha de Juan Acevedo en las épocas de censura es analizada en la tesis de Silva (2017) "*Trazo Mordaz, libre y comprometido: Los Humoristas gráficos Alfredo Marcos y Juan Acevedo y su posición política de izquierda (1970-1999)*", Su objetivo fue analizar la posición de izquierda de los humoristas gráficos en los años que desarrollaron una prolífica actividad en los medios limeños como líderes de opinión. Partiendo de la concepción del humor como una expresión crítica del "statu quo", ambos expresarían sus valores e ideas políticas en numerosas viñetas durante una etapa en que la izquierda peruana tuvo un protagonismo importante en el escenario político y social.

A este último escenario se inclinó Carlos Tovar, quien descargó mucho humor negro frente al gobierno de facto de Morales Bermúdez (1975-1979). Lo mismo sucedió durante el régimen fujimorista. Los diarios "chicha" a los que el régimen financio millonariamente y los diarios "serios" a los que logro convencer económica e ideológicamente, "elaboraron" cierto discurso simbólico, destinado a sepultar a los opositores del régimen y mantener intacta la moral del gobierno. Hubo cierta regularidad en medios impresos como *La República*, *El Comercio*, *Caretas*, entre otro que presentaron sus elaboraciones

humorísticas destinadas a afianzar la oposición política al régimen de entonces y, eventualmente, a desafiarlo; todo ellos, sin embargo, ofreciendo una visión del mundo y, acaso, recogiendo y reproduciendo la conciencia social de sus lectores.

El humor gráfico en el periodo de Alberto Fujimori es analizado en la tesis de Infante (2008) sobre "*Poder y humor gráfico durante el período de crisis del régimen de Alberto Fujimori, 1996-2000*", analizar y explicar el poder en la caricatura de la prensa limeña de entonces. Las caricaturas en el Perú de finales de los noventa, lograron niveles significativos de desestructuración en el plano político. Esta deliberada orientación, si bien marchó al compás de un rechazo a formas y contenidos antidemocráticos reflejados en el autoritarismo del régimen fujimorista.

A la caída de Fujimori en el 2000, una prensa libre del control o de las presiones de Montesinos, permitió el resurgimiento de la viñeta en el país.

El humor gráfico es un retrato de la sociedad que habla por sí misma, hace que los individuos, sin distinción alguna, se identifiquen con ella; en especial, la caricatura política es la expresión donde la sátira y el humor enriquecen una imagen y lenguaje apetecibles para analizar.

Este análisis ha logrado realizaciones interesantes en los trabajos de Carlos Tovar” Carlin” y de Mechaín Doroteo a quienes se va a estudiar en el presente trabajo.

“Carlín” es un representante de las luchas del humorismo político frente a la dictadura militar y a la dictadura civil de Fujimori y ha continuado acusando el sistema político de la incipiente democracia peruana de las dos primeras décadas de este nuevo siglo. Posterior a Carlin, es Mechaín Doroteo, cuya trayectoria gráfica registra también la década de Fujimori y continua hasta la actualidad.

Mechaín Doroteo empezó su labor en *Monos y Monadas*, y fue paulatinamente

forjando un estilo que presentó en caricaturas para *La Crónica*, *El Comercio*, *La Primera* y actualmente para *Perú 21*. En este diario se encarga de las portadas del suplemento *El Otorongo*.

La trayectoria de "Carlin" y el estilo expresionista de "Mechaín" así como el sentido incisivo y mordaz de sus imágenes registrando las miserias de la vida política nacional en tono de acusación han sido la motivación de los autores de la tesis para escogerlos como tema de estudio en relación al impacto del mensaje humorístico político.

Asimismo, la investigación se propuso conocer de qué manera Mechaín Doroteo de *Perú 21* -un diario que se considera de una línea política de "derecha"- y Carlos Tovar "Carlin" de *La República* -un diario con una orientación política de "izquierda"- por medio de su humor gráfico logran influenciar la percepción del ciudadano sobre la situación política. Para el desarrollo de la investigación fue preciso identificar que estudios e investigaciones se han realizado en torno a estas temáticas ya descritas, por lo que se presenta a continuación elementos teóricos- conceptuales que pretenden y dar un apoyo conceptual al estudio realizado.

Ilustración Gráfica

El concepto de ilustración tiene su origen en la estrecha relación entre arte y conocimiento, al reunir intereses de diversos ámbitos, como científicos, políticos, religiosos, sociales.

Para Martínez (2007), la ilustración es una inequívoca y genuina forma de presentación visual del conocimiento, y acota su objeto de estudio en la ilustración gráfica como disciplina que ha cumplido el papel de reunir, a lo largo de la historia, los intereses de la estética, la información y el conocimiento. Estima que es imprescindible ubicar a la

ilustración gráfica en el hilo conductor de la historia, es de esta forma como conseguirá su propósito de encumbrarla al estatus de categoría, posición que le ha sido negada durante siglos, a pesar de su importancia.

La ilustración es el punto de unión entre arte y conocimiento, la ilustración se convierte tanto como elemento vehicular de áreas y disciplinas científicas o sociales, como elemento narrado, evocador y original. Siempre como una nueva conjunción de imagen y texto, en la que la imagen se mostraba como determinante tanto para la expresión como para la difusión del saber.

Caricatura

Álvarez (2009) indica que la caricatura está siempre acompañada por su intención de realizar una crítica ya sea a personajes específicos o al entorno en el que se desarrolla, con el fin de mostrar aquellas situaciones absurdas que le causaban inconformismo tanto al humorista, como a los lectores.

Por su parte, Cámara (2009) comenta que la caricatura pretende conseguir un efecto burlesco con el que se pueda ridiculizar a instituciones políticas, religiosas o sociales, permitiéndole en estos casos adoptar su matiz más satírico. Por lo que nuevamente vemos que el fin de esta siempre va a girar en torno a la crítica de toda índole, por lo general de aquello que causa descontento a la sociedad. El humorista puede hacer todo tipo de humor con personajes que sean identificables para el lector, satirizarlos, y utilizarlos como blanco su humor negro, o por lo contrario este puede ser amable con ellos y realizar una crítica sutil a través del humor blanco, pero sin duda, el humor político es el medio donde la caricatura se mueve con más agilidad.

Estructura del mensaje humorístico

Si el humor y los recursos humorísticos han sido frecuentemente utilizados, se sobreentiende que sus características lo convierten en instrumento para ejercer la persuasión. Es decir, recursos idóneos para dar relieve a determinadas situaciones que se consideran negativas, e intentar influir en quienes tienen poder de cambiarlas o ejercer presión para que se cambien.

El proceso de comunicación posee tres elementos: emisor, mensaje y receptor. Para entender el fenómeno del humor, se considera lo que se podría denominar “mensaje humorístico”, como parte del proceso de comunicación.

Morales (2001) propone la disociación del “mensaje humorístico”, **en tres dimensiones: contenido aparente, clave de atención y contenido real.** Partes a las que el receptor debe acceder, para captar la totalidad del mensaje. Estas dimensiones estructuran el mensaje y componen el sentido del humor según el tipo empleado.

Contenido aparente

Se trata del contenido deformado, porque se aleja de la realidad que se desea comunicar, aunque no sea ese su objetivo final. Puede compararse con una máscara que oculta el verdadero rostro, pero con la intención de despertar el interés del público hacia lo que oculta, mediante este recurso lúdico. Se producirá un distanciamiento entre la realidad (contenido real) y la evocación (contenido aparente). Tal deformación tiene el poder de convertir el contenido aparente en algo que puede negar, contradecir, destruir, debilitar, adulterar, despersonificar o deshumanizar.

Clave de atención

Para que el receptor pueda comprender el mensaje como aparente, necesita un aviso denominado "clave de atención". Aviso que lo procura el emisor, aunque el receptor debe recurrir a sus propios medios, para restaurar el verdadero significado del contenido real.

Al respecto, Benítez, citada por Morales del Castillo (2001) señala unos indicios que llaman la atención del receptor del "mensaje humorístico" y que le indican la necesidad de llevar a cabo el proceso de codificación más allá de la superficie semántica. Entre ellos menciona: rupturas abruptas del estilo, inconsistencias internas en lo expresado, e incongruencias entre el asunto que se trata y las palabras utilizadas para tratarlo. Es decir, la desviación o alteración de formas de expresión habitualmente impuestas por la lengua, por la costumbre o por el asunto tratado.

Contenido real

El mensaje real llega al receptor después de haber realizado un recorrido largo. Por su parte el emisor, quien desea el éxito de la comunicación, sabe que, si ha logrado transmitir el mensaje real, su triunfo es más rotundo que si hubiera escogido el camino del mensaje lógico.

El contenido real del mensaje humorístico en ocasiones es muy breve: una palabra o una frase, y puede incluso, prescindir de ellas, porque el autor busca precisamente la ambigüedad, para ganar la complicidad del receptor.

El éxito del contenido real del mensaje está en función a que se produzca un punto de encuentro, donde el emisor y el receptor lleguen a entenderse a pesar de la ambigüedad.

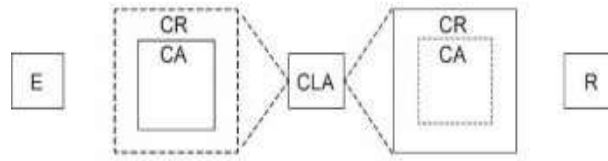


Figura 1: Descripción del mensaje humorístico

Esta figura muestra el proceso que atraviesa el contenido aparente, la clave de atención y el contenido real para conformar el mensaje humorístico

Fuente: (Morales del Castillo, 2001)

E = Emisor

R = Receptor

CR = Contenido real

CA = contenido aparente

CLA = clave de atención

Por lo tanto, para Morales del Castillo (2001) el receptor percibe el contenido aparente como distanciamiento de la realidad en medio del cual debe ser alertado por una clave de atención, que si bien emana del emisor como una advertencia, es potenciada por recursos del receptor, como referencias contextuales, ya que se trata, muchas veces, sólo de algunos vestigios que provocan su interés y lo animan a esforzarse para llegar al mensaje real: donde se produce el asentimiento, por lo tanto, una comunicación que produce alegría en el lector.

Una vez que el lector ha llegado al contenido real, completando así la tridimensionalidad del mensaje humorístico, no solo es partícipe de un efecto placentero, sino que acepta los planteamientos del emisor y también recibe un contenido real más “condimentado”, es decir, con mayor énfasis y realce comunicativo.

Tipos de humor

Según Gómez (2002), existen los siguientes tipos de humor:

- Humor satírico: La sátira es irascible e hiriente con el adversario, y según quien sea el público, puede provocar la risa de la burla o mueca de la ira (Morales, 2001) La sátira es sumamente agresiva, pues trata siempre de ridiculizar de forma más o menos explícita, siendo la competencia el elemento atacado. Requiere una construcción más elaborada que la ironía y suele dirigirse contra una marca fácilmente identificable.
- Humor irónico: León (2001) explica que la ironía se basa en la ambigüedad y da a entender algo mediante lo contrario, en lugar de decir lo que piensa, finge pensar lo que expresa usando, por ejemplo, con juegos de palabras. La palabra se contrapone al pensamiento, pero, lejos de ocultarlo lo resalta con más fuerza. El mecanismo de producción de la ironía en publicidad se basa en un contraste entre procedimientos como: exageración de efectos del producto, contradicción texto/audio vs imagen o frases de doble sentido.
- Humor sarcástico: Es una respuesta descarada, una burla mordaz, en la que la descalificación y el desprecio desplazan a los argumentos y a la razón (López, 2008). Al contrario de la ironía aquí no hay discordancia entre lo que se dice y lo que se piensa: simplemente se denigra una cosa. El humor sarcástico es hostil y muchas veces incluso despiadadamente cruel; por eso traslada una comunicación agresiva que difícilmente pasa inadvertida para el destinatario que se detenga ante el anuncio.
- Humor grotesco: Es aquel humor ácido, transgresor y contundente que presenta situaciones morbosas y agresivas o vulgares, con palabras de doble sentido, utilizando muchas veces un lenguaje grosero, de mal gusto. Es utilizado en productos de consumo

masivo o artículos como ropa. Va dirigido casi siempre a público joven o masculino en general.

- Humor negro: Aquel que se da a propósito de cosas que suscitan normalmente piedad, terror, muerte, etc. Antes era un tabú utilizar este tipo de humor; actualmente este se ha vuelto frecuente en la elaboración de anuncios publicitarios ya que el público ya no suele creer en los finales felices, por lo que se recurre al mismo que apela al egoísmo y algo de maldad que todo ser humado posee.
- Parodia: Según Gutiérrez (1999). la parodia es la imitación burlesca, la manipulación de lo convencional mediante elementos de contraste, exageración y repetición.
- El humor como discurso subversivo: Hall (2006) afirma que existe un tipo de humor crítico dependiente de la intención del emisor, del mecanismo semántico del mensaje, de la interpretación del receptor y de las coordenadas socioculturales del contexto comunicativo que puede funcionar como un ataque "agresivo" que descarga tensiones espirituales y psíquicas; pero, sobre todo, como un mecanismo de subversión de la lectura dominante de la realidad social.
- El humor político de los políticos y sobre los políticos; los políticos mismos utilizan el humor político como un recurso retórico con determinados fines, entre ellos, ganar la simpatía de sus oyentes. Correa (2009) define el humor político como una estrategia de cortesía positiva que, al basarse en valores y conocimientos compartidos entre los interlocutores, minimiza la distancia social y crea un ambiente propicio para que las diferentes partes desarrollen en el debate político sus puntos de vista sin enfrentamientos verbales y conflictos.

El humor político como control

En cuanto al humor político como control, Owen (2002) se refiere a la función social del humor político y resalta la ambigüedad que este pueda tener. Hecho que él define como “la paradoja del humor”. Paradoja porque, por una parte, puede funcionar como *control* en el sentido de que constituye una válvula de escape para descargar el descontento político y social de modo que el orden establecido pueda mantenerse inalterado y, por otra, como *resistencia* en el sentido de que puede ser un vehículo de protesta y reivindicación social.

Humor gráfico político (Usos, circunstancias)

Es pertinente analizar el concepto de humor político al ser este la base por la cual los humoristas representan aquellas temáticas ligadas a la crítica política. El humor político bien entendido es crítico, deja siempre un mensaje ligado a cierta ideología y en buena medida se pronuncia por un cambio. Por esto es que se lee asocia, por lo general, a un recurso útil de crítica en el sentido político ideológico, y pretende transmitir algunos ideales. (Páez y Zubieta, 2006)

Por consiguiente, Matallana (2000) indica que el humor político es un instrumento de crítica social, que ilustra el clima de la época, a partir de las situaciones y el conjunto de actores que intervienen en ella. Bien es cierto que el humor gráfico es una fuente importante para la crítica de toda índole, ya sea social, política y económica, de manera que su foco está centrado en ilustrar, mostrar y resaltar las problemáticas que afectan a un país.

