

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES
SEDE ECUADOR**

PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN

CONVOCATORIA 2007-2009

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN
CIENCIAS SOCIALES CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN**

Discurso político de la caricatura en los medios cuencanos:

**El Mercurio y El Tiempo en el referéndum que aprobó
la nueva Carta Magna (2008)**

Autor: Nancy Negrete Martínez

Abril, 2012

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES
SEDE ECUADOR**

PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN

CONVOCATORIA 2007-2009

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN
CIENCIAS SOCIALES CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN**

Discurso político de la caricatura en los medios cuencanos:

El Mercurio y El Tiempo en el referéndum que aprobó

la nueva Carta Magna (2008)

Autor: Nancy Negrete Martínez

Asesor de Tesis: Iván Rodrigo Mendizábal

Lectores: Rocío Orlando - Mauro Cerbino

Abril, 2012

DEDICATORIA

A mi esposo, apoyo incondicional en cada momento.

A mis hijos Karla y Oswaldo, lo más hermoso que me ha obsequiado la vida.

A mis padres y mis hermanos, por toda su comprensión.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco en primer lugar a mis profesores, por guiarme en el sendero de la verdad. A mi director de Tesis doctor Iván Rodrigo M., por su paciencia; al máster Fernando Ortiz V., por alentarme en cada momento; a todos y cada uno de los profesores que me brindaron las herramientas para iniciar en este campo del conocimiento; a los directivos de diario El Mercurio, licenciada Marina Merchán L. y doctor Nicanor Merchán L.; quienes me brindaron todas las facilidades para la realización de este estudio; a mis compañeros que con su amistad y camaradería colaboraron para que la mayoría culminemos nuestra meta. Mil gracias a todos.

ÍNDICE

RESUMEN	7
CAPÍTULO I	11
COMUNICACIÓN Y CARICATURA POLÍTICA	11
1. Antecedentes	11
2. Imagen y sentido	12
3. Caricatura y comunicación	15
4. Caricatura editorial.....	18
5. Caricatura política	20
5.1. Reseña histórica de la caricatura política.....	23
5.2 Caricatura política en el Ecuador	25
5.3 Caricatura política en el Azuay	27
5.3.1. La caricatura en Diario El Mercurio	28
5.3.2. La caricatura en Diario El Tiempo.....	30
CAPÍTULO II	32
EL PAPEL DE LA INFORMACIÓN Y LA OPINIÓN EN EL CAMPO POLÍTICO	32
1. El papel de los medios en la actual coyuntura	32
2. Criterios de relevancia para establecer la información	33
3. Los medios y la política	38
4. Estructuración del espacio discursivo	40
CAPÍTULO III	42
EL ANÁLISIS DE DISCURSO APLICADO A LA CARICATURA	42
1. El análisis de discurso y la caricatura política.....	42
2. Ficha básica de análisis gráfico.....	45
CAPÍTULO IV	49
LOS CASOS DE ESTUDIO	49
1. Generalidades de la estructura discursiva	49
2. Generalidades de la superestructura discursiva	53
3. Resultados comparativos de la caricatura política.....	59
4. Análisis del léxico de significados.....	60
5. Caricatura y comunicación como acto político	63

CONCLUSIONES	70
BIBLIOGRAFÍA.....	74
ANEXOS	79

RESUMEN

El presente estudio se realiza con la finalidad de conocer más de cerca el discurso político que tienen los medios de comunicación cuencanos a través de las caricaturas, respecto de los acontecimientos más notables del quehacer cotidiano, pero bajo el contexto del humor, la burla y la ridiculización. La intención es conocer el contenido de los signos gráficos y sus connotaciones que presentan las caricaturas.

Para el estudio se tomó como referencia el 28 de septiembre de 2008, día del referéndum aprobatorio que marcó la historia del país cuando se aprobó la nueva Carta Magna en Ecuador.

Se consideraron seis caricaturas de los diarios locales El Mercurio y El Tiempo relativas a ese día (antes y después), con el fin de someterlos a un análisis discursivo político estructural, tomando como referencia el esquema del análisis de discurso de texto propuesto por Van Dijk, adaptado a la caricatura con fines de este estudio.

Entre las teorías que formaron parte fundamental del estudio está la de Teun A. Van Dijk en lo que respecta al discurso. Respecto a la caricatura, los estudios de Iván Rodrigo Mendizábal fueron la base para el desarrollo del presente trabajo. Otros autores de referencia fueron Román Gubern, Carlos Abreu, Gonzalo Peltzer y Roland Barthes.

El enfoque del estudio parte desde la práctica de la cultura visual, particularmente la interpretación de los signos icónicos para entender sus significados connotativos. La cultura visual es un campo de los estudios de la cultura que analiza el papel de la imagen, el cómo desde allá se representa una determinada realidad, cuáles son las percepciones que están en juego y cómo se constituye un cierto discurso que muchas veces va más allá de las palabras. Así, la comprensión de la cultura visual debe ir de la mano con la visualización y la comunicación; esto es lo que pretendemos evidenciar en el lenguaje periodístico visual a través de las caricaturas, pues consideramos que como opinión editorial gráfica, su trascendencia e influencia ante los lectores sigue siendo hoy muy significativa.

Dentro del lenguaje periodístico visual, como objeto de estudio fue importante analizar la imagen icónica (dibujo y, por lo tanto, la dimensión que ella puede implicar: el símbolo) y sus significados. Es evidente que importa constatar la interpretación del caricaturista de la realidad política, pero lo que nos ha movido averiguar es el discurso

subyacente, teniendo claro que las imágenes como objetos materiales y las imágenes mentales son indivisibles, más aún cuando hay una realidad que impele al comunicador-periodista-dibujante a hablar sobre ella.

Las imágenes representadas en el papel por parte del caricaturista, tienen su carga social y su forma de cognición social. De allí la importancia de conocer el significado del signo en la caricatura para entender el uso por parte del caricaturista de las imágenes icónicas para hablar del contexto político, reflejados en esa convención o “contrato social lingüístico [-icónico]” (Ullmann, 1979: 3), contrato que supone que nosotros como lectores también conocemos tal realidad, tenemos una opinión de ella y que probablemente concordamos con lo que dice la caricatura. Nos reímos de una caricatura y con ello podemos convalidar su mensaje si en el fondo aquella provoca que nosotros reconozcamos la realidad a la que alude y nos damos cuenta que el hecho puede tener una profundidad de la que antes no nos habíamos dado cuenta.

El discurso político que encierran las caricaturas políticas se debe, en este contexto, al hecho que son publicadas en páginas editoriales donde existe una profusa opinión acerca de lo que acontece en el país y el mundo. La importancia de ello radica que la caricatura política no es un simple dibujo, sino la traducción de una opinión acerca de los fenómenos de la realidad actual. El caricaturista emplea recursos gráficos o visuales para comentar acerca de lo que acontece; pero tal comentario muchas veces puede asimismo reflejar la diversidad de percepciones de la opinión pública de la cual forma parte una página editorial.

De este modo, la pregunta de investigación desde la que partimos fue: ¿Cuál fue el discurso político-social que se manejó desde los editoriales gráficos, respecto de los acontecimientos más notables del quehacer cotidiano, como la consulta popular para la aprobación de la nueva Constitución del Ecuador (2008)?

La tesis está organizada de la siguiente manera. En el primer capítulo abordamos el campo de la imagen, la cultura de la imagen, la comunicación y la caricatura; allí establecemos una reseña histórica de la caricatura política, con el fin de conocer los orígenes de ésta tanto a nivel internacional, como en el Ecuador y en la ciudad de Cuenca. Sus orígenes por ejemplo, se remontan a Italia del Siglo XVI, cuando los personajes de la vida pública fueron los más caricaturizados; y en Ecuador, en cambio, su presencia se da desde el Siglo XVIII. En el Austro el mayor referente de caricatura

política se da con el semanario “La Escoba”, el 22 de agosto de 1854. Respecto a los dos medios en estudio, se sienta precedente de utilización de caricaturas desde los inicios de diario El Mercurio (la primera caricatura en 1924) y en diario El Tiempo, sesenta años más tarde (1983). En toda esta parte, por otro lado, se observaron los diferentes criterios sobre la caricatura, en especial cuando es utilizada como un poderoso instrumento discursivo político.

En el segundo capítulo abordamos sobre la constitución de un hecho en un hecho informativo, a partir de lo que es la agenda *setting* y lo que hace el caricaturista en dicho contexto. Se aborda la importancia del estudio de los medios de comunicación en las sociedades contemporáneas, el criterio de los medios tradicionales a través de la cual construyen la agenda política y a su vez la correlación entre el agenda *setting* de los partidos y el de los medios. Al referirnos a las debilidades del estudio fue la de enmarcar en un esquema lineal criterios discursivos que ameritan ser estudiados también desde otros puntos de vista. La limitación se dio en proponer un esquema diferente para hacer el estudio de una editorial gráfica, del cual no existía material bibliográfico como guía de análisis porque fue diseñado únicamente para esta investigación. La intención es que el esquema de pautas a través del cual se pueda ampliar a otros horizontes y estudiar más a profundidad la influencia discursiva de las caricaturas, de la cual todavía queda mucho por decir.

En el tercer capítulo exponemos nuestro método de análisis. Así se diseñó una ficha básica de análisis discursivo del editorial gráfico, tomando parámetros muy generales de los estudios de Teun Van Dijk empleada en el análisis de discurso en general, pero adaptándola a la caricatura. Esto nos permitió comprender los objetos de análisis de una manera más detallada.

En el cuarto capítulo, con este esquema aplicado a las seis caricaturas en estudio analizamos sus convenciones discursivas, elementos gráficos, funciones de las imágenes, función, intención, propósito y demás características que formaban parte de esta estructura discursiva. Desde esta perspectiva, se analizó la intención discursiva que está detrás de las caricaturas, de los signos y símbolos, sus rasgos, la propia estructura y convención semiótica que cumplen las líneas trazadas en la caricatura. También la función de las imágenes, sus signos y significantes para llegar de la manera más adecuada a los cuencanos y el discurso que plasma el autor en estas manifestaciones

para poder analizar si es crítico o no este acontecimiento histórico para el Ecuador como es la Consulta Popular de 2008. Al comparar los resultados nos permitió articular la estructura del discurso político de la caricatura con la estructura de la ideología en base a las interpretaciones de los signos gráficos y su connotación.

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

CAPÍTULO I

COMUNICACIÓN Y CARICATURA POLÍTICA

1. Antecedentes

Lo que se pretende reflejar en este trabajo, luego de hacer un análisis estructural discursivo de las caricaturas de los dos medios de comunicación cuencanos, es conocer cuál fue el discurso político-social que se manejó respecto de los acontecimientos más notables del quehacer cotidiano, por ejemplo, la consulta popular para la aprobación de la nueva Constitución del Ecuador, bajo la lupa de los editoriales gráficos. En base a ello se analizaron seis caricaturas sobre el referéndum aprobatorio de la Carta Magna en el Ecuador del 28 septiembre de 2008, desde el enfoque de los caricaturistas cuencanos de los diarios locales El Mercurio y El Tiempo.

Inicialmente contextualicemos el ambiente en el cual se desarrolló la Asamblea Nacional Constituyente, que nació con la finalidad de reformar la Constitución en el Ecuador. Para ello se integraron 130 asambleístas, instalados el 30 de noviembre de 2007. Con el objetivo de reformar la Constitución, se elaboró un documento programático de 444 artículos realizados por diez mesas de trabajo durante 180 días en la ciudad de Montecristi, provincia de Manabí.

El resultado final, la nueva Constitución, para que entre en vigencia, debía tener la aprobación de los ecuatorianos en las urnas, nominando el 28 de septiembre de 2008, el día donde se elegiría un nuevo destino para el país.

La respuesta a este referéndum promovido por el Presidente de la República, economista Rafael Correa Delgado, fue de un “Sí” mayoritario a la propuesta elaborada por la Asamblea, donde se obtuvo un 63,93% a favor, frente a un 36,07% por el “No”, incluidos votos nulos y blancos, según los resultados oficiales emitidos por el Tribunal Supremo Electoral (TSE, 2009).

Por tanto, para nuestro estudio tomamos como referencia el 28 de septiembre de 2008, día del referéndum. Se consideraron seis caricaturas relativas a ese día (antes y después), en los dos medios de la ciudad de Cuenca: los diarios El Mercurio y El Tiempo, para someterlos a un análisis discursivo estructural, con el fin de conocer cuál fue el discurso político-social que manejaron los medios de comunicación de aquel evento a través de la caricatura.

2. Imagen y sentido

Ahora, para entender un poco a cerca de la cultura visual o de la imagen, se tratará brevemente sobre este lenguaje que nos impregna habitualmente desde el primer instante de nuestras vidas.

Todos y cada uno de los individuos formamos parte de una cultura visual, en la cual, por el mismo contexto en el que vivimos, desde el primer momento estamos en contacto con objetos y formas que nos rodean. En este sentido, nuestro lenguaje se enriquece y se adapta a esta inevitable y muy necesaria cultura visual:

La relación imagen-lenguaje o, si se quiere, caricatura-lengua-habla, en términos semióticos, significa una concomitancia de la cual no se puede prescindir. Nuestro lenguaje está poblado de este tipo de frases o ideas y son, en esencia, habituales en la vida cotidiana (Rodrigo, 2006: 39).

Según Barthes, Saussure atribuía una gran importancia a este hecho semiológico: “el dibujo exige un aprendizaje” (Barthes, 1986: 7). A esta afirmación Rodrigo Mendizábal añade que la semiótica, en primer lugar es, como señala Barthes, “un método que permite entender las prácticas culturales que implican necesariamente significaciones de diverso orden” (Barthes, 1986: 8).

Pero sin conocer la interpretación de los signos, muy difícilmente podríamos comprender las prácticas culturales, prácticas que a la vez están regidas por normas universales, las cuales nos permite entender mediante códigos convencionales, sus representaciones y significados.

La obra *Semiótica para principiantes* define que “en la semiótica, los signos son unidades significativas que toman la forma de palabra, de imágenes, de sonidos, de gestos o de objetos. Tales cosas se convierten en signos cuando les ponemos significados” (Chandler, 1998: 25). A su vez, se entiende como significado, según Saussure, “el concepto que éste representa, una construcción mental”, (Chandler, 1998: 7) y el significado dependerá del contexto en relación a las palabras en las que se está usando.

Cabe resaltar que Saussure enfatiza que “no hay una conexión necesaria, inherente o “natural” entre el significado y el significante (...). La relación es puramente convencional, depende de las convenciones sociales y culturales” (Chandler cit. Saussure, 1998: 28).

Esta teoría es defendida fuertemente por los convencionalistas, quienes sostenían que “el significado es una cuestión de tradición y de convención, una especie de contrato social lingüístico” (Ullmann, 1979: 2); contrario a los naturalistas, convencidos que “las palabras poseen sus significados por naturaleza, en virtud de una correspondencia intrínseca entre el sonido y el sentido” (Ullmann, 1979: 2).

Ullmann enfatiza que carece de objeto preguntar si el lenguaje es convencional o motivado “todo idioma contiene palabras que son arbitrarias y opacas, sin ninguna conexión entre el sonido y el sentido, y otras que son al menos en cierto grado motivadas y transparentes” (Ullmann, 1979: 3).

Tenemos un significado dado a través de convenciones, hablemos que es el mensaje literal, pero también está presente otro que sería el conceptual. Barthes afirma que:

(...) de los dos mensajes icónicos, el primero está de algún modo impreso sobre el segundo: el mensaje literal aparece como el soporte del mensaje. Sabemos que un sistema que se hace cargo de los signos de otros sistemas para convertirlos en sus significantes, es un sistema de connotación. Diremos pues de inmediato que la imagen literal es denotada, y la imagen simbólica connotada (Barthes, 1986: 3).

Entonces, el mensaje literal es el que se ve representado en el plano simbólico o del lenguaje, es decir, la denotación, y a su vez, la connotación que estaría constituida por significados provenientes de un conocimiento previo pre-aprendido a lo largo de la vida y de la experiencia.

A decir de Peltzer, la cultura visual sería entonces, “la habilidad de comunicarse mediante los códigos visuales, aprendidos y enseñados desde el nacimiento” (Peltzer, 1991: 28). Añade también que la cultura visual no es una “cultura de las imágenes”, “sino una forma de organización socio-histórica de la percepción visual, de la regulación de las funciones de la visión, y de sus usos epistémicos, estéticos, políticos y morales” (Abril, 2007: 7).

Desde este concepto, todos los individuos nos formamos con esa cultura visual, lo que nos permite a su vez tener ya ese modelo mental social preestablecido con el cual se pueden descifrar los signos y símbolos que nos presenta la caricatura. Es por ello que “el conocimiento humano no es puramente sensible, pero tampoco es puramente intelectual” (Peltzer, 1991: 48); es decir, los códigos de significación de los lenguajes pueden ser aprendidos o forman parte de una cultura visual.

Complementariamente, Peltzer se refiere al lenguaje periodístico visual, lamentando que exista poca bibliografía en español sobre los lenguajes visuales y reconoce claramente que los semiólogos se ocupan más en describir los significados de las imágenes “y muy pocos de ellos han estudiado propiamente los mensajes periodísticos visuales” (Peltzer, 1991: 17).

Peltzer distingue claramente el estudio del *graphics* y las designa como “las imágenes realizadas por la mano del hombre” (Peltzer, 1991: 18). Lo califica también como “dibujo” si se quiere traducir al español.

El autor asimismo recalca que para la comprensión del lenguaje visual periodístico es necesaria “la cultura visual como parte del concepto totalizador de educación” (Peltzer, 1991: 25), el cual está ya presente en los niños desde que empiezan a hacer sus primeros dibujos y luego lo perfeccionan.

Peltzer cita la acepción “*media education*” de Erwin Panofsky para referirse a la capacidad de entender los mensajes visuales; es decir, “algo que presupone una familiaridad con temas y conceptos específicos, adquiridos de diversos modos” (Peltzer, 1991: 26). Por ende, las imágenes como objetos materiales y las producidas en la mente, son indivisibles (signo y representación ó viceversa).

Barthes hace una afirmación muy interesante sobre este aspecto al señalar que “la variación de las lecturas no es anárquica, depende de los diferentes saberes contenidos en la imagen (saber práctico, nacional, cultural, estético), y estos saberes pueden clasificarse, constituir una tipología” (Barthes, 1986: 9). Por ello es muy importante que tanto el caricaturista como el lector, estén familiarizados con el tema representado en el gráfico, para que la interpretación se efectúe de la menor manera.

Por tanto, los códigos visuales correctos, nos representarán la esencia correcta del referente, ya que el discurso está determinado por una disposición gráfica del concepto.

Es además fundamental que al lector se le presente claramente el concepto ontológico de la caricatura plasmada tanto en su forma como en su fondo, porque eso le permitirá descifrar el mensaje e interpretar el discurso que el caricaturista trata de emitir a través de su gráfico.

3. Caricatura y comunicación

La función de los medios de comunicación es mantener al lector informado a cada instante de los acontecimientos que suceden en el país y en el mundo, en especial aquellos que son considerados como “trascendentes” en el ámbito de la opinión pública.

Al referirnos al término “trascendentes”, queremos decir que son aquellos hechos que producen cambios significativos en la sociedad, y que se ven reflejados en la vida cotidiana y es obvio que “todo hecho con significación social, tiene interés público desde el momento en que produce un cambio importante en el conglomerado social” (Abreu, 2000a: 9). Todos estos sucesos tienen gran significación social y los medios de comunicación los toman como referente para desarrollar sus noticias, comentarios y opiniones.

La caricatura dentro de los medios de comunicación para a ser por ende, uno de los recursos más adecuados para graficar en este caso, el suspenso e incertidumbre electoral que se vivió en Ecuador con el referéndum de la nueva Carta Magna (objeto de nuestro estudio). Oviedo concuerda con que el “el humorismo se anticipa muchas veces a cualquier definición y es más sensible a los fenómenos populares que cualquier estudio” (Oviedo, 2001: 2).

Un trabajo previo publicado en el año 2006 por Troncoso y Orellana respecto a las caricaturas que al público cuencano le gusta ver en estos dos medios de comunicación, Mercurio y Tiempo, señalan en orden de preferencia: lo político, lo social y el deportivo. A su vez, al ser consultados sobre los tipos de caricaturas políticas por referencia geográfica, los lectores claramente se inclinan en orden de importancia, por lo local, nacional e internacional (Troncoso & Orellana, 2006: 319). Por ello mal pudieran los medios obviar estas informaciones si es el campo político- social lo que prima en el interés del público.

Queremos dejar claro que al ser la política uno de los aspectos más álgidos que los medios deben necesariamente tratar, la caricatura se convierte en una forma gráfica burlesca de tratar estos hechos pero con sutileza. Sin embargo, una de las significaciones de los caricaturistas es ser críticos a través de la ironía; de ahí que “el humor o la burla pueden estar presentes en el juego político, sin tener que pasar por el insulto” (Rodrigo, 2006: 4).

Rodrigo Mendizábal señala que “el chiste (y en consecuencia el texto o la literatura satírica) vendría a ser un medio de liberación de lo (socialmente) reprimido, más aun cuando aquél tiene por objeto la autoridad” (Rodrigo, 2006: 12). Afirma asimismo que:

(...) el hecho está en percatarse que lo normal, en el fondo, es una serie de absurdos: eso es lo que precisamente activan el texto satírico y la caricatura, pues más allá de ser ambos discursos desenmascarantes, suponen la objetivación de alguna situación que socialmente no es admitida o la degradación de una autoridad aunque su fuerza coercitiva siga pesando sobre el colectivo (Rodrigo, 2006: 13).

La ridiculización de los hechos políticos bien puede estar presente en otros medios: panfletos, murales, carteleras alusivas en fin de año, cartelones en manifestaciones; pero es la presencia de la caricatura, como forma de editorial en los medios de comunicación escrita, la que trasciende en el imaginario de la población, porque es continua, de difusión masiva y llega a un gran público de lectores, más si consideramos que actualmente su difusión se hace en Internet, lo que su presencia en la mente del público es aún más impactante y con mayor alcance.

Por otro lado, al ubicarse en la página Editorial, las caricaturas son parte de la línea ideológica del medio. Asimismo, los caricaturistas “editorializan, es decir, argumentan desde un lugar discursivo acerca de un hecho, la acción de un personaje, o las contradicciones del propio juego político” (Rodrigo, 2006: 19), es por eso que también se someten a normas, códigos éticos y comportamientos morales, existiendo gran responsabilidad tras esa creación gráfica y a la vez crítica, lo que no ocurre necesariamente con los panfletos o murales, varios de ellos anónimos, que aparecen de manera esporádica haciendo que se pierda hasta cierto punto credibilidad, al no estar respaldados por una firma y por un medio de comunicación habitual.

Los medios de comunicación no son extraños a la cultura visual y también plasman su información a través de imágenes. Barthes afirma que actualmente, a nivel de las comunicaciones de masas, parece evidente que el mensaje lingüístico esté presente en todas las imágenes; así, “toda imagen es polisémica; implica, subyacente a sus significantes, una de significados, entre los cuales el lector puede elegir algunos e ignorar los otros” (Barthes, 1986: 4).

En el caso de la prensa, la imagen ilustra el acontecimiento de mayor trascendencia. La imagen en la caricatura es sin duda intencional, cuyos significados

tratan de ser transmitidos con la mayor claridad posible. Con ello, el autor toma alguna idea y la lleva al papel a través del gráfico, una representación aparentemente objetiva, aunque ofrece su propia interpretación de los hechos noticiosos. En estos casos, “el contenido de la imagen no está aludido o mencionado en el escrito sino que es producto de la inventiva del dibujante, quien presenta su propia propuesta, por lo general a través de una imagen simbólica” (Abreu, 2000b: 4).

No debemos olvidar, sin embargo, que la caricatura sigue siendo la interpretación personal del caricaturista a cerca de un tema de dominio público y que dicha interpretación está supeditada a la línea del editorial del medio de comunicación.

Abreu define a este tipo de dibujo también como interpretativo, porque “es aquél en el que el autor plasma su visión sobre lo que él entiende que dice un texto determinado, presenta una visión ilustrada y plasma su punto de vista sobre el tema” (Abreu, 2000b: 2). Esta imagen noticiosa representada en el papel por parte del caricaturista, tiene su carga social y su forma de cognición social. Teun A. Van Dijk sostiene en relación a este concepto que:

(...) en un primer nivel de análisis, las opiniones y las ideologías implican creencias o representaciones mentales. Entonces, el proceso de interpretación tiene que ver con una serie de ires y venires de modelos viejos y nuevos, de entrecruzamiento de modelos en los que la actualización e integración de nuevas informaciones al modelo anterior es más o menos permanente (Dijk, 1994: 66).

Van Dijk aclara que no se puede describir y explicar los contenidos y las estructuras de esas representaciones solamente en términos puramente cognitivos, “sino también en términos de sus funciones sociales, y de las condiciones y modos de la reproducción de grupos o instituciones” (Dijk, 2002: 6). Aunque el autor asegura que “a los trabajos sobre las representaciones sociales les faltan, hasta ahora, la precisión, la teorización explícita y el análisis multidisciplinario” (Dijk, 2002: 6). Es decir, hay la ausencia de una teoría discursiva explícita sobre la construcción y la reproducción de las representaciones sociales. Por tanto, la relación entre representación y discurso se daría en función del contexto social del discurso.

Vale la pena resaltar que Van Dijk indica que no simplemente se representa la realidad, sino que se la construye; entonces, sería más adecuado hablar sobre 'construcciones sociales'. En consecuencia, para que el lector pueda interpretar una caricatura representada a través del gráfico, debe conocer los significados de los signos

que se ven implícitos en el gráfico. Sin conocer la interpretación de los signos no podría comprender las prácticas culturales entendidas gracias a los códigos convencionales, sus representaciones y significados.

De allí la importancia del significado del signo en la caricatura, pues nos permitirá entender la relación de los signos que se está usando con su contexto político en este caso, reflejados en esa convención o “contrato social lingüístico”, como se refería Ullmann. El mismo Van Dijk reafirma este concepto en el cual plantea que:

(...) para que un discurso logre afectar a una masa, hay necesidad de que dicha masa conozca la lengua y que por lo tanto, haya ya formado unos esquemas cognitivos que le permitan inscribir en ellos lo que está viendo, oyendo o leyendo. No hay repercusión si antes no se han construido unos marcos mínimos de conocimiento de lo que se pretende hacer pasar (Dijk, 1994: 11).

En un determinado contexto, la burla, mofa, ridiculización o humor de alguien o algo a través de la caricatura, va más allá: lo que cada individuo percibe, lo que cada uno interpreta, para lo que cada uno significa.

4. Caricatura editorial

Abreu considera a la caricatura editorial, como aquella que “juega un papel importante como vehículo de opinión dentro del periódico” (Abreu, 2001b: 2). Este autor menciona a Olga Dragnic quien dice que puede identificarse al cómic como género de opinión “cuando su contenido se orienta hacia la denuncia y la crítica social y política” (Dragnic cit. Abreu, 2000c: 11). Igualmente hace referencia a Evora Tamayo, quien define a la caricatura editorial “como una expresión gráfica y artística esencialmente periodística y de gran trascendencia, cuyo propósito es manifestar la opinión del periódico a cerca de acontecimientos de máxima actualidad” (Tamayo cit. Abreu, 2001b: 2).

Sin embargo, Abreu da una definición amplia de caricatura y mejor elaborada, al señalar que:

(...) ningún concepto abarca de manera completa el objeto que pretende definir. No obstante, podemos afirmar que la caricatura periodística es un género iconográfico de opinión, a través del cual el autor presenta la interpretación de algo gracias al auxilio de recursos psicológicos, retóricos y/o plásticos, potenciados muchas veces por un texto breve. Además, tiene un propósito crítico y a veces editorial (Abreu, 2001a: 1).

Es por ello la importancia que juega el caricaturista como difusor de opinión a través de sus burlas y sátira, ya que buena parte de la responsabilidad de orientar a la opinión pública, corresponde al caricaturista.

Los caricaturistas deben estar conscientes que toman el pulso de la sociedad y que su material debe encaminarse a una crítica constructiva, de orientación al público lector en hechos que se constituirán en impacto social y político, reflejando lo positivo o negativo de los gobiernos. Su rol es hacer que la gente no se vuelva indiferente frente a lo que pasa en el país, que tengan memoria de los acontecimientos políticos, sociales y sobre todo reflexión.

Los caricaturistas deben “detectar dónde está el error, lo absurdo, lo incoherente, es la habilidad del caricaturista. En ese sentido el humor gráfico retrata los defectos de la sociedad y esos defectos constituyen el motor que hace trabajar la imaginación del caricaturista” (Pugo & Gladys, 1997: 32). Es aquí cuando el caricaturista debe adoptar una actitud crítica a través de la ironía sobre la realidad, a punto de convertirla en denuncia. Sus creencias y opiniones a través de las caricaturas, son socialmente compartidas por los miembros de una colectividad de actores sociales, en este caso el público.

Esas ideas, creencias participadas, son representaciones sociales que definen la identidad social del caricaturista; esto es lo que Van Dijk denomina “ideología”:

Las ideologías consisten en representaciones sociales que definen la identidad social de un grupo, es decir, sus creencias compartidas acerca de sus condiciones fundamentales y sus modos de existencia y reproducción. Los diferentes tipos de ideologías son definidos por el tipo de grupos que ‘tienen’ una ideología, tales como los movimientos sociales, los partidos políticos, las profesiones, o las iglesias, entre otros (Dijk, 2005: 10).

Una de las funciones de la ideología que nos interesa, es que actúan como “parte de la interfaz socio-cognitiva entre las estructuras sociales de grupos por un lado, y sus discursos y otras prácticas sociales por el otro” (Dijk, 2005: 12). Éste resalta que:

(...) se han definido las ideologías como creencias fundamentales que subyacen en las representaciones sociales compartidas por tipos específicos de grupos sociales. Estas representaciones son a su vez la base del discurso y de otras prácticas sociales. También se ha supuesto que las ideologías son principalmente expresadas o adquiridas a través del discurso, esto es, por la interacción comunicativa hablada o escrita. Cuando los

miembros de un grupo explican, motivan o legitiman sus acciones (grupales), lo hacen típicamente en términos de discurso ideológico” (Dijk, 2005: 15).

Esto nos lleva a pensar en los mensajes de las caricaturas, cuyo contenido del discurso según las interpretaciones subjetivas por parte del público, serán entendidas y aceptadas si se puede construir un modelo ideológico a favor o en contra de dicha caricatura y su contenido.