Tratamiento gráfico del humor político

De acuerdo con Gil y Cáceres (2008) el humor gráfico constituye una potente

herramienta para realizar constructos con suficiente carga informativa para criticar y hacer denuncias respecto a situaciones que generan inconformidad social; pero sin descuidar la parte humorista que generalmente provee una solución oportuna para combatir los antivalores, ideologías conflictivas y a sus portavoces.

Elementos que integran la caricatura Política

La caricatura se apoya del para dar forma al mensaje.

- Estructura Externa:
 - Organización Textual: Se divide por dos textos, verbal e icónico
 - Verbal: Breves diálogos, enunciados o frases que aluden a una persona, una situación o un hecho.
 - Icónico: Constituido por una caricatura de personajes o del suceso.
 - Elementos Paralingüísticos: El componente no verbal (caricatura) es primordial, pues el dibujo proyecta una imagen exagerada, deformada o ponderada sobre un hecho o personaje. La parte verbal también se recarga o se exagera mediante el uso de signos, combinación de mayúsculas y minúsculas, tipografía especial (a menudo se usa un tipo de letra acorde con la situación).
- Estructura Interna:
 - Trama Argumentativa: El tejido argumentativo se infiere de la combinación de la caricatura, del texto y de lo que el receptor sabe del personaje o de la situación. Esto se debe a que el dibujo satiriza a las personas o a los hechos en cuestión; los diálogos, enunciados y frases se cargan de humor y mordacidad.
 - Recursos Lingüísticos y Marcas Tipográficas: El léxico, la sintaxis y la tipografía (cursivas, subrayados, la combinación de mayúsculas y minúsculas) contribuyen a

caricaturizar. En el lenguaje los términos coloquiales, directos, precisos; frases breves y corrosivas, llenas de burla y sátira.

- Enunciador: Por lo general, el caricaturista es un analista político que manifiesta su postura crítica ante una realidad social.
- Propósito y Objetivo: Se propone influir en la percepción que el lector tiene sobre el acontecimiento o personaje. El objetivo es transmitir una opinión crítica sobre el personaje o el suceso.

Opinión Pública

García (2007) describe la opinión pública como una congregación momentánea, circunstancial y ocasional de aquellos juicios que responden a una lógica aparente, dominante en la sociedad, reaccionando ante cuestiones planteadas en un momento específico. Es decir, la opinión pública no es más que la agrupación de opiniones de una sociedad que casualmente comparte juicios en un periodo de tiempo. La Opinión pública desempeña 5 funciones:

- Función de control genérico, la opinión pública tendría la capacidad de presionar sobre los individuos y los grupos al estilo de los usos, tradiciones, costumbres, unificando opiniones individuales en forma colectiva.
- Función legitimadora del poder, la opinión pública se identifica muchas veces con la voluntad mostrada en las urnas, es decir en el acto de votar.
- Función de vigilancia y control de la vida política, la opinión pública activa y desarrolla el sentido democrático al permitir una conciencia colectiva que participa y expresa sus puntos de vistas sobre de temas de interés general.

- Función de control sobre las personas investidas de autoridad y sus decisiones, aunque la sociedad delega su soberanía, esta no renuncia a la capacidad de criticar aquellos comportamientos y decisiones que se apartan de los intereses de los ciudadanos.
- Función de estímulo y presión social sobre el proceso de formación de las decisiones a nivel político: La opinión pública influye en las decisiones que toma la autoridad, y esta a su vez influye sobre la opinión pública.

Justificación del estudio

Si bien la presente investigación es un estudio del impacto de propaganda política creemos que existe una justificación dentro de la publicidad. Consideramos que puede existir una publicidad de orden político y esta se constituye de herramientas, técnicas y procesos que pueden orientar e influir la opinión pública en los medios de comunicación a través de signos, operaciones y canales. Cuando se trata de promover o persuadir al consumo de un determinado producto se relaciona tradicionalmente con la publicidad, pero si tiene un sentido ideológico con la propaganda. Es en este sentido que las caricaturas políticas entran en ambas definiciones y por eso creemos que son una forma interesante de relacionar con la especialidad que los autores han asumido que es Comunicación y Publicidad. No puede pues estar desligada la publicidad de la propaganda. Esta última es mucho más incisiva y directa. La otra se refiere tangencialmente al tema y contribuye en sentido figurado a orientar la opinión pública. La publicidad como una forma de comunicación política, quizá la más conocida, debe contextualizarse social y culturalmente para entender el poder simbólico que de ella puede derivar. Según Thompson (1998) este

poder es la capacidad de intervenir durante un proceso electoral, para influir en las acciones de los otros y crear acontecimientos reales, a través de los medios de producción y transmisión de formas simbólicas. Este es el caso de las caricaturas políticas. Terminan finalmente orientando a la opinión pública a “comprar” un determinado “producto” político.

En función a todo este desarrollo conceptual y tomando como punto de partida la realidad problemática que ha motivado esta investigación se presenta el siguiente interrogante de investigación:

Formulación del problema

¿De qué manera el mensaje humorístico de las caricaturas de Mechaín Doroteo y Carlos Tovar 'Carlín' orientaron a la opinión pública en el segundo proceso de vacancia presidencial contra Pedro Pablo Kuczynski en 2018?

1.2. Objetivos:

1.2.1. Objetivo General

Describir la forma en que el mensaje humorístico de las caricaturas de Mechaín Doroteo y Carlos Tovar 'Carlín' fueron capaces de orientar la opinión pública en el segundo proceso de vacancia presidencial contra Pedro Pablo Kuczynski en 2018.

1.2.2. Objetivos Específicos:

- Analizar la estructura interna y externa del mensaje humorístico gráfico en las caricaturas de Mechaín Doroteo del diario *Perú 21*.
- Analizar la estructura interna y externa del mensaje humorístico gráfico en las

caricaturas de Carlos Tovar "Carlín" del diario *La República*.

- Analizar el impacto en la opinión pública en el segundo proceso de vacancia presidencial de Pedro Pablo Kuczynski que ejerció el mensaje humorístico de las caricaturas de Mechaín Doroteo y Carlos Tovar.

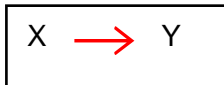
1.3. Hipótesis

En la presente investigación por su tipo de cualitativa descriptiva, de acuerdo con Hernández et al. (2018), no se plantea hipótesis.

CAPITULO II. MÉTODOLÓGÍA

2.1. Tipo de Investigación

Se presenta un diseño de investigación descriptiva y transversal. Este diseño se formalizó de la siguiente manera:



X: Mensaje humorístico de las caricaturas políticas.

Y: La Opinión Pública

Se remarca que el carácter explicativo del diseño se plantea de modo interpretativo y cualitativo.

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

Para la presente investigación se consideraron 2 poblaciones de estudio:

- Población 1: Constituida por las caricaturas con mensaje humorístico realizadas por Mechaín Doroteo y Carlos Tovar durante el segundo proceso de vacancia presidencial de Pedro Pablo Kuczynski.
- Población 2: Lectores de los diarios *Perú 21* y *La República* que residen en Trujillo metropolitano.

2.2.2. Muestra

El muestreo utilizado es no probabilístico por conveniencia; por lo cual el investigador decide los criterios para definir quienes formarán parte de la muestra.

No es necesaria la aplicación de una fórmula estadística.

La muestra estará conformada por:

- Muestra 1:

Formada por 6 piezas gráficas:

- Pieza gráfica de Mechaín Doroteo publicada por el diario *Perú 21*, publicada el 02 de marzo del 2018.
- Pieza gráfica de Mechaín Doroteo publicada por el diario *Perú 21*, publicada el 09 de marzo del 2018.
- Pieza gráfica de Mechaín Doroteo publicada por el diario *Perú 21*, publicada el 23 de marzo del 2018.
- Pieza gráfica de Carlos Tovar publicada por el diario *La República*, publicada el 10 de marzo del 2018.
- Pieza gráfica de Carlos Tovar publicada por el diario *La República*, publicada el 18 de marzo del 2018.
- Pieza gráfica de Carlos Tovar publicada por el diario *La República*, publicada el 29 de marzo del 2018.

- Muestra 2:

Formada por 100 lectores de los diarios *Perú 21* y *La República* residentes en Trujillo metropolitano.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

Para recolectar los datos de la muestra establecida para la presente investigación se emplearon las siguientes técnicas:

- **Observación directa.** Permitió recolectar información de las piezas gráficas seleccionadas de la muestra 1, y así cumplir con los objetivos de la investigación.
- **La encuesta.** Permitió recoger información de primera línea de los lectores de los diarios *La República* y *Perú 21* seleccionados que comprenden muestra 2.

El análisis de datos se realizó de manera cualitativa interpretativa y se emplearon los siguientes instrumentos relacionados a las técnicas propuestas:

- **Guía de Observación.** Este instrumento sirvió para analizar las piezas gráficas seleccionadas que comprenden la muestra 1 de la presente investigación considerando las dimensiones de Gil y Cáceres (2008): Estructura Externa (Componente Verbal, Icónico y Paralingüístico) y la Estructura Interna (Historia, Diálogos, Postura Crítica e Impacto en la percepción).
- **El cuestionario.** Para cumplir con los objetivos de la presente investigación, se elaboró un cuestionario compuesto de 14 preguntas cerradas dicotómicas para recoger información de la muestra 2 de la presente investigación: 100 lectores de los diarios *Perú 21* y *La República* residentes en la ciudad de Trujillo.

2.4. Procedimiento

El desarrollo de la presente investigación se llevó a cabo siguiendo el procedimiento indicado en la tabla 1.

Tabla 1

Procedimiento de la investigación

ETAPAS	FUENTES DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS DE RECOPIACION Y ANÁLISIS	PROCEDIMIENTOS	INSTRUMENTOS	RESULTADOS
1. Seleccionar las piezas gráficas de la muestra 1	<ul style="list-style-type: none"> • Diario <i>La República</i> • Diario <i>Perú 21</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación directa 	<ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar 06 piezas gráficas de Mechaín Doroteo y Carlos Tovar publicadas en los diarios <i>Perú 21</i> y <i>La República</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Guía de observación 	Piezas gráficas seleccionadas que corresponden a la muestra 1.
2. Analizar el mensaje humorístico de Mechaín Doroteo del diario <i>Perú 21</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Piezas gráficas seleccionadas de Mechaín Doroteo 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación directa 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar la guía de observación a las piezas gráficas seleccionadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Guía de observación 	Mensaje humorístico de Mechaín Doroteo analizado
3. Analizar el mensaje humorístico de Carlos Tovar del diario <i>La República</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Piezas gráficas seleccionadas de Carlos Tovar 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación directa 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar la guía de observación a las piezas gráficas seleccionadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Guía de observación 	Mensaje humorístico de Carlos Tovar analizado
4. Selección por conveniencia de 100 lectores de los diarios <i>Perú 21</i> y <i>La República</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Lectores de los diarios <i>Perú 21</i> y <i>La República</i> residentes en la ciudad de Trujillo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis documental 	<ul style="list-style-type: none"> • Seleccionar por conveniencia a 100 lectores de los diarios <i>Perú 21</i> y <i>La República</i> residentes en la ciudad de Trujillo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ficha de datos 	<ul style="list-style-type: none"> • Lectores seleccionados. • Estrategia detallada para aplicar a cada trabajador los instrumentos diseñados.

				<ul style="list-style-type: none"> • Establecer estrategia para aplicar cuestionario a los lectores seleccionados. 	
5. Aplicar cuestionario a la muestra de lectores	<ul style="list-style-type: none"> • Lectores de la muestra 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta 		<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar el cuestionario a los 100 lectores seleccionados 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario <p>Cuestionario aplicado.</p>
6. Tabular datos de la muestra seleccionada y cálculo de estadísticos descriptivos	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados de etapa 5. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis documental 		<ul style="list-style-type: none"> • Crear una tabla en Excel con los campos necesarios para vaciar la data recolectada del cuestionario aplicado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hoja de cálculo Excel <p>Data tabulada y estadísticos descriptivos.</p>
7. Representar los resultados mediante gráficas.	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados de etapa 6. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis documental 		<ul style="list-style-type: none"> • Empleando los gráficos de Excel, elaborar diagramas circulares que represente los valores obtenidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gráficos de Excel <p>Gráficas circulares que representan los porcentajes de respuesta de los lectores.</p>
8. Describir la forma en que el mensaje humorístico de Mechaín Doroteo y Carlos Tovar han orientado a la opinión pública.	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados de etapa 7. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis documental 		<ul style="list-style-type: none"> • En base a las gráficas construidas interpretar los resultados para identificar cómo las piezas gráficas de Mechaín Doroteo y Carlos Tovar han orientado a la opinión pública. 	<p>Descripción de la forma en que el mensaje humorístico de las caricaturas Mechaín Doroteo y Carlos Tovar han orientado a la opinión pública en el segundo proceso de vacancia presidencial de Pedro Pablo Kuczynski.</p>

Fuente: Elaboración propia

2.5. Aspectos éticos

La presente investigación se cumple a cabalidad con los principios de autenticidad y veracidad; por tanto, la data recolectada de la muestra seleccionada en la presente investigación fue tratada de manera confidencial y su uso será estrictamente académico; asimismo toda la información recogida de la diversa bibliografía consultada fue debidamente citada de acuerdo a la normativa vigente.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

3.1. Análisis del mensaje humorístico gráfico en las caricaturas de Mechaín Doroteo del diario *Perú 21*.

Se aplicó la guía de observación a las 3 piezas gráficas de Mechaín Doroteo seleccionadas. El desarrollo de las mismas se presenta en el anexo 6; y en base a estas se realizó el análisis del mensaje humorístico gráfico de las caricaturas de Mechaín Doroteo, a continuación, se presenta el análisis cualitativo para cada una de las dimensiones y subdimensiones de la variable mensaje humorístico planteadas en el cuadro de operacionalización de variables del anexo 1.

3.1.1. Estructura externa

El análisis de la estructura externa del mensaje humorístico de Mechaín Doroteo, se realizó para cada una de las sub dimensiones planteadas en el cuadro de operacionalización de variables (Ver Anexo no.1, p. 69)

- Organización textual
 - Verbal

En el análisis de las caricaturas políticas de Mechaín Doroteo los elementos verbales quedan relegados a segundo plano, siendo el elemento icónico el más sobresaliente. No obstante, se ve reforzado el mensaje con elementos paralingüísticos.

Cabe mencionar que el mensaje humorístico de Mechaín Doroteo en su componente verbal se caracteriza por una constante crítica del discurso político. Esta característica, de acuerdo con Zavitsanou, (2016) se define por atacar al poder político y no defenderlo como es el caso de las categorías legitimadoras.