Lo fundamental es el conocimiento ideológico compartido entre las comunidades y sus creencias; y, que pone en tapete el caricaturista a través de su discurso colectivo, como es el caso para la mayoría de los discursos de los medios de comunicación de masas.

Con ello, los medios de comunicación se convierten en los portavoces de una ideología con la interpretación de los hechos y acontecimientos. Dan significado a cada uno de los signos y símbolos gráficos. En otras palabras:

Si las imágenes expresan opiniones o creencias generales e ideologías, lo hacen más bien indirectamente y, en consecuencia, necesitan interpretaciones. Esto no significa que, en la comunicación, esas expresiones indirectas de opiniones e ideologías, sean necesariamente menos persuasivas (Dijk, 1990: 245).

Van Dijk añade que “el discurso, tiene un estatus especial en la reproducción de las ideologías con los mensajes visuales, esto resulta por cierto más fácil y, en algunos casos, más efectivo que por medio del discurso” (Dijk, 1990: 244). Es por ese motivo que un buen discurso a nivel político reflejado en una caricatura que mantiene una estructura fácil y sencilla de entender, tiene ciertos grados de repercusión discursiva en el público común, al transmitir sus mensajes ideológicos.

5. Caricatura política

Ante la discusión de que si los periodistas gráficos nacen o se hacen, Peltzer sugiere que “nacen con los condicionamientos, y se hacen por la educación y la libertad” (Peltzer, 1991: 58). Esta misma idea bien puede ser aplicada a los caricaturistas.

No todos cuentan con esos condicionamientos para crear caricaturas. Para ello deben tener mucha perspicacia sumado a otros ingredientes como el buen humor, expresión artística y tino para manejar temas de coyuntura política- social que interesen a los lectores.

De nada sirve una buena idea si no es plasmada gráficamente de manera adecuada y decidora. Y a su vez, poco o nada son apreciadas en cambio caricaturas de mala calidad artística en la que sus imágenes no reflejen las significaciones y connotaciones que el caricaturista trata de expresar. Es así que “el caricaturista debe combinar la sátira, humor y crítica para opinar sobre aquellos hechos que forman parte de nuestra realidad política, demostrando el descontento social y suavizándolos a través del humor” (Troncoso & Orellana, 2006: 84).

Definamos *grosso modo* lo que es una caricatura política. Evora Tamayo dice que la caricatura política es muy sensible porque "se basa en intenciones e interpretaciones sobre y hacia los hechos (...) y parte de un punto de vista interpretativo de los fenómenos que se producen en la realidad” (Abreu, 2001a: 2).

Rodrigo Mendizábal, en cambio, define a la caricatura política como “la descripción de algún personaje, un acontecimiento o alguna idea aprovechando los rasgos, acentuando algunos de ellos, con fines críticos y también moralizadores” (Rodrigo, 2006: 20).

Carlos Abreu cita a Eduardo Robles Piquer, quien a su vez señala que “(...) el caricaturista no reproduce lo que ve, sino que opina sobre los modelos y de ahí lo fascinador de su oficio: interpretar humorísticamente la historia escrita en cada cara” (Abreu, 2001a: 2).

Ampliando un poco más este concepto, diremos que las caricaturas no sólo se refieren a personajes de diversa índole. En estos gráficos no solamente el ser humano es el actor, también aparecen animales, frutas, lugares, objetos, signos; que pueden pasar a ser los protagonistas y cuyos símbolos pueden connotar otro significado al que convencionalmente conocemos. Empero, las caricaturas políticas tienen como eje la política, sus personajes, los acontecimientos políticos; los cuales pueden ser dibujados adecuada y significativamente mediante alusiones, metáforas, formas que pueden ser incluso grotescas o animalescas.

De allí que bien podemos definir también al humor como "un modo de enjuiciar y comentar las situaciones, que se caracteriza por el enfoque burlón, cómico, mordaz, e irónico", (Abreu, 2001a: 3). La caricatura entonces vendría a ser una de las manifestaciones de lo humorístico, aquella que conduce a la reflexión, al acto de pensar.

El arte de la caricatura consistiría, entonces, en tomar ese momento político y perennizarlo con el gráfico, sometido por supuesto a la burla y sátira. Por eso se puede afirmar que “los políticos siempre han sido un ingrediente importante del humor, al punto de que la primera gran figura universal dentro de este género fue Napoleón Bonaparte” (Bravo & Zhindón, 2006: 234).

Es por ello que la caricatura política es hoy el medio de expresión más sutil y corrosivo de un tema, situación, personaje o una cultura, “precisamente porque es una expresión icónico-gráfica del mundo de las imágenes y su fuerza radica ya sea en la ambigüedad de sus trazos como en la polisemia de su lectura” (Rodrigo, 2006: 7).

La caricatura generalmente refleja un acontecimiento ya conocido por la ciudadanía, en especial lo que constituye un hecho trascendente o de coyuntura en ese momento. A pesar de la deformación del hecho de cada rasgo significativo en la caricatura, su mensaje en conjunto persiste notablemente.

Las caricaturas están estructuradas de manera tal que son fáciles de entenderlas. Se presentan en una forma tan sencilla que las cuestiones políticas complejas se hacen muy accesibles a los lectores comunes. No necesariamente deben influir en la gente, pero si hacerles repensar el hecho desde otra perspectiva, aclarar situaciones confusas o a su vez reafirmar algo que ya se suponía.

Todo acto discursivo significa una selección y uso de determinados recursos expresivos. En el caso de la caricatura política, los temas cobran presencia según el momento histórico que viva el país. La caricatura política, si bien mantiene su vena crítica, varía en su aspecto estético en diversas épocas. Así, el discurso de la caricatura ha variado de una manera radical y ha obtenido gran aceptación desde la década de los sesenta, pues se ha convertido en un símbolo de protesta y denuncia social, pues el chiste se ha considerado como “una técnica del insulto cuya finalidad es la degradación o la ridiculización sutil de un enemigo” (Rodrigo, 2006: 12).

La caricatura además se centra en personajes identificados por lo general con sus debilidades, los cuales son desproporcionados en los rasgos físicos. De este modo, el personaje político se vuelve cómico en la caricatura a través de una exageración de rasgos físicos y elementos adicionales que le identifican.

El ex presidente Lucio Gutiérrez, por ejemplo, fue identificado en la caricatura con un personaje conocido de la televisión popular como es “Kiko”, de la serie

humorística “El Chavo del Ocho”. Con los rasgos de “Kiko” los caricaturistas pretendieron acercarse siempre a la identificación del protagonista político, como un ser añorado, dependiente, que se enredaba en sus propias acciones, etc.; el mismo personaje ya era conocido por la gente, pero el añadido de su significación política con la imagen de Gutiérrez, implicaba un nuevo sentido en el panorama político ecuatoriano.

Así, los gobernantes caricaturizados no temen lo que se diga de ellos en los medios, pero muchas veces pueden preocuparles la forma de representarlos ante el imaginario de la gente. De ahí que “cuando la caricatura usa la sátira es tremendamente demoleadora, sobre todo en la política partidista” (Bravo & Zhindón, 2006: 71); nos damos cuenta, por lo tanto, de la influencia que puede tener la caricatura ante la opinión pública. De acuerdo a ello, “al ser la caricatura un instrumento de lucha ideológica, crítica social y al proliferar en épocas de crisis, es natural que la temática política tenga un sitio privilegiado dentro del género” (Abreu, 2001c: 2).

En tal sentido, es bueno aclarar que “la denominación de caricatura política no sólo abarca a personajes o situaciones vinculadas directamente a ese mundo, sino que también incluye expresiones de la preocupación social de los caricaturistas” (Abreu, 2001c: 2).

Rodrigo Mendizábal menciona al caricaturista Bonil, quien recuerda que la “caricaturización ya sea por medio de dibujos o textos siempre fue una poderosa arma para motivar una actitud crítica contra los gobiernos impopulares.” (Rodrigo, 2006: 55). Es decir, los medios de comunicación a través de las caricaturas, ironizan los hechos sociales con mucha sutileza y bastante acierto.

5.1. Reseña histórica de la caricatura política

Es conveniente situarnos en la historia de la comunicación con la finalidad de, en un recuento muy rápido y superficial, conocer los orígenes de la caricatura política en el Ecuador y en la ciudad de Cuenca. Para ello nos basamos en un estudio muy interesante de Rodrigo Mendizábal, quien cita a Ernest Gombrich para definir el origen de la caricatura política.

Para dicho autor, la caricatura tiene que ver con la percepción dibujada respecto a algún rasgo de un personaje de la vida pública,

(...) en sí se conecta con la deformación de lo natural, como una reacción contra la estética canónica establecida: su nacimiento es más bien una manifestación de la renovación artística pero que luego tendrá derivaciones políticas en su uso (Rodrigo, 2006: 8).

Concordando con el autor, los personajes de vida pública son los más caricaturizados, puesto que ocupan los titulares de las primeras páginas, en especial los que se involucran en el ámbito político.

Rodrigo Mendizábal cita a Gombrich para hacer un recuento histórico donde narra que:

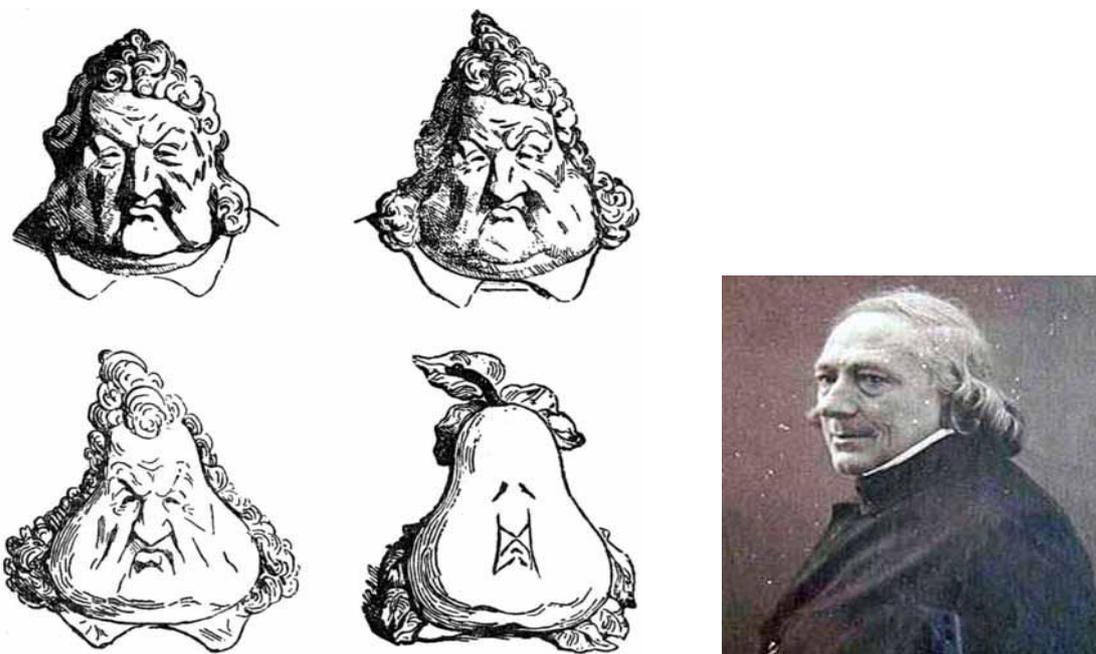
(...) la palabra y la institución de la caricatura se remontan a Italia del siglo XVI de la mano de los hermanos Annibale y Agostino Carracci quienes sin ser propagandistas de la Iglesia fueron artistas instruidos a explorar la broma en el arte pictórico (...). Esta exploración de otra forma de representación, que tres siglos más tarde, se hizo popular en los periódicos europeos, inspiró a su vez, nuevas formas de expresión sociales (Rodrigo, 2006: 8).

Rodrigo Mendizábal a su vez resalta el hecho de que el francés Charles Philipon (1800-1862), dibujante y propietario de periódicos satíricos y de crítica, como “La Caricature” y “Charivari”, además de editor de “Daumier”, es considerado como el padre de la caricatura política moderna. De acuerdo a ello, señala que:

Philipon supo emplear con sutileza el poder de la caricatura, su propia polisemia, para lanzar una campaña contra el regente Luis Felipe hacia 1830. (...) Philipon había logrado convertir la cabeza y la faz de la autoridad en una pera, lo que pronto fue replicado por Daumier y otros caricaturistas en los diversos periódicos locales y europeos (sobre todo humorísticos), hecho que molestó al regente quien procesó a Philipon hasta hacerle pagar unas multas (Rodrigo, 2006: 8).

El hecho a destacar es la comparación de la cabeza del Rey Luis Felipe a pera, pues la palabra francesa *poire*, “pera”, podía significar necio, tonto o estúpido, por lo que la caricatura calificaba visualmente al rey al mismo tiempo que le ridiculizaba mediante su fisonomía. De este modo, “visto esto en el marco de una campaña política, la caricatura se constituyó en un arma, al igual que una definición periodístico-política donde se pretendía “recoger” lo que ya era conocido y formaba parte del saber popular del momento” (Rodrigo, 2006: 8).

Figuras 1 y 2



“La metamorfosis del Rey Luis Felipe I de Orleans a pera” (izquierda) (Publicado en Charivari en 1834) (Encyclopedia Britannica Concise, 1994). Charles Philipon, considerado como el padre de la caricatura política moderna. (1800-1862) (derecha) (Le Journal Amusant, 2009).

En el siglo XIX la caricatura se transformó en un dibujo o viñeta satírica con fines políticos, de ahí que a la caricatura política los ingleses le llamaron *cartoon*: “la idea era que el dibujo exprese un sentir, que haga de manera sutil o terrible lo que habitualmente se siente, es decir, que desenmascare a lo que se conforma como algo normal. La caricatura en cierto sentido lucharía contra el sentido común y, como tal, sería un arma política de la sociedad civil” (Rodrigo, 2006: 10). De este modo Rodrigo Mendizábal termina caracterizando lo que es la caricatura política.

5.2 Caricatura política en el Ecuador

Iván Rodrigo Mendizábal en su estudio “Representación mediática y crisis de representación política”, sitúa muy bien la caricatura política en el Ecuador, del cual extraeremos lo básico para tener una idea de la presencia de la caricatura política en nuestro país.

Rodrigo Mendizábal en su texto indica que “en los tempranos años de las repúblicas o incluso previo a su constitución, los panfletos y pasquines fueron armas de denuncia, perseguidos y prohibidos en la generalidad de los casos” (Rodrigo, 2006: 11).

Se refiere a Javier Ponce, para quien el guayaquileño Carlos Lagomarsino es uno de los precursores de la caricatura en Ecuador en el contexto de los anónimos pasquines.

De acuerdo a dicha referencia, el 5 de marzo de 1807, Lagomarsino pegó en las calles del puerto un pasquín donde se veía la imagen de un hombre ahorcado y puesto una toga, grabada al aguafuerte. El autor expresaba su inconformidad, se burlaba y declaraba el probable destino que le deparaba al funcionario colonial, Pedro de Alcántara y Bruno, conocido por su autoritarismo y corrupción. Bajo el dibujo se podía leer: “Eso y la toga de Bruno, todo es uno/ por muy pícaro malvado/ por descarado ladrón/ por sinvergüenza bribón/ ya soy ministro Togado”.

No obstante se descubrió y encarceló a Lagomarsino, la autoridad al final quedó malparada y olvidada. Es así que otros caricaturistas también emplearon este medio como discurso contra el poder, constituyéndose en el referente del periodismo y de la política nacional.

Rodrigo Mendizábal igualmente narra que desde mediados del siglo XIX aparecieron notables caricaturistas que hicieron de este oficio un arte. Por ejemplo, Juan Agustín Guerrero en Quito, perteneciente a las filas de los escritores y pintores vanguardistas; Francisco Nugué, un español que se radicó en Guayaquil, quien con historieta popular centró su preocupación en la modernidad y el desarrollo urbano del puerto. Ya para el siglo XX:

(...) la caricatura ejerció la misma función de sus orígenes. Por ejemplo, aparecen figuras como Guillermo Latorre (el “Loco Latorre”), quien exhibía las desfachateces provocadas por la arrogancia, ambición, excesos y modo de actuar de quienes eran representantes del liberalismo aburguesado o el conservadurismo. Latorre junto a Carlos Andrade (firmaba “Kanuela”), Enrique Terán, Efraín Diez, Jorge Diez, Galo Galecio, Alberto Coloma y Nicolás Delgado, -conformaron la revista “Caricatura” donde fueron figuras claves-, los protagonistas de los debates estético-políticos de aquellos turbulentos años asignados por el auge del vanguardismo y el socialismo. Otras revistas despuntaron a mitad del siglo XX como “Co-co-ri-co”, “Hélice” o “Zumbambico” (Rodrigo, 2006: 17).

Hacia 1890 en Guayaquil, relata Rodrigo Mendizábal, también aparece la revista humorística que fue perseguida, “El Perico” (lema “Afila el pico perico”):

Cada número era un “vuelo” (“Vuelo 1”, “Vuelo 2”). La revista cambiaba de nombre según la coyuntura; por ejemplo, en tiempo del Presidente Luis Cordero se intitulaba

“El Cordero, periódico de propaganda ovejuna, órgano de los intereses de La Argolla”, donde cada número se llamaba “Balido 1”, Balido 2 (...) (Rodrigo, 2006: 17-18).

A diferencia de décadas pasadas, Rodrigo Mendizábal recalca que es improbable encontrar literatura específicamente crítica caricaturesca o satírica independiente, por lo que más bien la caricatura y el texto satírico ahora son parte de los diarios nacionales o locales, donde ninguna publicación prescinde de la opinión gráfica.

5.3 Caricatura política en el Azuay

En lo que respecta a la provincia del Azuay, no es posible encontrar literatura científica que dé testimonio de la caricatura política. La mayoría no se conservan porque circulaban como hojas volantes o de manera clandestina.

Un trabajo del que se pudo rescatar una breve reseña de la caricatura política en el Azuay, es el realizado por las estudiantes de la Universidad de Cuenca, Cecilia Pugo y Gladys Rodríguez en 1997. Ellas remiten la escasa bibliografía que existe, a la hemeroteca como fuente de consulta; entrevistas a propietarios y editores de diario El Mercurio y El Tiempo; así como testimonios de antiguos empleados, trabajadores y ex caricaturistas de estos dos medios cuencanos; donde compilan la historia de la caricatura política en el Azuay.

Para las estudiantes, las primeras caricaturas fueron más bien fruto de las discrepancias entre liberales y conservadores, con el fin de ridiculizar tal o cual personaje y denunciar los abusos que se daban entre ambos bandos:

Posteriormente surge un pequeño periódico llamado “El Sol”, que circula cada tres o cuatro días. En 1944 aparece “El Grito”. En un segmento humorístico titulado “Coplas agridulces” se incluían caricaturas. Los autores de los dibujos de estos periódicos eran los caricaturistas Manuel Morales y Rigoberto Andrade. Alberto Cardoso fue otro de los dibujantes que hacía sus caricaturas para la revista del Colegio Benigno Malo por 1940 (Pugo & Gladys, 1997: 48).

Sin embargo, una de las mayores referencias de caricatura política en el Azuay se da con el semanario “La Escoba”. Las citadas Pugo y Rodríguez reseñan que:

El 22 de agosto de 1854 circula el primer número con el lema 'No más tontos grito de la razón', dirigida por Fray Vicente Solano, fundador del primer periódico cuencano “El Eco del Azuay”. Con el objetivo de 'ridiculizar a los ignorantes, presumidos', logra publicar 36 números, siendo el último el 24 de febrero de 1858. Luego de 91 años se

retomó el semanario La Escoba y el 10 de agosto de 1949 circuló el número 37. Su concepción fue: 'A fin de alcanzar el éxito en la faena higiénica, acudiremos a la verdad esgrimida, a la crudeza de conceptos y de opiniones, a la fortaleza que concede la sinceridad y a la satisfacción que engendra el buen humor (...)' (Pugo & Gladys, 1997: 50).

De allí ha sido escasa y casi nula la presencia de la caricatura en el Azuay. La única obra que circuló con ejemplares limitados a su entorno familiar, es la de Jaime Lara, conecedor de artes plásticas y caricaturista de diario El Mercurio desde 1979 hasta 1987, quien emitió un pequeño folleto por los años 1992 y lo obsequió entre sus amistades íntimas. En el folleto titulado “Recopilación de caricaturas”, compiló los mejores trabajos realizados a lo largo de su vida, la mayoría en el ámbito político. Actualmente Jaime Lara se desempeña como profesor en la Universidad de Cuenca en la Facultad de Arte y Diseño.

5.3.1. La caricatura en Diario El Mercurio

Fundado el 22 de octubre de 1924, diario El Mercurio trató de mantener la línea editorial gráfica desde su aparición. Cecilia Pugo y Gladys Rodríguez señalan:

El Mercurio surge a raíz de la desaparición de diario “El Progreso”, el 6 de septiembre de 1924, el cual era dirigido por el periodista lojano, Juventino Vélez. Posteriormente vende los talleres a los hermanos Carlos, Octavio y José Sarmiento Abad, quienes lo refundan y bautizan con el nombre actual. En 1935, el periódico pasó a ser propiedad del doctor Nicanor Merchán Bermeo, desde el cual han venido dirigiendo generación tras generación (Pugo & Gladys, 1997: 63).

En un recuento de cómo apareció la caricatura en este medio de comunicación, se narra que desastres naturales aislaron a la ciudad y por ende se dieron los desabastecimientos. En consecuencia el pueblo se levantó en protestas, quedando como saldo numerosas víctimas. El Mercurio habría lanzado una campaña en contra de las autoridades por las medidas, “en especial del intendente de Policía doctor Guillermo Espinoza Cobos, quien en respuesta dio una furibunda paliza al administrador del diario Carlos Sarmiento Abad” (Pugo & Gladys, 1997: 65). Fue ahí cuando se publicó al día siguiente en la primera plana como muestra de solidaridad, una enorme mancha roja que decía: 'La sangre de nuestro hermano', lo que marcó en este medio de comunicación el inicio de la caricatura como protesta y crítica.

La caricatura, por tanto, estuvo presente casi desde su fundación, trabajo realizado por Manuel Morales, entre 1924 y 1935: “El primer trabajo que hizo fue una auto- caricatura, sin embargo su colaboración era esporádica. Los temas escogidos para los gráficos se referían a personajes públicos del país y de Cuenca” (Pugo & Gladys, 1997: 66).

A inicios de la década de los años 50 del siglo pasado, aparecen en forma eventual caricaturas de diarios extranjeros como el Miami Herald y el Washington Post: “En 1952 se utilizan caricaturas anónimas como refuerzo a textos escritos de temas sociales, políticos y deportivos. En este mismo año, se publica en segmento de gráficos humorísticos 'Crónica Gráfica' a cargo del caricaturista Iván Merchán Ordóñez, cuyo seudónimo era XILO” (Pugo & Gladys, 1997: 67).

El texto también da indicios de que “a mediados de la década de los 50, alrededor de 1955 hasta 1959, y como adscrito a las agencias internacionales, El Mercurio publicaba un segmento de las caricaturas tituladas “Los Camaradas”, firmadas con el seudónimo de “Scorpio” y otros por Rideo. Los temas se relacionaban con Rusia, en ámbitos político, social y económico. Por ese mismo tiempo circulan los dibujos de Arias Bernal, quien se caracterizó por omitir textos en la mayoría de sus trabajos, contrario a las caricaturas anteriores publicadas” (Pugo & Gladys, 1997: 69).

Posteriormente por los años 60, Marco Antonio Sánchez introduce globos con textos a sus caricaturas, con el fin de que el Editor respete su mensaje. Se encuentran también otros reconocidos trabajos en esta década. “Marco Antonio Sánchez inició en 1960 con un segmento titulado “Tiburón” y firmaba bajo el seudónimo “Wayra”. Luego cambia su sobrenombre por “Gugat”. Laboró hasta 1964. Por 1961 circuló también un segmento humorístico llamado “Buen humor”, firmada por “Dick”. Al retiro de Sánchez, las caricaturas se publican de autores anónimos de manera esporádica” (Pugo & Gladys, 1997: 72).

Pero las caricaturas como opinión fueron también reprimidas. Las citadas Pugo y Rodríguez indican al respecto:

En 1971 laboró Manuel Contreras, gráficas truncadas por la dictadura de Rodríguez Lara. Fue obligado a suspender su trabajo en 1979. Se publicaron entonces caricaturas de carácter anónimo en una sección titulada “El mundo de Berry”. Este mismo año es Jaime Lara, destacado en artes plásticas, quien presta sus servicios hasta 1987 (Pugo & Gladys, 1997: 75).

Otras colaboraciones eventuales son de Gerardo Machado (1984), Rómulo Burbano Carvallo (1985), Juan Vinuesa Vásquez “Juanacho” (1986) y por la década de los 90 Pablo Carrasco Vintimilla y Felipe Vega. Desde 1990 hasta 2004 trabajó David Jiménez Landívar. Sin embargo desde octubre de 2002 de forma esporádicamente y desde 2004 de manera continua hasta el momento actual, Rafael Carrasco Vintimilla.

5.3.2. *La caricatura en Diario El Tiempo*

Diario El Tiempo fue fundado el 12 de abril de 1955 por Humberto Toral León, prensista de diario El Mercurio.

Este medio de comunicación inicia como semanario hasta mediados de la década de los 60 y fue aumentando su periodicidad de bisemanario a interdiario (cada dos días) hasta 1974, que se pasa a vespertino y se publica todos los días (a excepción de sábado y domingo). En 1997 cambia su formato de tabloide a estándar. En noviembre de 2004 se convierte en matutino con circulación diaria. Cecilia Pugo y Gladys Rodríguez, en su trabajo enfatizan que

(...) en diario El Tiempo desde la fecha de su fundación 1955, no existe rastro del uso del género caricaturesco en sus páginas. Fue hasta 1983 cuando Jaime Lara impregna los primeros gráficos en la página editorial. Con este paso, caricaturistas anónimos también enviaban colaboraciones temporales, entre ellos Francisco Cisneros (1985) y Marco Machado (1988) (Pugo & Gladys, 1997: 79).

En 1993 Vinicio Jiménez Morales se inicia como caricaturista hasta el año 2010. Además dirige la publicación del Suplemento Infantil “Bim Bam Bum” que aparece cada sábado desde 1995 hasta la actualidad. Desde el año 2008 también colabora esporádicamente con este medio de comunicación, David Jiménez Landívar y desde 2010 (luego de la salida de Vinicio Jiménez), hasta ahora lo hace de manera regular.

Vale la pena resaltar la mínima importancia que se ha dado a la caricatura como tal, primero como una creación artística, transmisora de una ideología de masas y luego como un referente de opinión en un medio de comunicación colectivo, cuya función es orientar, encaminar a una crítica constructiva de los acontecimientos políticos y sociales de la vida cotidiana.

Como un recuento de este primer capítulo, señalamos que nuestro lenguaje está enriquecido con imágenes habitadas desde el primer momento mismo del nacimiento y que la encontramos en la vida cotidiana. Pero para poder comunicarnos o interpretarlos

debemos conocer los códigos convencionales a través del cual se manejan, ese lenguaje convencional utilizado, esa conexión entre el significante y el significado.

Ahora en este contexto, los mensajes periodísticos visuales se tornan muy delicados por el mismo carácter de su difusión de masas y más aún si tratan uno de los temas álgidos como es la política.

La caricatura humorísticamente, maneja la política con sutileza a través de la crítica, la ironía y la burla. Por ello los caricaturistas deben estar conscientes que su material debe ser de orientación y reflexión al público lector en hechos colectivos trascendentes y de significación social, incluso las caricaturas pueden llegar a convertirse en instrumento de lucha ideológica y crítica social, al proliferar en épocas de crisis.

Por otro lado cabe resaltar la importancia de analizar estos dos medios locales y tradicionales como son El Mercurio y El Tiempo.

Los medios de comunicación, sin excepción de los dos en estudio, van perdiendo poco a poco su identificación como medios locales, regionales o nacionales. El avance de la tecnología permite su presencia a nivel no solamente nacional sino internacional con la característica de inmediatez propia del ámbito digital. Por ello que las opiniones vertidas en los medios de circulación mediana o pequeña, pueden trascender a través de la edición digital en la página web y competir en información con cualquier periódico ya que sus comentarios, ideas y sugerencias están abiertas a la participación mundial de sus lectores.

Adicionalmente la regionalización claramente marcada en Ecuador de costa y sierra especialmente, ha permitido medir en varias ocasiones, tras las encuestas o sondeos de opinión, los parámetros de aceptación que mantienen los candidatos en las distintas ciudades y su oposición. La medición de fuerzas entre costa y sierra ha sido común y muy marcada en época de campañas electoral.

Por tanto, Cuenca al ser la tercera ciudad del país en desarrollo económico, político y social, sus medios de comunicación también son considerados para decisiones políticas y gubernamentales porque complementariamente, los políticos aspiran por ese prometedor número de votantes. De allí la importancia de analizar también la opinión política en la caricatura de los medios cuencanos El Mercurio y El Tiempo.

CAPÍTULO II

EL PAPEL DE LA INFORMACIÓN Y LA OPINIÓN EN EL CAMPO POLÍTICO

1. El papel de los medios en la actual coyuntura

Es importante estudiar a los medios de comunicación en el contexto de las sociedades contemporáneas y en especial de la Consulta Popular de 2008 en Ecuador, porque nos permite medir el ambiente político y ser un termómetro social de los acontecimientos considerados como los más importantes y los que influirán o darán pautas de discusión en la opinión pública.

Hoy en día no es posible ganar unas elecciones si el candidato no aparece en los medios de comunicación para darse a conocer a los votantes. Es por ello que la política constituye una de las principales fuentes que permiten la producción de información de los medios de comunicación de masas y la más importante, ya que medios, candidatos, gobernantes y gobernados están conscientes del impacto que tienen las noticias u opiniones una vez que son publicadas. Por ello es que todo asunto electoral en el que tenga que decidirse el destino de un pueblo, es vital y los medios no pueden dejar de cubrirlas, siendo obviamente destacada en la agenda periodística. De este modo:

La comunicación incide substancialmente en esa actividad de adopción y aplicación de decisiones en y para la comunidad. La comunicación es esencial, en primer lugar, a la actividad de toma de decisiones, en el sentido de que la adopción de medidas necesita de una información y de un intercambio de opiniones entre aquellos que están implicados. Por tanto, todos los procesos de toma de decisiones requieren de la comunicación, de una concatenación de intercambio de signos, señales y símbolos. En segundo lugar, la comunicación es esencial para que las medidas que han sido adoptadas sean vinculantes, es decir, tengan fuerza sobre aquellos a quienes van dirigidas (Canel, 2006: 18).