- Icónico

Es bastante notorio que Mechaín Doroteo se apoya mucho en los elementos icónicos, su caricatura refleja el caos, como símbolo, el cual se atribuye adicionalmente al comportamiento de los personajes. Sin embargo; es la construcción simbólica la cual sobrepone la imagen más allá de la conducta expuesta, lo que sugiere cierta legitimidad en la caricatura. No obstante, tiene una estética perfeccionista y trabaja con elementos sobrios.

Asimismo, se observa que Mechaín Doroteo usa los elementos icónicos para evocar un concepto más interpretativo manteniendo siempre una estética sobria.

- Elementos paralingüísticos

- Componente No Verbal

Se percibe que la caricatura de Mechaín Doroteo se centra más a la kinésica, empleando como recurso los movimientos corporales y de los gestos para emitir el mensaje. De esta forma permite distinguir la personalidad de cada personaje. Por tanto, hace uso de las descripciones de las voces para que los lectores puedan inferir.

3.1.2. Estructura interna

El análisis de la estructura interna del mensaje humorístico de Mechaín Doroteo, se realizó para cada una de las sub dimensiones planteadas en el cuadro de operacionalización de variables:

- Tema argumentativo

- Historia

Las caricaturas de Mechaín Doroteo presentan una visión cargada de la historia, hecha de exageraciones. Si bien su opinión no es del todo imparcial,

no se ajusta a un discurso regente. Vale decir que además de reflejar la cosmovisión del periódico, muestra el interés por presentar un escenario político distinto del que se observa en todo el país. De igual manera obedece los rigores del tiempo y corresponde a la dinámica que es propia de la autonomía discursiva del humor gráfico.

- Diálogos

En la caricatura política de Mechaín Doroteo, los recursos lingüísticos que utiliza son pocos, ya que él emplea reducidos diálogos y frases en sus caricaturas. De igual manera, se nota el uso de las mayúsculas para reforzar la interpretación de las imágenes. El lenguaje empleado es directo con intención irónica, que cumple con la intención de enfatizar la caricatura.

- Enunciador

- Postura crítica

Las caricaturas plasmadas por Mechaín Doroteo en su sección “*El Otorongo*” del diario *Perú 21*, no se ven influenciadas por las posturas políticas de ambas partes, tanto el diario *Perú 21* (diario de la derecha), como el ilustrador izquierdista, exponen las caricaturas de manera imparcial dónde solo se plasma, de manera neutral, los acontecimientos políticos.

- Propósito y objetivo

- Impacto en la percepción

Para Mechaín Doroteo, el propósito de sus ilustraciones se centra en criticar la arrogancia de algunos políticos, por esta razón les da a sus caricaturas una expresión desafiante y altanera. De modo que, invita al público a tomar una postura crítica sobre las situaciones o acontecimientos políticos.

3.2. Análisis del mensaje humorístico gráfico en las caricaturas de Carlos Tovar "Carlín" del diario *La República*.

Se aplicó el instrumento guía de observación a las 3 piezas gráficas de Carlos Tovar "Carlín" seleccionadas; dichas guías de observación aplicadas se presentan en el anexo 5; y en base a estas se realizó el análisis del mensaje humorístico gráfico de las caricaturas de Mechaín Doroteo, a continuación, se presenta el análisis cualitativo para cada una de las dimensiones y subdimensiones de la variable mensaje humorístico planteadas en el cuadro de operacionalización de variables del anexo 1.

3.2.1. Estructura externa

El análisis de la estructura externa del mensaje humorístico de Carlos Tovar "Carlín", se realizó para cada una de las sub dimensiones planteadas en el cuadro de operacionalización de variables:

- Organización textual
 - Verbal

Después de analizar cada caricatura política seleccionada de Carlos Tovar, se observa que la caricatura se aproximó a través de sus textos a una fuerza expresiva que desarrolla el humor de oposición, es decir que aluden a un poder hegemónico. Por otro lado, por medio de los elementos verbales se concentra una síntesis de la distinta percepción del autor.

- Icónico

Para poder determinar el indicador icónico se analizó las caricaturas políticas de Carlos Tovar en las cuales presenta elementos sustantivos, que intentan reproducir un particular razonamiento, como si quisiera decirnos que el poder descansa real y exclusivamente en manos civiles. De igual manera se puede apreciar el elemento icónico que ayuda a evocar la época que sucede

el acontecimiento.

- Elementos paralingüísticos

- Componente No Verbal

Después de analizar cada caricatura política seleccionada de Carlos Tovar, se observa que la caricatura usa en algunas ocasiones recursos Paralingüísticos que acompañan a los elementos textuales con la finalidad de crear énfasis en el mensaje que el caricaturista quiere transmitir. Algunos de los elementos Paralingüísticos usados por el caricaturista son el silencio, las voces de los distintos personajes, entre otros.

3.2.2. Estructura interna

El análisis de la estructura interna del mensaje humorístico de Carlos Tovar "Carlín", se realizó para cada una de las sub dimensiones planteadas en el cuadro de operacionalización de variables:

- Tema argumentativo

- Historia

La caricatura política de Carlos Tovar mantiene un equilibrio entre el dibujo y los elementos textuales y su historia alude a los eventos puntuales que tienen un asidero en la realidad; por tanto, a la hora de interpretar la historia, Tovar da un valor primordial a la caricatura, tomando como paradigma de fuente su propio punto de vista ante el escepticismo de los lectores.

- Recursos lingüísticos y marcas tipográficas

- Diálogos

Luego de examinar las caricaturas presentadas, se observa que Carlos Tovar utiliza ciertos recursos lingüísticos y marcas tipográficas, tales como

el uso de mayúsculas en todos los diálogos para facilitar la lectura y por ende coadyuvar la comprensión. Asimismo, emplea signos de puntuación como los paréntesis para aclarar una idea referente al tema tratado. Tovar, también usa un lenguaje directo y preciso en forma de frases cortas con contenido satírico.

- Enunciador

- Postura crítica

Después de considerar las caricaturas publicadas por el diario *La República*, por parte del caricaturista Carlos Tovar en su sección "Carlincaturas", se analizó la postura crítica que esta muestra, la cual es congruente con lo que plasma en sus ilustraciones, ya que, él no expone su inclinación política (izquierdista) con la línea que asume el diario *La República* (diario de la derecha). De manera que su posición es totalmente neutra y solo refleja la realidad de los acontecimientos políticos.

- Propósito y objetivo

- Impacto en la percepción

Al analizar las caricaturas políticas seleccionadas, se nota que la intención de Carlos Tovar es generar participación política por parte de la sociedad, y no pretende favorecer o apoyar a ninguna ideología. De este modo, busca tratar hechos de interés público relacionados a la política para fomentar un cambio en una sociedad que trata de evolucionar.

3.3. Descripción de la forma en que el mensaje humorístico de las caricaturas de Mechaín

Doroteo y Carlos Tovar han orientado a la opinión pública en el segundo proceso de vacancia presidencial de Pedro Pablo Kuczynski en el año 2018.

El cuestionario aplicado a los 100 lectores de la muestra permitió obtener información certera sobre la forma en que el mensaje humorístico de las caricaturas de Mechaín Doroteo y Carlos Tovar han orientado a la opinión pública.

3.3.1. Análisis del cuestionario aplicado a la muestra de lectores

A continuación, se presenta los resultados del cuestionario aplicado, analizando cada una de las preguntas.

1. ¿En qué lugar/distrito/urbanización de Trujillo vive?

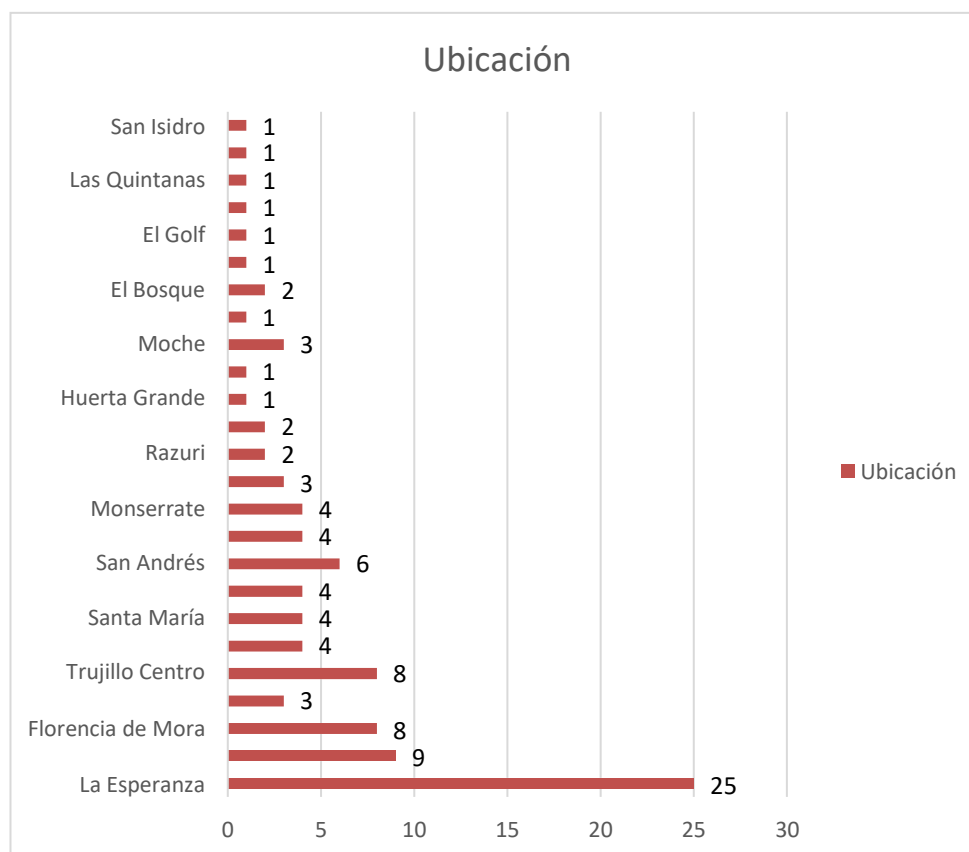


Figura 2: Distribución de la zona de residencia de los lectores de la muestra
Fuente: Cuestionario aplicado a la muestra de lectores

Las personas de la muestra seleccionada en un mayor porcentaje residen

en el distrito de la Esperanza (25 %); seguido de un 9 % que reside en el distrito del Porvenir, un 8 % que reside en el distrito de Florencia de Mora y en Trujillo centro, el 50 % restante de los lectores de la muestra residen en los distritos de Víctor Larco y otras zonas Urbanas del distrito de Trujillo.

2. ¿Qué edad tiene?

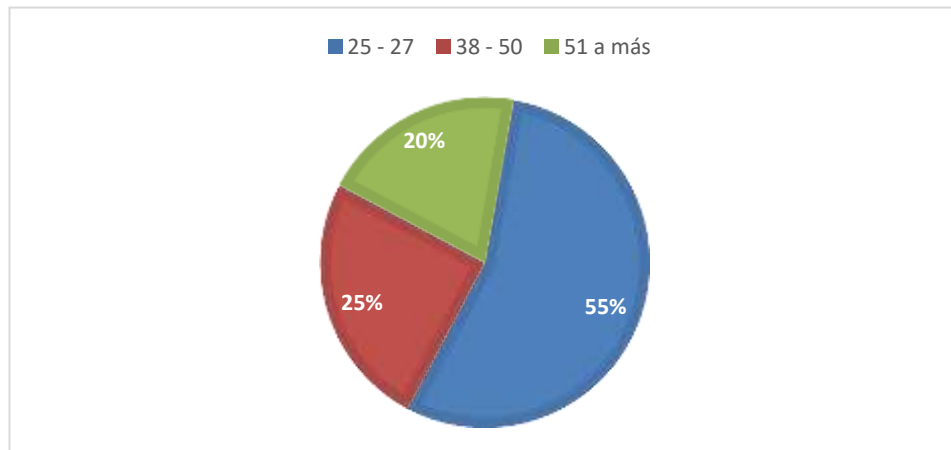


Figura 3: Distribución de la edad de los lectores de la muestra
Fuente: Cuestionario aplicado a la muestra de lectores

Las personas de la muestra seleccionada en un mayor porcentaje (55 %) se encuentran en el rango de edad entre 25 a 27 años; el segundo rango más importante (25 %) corresponde a las edades entre 38-50 años; mientras que el rango de 51 a más años agrupa el 20 % restante de la muestra de lectores.

3. ¿Cuál de estos dos diarios prefiere leer?

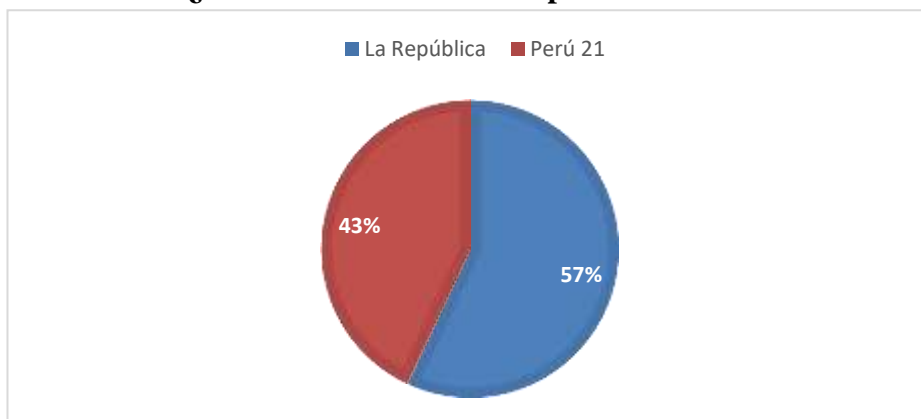


Figura 4: Distribución de preferencia en los diarios analizados de los lectores de la muestra

Fuente: Cuestionario aplicado a la muestra de lectores

De los lectores de la muestra, el 57 % indicó que lee el diario La República, mientras que el 43 % restante indicó que lee el diario Perú 21.

4. ¿Crees que el humor gráfico es una herramienta que representa la opinión pública?

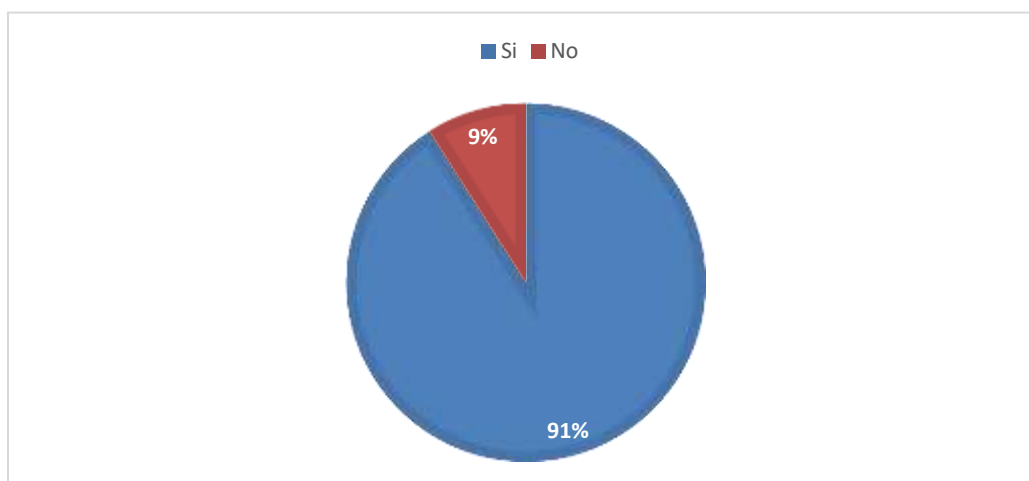


Figura 5: Distribución de respuestas a la pregunta 4 de los lectores de la muestra

De los lectores de la muestra, el 91 % afirmó creer que el humor gráfico es una herramienta que representa la opinión pública, mientras que el 9 % restante indicó no creer que el humor gráfico es una herramienta que representa la opinión

pública.

5. ¿A través de las siguientes Caricaturas Políticas se busca exponer al político sobre su postura actual en el poder?

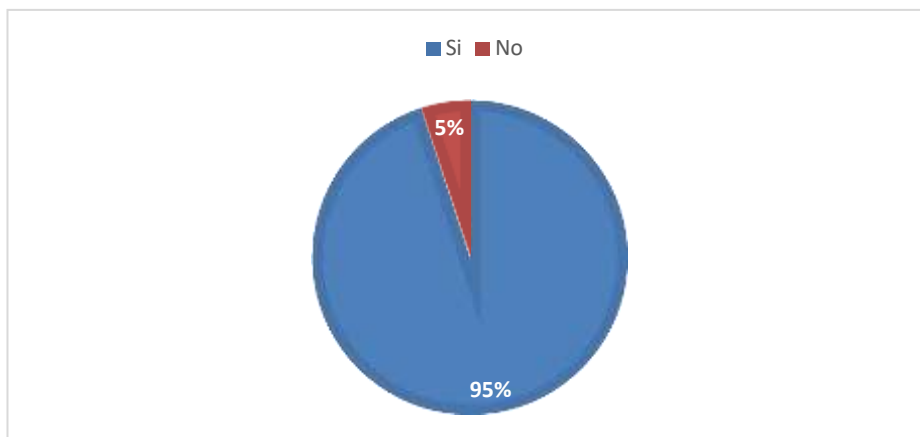


Figura 6: Distribución de respuestas a la pregunta 5 de los lectores de la muestra

Fuente: Cuestionario aplicado a la muestra de lectores

De los lectores de la muestra, el 95 % indicó creer que a través de las Caricaturas Políticas presentadas se busca exponer al político sobre su postura actual en el poder, mientras que el 5 % restante indicó no creer que a través de las siguientes Caricaturas Políticas se busca exponer al político sobre su postura actual en el poder.

6. ¿Cree usted que la caricatura política no es un género subversivo sino más bien reflexivo?

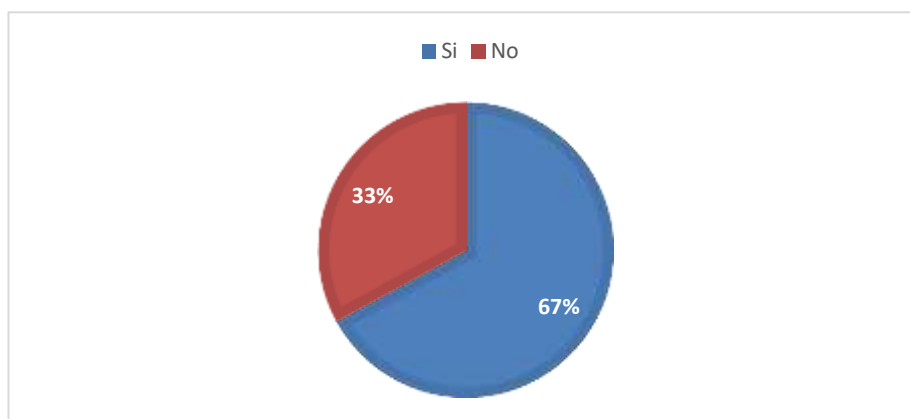


Figura 7: Distribución de respuestas a la pregunta 6 de los lectores de la muestra

Fuente: Cuestionario aplicado a la muestra de lectores

De los lectores de la muestra seleccionada, el 67 % afirmó creer que la caricatura política no es un género subversivo sino y más bien reflexivo, mientras que el 33 % restante indicó que no cree que la caricatura política si es un género subversivo y no reflexivo.

7. ¿Crees que estas Caricaturas estimulen al lector a cuestionar las decisiones políticas del personaje que se está satirizando?

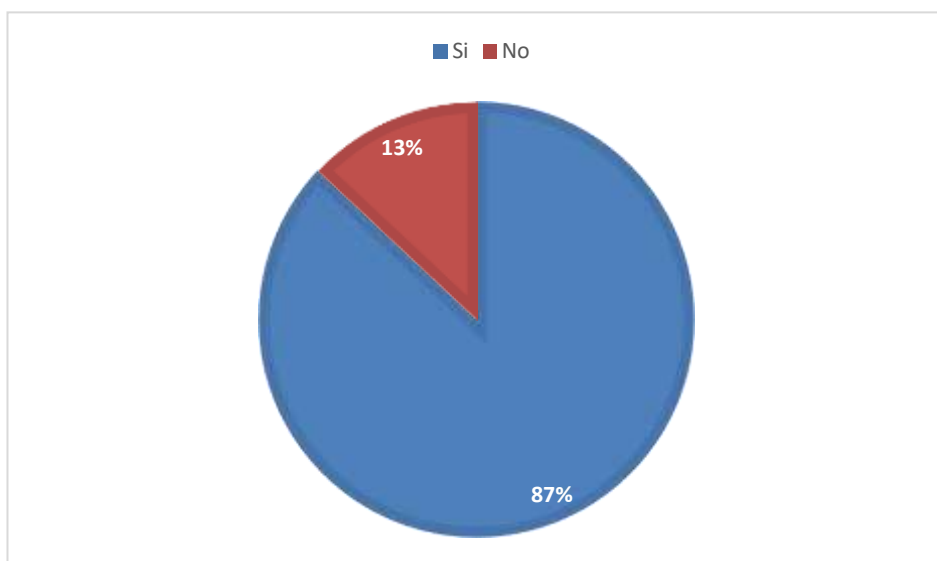


Figura 8: Distribución de respuestas a la pregunta 7 de los lectores de la muestra

Fuente: Cuestionario aplicado a la muestra de lectores

De los lectores de la muestra, el 87 % afirmó creer que estas Caricaturas estimulan al lector a cuestionar las decisiones políticas del personaje que se está satirizando, mientras que el 13 % restante indicó que no cree que estas Caricaturas estimulen al lector a cuestionar las decisiones políticas del personaje que se está satirizando.

8. ¿Puedes identificar la sátira hacia las tradiciones y costumbre en estas Caricaturas?

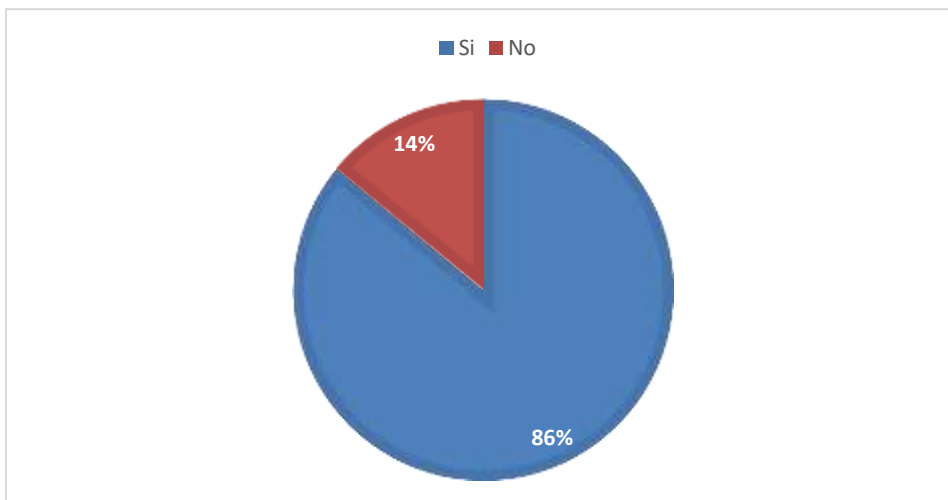


Figura 9: Distribución de respuestas a la pregunta 8 de los lectores de la muestra

Fuente: Cuestionario aplicado a la muestra de lectores

De los lectores de la muestra, el 86 % afirmó que pudo identificar la sátira hacia las tradiciones y costumbre en estas Caricaturas, mientras que el 14 % restante indicó que no pudo identificar la sátira hacia las tradiciones y costumbre en estas Caricaturas.

9. ¿Cree usted que la caricatura gráfica está a la expectativa del poder político para satirizarlo?

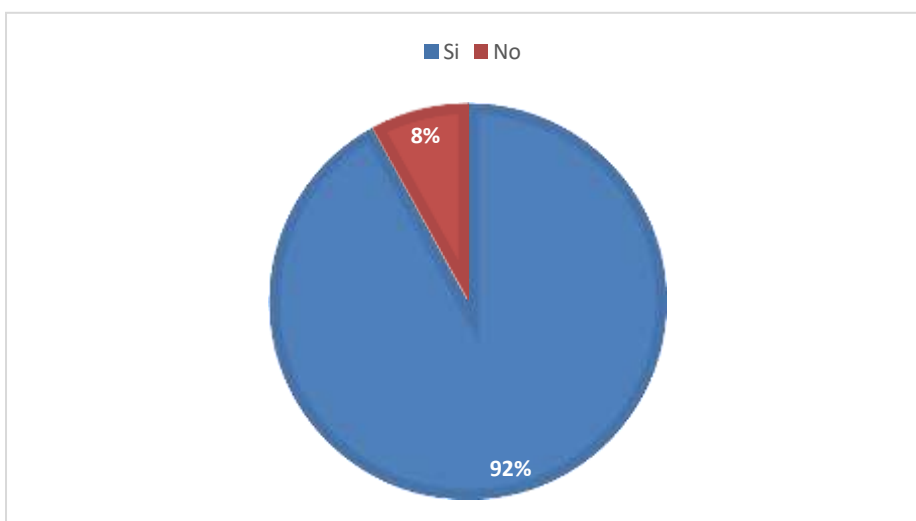


Figura 10: Distribución de respuestas a la pregunta 9 de los lectores de la muestra

Fuente: Cuestionario aplicado a la muestra de lectores

De los lectores de la muestra, el 92 % afirmó que la caricatura gráfica está a la expectativa del poder político para satirizarlo, mientras que el 8 % no creen que la caricatura gráfica esté a la expectativa del poder político para satirizarlo.

10. ¿Cree usted que a través de la caricatura gráfica se pretende ejercer la crítica al poder político?

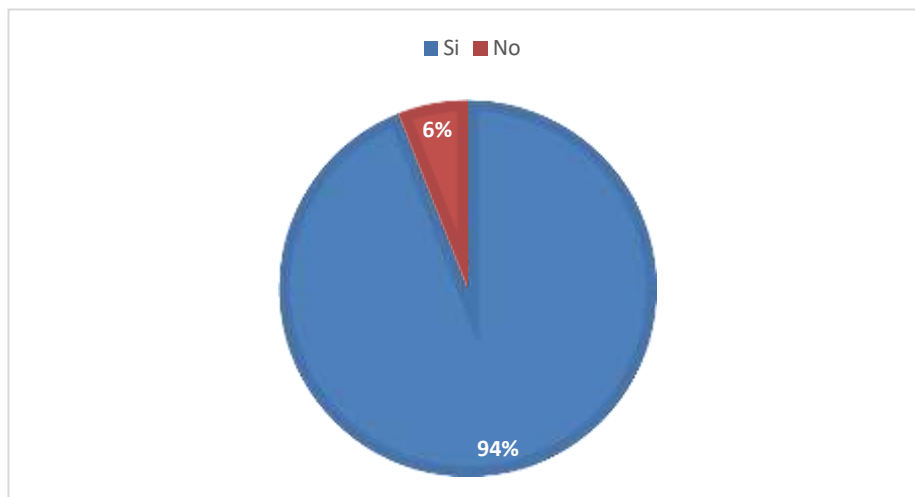


Figura 11: Distribución de respuestas a la pregunta 10 de los lectores de la muestra

Fuente: Cuestionario aplicado a la muestra de lectores

De los lectores de la muestra, el 94 % afirmó que a través de la caricatura gráfica se pretende ejercer la crítica al poder político, mientras que el 6 % no creen que a través de la caricatura gráfica se pretenda ejercer la crítica al poder político.

11. ¿Cree usted que la postura del autor influye en la crítica de la caricatura política?

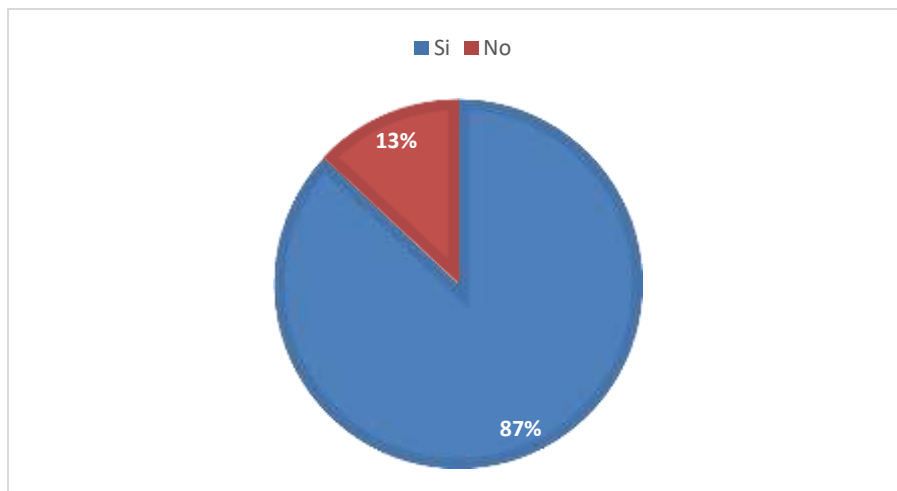


Figura 12: Distribución de respuestas a la pregunta 11 de los lectores de la muestra

Fuente: Cuestionario aplicado a la muestra de lectores

De los lectores de la muestra, el 87 % afirmó que la postura del autor influya en la crítica de la caricatura política, mientras que el 13 % no creen que la postura del autor influya en la crítica de la caricatura política.