Por otro lado para poder expresarse en la esfera pública, el público necesita de los mismos medios para hacerse escuchar por los gobernantes. Brunner nos dice al respecto: “Para tener voz y peso específico en la arena de las decisiones hace falta que se expresen a través de sus asociaciones, organizaciones, partidos y, sobre todo, bajo la forma de una opinión pública libre y activa. Por eso la comunicación democrática

conlleva la idea de que los medios deben representar adecuadamente la diversidad de intereses, símbolos culturales, preferencias políticas y grupos sociales en la esfera pública” (Brunner, 1994: 4).

En el contexto político, los medios de comunicación deben guardar ese equilibrio en los procesos de construcción de sentidos y convertirse en un medio de información reflexivo porque si bien los políticos buscan presencia, también el público quiere participar de ese escenario, es allí donde se da esa responsabilidad especial de los comunicadores con los políticos y el público; y, la relación fundamental entre gobernantes y gobernados. Brunner dice:

En suma, comunicadores y políticos están colocados en la encrucijada de la sociedad contemporánea. O construyen en conjunto, cada uno desde su propia esfera de acción, una democracia que sea algo más que el escenario de un drama artificial o, si fracasan en esa tarea, terminarán por transformar la vida pública en un mundo separado, alienado de los intereses reales de la gente, de sus esperanzas y de su esfuerzo por participar activamente en el desarrollo de la sociedad (Brunner, 1994: 8)

Pero la responsabilidad de los medios de comunicación va más allá, deben fiscalizar y denunciar cualquier irregularidad en el Estado en cualquier régimen democrático; por ello se menciona que: “El papel de los medios de comunicación no puede ser subestimado cuando se discute la legitimidad del régimen político. Los medios constituyen el vínculo principal entre la ciudadanía y el proceso político, cumpliendo un importante papel en la representación e interpretación de los hechos, instituciones y procesos de la vida de una sociedad. Este papel se torna aún más relevante cuando se verifica la existencia de una tendencia hacia el conflicto entre las necesidades de legitimidad de los medios frente a su audiencia y a la legitimidad de la democracia como régimen político” (Pereira, 2000: 32).

2. Criterios de relevancia para establecer la información

La mayoría de los debates sobre las cuestiones públicas que suceden diariamente, pasa por lo que proyectan, dicen y publican los medios de comunicación. Además hay que anotar que “conforme a la sentencia de Bernard Cohen, quizá los medios no dicen a la gente qué tienen que pensar pero sí los temas sobre los que hay que pensar, Maxwell McCombs y Donald Shaw proponen la idea de que los medios, por su selección de

noticias, determinan las materias sobre las que el público piensa y habla, lo que denominan *Agenda-Setting*” (Sádaba & Rodríguez, 2007: 190)

En el momento de decidir qué noticias atraerán la atención del lector, juega también la capacidad de predicción sobre cuánta gente puede interesarse por el tema y a qué tipo de público nos dirigimos y, por lo tanto, nuestro modelo de periódico.

La opulencia informativa de nuestra sociedad, obliga a delimitar los campos de atención de los temas, aunque hay una serie de temas destacados por el sistema de los medios de comunicación que se imponen como los asuntos más relevantes del día. Al no disponer de espacio físico suficiente por ejemplo en los medios impresos, se procede a conformar el agenda *setting*, asegurándose por supuesto de que las audiencias adquieran elementos relevantes de las informaciones.

Los medios planifican y elaboran el agenda *setting*. Pero es necesario entenderla cómo se instaura: “En parte, como dicta el sentido común, el agenda *setting* lo establecen los agentes externos y los eventos que los periodistas no controlan. Pero el agenda *setting* también lo establecen en parte las tradiciones, las prácticas y los valores del periodismo como profesión” (Bryant & Zillmann, 1996: 24).

Refiriéndonos específicamente al concepto de “agenda *setting*”, en el sentido general “significa las cosas que se han de hacer. Agendas políticas, agendas públicas y agendas de los medios se componen de asuntos que, de algún modo, son cuestiones por resolver. De ahí la importancia de que un tema esté presente en la agenda, puesto que su mera presencia marca prioridad de intereses: lo que aparece en la agenda tiene preferencia sobre lo que no está” (Sádaba & Rodríguez, 2007: 189). En cambio el nombre metafórico de agenda *setting*, “proviene de la noción de que los *mass media* son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la de la sociedad” (McCombs, 1996: 3).

De la avalancha de información que reciben a diario los periodistas, solamente un pequeño porcentaje se publica. McCombs dice al respecto: “En un diario típico, más de un 75 % de las noticias potenciales se desestiman a primera vista y nunca se transmiten a la audiencia. No existe en los periódicos espacio físico para imprimir todo aquello de lo que se dispone. Se debe elegir. Son éstos los primeros pasos en la antesala del proceso diario. Pero no todo el material que supera esta preselección recibe el mismo tipo de tratamiento cuando se presenta a la audiencia. Parte del mismo se utiliza

extensivamente y se destaca sobremanera. Otras porciones reciben menor atención. Los periódicos, por ejemplo, expresan claramente la relevancia periodística de una noticia según su colocación, titular y extensión” (McCombs, 1996: 3). A este proceso de selección informativa McCombs lo define como “capas de cebolla”: “Para responder quién establece el agenda-*setting* informativo, debemos recurrir a la venerable metáfora de «pelar la cebolla». En la capa externa, por supuesto, hallamos los acontecimientos y actividades que conforman las noticias cotidianas. Pero sólo una pequeña proporción de los acontecimientos y actividades cotidianos llegan a ser noticia y aún una menor cantidad son observados directamente por periodistas” (McCombs, 1996: 14).

Ahora es necesario mencionar de dónde viene tanta información. Los medios reciben constantemente aportes de materiales informativos enviados por los funcionarios de la información pública y privada, agencias de relaciones públicas de las agencias gubernamentales, corporaciones, las mismas fuentes oficiales e informativas, agencias internacionales de prensa, el aporte de los periodistas en las reuniones de planificación (en las que influye su experiencia y formación social), ruedas de prensa de los interesados en la difusión, visitas o cartas de los ciudadanos a los medios, boletines de prensa enviados por correo electrónico, información de colegas de otros medios de la misma fuente, partidos políticos, corresponsales, discursos presidenciales e inclusive datos obtenidos de la participación de los ciudadanos a través de los distintos medios tradicionales (teléfono, fax) y digitales (redes sociales); todo ello que en muchas ocasiones sirve luego como una pista para que el periodista pueda investigar y/o ampliar el tema. Es decir, la información llega por propias fuentes, institucionales, espontáneas, anónimas e inclusive a través de la red internet, lo trae consigo que los diarios puedan nutrirse y ofrecer noticias relevantes para sus lectores.

Esta práctica es generalizada en los medios de comunicación a nivel nacional y es mucho más marcada en medios de circulación menor como el caso de nuestro estudio (un promedio de 25.000 ejemplares diarios en Diario El Mercurio y 20.000 en Diario El Tiempo, según cifras entregadas por los respectivos jefes de producción), donde disponer de material abundante permite subsistir con una planta menor de periodistas, aunque la cobertura de temas que ameriten investigación resulte difícil, porque los medios deben invertir considerables cantidades de energía, tiempo, infraestructura y dinero mismo en su cobertura.

Esto no significa que los medios de comunicación pasen a ser fiel reflejo de los actos políticos ni pronunciamientos de las oficinas de información. De acuerdo a McCombs: “El periodismo es una profesión establecida hace mucho tiempo, con sus propias tradiciones encauzadas, sus prácticas y sus valores. Éstos son los filtros a través de los cuales se tamizan y consolidan los acontecimientos diarios para su posterior presentación en prensa o televisión. Las noticias no son un reflejo del día, sino un conjunto de historias construidas por periodistas sobre los eventos del día” (McCombs, 1996: 10).

Esa abundancia informativa también permite flexibilidad a los periodistas para manejar alternativas a las señaladas en el agenda *setting* en caso de que un tema llegara a “caerse”, que puede suceder “debido a una serie de rutinas profesionales que se aplican a las informaciones económicas, tales como la confianza en las fuentes oficiales, la ausencia de otras fuentes, la presión del tiempo sobre el periodista que tiene que escribir su noticia para el día siguiente, entre otros aspectos” (Sádaba & Rodríguez, 2007: 192).

Luego de la acumulación de temas, viene el proceso de preselección y aplicar la práctica de la relevancia, buscando que el tema sea de interés nacional y trascendente.

Primeramente en las reuniones de redacción se coordinan y comparten temas, sus conveniencias de cobertura, el enfoque que deben tener, las personas a quienes se les asignarán determinadas coberturas o fuentes y los diferentes enfoques informativos con la que se tratará una noticia; así como los que ameritan análisis, investigación o un trabajo más elaborado.

Se hace una lista de temas que componen un orden del día de los asuntos políticos y sociales que tienen interés mayoritario informativo, y bajo criterios profesionales son seleccionados como objetos de cobertura por parte de los periodistas.

Posteriormente serán el redactor jefe y los jefes de secciones, luego de la reunión con la sala de redacción, quienes con los subdirectores o directores y acordando criterios comunes para la cobertura de la información, decidan las noticias se colocarán en portada y cómo. Se debe tener presente que los temas que van en “portada” son los que van a tener una mayor repercusión en la audiencia.

Sin embargo, dada la presión de la publicidad en especial en periódicos pequeños como en este caso, se ha ido redefiniendo lo que es y lo que no es noticia (por

ejemplo compromisos publicitarios adquiridos con los auspiciantes), restando grandes espacios a la información para dar paso a la publicidad que como se mencionó anteriormente, son parte también de toda empresa periodística y soporte económico de su existencia.

Pero existe un concepto interesante para definir a la (s) personas que seleccionan la información a quien DeGeorge lo define como *gatekeeper*. “El concepto *gatekeeper* fue elaborado inicialmente por Kurt Lewin (1947) (...). Parte de la base de que en toda organización informativa existen “zonas de filtro” en las cuales se determina la “tematización” de los medios de comunicación o la creación de lo que se ha dado en llamar “agenda *setting*” (Lalinde, 1990: 25)

En los medios de comunicación locales también existe el “*gatekeeper*” que pasan a ser las personas que, individual o colectivamente, se encargan de seleccionar las noticias que aparecerán en el medio. William DeGeorge enumera las funciones de un “*gatekeeper*” al señalar que:

- 1) Es la persona encargada de enjuiciar qué temas son periodísticamente interesantes de los que no; 2) determina el tiempo o espacio, según el medio, que ocupará un tema además del tipo de cuerpo, titular o ubicación; 3) impondrá la importancia que haya de dar a un ítem o el género periodístico con el que tiene que ser tratado” (Rodríguez, 2004: 40).

Sobre los factores que muestran cómo pueden influir los *gatekeeper* en la selección y cómo afectan éstas a la producción final de las noticias, podremos mencionar el modelo del medio de comunicación, la línea editorial del diario, la subjetividad de los periodistas que proponen los temas en la reunión de la Sala de Redacción, presiones por parte de manuales de estilo o escuelas aprendidas, competencia entre medios, dependencia política de los medios, espacio disponible para la publicación, limitación en el tiempo de entrega de las noticias, factores de último momento ajenos a quienes están seleccionando las notas pero que terminan convirtiéndose en los temas más destacados e inclusive debemos considerar también los factores psicológicos que cuentan al momento de hacer la selección de los temas para la publicación.

El caricaturista por su parte, está en permanente contacto con el *gatekeeper* para coordinar los temas que se tratan durante la elaboración del agenda *setting*, recibiendo sugerencias de lo que podría enfocar como tema del día con la finalidad de estar acorde a la información que presentarán los medios de comunicación en su edición.

3. Los medios y la política

La relación entre los medios, la credibilidad de la política y la legitimidad de la democracia continúan siendo un terreno poco explorado, aunque podemos identificar claramente la relación que se da entre medios de comunicación y autoridades políticas.

En vista de que la información política se presta para la manipulación informativa, los medios deben estar conscientes de que las percepciones de los lectores respecto a la política gubernamental, se dan según la forma a través de la cual los medios presenten la información.

La información política en el agenda *setting* tiene gran apertura en los medios de comunicación y aún más si se trata del primer mandatario. Por ejemplo, el Presidente Rafael Correa emite todos los sábados su “Enlace Sabatino Presidencial”, a la que podemos enmarcarla como una conferencia de prensa, donde se convierte en el principal vocero de la presidencia. Este papel o rol central desempeñado por el Mandatario ecuatoriano en el estrado mediático, automáticamente le convierte en el número uno del agenda *setting* de la nación. Sin embargo, puede darse esa correlación entre el agenda *setting* de los partidos y el de los medios; asimismo “los medios informativos pueden influir en el agenda *setting* del presidente más fácilmente que su público o bien la relación global entre el agenda *setting* presidencial y el informativo pueden manifestar reciprocidad” (Bryant & Zillmann, 1996: 27).

Es así que de manera especial en época de elecciones, candidatos poco conocidos provocan a menudo que los votantes necesiten orientación, cumpliendo allí los medios de comunicación, uno de sus trascendentales roles. Bryant y Zillmann dicen al respecto: “La influencia de la agenda *setting* aumenta con el grado de necesidad de orientación entre la audiencia. (...) Tanto la experiencia personal como la necesidad de orientación son condiciones contingentes que aclaran en gran manera el funcionamiento para el proceso de establecimiento de un agenda *setting*” (Bryant & Zillmann, 1996: 30).

Por ende, una agenda *setting* informativo que tenga que ver con asuntos coyunturales de la política nacional, es una responsabilidad necesariamente compartida entre los candidatos o la campaña política del momento con el medio de comunicación. Brunner lo puntualiza de este modo:

Resulta evidente que los medios de comunicación no pueden por sí solos tematizar los asuntos públicos, pues operan en un territorio de significados previamente demarcado por factores socio-culturales y político-institucionales. De hecho, para ingresar a la agenda y alcanzar visibilidad y permanencia ante la opinión pública, los asuntos necesitan adecuarse no sólo a los intereses comunicativos de los medios sino, además, a criterios de relevancia interna de las personas, a criterios de relevancia comunitaria y a las propias percepciones que los individuos y grupos tienen sobre el estado de la opinión pública. Lo anterior impone a los medios masivos de información la necesidad de sintonizar finamente con las preocupaciones de la gente, sobre todo si desean influir sobre ella y cumplir su función representativa de los diversos grupos que aspiran a incorporar sus intereses y anhelos en la agenda política. (Brunner, 1994: 3)

Sin duda la gran importancia que tiene la información política en el conjunto del periódico, en detrimento de otras noticias, contribuye a considerarla como la información con más relevancia, una práctica que ha llevado a la política a centrar la producción noticiosa.

Por tanto, si no se practica una política descentralizada y pluralista, se dará paso al autoritarismo que hará que los comunicadores pasen a ser simplemente una “voz oficial”. En cambio si se monopoliza la información, la política se reduce a un espacio publicitario: “En la medida que el personal político de la sociedad está imbuido de la idea que la comunicación es la continuación de la política por otros medios, tolera con dificultad la libertad de los medios masivos de información; igual como los comunicadores asentados en los grandes medios, en la medida que descubren su creciente poder, están pocos dispuestos a aceptar regulaciones destinadas a garantizar el derecho de la gente a la información” (Brunner, 1994: 7).