12. ¿Cree que a través del humor gráfico el público puede estar informado sobre los acontecimientos relacionados con el poder político?

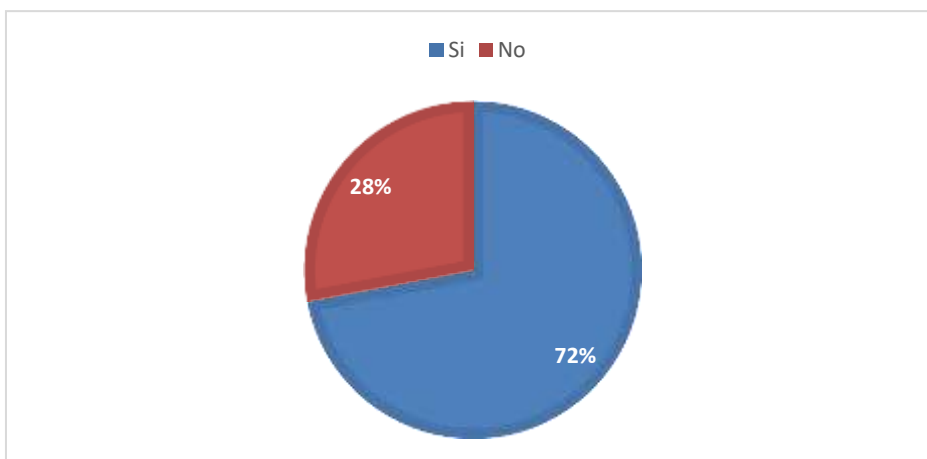


Figura 13: Distribución de respuestas a la pregunta 12 de los lectores de la muestra

Fuente: Cuestionario aplicado a la muestra de lectores

De los lectores de la muestra, el 72 % afirmó que a través del humor gráfico el público pueda estar informado sobre los acontecimientos relacionados con el poder político, mientras que el 28 % no creen a través del humor gráfico el público pueda estar informado sobre los acontecimientos relacionados con el poder político.

13. ¿Crees que a través del humor gráfico el autor puede expresar la voluntad colectiva del público?

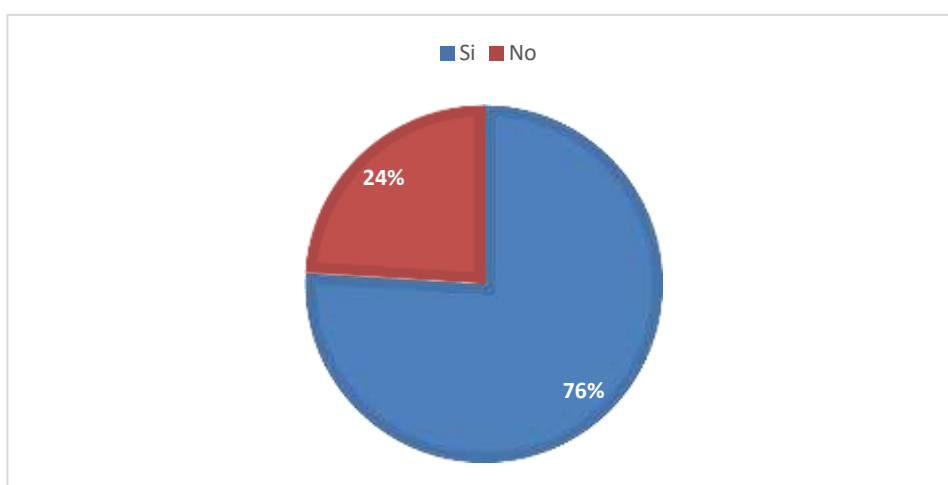


Figura 14: Distribución de respuestas a la pregunta 13 de los lectores de la muestra

Fuente: Cuestionario aplicado a la muestra de lectores

De los lectores de la muestra, el 76 % afirmó creer que a través del humor gráfico el autor puede expresar la voluntad colectiva del público, mientras que el 24 % restante indicó que no cree que a través del humor gráfico el autor pueda expresar la voluntad colectiva del público.

14. ¿Crees que se pueda tergiversar el concepto de la caricatura política dependiendo la zona donde sea difundida?

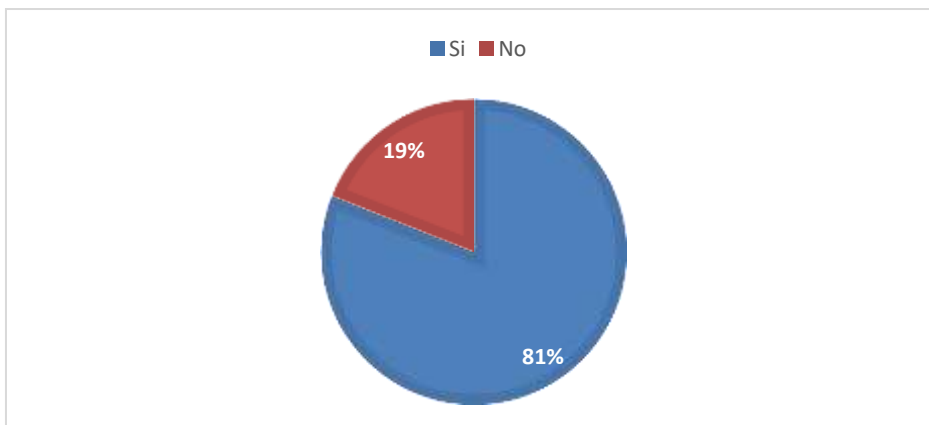


Figura 15: Distribución de respuestas a la pregunta 14 de los lectores de la muestra

Fuente: Cuestionario aplicado a la muestra de lectores

De los lectores de la muestra seleccionada, el 81 % cree que se pueda tergiversar el concepto de la caricatura política dependiendo la zona donde sea difundida, mientras que el 19 % restante indica que no cree que se pueda tergiversar el concepto de la caricatura política dependiendo la zona donde sea difundida.

15. ¿El comportamiento de los personajes o de la situación política en el humor gráfico se puede ver reflejado en las costumbres de determinadas regiones?

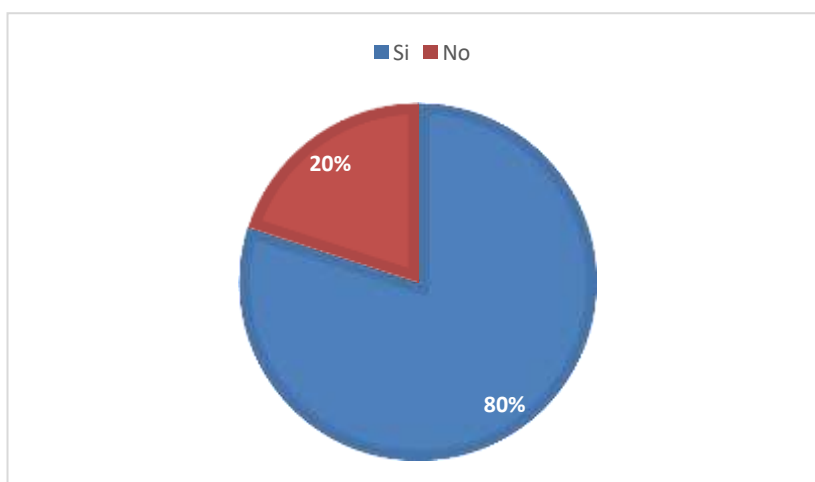


Figura 16: Distribución de respuestas a la pregunta 15 de los lectores de la muestra

Fuente: Cuestionario aplicado a la muestra de lectores

De los lectores de la muestra, el 80 % puede ver reflejado el comportamiento de los personajes o de la situación política en las costumbres de determinadas regiones, mientras que el 20 % no puede ver reflejado el comportamiento de los personajes o de la situación política en las costumbres de determinadas regiones.

16. ¿Cree usted que los elementos paralingüísticos como los gestos y mímicas, sugieren interpretaciones particulares de la información por parte del público?

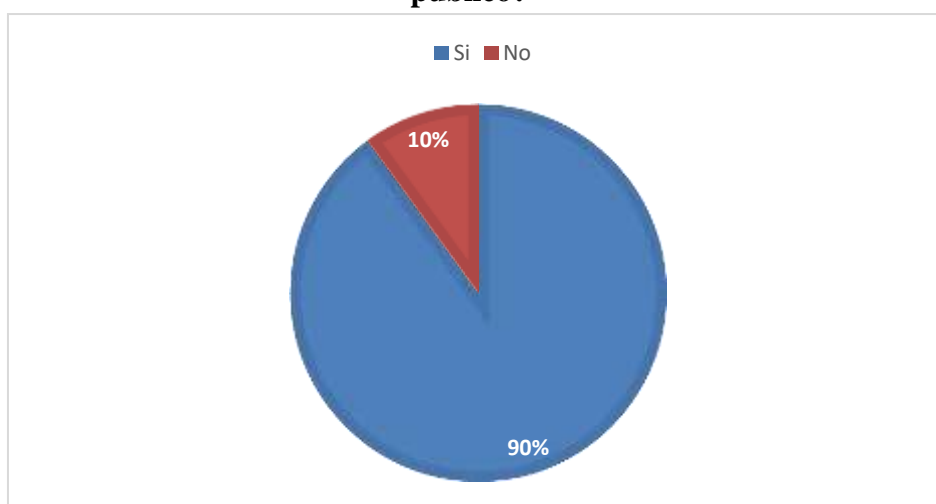


Figura 17: Distribución de respuestas a la pregunta 16 de los lectores de la muestra

Fuente: Cuestionario aplicado a la muestra de lectores

De los lectores de la muestra, el 90 % cree que los elementos para lingüísticos sugieran interpretaciones particulares de la información por parte del público, mientras que el 10 % no cree que los elementos para lingüísticos sugieran interpretaciones particulares de la información por parte del público.

Luego de haber aplicado el cuestionario a los lectores de la muestra seleccionada, se identificó la opinión de estos al respecto de diversos aspectos relacionados con el mensaje humorístico de las caricaturas de Mechaín Doroteo y Carlos Tovar referidas al segundo proceso de vacancia presidencial de Pedro Pablo Kuczynski en el año 2018; por tanto, se obtuvo información valiosa para entender de manera cualitativa la orientación ejercida por las caricaturas políticas expuestas en la opinión pública representada por los 100 lectores seleccionados; como principales resultados se puede mencionar que la opinión pública considera que los mensajes humorísticos gráficos representan la voz del pueblo que juzga el comportamiento de los personajes que tienen poder político, como en este caso al ex presidente Pedro Pablo Kuczynski, asimismo mediante el componente crítico de sus piezas gráficas, los humoristas son capaces de estimular a la opinión pública a tomar cierta postura sobre los hechos que ocurren en el ámbito político, genera en la población un estado de alerta y reflexividad, los saca del estado de parsimonia y los orienta hacia un estado crítico. Por otro lado, el mensaje humorístico cumple en la opinión pública una función informativa, en la cual expone a la población de forma caricaturesca aspectos que posiblemente no habían sido advertidos, generando conciencia crítica sobre estos y alineándose a la postura del autor.

3.3.2. Análisis del impacto en la opinión pública

Luego de describir y analizar las respuestas de los lectores de los diarios *Perú 21* y *La República*, se describe el análisis cualitativo de cada una de las dimensiones e indicadores de la variable opinión pública:

- Función de control genérica
 - Presión sobre las costumbres

Se identifica en la opinión de los lectores de la muestra, que perciben la existencia de cierta presión sobre las costumbres, es decir, las caricaturas

analizadas tienen la capacidad de presionar sobre los individuos y los grupos, al estilo de los usos, tradiciones y costumbres, unificando opiniones individuales en forma colectiva.

De manera que, los ítems relacionados del cuestionario aplicado indican que existe la capacidad de ejercer presión a las opiniones individuales a través de las opiniones colectivas según las tradiciones y costumbres de determinadas regiones.

- Función de vigilancia y control de la vida pública
 - Vigilancia del poder a través de la sátira

Se identifica en la opinión de los lectores de la muestra, que los caricaturistas políticos se encuentran en estado vigilante de los hechos relacionados con personajes políticos del país y buscan la ocasión para expresar a través de la sátira de sus caricaturas un mensaje con sentido democrático, expresando el sentir de una conciencia colectiva que juzga los hechos políticos que afectan al país, principalmente a los sectores más vulnerables.

Por lo tanto, los ítems del cuestionario aplicado reflejan que las caricaturas políticas están a la expectativa del poder político para satirizarlos, con el fin de generar en los lectores una crítica hacia el personaje y a los acontecimientos políticos.

- Función de control sobre las personas investidas de autoridad
 - Control alusivo al poder a través de la crítica

Se identifica en la opinión de los lectores de la muestra, que el mensaje humorístico expresado en las caricaturas de Mechaín Doroteo y Carlos Tovar ejerce un control alusivo al poder a través de la crítica, el cual expone que, aunque la sociedad delega su soberanía, esta no renuncia a la capacidad de

criticar aquellos comportamientos y decisiones que se apartan de los intereses de los ciudadanos.

Por tanto, la caricatura política no solo busca informar acerca de los acontecimientos de una determinada situación política, sino también pretende ejercer la crítica a través de la exposición de la postura de los políticos en el poder.

- Función de estímulo y presión social sobre el proceso de formación de las decisiones a nivel político
 - Impacto en la opinión pública

Se identifica en la opinión de los lectores de la muestra, que el mensaje humorístico expresado en las caricaturas de Mechaín Doroteo y Carlos Tovar tiene un impacto real y significativo en la opinión pública, de esta forma la expresión artística de los caricaturistas estudiados constituye un factor importante en la formación de ideas en la opinión pública; por tanto estos caricaturistas ejercen un poder que debe ser administrado de manera objetiva e imparcial, sin sesgos políticos que pudieran direccionar a la opinión pública a tomar una postura favorable hacia intereses particulares, que no beneficien a la ciudadanía en general. Sin embargo, como ya se analizó anteriormente al estudiar las piezas gráficas de los caricaturistas Mechaín Doroteo y Carlos Tovar, estos mantienen una postura imparcial al momento de desarrollar su arte.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

4.1.1. En relación a la Estructura Externa

Sub dimensión: Organización textual

Al comparar las caricaturas políticas de Carlos Tovar y Mechaín Doroteo, con respecto al indicador verbal en la organización textual de las piezas gráficas analizadas, se nota que Carlos Tovar usa más el recurso verbal en sus gráficas, mientras que Mechaín Doroteo se apoya más en los elementos icónicos. Cabe mencionar que se aplica tal como dice Zavitsanou (2016) esto quiere decir que pertenecen a las categorías críticas y constructivas del discurso, las cuales se definen por atacar al poder político y no defenderlo como es el caso de Las categorías legitimadoras.

En cuanto al indicador icónico en la organización textual de las piezas gráficas analizadas, Carlos Tovar usa los elementos sustantivos como un recurso que compone la caricatura facilitando su interpretación. Por otro lado, Mechaín Doroteo usa los elementos icónicos para evocar un concepto más interpretativo al mismo mantiene una estética sobria. A esto se refiere Aladro (2002), quien indica que el humor usa el carácter tópico, formalizado, retórico de las acciones, expresiones o conceptos para percibir diversamente la realidad.

Sub dimensión: Elementos paralingüísticos

Al comparar el indicador componente no verbal de ambos caricaturistas, se concluye que en el caso de Carlos Tovar alude a un estilo paralingüístico que acompañan a sus recursos textuales y en el caso de Mechaín Doroteo se enfoca más en la kinésica y poco recurso verbal siendo los movimientos corporales de sus personajes los que llevan el mensaje. Asimismo, Aladro (2002) indica que el humor usa el carácter tópico, formalizado,

retórico de las acciones, expresiones o conceptos para percibir diversamente la realidad esto quiere decir que tanto como Carlin y Mechaín hacen uso de los recursos tópicos para que sus lectores puedan inferir en las características de sus personas.

4.1.2. En relación a la Estructura Interna

Sub dimensión: Trama argumentativa

En cuanto al indicador Historia de las piezas gráficas de ambos caricaturistas, se identifica que la caricatura de Tovar presenta trama argumental más equilibrada por los elementos gráficos y textuales. Por otro lado, Mechaín incorpora a la exageración como parte de su trama siendo de carácter discursivo. Esto se relaciona con la explicación que realiza Vadillo (2013) sobre el humor gráfico al que entiende como un medio discursivo que involucra a una sociedad cuyos intereses son similares, de manera que refleja las características culturales de un grupo social determinado. El humor gráfico es una herramienta capaz de representar aquellas opiniones y conceptos que se tienen de una entidad. Es así como Carlos Tovar y Mechaín Doroteo, a través de sus caricaturas, muestran la realidad de forma irónica y sarcástica desde su propia perspectiva.

Sub dimensión: Recursos lingüísticos y Marcas tipográficas

Con respecto al indicador Diálogos de las piezas gráficas analizadas, Carlos Tovar aprovecha más los recursos lingüísticos, lo que contribuye a enriquecer de forma gramatical los diálogos de la caricatura. Al respecto, Morales del Castillo (2001), señala unos indicios que llaman la atención el receptor del "mensaje humorístico" y que le indican la necesidad de llevar a cabo el proceso de codificación más allá de la superficie semántica, entre los cuales menciona: rupturas abruptas del estilo, inconsistencias internas en lo expresado, e incongruencias entre el asunto que se trata y las palabras utilizadas para tratarlo.

Sub dimensión: Enunciador

Al evaluar el indicador Postura Crítica del mensaje humorístico que ofrece cada pieza gráfica de los caricaturistas en estudio, se identifica que ambos ilustradores plasman y exponen críticamente una situación en base a un hecho relevante o de gran interés para la sociedad peruana, con el fin de fomentar una reflexión a través del humor. De esta manera, Álvarez (2009), expresa que la caricatura está siempre acompañada por su intención de realizar una crítica ya sea a personajes específicos o al entorno en el que se desarrolla. Como en el caso del humor de *Página/12* cuyas ilustraciones solían retratar a dirigentes políticos, presidentes, ministros, entre otros, con el fin de mostrar aquellas situaciones absurdas que le causaban inconformismo tanto al humorista, como a los lectores.

Sub dimensión: Propósito y Objetivo

En tanto el indicador Impacto en la Percepción de las piezas gráficas de ambos ilustradores, se evidencia que buscan generar con sus caricaturas la participación de los ciudadanos, la reflexión y la crítica, y de esta manera generar un cambio en la percepción política de la sociedad. Esto se alinea a lo que expresan Páez y Zubieta (2006), quienes indican que el humor político bien entendido es crítico; deja siempre un mensaje ligado a cierta ideología y en buena medida se pronuncia por un cambio. Por tanto, se asocia generalmente a un recurso útil de crítica en el sentido político e ideológico que pretende transmitir algunos ideales.

El análisis realizado de estos dos humoristas gráficos evidencia lo que claramente significa propaganda política y su impacto. Se debe convenir que en el caso del humor político desarrollado por Carlín y Mechaín Doroteo, queda evidente – siguiendo los conceptos de Thompson (1997) - que el primero realiza una propaganda política desde la línea de la izquierda al ser tan absolutamente evidente en sus acusaciones en tanto que Mechaín no es precisamente ideológico y tiene un tono reflexivo. Es un tema amerita un

estudio más amplio que cae fuera de esta investigación.

Comentarios sobre los resultados del cuestionario

Sub dimensión: Función de control genérico

Al analizar el indicador Presión sobre las Costumbres se identificó mediante el cuestionario aplicado a los lectores de la muestra que existe la capacidad de ejercer presión a las opiniones individuales a través de las opiniones colectivas según las tradiciones y costumbres de determinadas regiones. Esto concuerda con Álvarez (2009) quién define que por lo general las imágenes humorísticas están fuertemente condicionadas por el medio, por el contexto en donde se realizan y por supuesto por la demanda de su contenido; estas siempre tienen un propósito, un destino y una exigente argumentación de su temática.

Sub dimensión: Función de Vigilancia y Control de la vida pública

Asimismo, al analizar el indicador Vigilancia del poder a través de la sátira, se identificó a través del cuestionario aplicado a los lectores de la muestra que las caricaturas políticas están a la expectativa del poder político para satirizarlos, con el fin de generar en los lectores una crítica hacia el personaje y a los acontecimientos políticos. Al respecto Matallana (2000) indica que el humor político es un instrumento de crítica social, que ilustra el clima de la época, a partir de las situaciones y el conjunto de actores que intervienen en ella.

Sub dimensión: Función de Control sobre las Personas Investidas de Autoridad y sus Decisiones

Al analizar el indicador Control Alusivo al Poder a través de la crítica, este se identificó a través del cuestionario aplicado a los lectores de la muestra. Los resultados sugieren que la caricatura política no solo busca informar acerca de los acontecimientos de una determinada situación política, sino también pretende ejercer la crítica a través de la

exposición de la postura de los personajes políticos que ejercen el poder. Esto se condice a lo indicado por Gil y Cáceres (2008), quiénes definen que el humor gráfico puede ser visto como herramienta cuya carga informativa es lo suficientemente compleja para criticar y denunciar situaciones que causan inconformidad dentro de la sociedad.

Sub dimensión: Función de Estímulo y Presión Social sobre el proceso de formación de las decisiones a nivel político

Por último, al analizar el indicador Impacto en la Opinión Pública, se identificó a través del cuestionario aplicado a los lectores de la muestra que el humor gráfico es una herramienta que hace objetiva en imágenes lo que la sociedad piensa de sí misma y sobre todo de quienes lo dirigen. Las respuestas permiten señalar que el humor gráfico es una manera clara y directa de expresar la voluntad colectiva del público y, de ese modo, influir en el desempeño de las actividades realizadas por las autoridades políticas. Esto se podría relacionar con las apreciaciones de García (2007), quién describe a la opinión pública como una congregación momentánea, circunstancial y ocasional de aquellos juicios que responden a una lógica aparente, dominante en la sociedad reaccionando ante cuestiones planteadas en un momento específico.

4.1.3. Orientación a la opinión pública

Se identificó que el mensaje humorístico de las caricaturas de Carlos Tovar y Mechaín Doroteo ha orientado a la opinión pública, encontrando que dichas caricaturas referidas al segundo proceso de vacancia presidencial de Pedro Pablo Kuczynski en el año 2018 son consideradas portadoras de la voz del pueblo. En las 16 preguntas relacionadas de acuerdo al análisis de la opinión pública, las respuestas de la muestra han sido contestadas afirmativamente entre un 90% a un 70%. Las preguntas 6, 12 y 13 presentaron resultados diferentes. La pregunta 6 considera que un 67% de la muestra considera que la caricatura es

un género reflexivo, tanto que una tercera parte de la población considera que es un género subversivo. Esto es interesante señalar porque es una tercera parte de la muestra que considera esta característica. Esto pondría en cuestión las afirmaciones de Thomson y Hewison (1996) de que el humor político no tiene el poder de derribar gobiernos. Los caricaturistas políticos en estudio tienen la capacidad de estimular a la opinión pública, a tomar cierta postura sobre los hechos que ocurren en el ámbito político, generar conciencia crítica y una tendencia a alinearse a la postura del autor. Las preguntas 12 y 13 se refieren a la capacidad del humor político de informar y de expresar la voluntad colectiva. Una tercera parte de la muestra en ambos casos no estuvo de acuerdo, aspecto que los autores estiman que también merece ser estudiado. Por otra parte, los resultados son similares a aquellos obtenidos en la investigación de Ahumada (2015) en la cual se analizó el impacto del humor gráfico en la opinión pública durante la crisis de 2001 en Argentina; e identificó que los humoristas gráficos de los principales diarios adoptaron un enfoque crítico a la clase política, reflejando así el inconformismo de la sociedad generando una relación recíproca entre el humor expuesto y la opinión pública.

4.1. Conclusiones

Se pudo evidenciar que durante la vacancia presidencial contra Pedro Pablo Kuczynski en 2018 los humoristas gráficos, Mechaín Doroteo del diario *Perú 21* y Carlos Tovar del diario *La República*, sirvieron como mediadores de la opinión pública a través de su humor político, reafirmando así su inconformismo con el gobierno. Las técnicas aplicadas y el análisis del marco teórico corroboran que el mensaje humorístico de las caricaturas de Mechaín Doroteo y Carlos Tovar orientan a la opinión pública hacia una posición crítica y reflexiva sobre los personajes políticos que ostentan poder en el país;

en este caso sobre el ex presidente Pedro Pablo Kuczynski.

Después de analizar la estructura interna y externa de las caricaturas propuestas en la presente investigación por parte del ilustrador gráfico Mechaín Doroteo en su sección “*El Otorongo*” del diario *Perú 21*,

El análisis de la estructura interna y externa del mensaje político de las caricaturas de Carlos Tovar “Carlín” en su sección “Carlincaturas” del diario *La República*, evidencia que el humorista utiliza la sorna para ilustrar la tragicomedia que caracteriza la política peruana. De esta manera, lejos de ocultar sus comentarios críticos - a diferencia de Mechaín - los resalta con mayor fuerza para influenciar en la opinión del público. El tipo de humor que utiliza el ilustrador es un humor irónico, el cual tiene como función ir en contra de los prejuicios y el poder. Carlin realiza un humor de oposición; es decir no se encuentra limitado por una línea política del medio y es más libre para expresar sus ideas radicales pues trabaja en el medio izquierdista *La República*. Del mismo modo, el humorista da importancia al mensaje lingüístico estableciendo un equilibrio entre este y el mensaje icónico.

Luego de haber aplicado el cuestionario a los lectores de la muestra seleccionada, se identificó la forma en que el mensaje humorístico de las caricaturas de Mechaín Doroteo y Carlos Tovar han orientado a la opinión pública, encontrando que dichas caricaturas referidas al segundo proceso de vacancia presidencial de Pedro Pablo Kuczynski en el año 2018 son consideradas portadoras de la voz del pueblo. Asimismo, se identificó que los caricaturistas políticos analizados tienen la capacidad de estimular a la opinión pública al tomar cierta postura sobre los hechos que ocurren en el ámbito político, generar conciencia crítica y una tendencia a alinearse a la postura del autor, esto se evidencia en el 87% de los lectores de la muestra de estudio que consideran que las caricaturas políticas estimulan a la reflexión y orientan hacia cierta postura crítica.

Las caricaturas de Mechaín y Carlin han evidenciado en la muestra analizada un impacto sostenible que ha ejercido una acción de vigilancia del entorno social a través de la sátira. De esta manera, han contribuido a ejercer un estímulo y presión social sobre las decisiones de la opinión pública. Asimismo, el indicador de presión sobre las costumbres tiene la capacidad de ejercer presión a las opiniones individuales a través de las opiniones colectivas según las tradiciones y costumbres. En tanto al analizar el indicador control alusivo al poder a través de la crítica, se identificó que la caricatura política no solo busca informar acerca de los acontecimientos de una determinada situación política, sino también pretende ejercer la crítica a través de la exposición de la postura de los personajes políticos. Por último, al analizar el indicador Impacto en la opinión pública, se identificó que el humor gráfico es una herramienta que puede representar la opinión pública, y a través de esta se puede expresar la voluntad colectiva del público e influir en el desempeño de las actividades realizadas por las autoridades políticas.

Tomando en cuenta, lo que significa propaganda política y su impacto se debe convenir que en el caso del humor político desarrollado por Carlín y Mechaín Doroteo, queda evidente – siguiendo los conceptos de Thompson (1997) - que el primero realiza una propaganda política desde la línea de la izquierda al ser tan absolutamente evidente en sus acusaciones en tanto que Mechaín no es precisamente ideológico y tiene un tono reflexivo. Es un tema amerita un estudio más amplio que cae fuera de esta investigación.

REFERENCIAS

- Abreu Sojo, C. (2001). *Periodismo iconográfico (VI). La caricatura: Historia y definiciones*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 38. 4(42).
<http://www.revistalatinacs.org/2001/latina38feb/124abreu6.htm>
- Ahumada Jaramillo, Y. (2015). *El humor gráfico como medio de opinión pública durante la crisis de 2001 en Argentina* [Universidad de Palermo].
https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/tesis_maestria/detalle_proyecto.php?id_proyecto=3552
- Aladro Vico, E. (2002). El humor como medio cognitivo. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 7, 317–317.
- Álvarez Junco, M. (2009). *El diseño de lo incorrecto: La configuración del humor gráfico*. La Crujía.
- Ayala Calderón, K. (2013). *Representaciones del imaginario de nación en la caricatura política del siglo XIX: 1892-1896*. [Pontifica Universidad Católica del Perú].
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/4630>
- Cámara, S. (2009). *El dibujo humorístico*. Parramón Ediciones.
- Correa, S. (2009). El humor como estrategia de cortesía positiva en *De oradores*, 2. *Argos*, 133–145.
- García Lavernia, J. (2007). *Disfunciones del periodismo en la actual cultura mediática: Manual de situación para publicitarios y relaciones públicas*. Astro Uno.
- Gargurevich, J. (1991). *Historia de la prensa peruana, 1594-1990*. La Voz Ediciones.
- Gil Lacruz, M., & Cáceres Nevot, J. (Eds.). (2008). *Cuerpos que hablan: Géneros, identidades y representaciones sociales*. Barcelona: Montesinos.