Los medios de comunicación en nuestro país, aún están manejados con la necesidad de que exista esa equidad en el tratamiento de las diversas fuerzas partidistas, en el cual, cada fuerza partidista pueda expresar sus puntos de vista ideológicos y programáticos a través de sus dirigentes a todos los ciudadanos. Es decir, hay una mayor equidad en el tratamiento de la información política sea por la vía de una autorregulación impuesta por los propios medios o por imposiciones legales.

4. Estructuración del espacio discursivo

Se vuelve imposible que el medio de comunicación deje de manejar el tema político en su espacio editorial. Por ello se convierte casi en una obligación de que el periodista, caricaturista, editorialista e inclusive cualquier persona que aporte a la página Editorial, trate la información con profesionalismo y desarrollando una actitud más independiente con el fin de no tener problemas en plasmar sus ideas, aunque representen ideologías opuestas a los principios del medio de comunicación, incluyendo al mismo caricaturista y su aporte con la opinión gráfica.

Aquí resultaría necesario reconocer la fragilidad y la delicada función que cumplen todos quienes aporten con opiniones en esta sociedad global, cargada de desigualdades y rivalidades políticas.

La estructura empresarial de los medios plantea exigencias y pautas de funcionamiento que afectan a todos sus componentes, incluidos los comportamientos de los profesionales que trabajan o colaboran en ellos y los contenidos que difunden.

Toda actividad relacionada con la información, está sujeta a pautas de conducta y reglas no escritas con la finalidad de que los contenidos publicados no sean generadores de conflictos, no acaben sometiendo al medio a procesos legales o rectificaciones constantes con el fin de no perder la credibilidad, factores que afectan la imagen del medio.

No estamos hablando que se debe caer en el conformismo ni en la sumisión. A más del manual de estilo no existe un libro con indicaciones de lo que se debe o no hacer. Sin embargo, algunas iniciativas de la dirección y de los redactores más antiguos, sirven también de guía.

Los editores o redactores hablan con sus jefes inmediatos y así se orientan respecto a preferencias, intereses, afiliaciones del medio de comunicación. Este parámetro se generaliza en los medios de comunicación a nivel nacional.

Por otro lado la autocensura posiblemente sea el peor enemigo de la comunicación y tiene lugar cuando quienes trabajan en los medios condicionan su labor por miedo a repercusiones negativas o represalias.

El caricaturista se autocensura porque puede llegar a lesionar ciertos intereses o afectar algunas susceptibilidades que le puede acarrear consecuencias negativas. Otano

y Sunkel nos refieren así: “Pero las presiones externas existen y esto es algo normal en cualquier régimen democrático.

Las presiones se originan desde tres áreas: desde la cosa pública (política), desde el dinero (economía) y desde los valores (cultura). En cada una de estas áreas determinados agentes buscan incidir en la conformación de la agenda, colocando sus intereses, promoviendo o desincentivando temas” (Otano & Sunkel, 2003: 6).

CAPÍTULO III

EL ANÁLISIS DE DISCURSO APLICADO A LA CARICATURA

1. El análisis de discurso y la caricatura política

El propósito del análisis del discurso, es articular las estructuras del discurso de la caricatura con las estructuras de las ideologías políticas-sociales en base a las interpretaciones de los signos gráficos. Intentamos especificar qué tipo de expresiones, rasgos o significados del discurso, dan lugar a qué clase de inferencias u otros procesos mentales.

Para Van Dijk “el discurso como discurso, como estructura verbal, como sentido, como interacción, como representación o como evento comunicativo no es material, ni observable. A cada nivel el discurso es o bien una abstracción teórica, o bien una construcción mental o una construcción social” (Dijk, 2002: 7). Así, los signos gráficos por más concretos que parezcan, son estructuras a varios niveles que se irían interpretando según la intención discursiva que se mantenga y en base a su función de persuasión que ocasione ante el público.

Se puede entonces decir que “el discurso no es más o menos ‘concreto’ o ‘material’ que la cognición, la sociedad, la cultura o la historia. Tanto en el nivel local, o micro, como en el nivel global, o macro, construimos los fenómenos. Sus sentidos y funciones no se definen en sus manifestaciones físicas o biológicas, sino en sus estructuras en relación con otras estructuras (cognitivas, sociales, culturales, históricas)” (Dijk, 2002: 7).

Desde esta perspectiva, lo interesante es analizar la intención discursiva que está detrás de las caricaturas, de los signos y símbolos, rasgos, la propia estructura y convención semiótica que cumplen las líneas trazadas en la caricatura. También la función de las imágenes, sus signos y significantes para llegar de la manera más adecuada a los cuencanos y el discurso que plasma el autor en estas manifestaciones para poder analizar si es crítico o no a cerca de este acontecimiento histórico para el Ecuador como es la Consulta Popular de 2008.

Debemos considerar que algunas estructuras variables son ideológicamente más ‘sensibles’ que otras, si queremos argumentar como lo señala Van Dijk:

Por ejemplo los significados son más sensibles al marcado ideológico que las estructuras sintácticas, porque las ideologías son sistemas de creencias y las creencias característicamente tienden a ser formuladas como significados en el discurso. Las estructuras sintácticas y las figuras retóricas tales como las metáforas, las hipérbolos o los eufemismos se usan para dar o restar énfasis a los significados ideológicos, pero, como estructuras formales, ellos no tienen ningún significado ideológico (Dijk, 2005: 20).

En las caricaturas existen muchas formas discursivas de marcar ideológicamente el discurso que en ocasiones intencionadas o en otras no, se aplican al discurso y más aún al político que con los marcadores visuales de las caricaturas, resulta mucho más fácil.

Debemos tener claro que los significados no pueden ser observados directamente, sino que están sujetos a interpretaciones. Igualmente, cualquier objeto abstracto que contenga la caricatura, resultará de las construcciones mentales de los lectores y del conocimiento que tengan sobre el lenguaje visual. En el caso del caricaturista, cada rasgo gráfico será escogido en función de sus presuposiciones e implicaciones ideológicas y comunicativas.

Aunque no se definirá si los discursos tienen buenas o malas intenciones porque cada uno de ellos puede ser defendido con otros discursos, lo que vamos a hacer a través de la observación de los diferentes signos gráficos es únicamente demostrar las ideologías político-sociales que más destacan en este discurso.

En vista de que las opiniones ideológicas son usualmente discursivas, Van Dijk aclara que “no todas las estructuras del discurso son controladas ideológicamente y que ninguna estructura del discurso tiene sólo funciones ideológicas. Todo depende del contexto, definido como los modelos mentales subjetivos que representan propiedades relevantes de situaciones comunicativas” (Dijk, 2005: 34).

Las opiniones ideológicas gráficas analizadas en las seis caricaturas, están sujetas al contexto y agitación política que se vive en esos momentos.

Dentro de este contexto, debemos considerar de antemano que los caricaturistas al ser cuencanos, conocen muy bien al público al cual se dirigen y los signos gráficos estarán adecuadamente utilizados, lo que en otras circunstancias por ejemplo si nos referimos al regionalista, en la costa, las representaciones deberían reflejar otro tipo de sensibilidad ideológica.

Se puede decir que analizar el proceso discursivo de la caricatura, inclusive va más allá que describir únicamente sus signos gráficos a sabiendas que “el análisis del discurso se interesa más bien por las relaciones sistemáticas entre texto y contexto” (Dijk, 1990: 53).

Entonces lo que se pretende, es integrar gráfico y contexto en torno a la situación político-social específica que se vive en ese momento democrático. Por ello, Van Dijk dice que “ocuparse del discurso significa ocuparse de los procesos de interpretación y de la interacción social” (Dijk, 1990: 55), y una descripción de los contextos cognitivo y social, en consecuencia, es una tarea a la que no debe ser ajena el análisis del discurso.

Luis Enrique Alonso sobre este asunto se refiere a que “el análisis del discurso no puede limitarse a las características del texto en cuanto a su estructura o forma; también debe tener en cuenta su contenido simbólico y las condiciones en que se genera su producción” (Alonso & Fernández, 2006: 29), lo que nos permitirá comprender el discurso a través del contexto político- social. Es decir, ese contenido simbólico que se estudia como significantes, tienen su propio significado, marcado cada uno de ellos por el contexto político- social, donde según las interpretaciones, no siempre todos los símbolos significan lo mismo.

Vincularla interpretación del discurso es adherir la estructura (gráficos) con los significados (aspectos cognoscitivos). Por tanto, debe considerarse el estudio del discurso, al igual que señala Ferdinand de Saussure sobre el lenguaje, por sus dos lados “un lado individual y un lado social, y no puede concebirse uno sin el otro” (Saussure, 1975: 34).

Desde este enfoque, el análisis del discurso de las caricaturas de los dos medios de comunicación cuencana (Mercurio y Tiempo), estará basado en el análisis discursivo, la representación e interpretación de los signos gráficos más relevantes que, según el análisis, contengan destacadas cargas de expresión político- ideológica.

Para analizar la estructura y obtener los significados en cada uno de los seis editoriales gráficos se aplicará la ficha básica de Teun Van Dijk, empleada en el análisis de discurso pero adaptada a la Caricatura, con el fin de rescatar el léxico de los significados presentes en las imágenes de opinión tomados como ejemplos.

Es decir, lo que aplicará en las seis caricaturas es una decodificación de los diferentes hechos discursivos mediante un análisis general estructural, para ordenarlos

dentro de una lógica, considerando que la organización del discurso se ve influida por factores ideológicos- sociales, y en este caso específico, político.

Se intentará describir las estructuras de la caricatura y el discurso en el contexto sociopolítico a los que hace referencia con un determinado esquema gráfico que no solamente es válido en el habla o en el texto.

Las conversaciones cotidianas serían factibles analizarse con esquemas como lo indica Teun A. Van Dijk. “El discurso científico, como los artículos periodísticos o las conferencias, pueden también tener una forma convencional, que a menudo toma las características de un esquema argumentativo: un número de premisas seguidas de una conclusión” (Dijk, 1983: 91).

En este concepto, la caricatura también se basa en una forma convencional en la que se ve reflejado este esquema argumentativo y en la que a través del análisis discursivo se tratará de describir.

Se clasificarán los elementos en categorías imponiendo lo que cada una de las categorías tiene en común con las otras. Una vez obtenidos los datos podemos compararlos sometiéndolos a un mismo conjunto de categorías que nos permitirá interpretar los resultados obtenidos de manera relativa.

2. Ficha básica de análisis gráfico

Como se indicó, se aplicará un esquema gráfico adaptado con el fin de analizar el discurso político. Es el modelo con pautas básicas fue tomado de la Ficha de Van Dijk, originalmente aplicada en el análisis textual del discurso, pero que en esta ocasión con motivo de analizar el discurso en la caricatura, se modificó al discurso político gráfico, lo que nos permitirá rescatar el léxico de los significados presentes en las imágenes de las seis caricaturas en estudio. Las fichas con la información completa y detallada de los objetos de análisis, se describe en el Anexo, al final del presente trabajo. (Ver Anexo)

Ficha básica de análisis discursivo del Editorial Gráfico

Título:

Caso No:

OBJETO ANALÍTICO	TIPO	REGISTRO

1. ESTRUCTURA GENERAL

IMAGEN	
CONTENIDO GRÁFICO:	

2. GENERALIDADES DE LA ESTRUCTURA DISCURSIVA

PROPOSICIONES	MACROPRO- POCIONES	MACRORREGLAS

3 GENERALIDADES DE LA SUPERESTRUCTURA

CONVENCIONES SEMIOTICAS	a) <u>Símbolos cinéticos</u> b) <u>Situaciones arquetípicas</u> c) <u>Estereotipos</u> d) <u>Gestuario</u>
ELEMENTOS GRAFICOS	

ORDEN GRÁFICO	a) <u>Introducción:</u> b) <u>Desarrollo:</u> c) <u>Conclusión:</u>
ESTRATEGIAS COGNITIVAS	
ESTRATEGIAS DE ENUNCIACIÓN	

3.1. SUPERESTRUCTURA

FUNCIONES DE LAS IMÁGENES	a) <u>Cognitiva</u> b) <u>Social</u> c) <u>Ideológica</u>
---------------------------	-----------------------------------------------------------------

4. CONTEXTO

DOMINIO	
INTERACCIÓN GLOBAL	
FUNCIONALIDAD	
INTENCIÓN	
PROPÓSITO	
FECHA, TIEMPO	
LUGAR	
CIRCUNSTANCIAS	

REPRESENTACIONES SOCIALES	
---------------------------	--

5. ESTRUCTURA DISCURSIVA

DIFERENCIACIÓN SOCIAL	
DETALLE Y NIVEL DE DESCRIPCIÓN	
PRODUCCIÓN DISCURSIVA	

Autor: Nancy Negrete M. (Adaptación de la Ficha para análisis de discurso de Teun A. Van Dijk)

En vista de la variedad de información que arrojan los resultados aplicados con este esquema gráfico básico, nos centraremos en analizar los detalles que nos permiten encaminarnos a nuestro objeto de estudio, que es el discurso político-social que conllevan las caricaturas en contextos democráticos como el de la aprobación de la Carta Magna de 2008. Sin embargo sus resultados de manera completa como se observan en los Anexos, pueden servir como pautas para futuros estudios.

Aplicando la Ficha de Análisis de Gráfico en las seis caricaturas, resaltamos a continuación los parámetros conceptuales más importantes de manera muy resumida, para luego dar paso a un cuadro de léxico de significados encontrados en las caricaturas estudiadas, que reflejen el ámbito local al cual se ven representadas.

CAPÍTULO IV

LOS CASOS DE ESTUDIO

1. Generalidades de la estructura discursiva

La característica principal es que todos los editoriales gráficos son políticos debido al auge democrático que vivía el Ecuador, lo cual desencadenaría algunas consecuencias de todo orden. Por tanto, las caricaturas implican presuposición que ya el hecho de la elección de la Carta Magna es un acontecimiento que todo el Ecuador conoce y está pendiente de su desenlace.