- Gómez Abeja, D. (2002). Publicidad en tono humorístico: Una seria apuesta por el esport divertido. *Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, 1*(Publicidad y Estudios Culturales), 333–340.
- Gutiérrez González, P. P. (1999). *El humor en la publicidad de televisión: Lenguajes y mensajes*. Diputación de Pontevedra.
- Hall, S. (2006). *Critical Dialogues in Cultural Studies*. Edited by D. Morley and Kuan Hsing Chen. London: Routledge. <https://filsafattimur.files.wordpress.com/2012/10/critical-dialogues-in-cultural-studies.pdf>
- Hernández Sampieri, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (7ª)*. McGraw-Hill Education.
- Infante Yupanqui, C. R. (2008). Poder y humor gráfico durante el período de crisis del régimen de Alberto Fujimori, 1996-2000. (Tesis de Doctorado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/291>
- León, R. (Ed.). (2001). *Humor: Ni verdad ni mentira, en el Perú en los albores del siglo XXI. 3: Ciclo de conferencias 1998—1999*. Ed. del Congreso de La República del Perú.
- López Díaz, M. (2008). El humor como procedimiento discursivo en los anuncios publicitarios. *Revue Romane, 43*, 25–62. <https://doi.org/10.1075/rro.43.1.03lop>
- Martínez Moro, J. (2007). *Ilustrar lo sublime: El concepto de lo sublime y la técnica del claroscuro en la ilustración del libro clásico: John Flaxman, Henry Fuseli y John Martin*.
- Massi, M. P. (2008). El humor es cosa seria.: Discursos transgresores en la prensa alternativa norpatagónica. *Revista Comunicación y Medios, 18*, 155–175.
- Matallana, A. (2000). *Humor y política: Un estudio de tres publicaciones de Humor Político*. Buenos Aires : EUDEBA. Secretaria de Extensión Universitaria de la universidad de

Buenos Aires.

https://www.researchgate.net/publication/235997271_Humor_y_politica_un_estudio_de_tres_publicaciones_de_Humor_Politico

Meléndez Malavé, N. (2005). El humor gráfico en el diario "El País" durante la transición política española (1976-1978) (Tesis Doctoral).Universidad de Málaga.

<https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/5170>

Morales del Castillo, F. (2001). El recurso del humor en el periodismo de opinión. Perú.

Universidad de Piura. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 7, 413–444.

Mulkay, M. J. (1988). *On humour: Its nature and its place in modern society*. Polity Press; B. Blackwell.

Owen H., L. (2002). Humorous Communication: Finding a Place for Humor in

Communication Research. *Communication Theory*, 12(4), 423–445.

<https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2002.tb00277.x>

Páez, D., & Zubieta, E. M. (2006). *Dimensiones culturales individualismo-colectivismo como Síndrome Cultural*. Pearson Educación.

Phillips-Anderson, M. (2007). *A Theory of Rhetorical Humor in American Political Discourse*

[University of Maryland]. <http://drum.lib.umd.edu/handle/1903/7739>

Silva Huapaya, R. E. (2017). El trazo mordaz, libre y comprometido: Los humoristas gráficos

Alfredo Marcos y Juan Acevedo y su posición política de izquierda (1980-1990).

(Tesis de Licenciatura).Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/7772>

Sotelo Melgarejo, M. A. (2009). *Taxonomía de las historietas limeñas: Propuesta para una*

clasificación de las historietas producidas y publicadas en la provincia de Lima

Metropolitana entre los años 1990 a 2005 (Tesis de Licenciatura) Universidad

Nacional Mayor de San Marcos.

https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/1281/Sotelo_mm.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Thomson, R., & Hewison, W. (1996). *El dibujo humorístico: Cómo hacerlo y cómo venderlo, todas las técnicas profesionales de la historieta, la caricatura y el chiste*. Tursen/H. Blume.

Thompson, J.B. (1997). Los medios y la comunicación: *Una teoría de los medios de la comunicación*. Barcelona: Paidós

<https://comunicacionymediosunsj.files.wordpress.com/2016/04/thompson-b-john-los-media-y-la-modernidad-una-teor3ada-de-los-medios-de-comunicacic3b3n-libro.pdf>

Vadillo Santaolalla, C. (2013). El humor en tiempos de crisis. *Çedille. Revista de Estudios Franceses*, 9, 567–571.

Von Rebeur, A. (2002). Lo que pasa en Argentina no es chiste. *La situación del humor gráfico en la Argentina*.

<https://www.tebeosfera.com/1/Documento/Articulo/Especial/Argentina/Ana/VonRebeurBis.htm>

Zavitsanou, T. (2016). Humor y discurso político: El humor como recurso de opinión y crítica en la prensa contemporánea griega y española. (Tesis Doctoral) TDX (Tesis Doctoral en Xarxa). <http://repositori.upf.edu/handle/10230/26894>

ANEXOS

ANEXO n.º 1. Cuadro de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	SUB - DIMENSIONES	INDICADORES
Mensaje humorístico de las caricaturas políticas.	El humor político es un instrumento de crítica social, que ilustra el clima de la época, a partir de las situaciones y el conjunto de actores que intervienen en ella. Su análisis contiene como dimensiones una Estructura Externa de carácter textual y paralingüístico y una Estructura Interna relacionada con el Argumento, el discurso, el objetivo y la forma. Matallana (1999); Gil y Cáceres (2008)	Estructura externa	Organización textual	Verbal
				Icónico
			Elementos Paralingüísticos	Componente no verbal
		Estructura Interna	Trama Argumentativa	Historia
			Recursos Lingüísticos y Marcas Tipográficas	Diálogos
			Enunciador	Postura Crítica
Propósito y Objetivo	Impacto en la Percepción			

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
La Opinión Pública	Lavernia (2007), La opinión pública no es más que la agrupación de opiniones de una sociedad que casualmente comparte juicios en un periodo de tiempo.	Función de Control genérico	Presión Sobre las Costumbres.
		Función de vigilancia y control de la vida política	Vigilancia del poder a través de la sátira.
		Función de control sobre las personas investidas de autoridad y sus decisiones	Control Alusivo al Poder a través de la crítica.
		Función de estímulo y presión social sobre el proceso de formación de las decisiones a nivel político	Impacto en la Opinión Pública.

ANEXO n.º 2. Instrumento: Guía de Observación

Guía de observación sobre la caricatura Política			
Imagen de la caricatura política	Diario:	Año/Mes/Día:	N° Lámina
	Humorista Gráfico:		
	Título:		
Mensaje humorístico	CONTENIDO APARENTE (contenido deformado)		
	CLAVE DE ATENCIÓN (Distanciamiento de la realidad)		
	CONTENIDO REAL (Punto de encuentro)		
Conclusiones:			
Elementos que integran la caricatura política	Elementos Verbales:		
	Elementos Icónico:		
	Componente no Verbal:		
	Historia:		
	Diálogos:		
	Postura Crítica:		
Conclusiones:			
RECEPTOR	<i>PÚBLICO OBJETIVO</i>		
Contenido humorístico			
Humor satírico			
Humor sarcástico			
Humor irónico			
Humor grotesco			
Humor negro			
Paradoja			
Conclusiones generales:			

ANEXO n.º 3. Piezas gráficas

Diario: La República

Humorista gráfico: Carlos Tovar

Fecha: jueves 29 de marzo de 2018



Diario: La República

Humorista gráfico: Carlos Tovar

Fecha: martes 10 de marzo de 2018



Diario: La República

Humorista gráfico: Carlos Tovar

Fecha: domingo 18 de marzo de 2018



Diario: Perú 21

Humorista gráfico: Mechaín Doroteo

Fecha: martes 02 de marzo de 2018



Diario: Perú 21

Humorista gráfico: Mechaín Doroteo

Fecha: viernes 9 de marzo de 2018

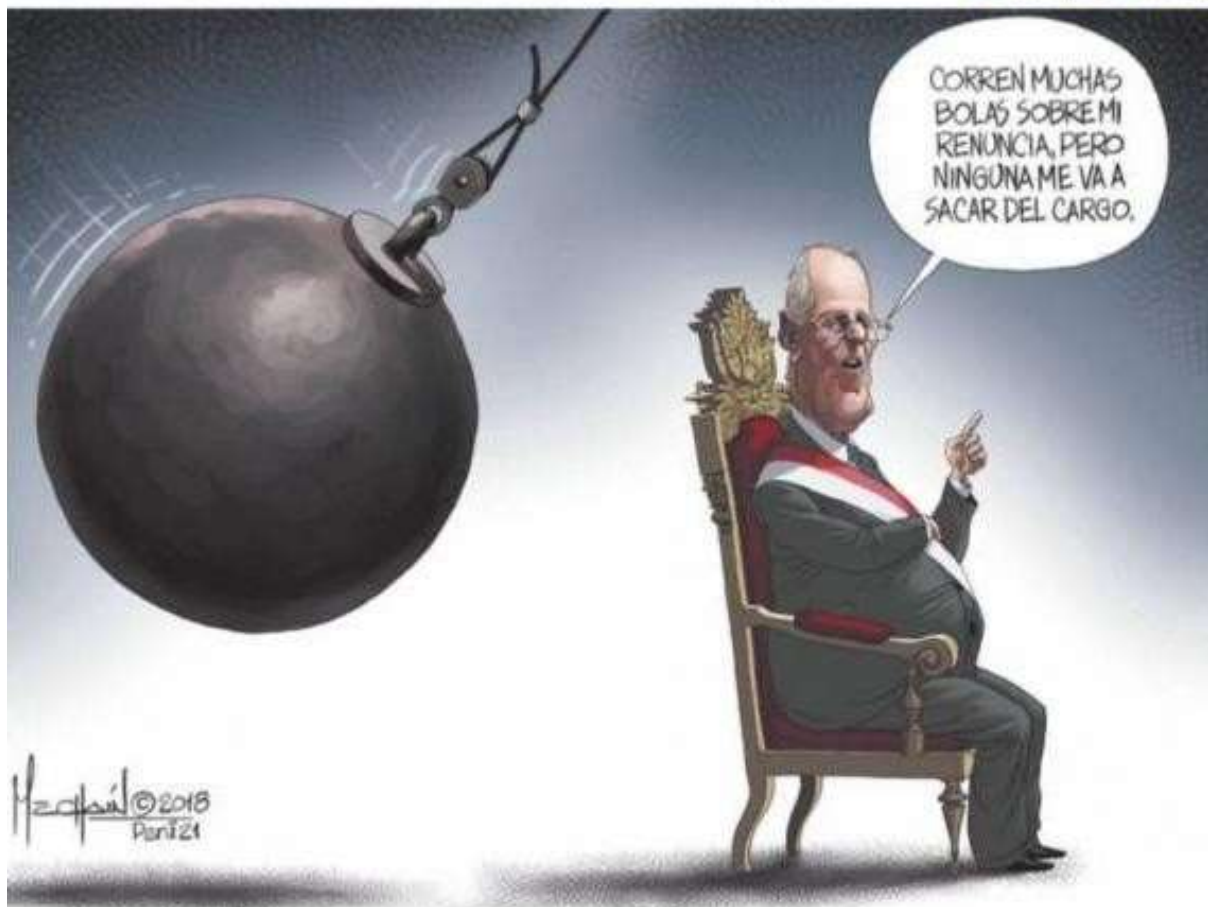
el otor?ongo

Perú 21

Come rico, duerme bien e hinca como ninguno

VIERNES 9 DE MARZO DEL 2018 - DIRECTOR PERIODISTICO INTRINO: DAN FLORES www.peru21.pe

f [elotosongo](#) t [elotosongo](#)



<http://blogs.peru21.pe/elotosongo/>COMENTARIOS, CHISMES, QUEJAS, MALETERAS, SUGERENCIAS Y CONTRATOS

Diario: Perú 21

Humorista gráfico: Mechaín Doroteo

Fecha: viernes 23 de marzo de 2018



ANEXO n.º 4. Instrumento: Cuestionario

Reciba este cordial saludo, soy egresado de la UPN y estoy llevando a cabo el presente trabajo de investigación.

1. ¿Crees que el humor gráfico es una herramienta que representa la opinión pública?

Si () No ()

2. ¿A través de la siguiente Caricatura Política se busca exponer al político sobre su postura actual en el poder?

Si () No ()

3. ¿Crees que, a través de la sátira de esta caricatura política, se busque dar una crítica a las autoridades?

Si () No ()

4. ¿Cree usted que la caricatura política no es un género subversivo sino y más bien reflexivo?

Si () No ()

5. ¿Crees que esta Caricatura gráfica estimule al lector a cuestionar las decisiones políticas del personaje que se está satirizando?

Si () No ()

6. ¿Puedes identificar la sátira hacia las tradiciones y costumbre en esta Caricatura gráfica?

Si () No ()

7. ¿Cree usted que la caricatura gráfica está a la expectativa del poder político para satirizarlo?

Si () No ()

8. ¿Cree usted que a través de la caricatura gráfica se pretende ejercer la crítica al poder político?

Si () No ()

9. ¿Cree usted que la postura del autor influye en la crítica de la caricatura política?

Si () No ()

10. ¿Cree que a través del humor gráfico el público puede estar informado sobre los acontecimientos relacionados con el poder político?

Si () No ()

11. ¿Crees que a través del humor gráfico el autor puede expresar la voluntad colectiva del público?

Si () No ()

12. ¿Crees que se pueda tergiversar el concepto de la caricatura política dependiendo la zona donde sea difundida?

Si () No ()


13. ¿El comportamiento de los personajes o de la situación política en el humor gráfico se puede ver reflejado en las costumbres de determinadas regiones?

Si () No ()

14. ¿Cree usted que los elementos para lingüísticos como: ¿los gestos y mímicas, sugieren interpretaciones particulares de la información por parte del público?


Si () No ()

ANEXO n.º 5. Aplicación de instrumento guía de observación a la caricatura política de Carlos Tovar


Guía de observación sobre la caricatura Política			
	Diario: La republica	Año/Mes/Día: 2018/03/10	Nº Lámina 1
	Humorista Gráfico: Carlos Tovar		
	Título: Carlincaturas		
Mensaje humorístico	CONTENIDO APARENTE (contenido deformado)	Se observa al ex presidente Pedro Pablo Kuczynski en una conferencia de prensa.	
	CLAVE DE ATENCIÓN (Distanciamiento de la realidad)	Atrás del ex presidente el lector observa las bolsas de dinero que el mandatario se estaría llevando fruto de la corrupción.	
	CONTENIDO REAL (Punto de encuentro)	Se asocia el texto y a la imagen con la corrupción, después de que se halla visto implicado al ex mandatario con la compra de votos para la vacancia y lava jato.	
Conclusiones: El caricaturista busco conectar con el lector, cumpliendo con las dimensiones del mensaje humorístico. Siendo la clave de atención un punto importante en la caricatura.			
Elementos que integran la caricatura política	Elementos Verbales:	Iré muy tranquilo al congreso, porque no tengo nada que ocultar (Ahora que ya me descubrieron todo)	
	Elementos Icónicos:	<ul style="list-style-type: none"> - Personajes: Pedro Pablo Kuczynski - Lugar: Palacio de gobierno - Colores cálidos - Plano entero 	
	Componente no Verbal:	<ul style="list-style-type: none"> - Rasgos exagerados 	
	Historia:	Esta caricatura satiriza la salida del ex presidente Pedro Pablo Kuczynski y todo lo que se lleva producto de la corrupción.	
	Diálogos:	<ul style="list-style-type: none"> - Texto verbal - Lenguaje popular - Hipérbole 	

	Postura Crítica:	– Izquierda
Conclusiones: El caricaturista uso elementos verbales e icónicos con la finalidad de que el lector pudiera identificarlo y asociarlo con él situación política actual.		
RECEPTOR	<i>PÚBLICO OBJETIVO</i>	
Contenido humorístico		
Humor satírico	El humorista buscar Satirizar a Pedro Pablo Kuczynski poniendo en descubierto su mentira y poniendo en duda su honestidad	
Humor sarcástico		
Humor irónico	El humorista buscar ironizar a Pedro Pablo Kuczynski dando a entender que hace lo contrario de lo que él dice frente al público.	
Humor grotesco		
Humor negro		
Paradoja		
Conclusiones generales: Se analizó el contexto, imagen, texto e interpretación del mensaje humorístico. El Caricaturista hizo uso de la sátira y la ironía como tipo de humor para llevar el mensaje al lector. EL uso de elementos iconos jugo un rol importante en la estructura de la caricatura.		

Guía de observación sobre la caricatura Política


	Diario: La republica	Año/Mes/Día: 2018/03/29	N° Lámina 2
	Humorista Gráfico: Carlos Tovar		
	Título: Carlincaturas		
Mensaje humorístico	CONTENIDO APARENTE (contenido deformado)	Vemos a Moisés Mamani y Daniel Salaverry en un despacho del palacio de gobierno. En dónde claramente se observa que le está dando una orden por la seña que utiliza con la mano Daniel Salaverry.	
	CLAVE DE ATENCIÓN (Distanciamiento de la realidad)	El lector asocia el mensaje con el contexto actual de la política peruana. Entendiendo que quién planeo y ordeno las grabaciones realizadas por Moisés Mamani fue Keiko Fujimori a través del congresista Daniel Salaverry.	
	CONTENIDO REAL (Punto de encuentro)	Se asocia el texto y la imagen comprendiendo el mensaje del caricaturista el cual es mostrar a Salaverry, en conjunto con su compañero de bancada, planeando las grabaciones de los "kenjivideos" para hacer público la compra de votos en el proceso de vacancia.	
Conclusiones: EL caricaturista busco conectar con el lector, cumpliendo con las dimensiones del mensaje humorístico.			
Elementos que integran la caricatura política	Elementos Verbales:	Subgerente Mamani: nuestra lideresa le encarga esta misión.	
	Elementos Icónicos:	<ul style="list-style-type: none"> - Personajes: Daniel Salaverry y Moisés Mamani. - Lugar: Palacio de gobierno. - Colores cálidos - Plano entero 	
	Componente no Verbal:	<ul style="list-style-type: none"> - Rasgos exagerados 	
	Historia:	Esta caricatura satiriza la compra de votos en el proceso de vacancia de Pedro Pablo Kuczynski.	

	Diálogos:	<ul style="list-style-type: none"> - Texto verbal - Lenguaje popular - Hipérbole
	Postura Crítica:	<ul style="list-style-type: none"> - Izquierda
<p>Conclusiones: El caricaturista uso elementos verbales e icónicos con la finalidad de que el lector pudiera identificarlo y asociarlo con él situación política actual.</p>		
RECEPTOR	<i>PÚBLICO OBJETIVO</i>	
Contenido humorístico		
Humor satírico	El humorista buscar Satirizar a Daniel Salaverry, dando a entender que todo fue planeado por la lideresa del partido Fuerza Popular, Keiko Fujimori, con la finalidad de exponer la compra de votos en el proceso de vacancia por parte de congresista de su partido.	
Humor sarcástico		
Humor irónico		
Humor grotesco		
Humor negro		
Paradoja		
<p>Conclusiones generales: Se analizó el contexto, imagen, texto e interpretación del mensaje humorístico. El Caricaturista hizo uso de la sátira como tipo de humor para llevar el mensaje al lector. El uso de elementos iconos jugo un rol importante en la estructura de la caricatura.</p>		

Guía de observación sobre la caricatura Política			
	Diario: La republica	Año/Mes/Día: 2018/03/18	N° Lámina 3
	Humorista Gráfico: Carlos Tovar		
Mensaje humorístico	CONTENIDO APARENTE (contenido deformado)	Vemos al ex mandatario Pedro Pablo Kuczynski reunido con periodistas mostrando dos posturas: La de presidente de <i>La República</i> y la de empresario.	
	CLAVE DE ATENCIÓN (Distanciamiento de la realidad)	El lector observa claramente que el ex presidente no es congruente con los principios que dice seguir, y su comportamiento muestra una doble moral.	
	CONTENIDO REAL (Punto de encuentro)	Se puede inferir que, dentro de palacio de gobierno, el ex presidente maneja dos posiciones, y utiliza su cargo para promover actividades empresariales que no van acorde con las de un funcionario público.	
Conclusiones: El caricaturista busco conectar con el lector, cumpliendo con las dimensiones del mensaje humorístico. Haciendo una comparación de lo aparente y real, relacionado a los acontecimientos políticos del Perú.			
Elementos que integran la caricatura política	Elementos Verbales:	Yo como funcionario público no sé nada de Westfield Capital. Si pasamos al otro lado, les informo como empresario.	
	Elementos Icónicos:	<ul style="list-style-type: none"> - Personajes: Pedro Pablo Kuczynski - Lugar: Palacio de Gobierno. - Colores cálidos - Plano entero 	
	Componente no Verbal:	- Rasgos exagerados	
	Historia:	Esta caricatura satiriza la doble moral que existe en el congreso de la república.	
	Diálogos:	<ul style="list-style-type: none"> - Texto verbal - Lenguaje popular - Hipérbole 	
	Postura Crítica:	- Izquierda	


Conclusiones: El caricaturista uso elementos verbales e icónicos con la finalidad de que el lector pudiera identificarlo y asociarlo con él situación política actual.	
RECEPTOR	<i>PÚBLICO OBJETIVO</i>
Contenido humorístico	
Humor satírico	EL humorista buscar Satirizar a Pedro Pablo Kuczynski el cual está mostrando dos posturas: La de presidente de <i>La República</i> y la de empresario. Con la finalidad de dar a entender que ve el estado como su negocio.
Humor sarcástico	
Humor irónico	
Humor grotesco	
Humor negro	
Paradoja	
Conclusiones generales: Se analizó el contexto, imagen, texto e interpretación del mensaje humorístico. El Caricaturista hizo uso de la sátira como tipo de humor para llevar el mensaje al lector. El uso de elementos iconos jugo un rol importante en la estructura de la caricatura.	

ANEXO n.º 6. Aplicación de instrumento guía de observación a la caricatura política de Mechaín Doroteo

Guía de observación sobre la caricatura Política		
	Diario: Perú 21 Humorista Gráfico: Mechaín Doroteo	Año/Mes/Día: 2018/03/02
	Título: El Otorongo	
Mensaje humorístico	CONTENIDO APARENTE (contenido deformado)	Vemos a Pedro Pablo Kuczynski con una expresión desafiante, apuntando con el dedo de su mano derecha hacia adelante, en forma de arma.
	CLAVE DE ATENCIÓN (Distanciamiento de la realidad)	El lector asocia el mensaje con el contexto actual de la política peruana. Haciendo alusión a los videos y audios dónde se mostraban negociaciones para la compra de votos en contra de la vacancia.
	CONTENIDO REAL (Punto de encuentro)	Se asocia el texto y la imagen comprendiendo el mensaje del caricaturista el cual es mostrar a un Pedro Pablo Kuczynski desafiante y sin miedo a ser evidenciado a causa del audio-video.
Conclusiones: El caricaturista busco conectar con el lector, cumpliendo con las dimensiones del mensaje humorístico. Haciendo que el personaje principal se muestre distanciado de la realidad.		
Elementos que integran la caricatura política	Elementos Verbales:	Con licencia para delatar.
	Elementos Icónicos:	<ul style="list-style-type: none"> - Personajes: Pedro Pablo Kuczynski - Lugar: Fondo de color gris degradado a blanco - Colores cálidos - Plano entero
	Componente no Verbal:	<ul style="list-style-type: none"> - Rasgos exagerados

	Historia:	–
	Diálogos:	– Texto verbal – Lenguaje popular – Hipérbole
	Postura Crítica:	– Izquierda
Conclusiones: La caricaturista uso elementos verbales e icónicos con la finalidad de que el lector pudiera identificarlo y asociarlo con él situación política actual.		
RECEPTOR	<i>PÚBLICO OBJETIVO</i>	
Contenido humorístico		
Humor satírico	El humorista buscar Satirizar a Pedro Pablo Kuczynski el cual lo comparan con la película de Bruce Willis "duro de matar" para lograr que sus lectores puedan interpretar el mensaje establecido.	
Humor sarcástico		
Humor irónico		
Humor grotesco		
Humor negro		
Paradoja		
Conclusiones generales: Se analizó el contexto, imagen, texto e interpretación del mensaje humorístico. El Caricaturista hizo uso de la sátira como tipo de humor para llevar el mensaje al lector. El uso de elementos iconos jugo un rol importante en la estructura de la caricatura.		

Guía de observación sobre la caricatura Política

	<p>Diario: Perú 21</p>	<p>Año/Mes/Día: 2018/03/09</p>	<p>N° Lámina 5</p>
	<p>Humorista Gráfico: Mechaín Doroteo</p>		
	<p>Título: El Otorongo</p>		
<p>Mensaje humorístico</p>	<p>CONTENIDO APARENTE (contenido deformado)</p>	<p>Vemos a Pedro Pablo Kuczynski sentado en la silla presidencial y a su tras una bola de demolición metálica, la cual va en dirección a este.</p>	
	<p>CLAVE DE ATENCIÓN (Distanciamiento de la realidad)</p>	<p>El lector asocia el mensaje con el contexto actual de la política peruana. Entendiendo que está cerca de dejar su cargo, debido a una fuerte y grande esfera o bola que le está por caer.</p>	
	<p>CONTENIDO REAL (Punto de encuentro)</p>	<p>Se asocia el texto y la imagen comprendiendo el mensaje del caricaturista el cual es mostrar a Pedro Pablo Kuczynski aferrado aún a su cargo, el cual se ve amenazado a causa de un gran escándalo (la bola de demolición metálica) que terminará dejándolo fuera de la presidencia finalmente.</p>	
<p>Conclusiones: El caricaturista busco conectar con el lector, cumpliendo con las dimensiones del mensaje humorístico. Poniendo la clave de atención en la hipérbole que realiza sobre las circunstancias del personaje.</p>			
<p>Elementos que integran la caricatura política</p>	<p>Elementos Verbales:</p>	<p>Corren muchas bolas sobre mi renuncia, pero ninguna me va a sacar del cargo.</p>	
	<p>Elementos Icónicos:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Personajes: Pedro Pablo Kuczynski - Lugar: Fondo degradado de azul acero a blanco - Colores fríos - Plano entero 	
	<p>Componente no Verbal:</p>	<p>Rasgos exagerados</p>	

	Historia:	
	Diálogos:	<ul style="list-style-type: none"> - Texto verbal - Lenguaje popular - Hipérbole: Es la confianza que tiene PPK para mantenerse en el cargo de presidente
	Postura Crítica:	<ul style="list-style-type: none"> - Izquierda
<p>Conclusiones: La caricaturista uso elementos verbales e icónicos con la finalidad de que el lector pudiera identificarlo y asociarlo con él situación política actual.</p>		
RECEPTOR	<i>PÚBLICO OBJETIVO</i>	
Contenido humorístico		
Humor satírico	EL humorista buscar Satirizar a Pedro Pablo Kuczynski y su exceso de confianza por no lograr su vacancia, también compara la bola de la grúa con el partido de Keiko Fujimori	
Humor sarcástico		
Humor irónico		
Humor grotesco		
Humor negro		
Paradoja		
<p>Conclusiones generales: Se analizó el contexto, imagen, texto e interpretación del mensaje humorístico. El Caricaturista hizo uso de la sátira como tipo de humor para llevar el mensaje al lector. EL uso de elementos iconos jugo un rol importante en la estructura de la caricatura.</p>		

Guía de observación sobre la caricatura Política			
	Diario: Perú 21	Año/Mes/Día: 2018/03/23	N° Lámina 6
	Humorista Gráfico: Mechaín Doroteo		
	Título: El Otorongo		
Mensaje humorístico	CONTENIDO APARENTE (contenido deformado)	Vemos a Martin Vizcarra en una puerta de palacio de gobierno con una escoba y recogedor. En la puerta se puede observar que salen artículos de escritorio con apariencia vieja e inservible.	
	CLAVE DE ATENCIÓN (Distanciamiento de la realidad)	El lector asocia el mensaje con el contexto actual de la política peruana. Entendiendo que el electo y nuevo presidente de <i>La República</i> Martin Vizcarra tendría que "limpiar" lo que dejó el gobierno anterior	
	CONTENIDO REAL (Punto de encuentro)	Se asocia el texto y la imagen comprendiendo el mensaje del caricaturista el cual es mostrar el arduo trabajo que tiene actualmente el presidente para dejar atrás la mala gestión de su antecesor.	
Conclusiones: El caricaturista busco conectar con el lector, cumpliendo con las dimensiones del mensaje humorístico. Entendiendo que el contenido real está asociado a los acontecimientos de la política peruana.			
Elementos que integran la caricatura política	Elementos Verbales:		
	Elementos Icónicos:	<ul style="list-style-type: none"> - Personajes: Martin Vizcarra - Lugar: Palacio de gobierno - Colores fríos - Plano entero 	
	Componente no Verbal:	<ul style="list-style-type: none"> - Rasgos exagerados 	
	Historia:		
	Diálogos:	<ul style="list-style-type: none"> - Texto verbal - Lenguaje popular - Hipérbole 	

	Postura Crítica:	- Izquierda
Conclusiones: La caricaturista uso elementos verbales e icónicos con la finalidad de que el lector pudiera identificarlo y asociarlo con él situación política actual.		
RECEPTOR	<i>PÚBLICO OBJETIVO</i>	
Contenido humorístico		
Humor satírico		
Humor sarcástico		
Humor irónico	Se trata ironizar el momento que está pasando Martín Vizcarra al asumir el cargo de presidente, siendo la basura una representación de los fracasos del antiguo presidente	
Humor grotesco		
Humor negro		
Paradoja		
Conclusiones generales: Se analizó el contexto, imagen, texto e interpretación del mensaje humorístico. El Caricaturista hizo uso de la ironía como tipo de humor para llevar el mensaje al lector. EL uso de elementos iconos jugo un rol importante en la estructura de la caricatura.		