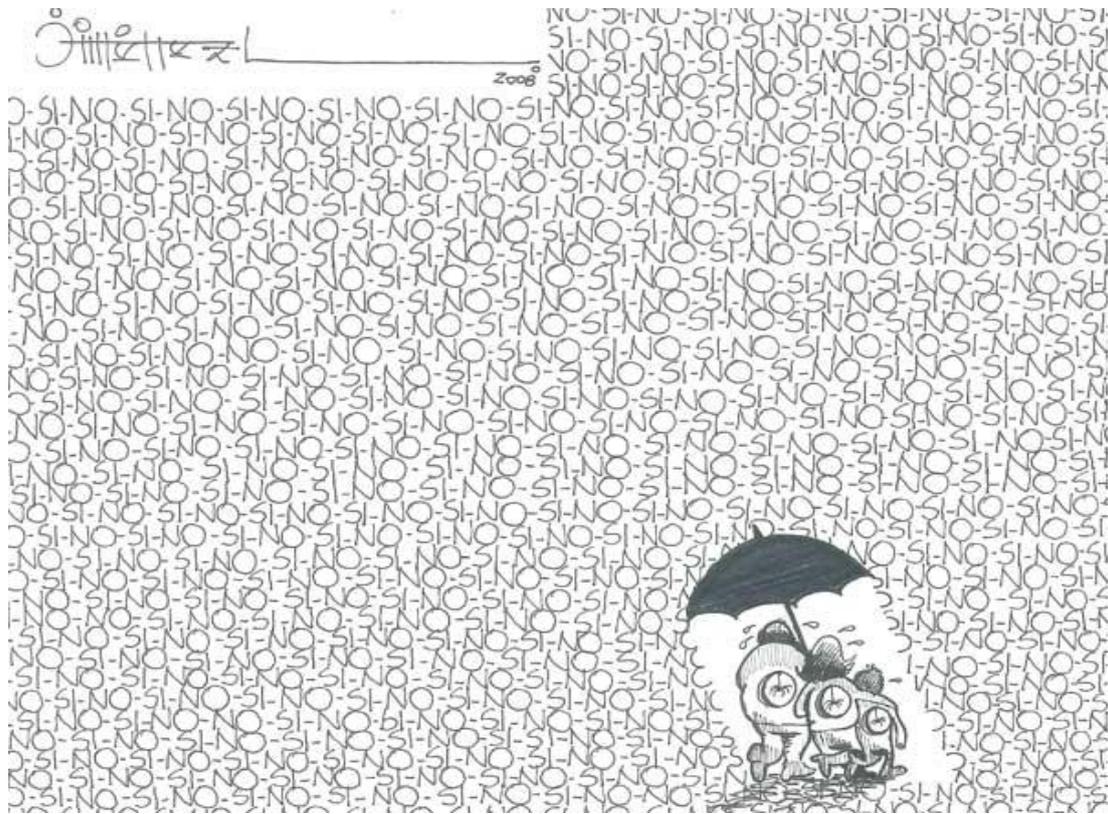
Se debe resaltar también que todos los editoriales gráficos se ubican en uno de los puntos neurálgicos del periódico: la sección Editorial, lo que parece validado por el propio medio; es decir, podemos considerar que cada caricatura es una opinión aprobada y respaldada por el medio de comunicación. De alguna manera hace que la caricatura sea parte del pensar del periódico el que también toma una posición ante la aprobación del referéndum previo a la nueva Carta Magna.

El número de gráficos analizados oscilan de uno a cuatro dibujos por caricatura, con una dimensión que se los hace fáciles de ser identificados por los lectores. Adicionalmente ninguna contiene representaciones visuales fuertes.

La rúbrica del caricaturista en los diarios: “Rafa” en diario El Mercurio; “D. Jiménez” y “Vinj”, en diario El Tiempo; constituyen la firma de responsabilidad de este gráfico de opinión por parte de sus colaboradores. Esto libra hasta cierto punto, de responsabilidad al medio de comunicación para eventuales problemas legales. Por el lado del caricaturista, la firma le identifica, le da representación y personalidad a cada uno de sus trabajos.

Los caricaturistas grafican el cumplimiento del sufragio como un acontecimiento que está influenciado por una elección presionada a favor ó en contra del voto. Uno de ellos muy decidor es la “lluvia” de propaganda que cae sobre los lectores. La familia (pueblo) se “protege” de esta lluvia de información. Sin embargo camina, sin rumbo, hacia la incertidumbre de los resultados.

Figura 3



“Un mar de dudas”, Jiménez, El Tiempo (2008)

También está el dibujo de la “conciencia” que grafica lo bueno y lo malo, a favor o en contra, lo positivo y lo negativo de dicha situación electoral y un tercer gráfico es el “Menú Democrático”. Estos ejemplos sugieren dudas e incertidumbre, apreciación característica de la elección que es plasmada en los dibujos de los caricaturistas de los medios locales cuencanos. Es decir, se percibe que la decisión a la hora de sufragar se da dentro de un marco de dudas, tensión, presión y no como una “democracia” en todo el sentido de la palabra.

En un referéndum donde aparentemente debe primar la democracia, las caricaturas demuestran que existe una fuerte pugna por parte de los dos bandos: a favor y en contra, donde los mayores opositores del gobierno de Rafael Correa son: el alcalde de Guayaquil Jaime Nebot y el ex presidente de la República, Lucio Gutiérrez; quienes hacían una rotunda campaña a favor del “No” en contra de la aprobación de la nueva Carta Magna, abanderada a más de la simpatía o empatía por el Gobierno, incluso en el regionalismo. Estos criterios, a decir de los caricaturistas, conllevaban dudas por parte

de los lectores quienes se sentían presionados por estos dos bandos de intereses políticos.

Para marcar los extremismos y radicales posiciones en torno al tema, en una de las caricaturas “Hora de decidir” se colocan estereotipos de lados opuestos como el bien y el mal, según lo identificaría la Iglesia Católica: el ángel (Jaime Nebot) y el diablo (Rafael Correa). Resaltemos también que a pesar de todos los avatares ideológicos, no se ha perdido la consistencia de la personalidad religiosa católica en la ciudad de Cuenca, hecho del cual el caricaturista lo tiene muy presente.

Sin embargo esta caricatura en especial (“Hora de Decidir”) se presta también a otras interpretaciones. Se asocia con dos clases económico-social extremas: los adinerados (pelucones/ ángeles/ divinidad) y los pobres (necesitados/ diablos/ desgraciados).

Figura 4



“Hora de decidir”, Carrasco, El Mercurio (2008).

Estos dos personajes específicamente pudieron haber sido pensados de tal manera que la gente direcciona su voto a un lado u otro. Ahora, si miráramos desde la otra perspectiva y conociendo ya los resultados que favorecieron al Sí, nos enfocamos

solamente en estos dos personajes y podríamos interpretarlos a la inversa, como una intención creada con un propósito irónico por el autor: Rafael Correa sería entonces el “ángel” y su decisión dada por la mayoría de pobladores fuera la más acertada, positiva y Jaime Nebot como “diablo”, un grupo pequeño de “diablos pelucones”, adinerados que llevarían a una decisión de voto negativo.

El contexto en sí no cambiaría si hablamos de su “forma” pero sí varía mucho en su “fondo”, si pensamos que estos personajes están tan arraigados en la mente de las personas y en la gráfica simbolizan el bien y el mal. A simple vista, ¿acaso se vio aquí una posición radical por parte del caricaturista en contra del Gobierno?, ó simplemente es cuestión de interpretación.

Por otro lado, el eje de la caricatura política es el sufragio donde el pueblo es el protagonista. Vale resaltar que el acto es graficado también como inclusión familiar, donde participan todos sus miembros, ya sea con presencia física, aunque no sea con el voto. Se podría considerar que el acto democrático en Ecuador se ha convertido en algo familiar donde los hijos ven al sufragio como ejemplo de obligación o derecho a seguir, aunque no lo entiendan completamente.

Pero se debe aclarar que más que derecho el voto se ha convertido más bien en una obligación ya que las sanciones legales, económicas y laborales que existen en caso de no cumplir con el sufragio, pueden llevar incluso a perder los derechos ciudadanos. Desde allí se debe cuestionar nuevamente la verdadera democracia, pues de ser así el sufragio no fuera obligado sino voluntario.

En las caricaturas está presente esa supuesta “igualdad de oportunidades” ante estas dos opciones: a favor y en contra del sufragio. Lo que no se canaliza es lo que mostraron los medios de comunicación y a su vez la publicidad, donde la campaña a favor del “Sí” por parte del Gobierno era innegablemente mayor. Posteriormente con el triunfo del “Sí” se habló de que prima la democracia en el Ecuador a su vez que se cumplen con los derechos ciudadanos.

La democracia en Ecuador no es ciento por ciento pura ya que como se muestran en los diferentes gráficos, se matiza con la presión en la elección: a favor o en contra. Juegan otros factores que se pueden interpretar a través de los símbolos impregnados en las caricaturas como: temor, dudas, presión e inseguridad que van paralelos al cumplimiento y ejercicio de los derechos.

Lo que aparentemente se pretende proyectar en las caricaturas es que aún en los últimos días de las elecciones, no se conocía a ciencia cierta la preferencia del público a favor de Sí o del No, incluso en el mismo día de las elecciones. Esta estrategia fue muy bien utilizada por los caricaturistas en la mayoría de sus gráficos, con el fin de mantenerse al margen de hacer promoción a favor de uno u otro bando y no presentar así ninguna posición política, amparados en el manto de la imparcialidad.

2. Generalidades de la superestructura discursiva

Para representar las caricaturas en una situación política como son las elecciones, los caricaturistas utilizan en gran parte los símbolos cinéticos, situaciones arquetípicas, estereotipos y el gestuario. Estos parámetros de símbolos y situaciones, son basados en un estudio que hacen Román Gubern y Luis Gasca en su libro “El discurso del cómic” con cientos de caricaturas, donde dan a conocer los diferentes rasgos dentro del gráfico que son utilizados como convenciones internacionales para entender de mejor manera los comics.

Dentro del objeto de nuestro estudio, cabe resaltar que el “parloteo excesivo” como lo define Román Gubern (Gubern & Gasca, El discurso del comic, 1991: 438), es uno de los símbolos cinéticos más visibles en dos de las seis caricaturas analizadas.

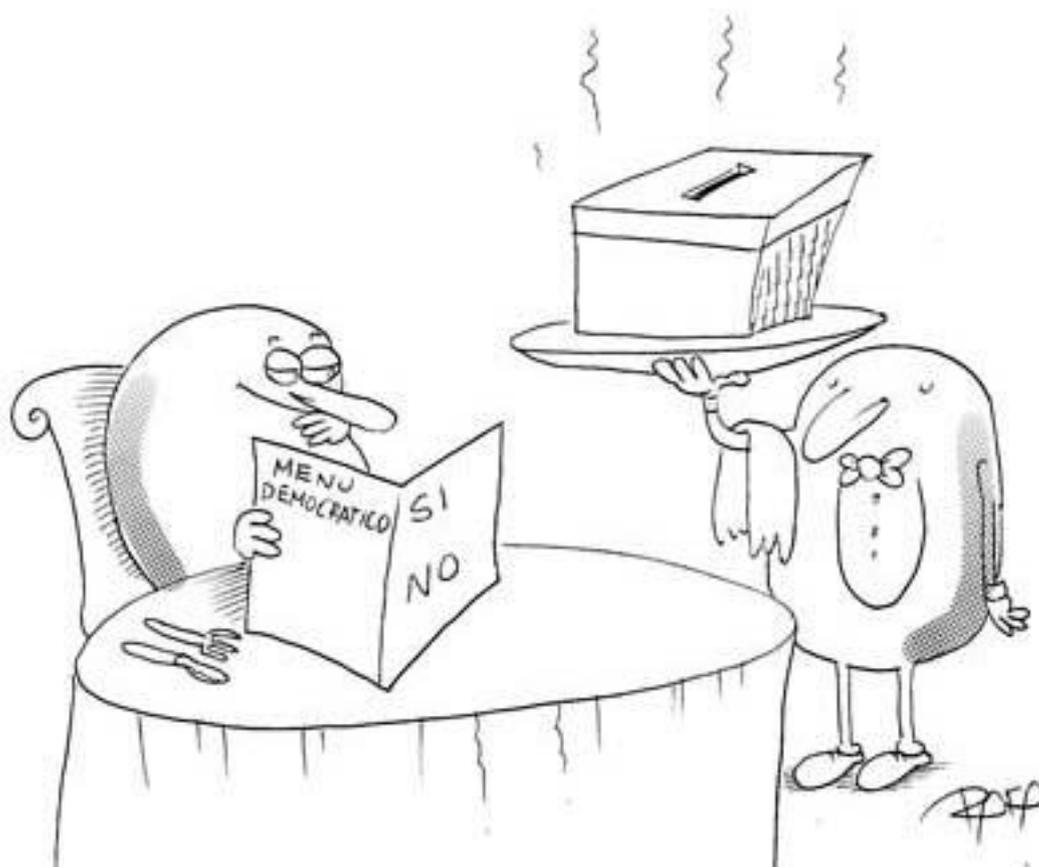
En cambio en las situaciones arquetípicas la más común es la “transpiración” ya que se repite en cuatro de las seis caricaturas. A decir de Gubern, las gotas de sudor son “provocadas por el calor, por la angustia o por el miedo (...)” (Gubern & Gasca, 1991: 174).

En estos casos analizados, la representación de la transpiración se daría por esa intensidad emocional de la “angustia” ó “miedo”: por no saber a ciencia cierta el futuro que nos depara con estas decisiones; por no conocer si se respetará o no la decisión del pueblo, si se cumplirá o no con su voluntad. Miedo, por tomar una decisión equivocada que marcaría el destino del país; por la incertidumbre ante la lluvia de información a favor y en contra de la nueva Carta Magna en la cual los medios de comunicación y la publicidad política tuvieron una enorme influencia.

En el gestuario en cambio, la pesadumbre, expresiones de hipocresía, asombro, la reflexión o como lo llama Román Gubern “el gesto dubitativo” (Gubern & Gasca, 1991: 130); son los más recurrentes.

Podemos contextualizarlo ante la mirada del caricaturista como un hecho ante el cual el pueblo no tiene otra opción que elegir. En la caricatura, elector no puede decidir de manera tranquila su voto porque está presionado por los grupos de campañas a favor y en contra. Sin embargo irónicamente, se grafica al Gobierno con una actitud de servicio al pueblo (mesero), donde esperará pacientemente la decisión de su comensal para decidirse, como nos muestra la caricatura “A decidir el futuro”, lo que aplicada a la realidad no es del todo verdadera. El pueblo debe sufragar dentro de un lapso de tiempo impuesto por el Gobierno, tenga o no tomada su decisión.

Figura 5



“A decidir el futuro”, Carrasco, El Mercurio (2008)

Otra de las representaciones como se ejemplifica en esta misma caricatura es el “poder” que tiene el pueblo a través del voto. Los grupos políticos pretenden manipularlo y sacar beneficio según sus intereses. Requieren del pueblo para ganar o no las elecciones, es decir una dependencia política del pueblo en el referéndum para

obtener poder. Por tanto este poder sería temporal, utilizado, manoseado, aprovechado en esta ocasión y por qué no decirlo, en muchas ocasiones más en las que el destino del país está en las manos del pueblo. Podríamos interpretar las intenciones del Gobierno como “servir al pueblo” ó “servirse del pueblo”.

Dentro de este mismo aspecto de las representaciones, la terminología de dominio político que se encuentran son: decidir, democrático, referéndum, nueva Constitución, poder, respeto. Los valores sostenidos en cambio: democracia, derecho, elección, responsabilidad, referéndum, triunfo, respeto, cumplimiento.

Puesto que hay discrepancias al momento de decidir el Referéndum, se crea nerviosismo e inseguridad en los lectores. La supuesta “libertad de elección” o “democracia” no se cumple porque el pueblo tiene presión política de los bandos interesados. Se vuelve evidente la pugna por el poder.

Hay incertidumbre, duda porque el pueblo puede considerar a esta elección como una burla más, pérdida de recursos y de tiempo.

La mayoría de los sufragios no han logrado obtener ninguna respuesta positiva de hecho, tanto de los gobiernos de turno como de los mismos ciudadanos que la incumplimos cada vez que podemos.

Es por ello que incluso luego de verse plasmado el favoritismo por el “Sí”, queda flotando la pregunta de todos los ecuatorianos ¿Ahora la pregunta es si la respetaremos o no (...)!?, como reza la caricatura “La incógnita”. El irrespeto a las leyes se ha convertido en algo tan común que la incertidumbre y duda se hizo presente también en este nuevo desafío.

La duda a que se respete la Carta Magna es evidente. El Mandatario debe manejar bien su poder para lograr que se respete la decisión popular, ese manifiesto de voluntad popular que fue mayoritariamente también a favor de un cambio.

Una de las lecciones que hemos aprendido de los referéndums, es que pueden convertirse en simples batallas ó pulseadas electorales entre gobierno y oposición para medir popularidad, en lugar de discutir seriamente las ventajas y desventajas de la propuesta que será sometida al escrutinio del pueblo.

Por otro lado y refiriéndonos nuevamente a esta misma caricatura (“La incógnita”), se hace referencia a la Banda Presidencial. Muy acertadamente el caricaturista reescribe la frase colocando “Mi poder en la NUEVA (...)”, texto cortado

por el mismo diseño del dibujo. Con ello quiere comprometer públicamente al Gobierno, asumir este cambio.

Figura 6



“La incógnita”, Jiménez, El Tiempo (2008)

Recordemos que originalmente la Banda Presidencial reza: “Mi poder en la Constitución”, la frase textual es muy decidora con bastante significado político.

La frase se adopta por primera vez con un decreto indirecto en el “Escudo de Armas del Estado” en el año de 1833 y que fue utilizado sobre una moneda: “El escudo consistía en un Sol figurado llenando el fondo del plano y dos cerros que unían su base, cada uno de los cuales iba coronado de un águila. En la circunferencia se escribía el lema: Mi poder en la Constitución. Esta descripción consta en Decreto del 12 de enero de 1833” (Estrada, 2007: 96).

Figura 7: Representación del Escudo de Armas del Estado



Una vez conocidos los resultados, se ratificó también el triunfo que tiene el Mandatario ante sus opositores políticos. El Gobierno, tras conocer los resultados de las elecciones, se representa con una sonrisa para demostrar la felicidad ante el triunfo en las urnas, lo que se relaciona con la lección de aceptación popular que pretende dar a la oposición. En consecuencia se reformaría la Constitución del Ecuador, uno de los principales planteamientos de campaña del presidente Rafael Correa.

A decir de las caricaturas, el Gobierno se muestra con una felicidad que le caracteriza y una gran sorpresa para los opositores políticos, como lo grafica la caricatura “El Susto”. Los resultados de las contiendas dieron el triunfo al “Sí” con una mayoría del pueblo ecuatoriano que aprobó la Constitución con un 63,93 % frente a un 36,07 % por el No, incluidos votos nulos y blancos, según los resultados oficiales emitidos por la página web del Tribunal Supremo Electoral (TSE, 2009) luego de las elecciones.

Figura 8



“El Susto”, Carrasco, El Mercurio (2008)

La pregunta de la Consulta Popular en la que el pueblo ecuatoriano aprobó convocar una Asamblea Constituyente, y en la que se comprometía un referéndum aprobatorio de la Constitución producida, obligaba a que la Constitución sea aprobada por el 50% más uno de los votos totales, no sólo de los votos válidos (sin incluir nulos y blancos) como ha sido tradicional.

Cabe resaltar la diferencia que se dio en la ciudad de Guayaquil, donde su rival político Jaime Nebot hizo campaña a favor del “No”, triunfando con un 42% en contra del “Sí” que sumó el 34% de los votos, según los resultados de la página web del Tribunal Supremo Electoral (TSE, 2009). Por tanto podríamos decir que aunque con un margen de una diferencia mínima, se dio un “triumfo de imagen política” para el alcalde Jaime Nebot, en la ciudad de Guayaquil.

Al parecer los verdaderos contrincantes a pesar de ser dos personajes políticos que representarían gráficamente una mayoría por tratarse de líderes regionalistas (Jaime Nebot y Lucio Gutiérrez), según los caricaturistas, no fueron verdaderos contendientes

ante un Gobierno que contó con la aceptación mayoritaria del pueblo que aceptó y aprobó sus propuestas políticas.

Por lo demás, Rafael Correa a nivel general se llevó la gloria ampliamente, ratificándose así el triunfo que tiene el Mandatario ante sus opositores políticos a nivel nacional por un lado y reafirmando y afianzando con ello su aceptación popular, por otro, efectos que se plasman muy bien en las caricaturas.

3. Resultados comparativos de la caricatura política

En estas páginas se irán articulando los resultados de la estructura del discurso de la caricatura con las estructuras de las ideologías políticas-sociales en base a las interpretaciones de los signos gráficos.

Por ello, entendido el discurso como una “construcción social” así como lo define Van Dijk, los significados de las interpretaciones de las caricaturas se sujetan entonces a diversas estructuras como las cognitivas, sociales, culturales, históricas y otras; impregnadas en el público cuencano y en su contexto.

De allí que la carga de intención discursiva cumple diferentes funciones según cada lector, de acuerdo también a sus construcciones mentales y al nivel de profundidad estructural que mantenga por su formación (educación); y, por ende, no siempre todos los símbolos significarán lo mismo para uno y para otro.

Obviamente como todo ser humano con sentimientos, los caricaturistas no pueden ser totalmente imparciales. Hemos analizado que por ejemplo en una de las caricaturas “Hora de Decidir”, el caricaturista lanza a flote y pretende llegar a la sensibilidad de los lectores, presentando de manera radical en este ejemplo, personajes que para él simbolizan los lados opuestos entre el bien (ángel) y el mal (diablo).

La caricatura como instrumento de crítica de opinión se cumple, pero los favoritismos inclinados a uno u otro lado, a favor o en contra del Gobierno, están presentes en los gráficos y de manera muy intencionada que es lo que detallamos con los resultados del análisis.

4. Análisis del léxico de significados

En las caricaturas analizadas, está presente la tematización, sin dejar de lado también la caracterización, entendida Iván Rodrigo Mendizábal como la “forma para develar, para evocar o para expresar las ideas. Se saca partido de las poses, de los significados sociales que tienen quienes participan en la política o en la vida social” (Rodrigo, 2006: 33); y la simbolización, entendido por este mismo autor como “un ente comparado con otra cosa; un objeto nos hace pensar otra cosa de él; su convención se quiebra por otra convención creada” (Rodrigo, 2006: 38).

Aunque se puede alegar que las estructuras del discurso están muy controladas por las representaciones personales y sociales, muchas de las presuposiciones implícitas en la argumentación del caricaturista, se derivan de un conocimiento general del público que está fundado ideológicamente o que proviene de modelos de sucesos mentales personales, también de base ideológica.

En este sentido el conocimiento del autor de la caricatura y del contexto cotidiano aplicado en el gráfico, influye en la selección del tema, en la selección de sus signos, significados, frases y en general otros detalles; los que intervendrán en la estructura misma del argumento.

En la caricatura política entendida como una “abstracción teórica” o “construcción mental” como lo afirma Van Dijk, el caricaturista plasma en cada gráfico su propia percepción de las cosas, su punto de vista de acuerdo a sus conocimientos intelectuales, su inclinación política, la línea ideológica del medio de comunicación para el cual trabaja, la influencia del entorno donde se desarrolla y presenta al final esa propia construcción social que la transmite a los lectores de ese medio de comunicación a través de un significante y un significado.

Por estas razones, entre otras por supuesto que pueden tener su contraparte, las figuras retóricas de los medios de comunicación ejercen una función persuasiva pues se intenta que se haga más eficaz el mensaje. El mismo Van Dijk acota que “(...) usando configuraciones estructurales específicas en los niveles respectivos del texto, puede llamar la atención hacia un concepto específico” (Dijk, 1983: 96).

El análisis del discurso gráfico como “estructura” puede entonces analizarse desde la semántica (significado, referencia e interpretación). Por tanto, estructuralmente, un signo está constituido por la unión de un significante (o forma) y de un significado (o

concepto), si hablamos bajo la concepción de Saussure. Esta es una de las grandes ventajas analíticas de la imagen: que podemos distinguir entre el significante y el significado.

La caricatura en la sintaxis puede seguir un ritmo complejo pues su significado y su significante se presenta de modo instantáneo a través de los gestos, por ejemplo. Pues bien, dentro de este proceso de conceptos de significación que se observan dentro de las caricaturas estudiadas, existen marcadas cargas de expresión ideológica que forman parte de un léxico de los significados y que están presentes en las seis caricaturas de opinión tomadas como ejemplos como lo anotamos en el siguiente cuadro a continuación, dejando claro que se trata de una muestra del estado más elemental de ese léxico de significados:

Significados	Significantes
Arañas al interior del estómago	hambruna
humo, fuego, diablo / aureola, ángel	malo/ bueno
no parar de expresarse	parloteo excesivo, charlatanería
personaje con peluca, adinerada	Pelucones *
corbatín, frac, mantel, al servicio de los demás	Mesero
sorpresa e incertidumbre	signo de interrogación
personaje mítico de nariz larga con facilidad para mentir	Pinocho *

Haciendo un paréntesis en este punto, nos referimos a “pelucones”* como aquellos que usan peluca, término que fue adaptado por el presidente Rafael Correa para referirse a las personas adineradas de gran poder económico, una minoría en el país (representada en la caricatura por Jaime Nebot).

La peluca es una “tradición inventada” (Anecdotario Jurídico, 2002: 9). El autor Eric Hobsbawm afirma que usar peluca “es un conjunto de prácticas normalmente regidas por reglas aceptadas en forma explícita o implícita y de naturaleza ritual o

simbólica, que tienen por objeto inculcar determinados calores y normas de conducta a través de su reiteración, lo que automáticamente implica la continuidad con el pasado” (Hobsbawn, 1992: 97). Se invoca en las caricaturas nuevamente este elemento en el mundo moderno, dándole una significación actual propia, muy diferente de la original.

Cabe recalcar por cierto que “las pelucas, que están hechas de crin de caballo y duran toda la vida, proporcionan un útil disfraz y un cierto grado de anonimato, muy útiles en algunas circunstancias. Según Christopher Allan, cuya compañía Ede & Ravenscroft ha venido fabricando pelucas desde 1689, a partir de 1760 los únicos que han usado pelucas han sido los obispos, los jueces y los abogados” (Anecdotario Jurídico, 2002: 28).

Otro aspecto característico que trae a colación el caricaturista es la presencia de un personaje de cuentos populares “Pinocho”*, utilizado en este caso en uno de los opositores políticos del Gobierno de Rafael Correa, el ex presidente Lucio Gutiérrez, cuya representación con nariz larga ha sido ya dibujada muchas veces en caricaturas anteriores a nivel nacional y local para identificar a este personaje político.

Curiosamente Lucio Gutiérrez un año más tarde, a inicios del mes de diciembre de 2009, se “operó de su nariz para corregir una fallitas”. A decir de Gutiérrez “la desviación se la ganó por su afición al paracaidismo” (Hoy, 2009).

A modo de recapitulación podemos decir que la caricatura está cumpliendo con su función de comunicación de masas a pesar de que la civilización está basada en la escritura.

La caricatura es parte de un acto social de comunicación masiva, se convierte en una comunicación de signos al momento del intercambio de imágenes, de valores y tiene mucho más valor porque la imagen puede ser vista por la misma o varias personas, una y otra vez, provocando comentarios, insinuaciones y opiniones de cualquier tipo, aunque como dijimos, depende de los niveles de cultura visual previamente establecido por los lectores; es decir, lo que puede ser obvio para un observador, muchas veces resulta invisible para otro.

Con esto queremos insistir en que la caricatura y sus interpretaciones son subjetivas, en tanto que está fuertemente atravesada por las expectativas de quien la mira y éstas varían de un lector a otro.

Reforzando esta idea, anotamos a Barthes, quien dice que “sabemos que la sociología de la comunicación de masas considera actualmente, según sus últimos trabajos, que la información visual rara vez modifica, sino que confirma sobre todo creencias, disposiciones, sentimientos e ideologías que ya están dados por la situación social, económica o cultural del público analizado” (Barthes, 2001: 53).

Debemos tomar en cuenta que los sistemas de símbolos, íconos y todo aquel grafo que denote e indique algo, está relacionado directamente con la semiótica y por ende, intrínsecamente ligada con nuestra vida cotidiana. Pero es en la comunicación donde se emplean los signos y son ellos con los que convivimos diariamente y los que nos son transmitidos constantemente a través de los medios de comunicación.

La política como toda forma de actividad social está expuesta a ser analizada semióticamente y eso no excluye a la caricatura. Las caricaturas, por su misma naturaleza de imagen, se enfocan más en la forma que en el contenido y el concepto; pues no pueden explayarse en explicaciones de fondo del por qué sufragar a favor o en contra.

En vista de que nos encontramos totalmente inmersos en una comunicación de signos y símbolos, es necesario reflexionar si estamos preparados ante ellos con una cultura crítica y constructiva, con el fin de tratar de decodificar aunque sea en parte, el mensaje que realmente se nos quiere transmitir o confirmar pero sin dejarnos disuadir, para elegir, ratificarla o aplicarla oportunamente en nuestra vida diaria.

5. Caricatura y comunicación como acto político

Está claramente definido que las caricaturas se enmarcan dentro del ámbito político que es parte del contexto que viven los ecuatorianos y público que le interesa al caricaturista.

La terminología de dominio político utilizada en los gráficos de opinión se enmarca en las siguientes palabras: decidir, democrático, referéndum, nueva Constitución, poder, respeto; y los valores morales que se resalta tras de ello: democracia, derecho, elección, responsabilidad, referéndum, triunfo, respeto, cumplimiento. Todas estas palabras son una muestra más que el editorial gráfico está cumpliendo con su papel de transmisor político y puente de las ideologías políticas entre el medio de comunicación y los lectores.

Pero es importante que se haga hincapié en la situación política que vive el Ecuador en ese momento y por qué de la trascendencia de esta Consulta Popular que reformará la Constitución.

El hilo conductor del referéndum, debe girar aparentemente, en torno a llevar a cabo una profunda reforma política, con la intención de reforzar el gobierno, las instituciones, reconciliar a los ciudadanos con sus representantes y consolidar a su vez una democracia representativa.

Sin embargo cabe resaltar que hasta hace poco, han fracasado los intentos de reforma llevados a cabo en el último decenio (tres consultas populares entre 1994 y 1998, y una Asamblea Constituyente (1997-1998), generadora de una nueva Constitución en 1998).

Históricamente Ecuador ha sido uno de los primeros y pocos países en incluir el plebiscito en su Constitución de 1869, conocida como la 'Carta Negra', y es a su vez el país en que más consultas se han realizado en el período. “Desde 1979, se han registrado ocho convocatorias en el nivel nacional. En la mayoría de los casos fueron convocadas 'desde arriba', por el presidente (1986, 1994, 1995, 1997, 2006, 2007) mientras la última fue convocada por el Tribunal Supremo Electoral para ratificar la Constitución de 2008 (de acuerdo al procedimiento establecido en el reglamento de funcionamiento de la asamblea constituyente)” (López, 2009: 142)

En movilizaciones o campañas políticas de cualquier índole, se resalta la profunda división regional que marca la vida política ecuatoriana, que enfrenta a la Costa representada por Guayaquil y la Sierra representada por la ciudad capital, Quito.

En esta ocasión como una de las caricaturas lo demuestra, Guayaquil liderada y representada por Jaime Nebot, cuya rivalidad está presente en cada oportunidad para retomar el control (cuyos partidos opositores han perdido espacio), marca una oposición al centralismo de la capital y una demanda de seguridad ciudadana.

Desde el Municipio de Guayaquil, Jaime Nebot, intentando restar fuerza a la oposición, planteaba su figura como representación de un modelo de desarrollo descentralizado y próspero, mientras que calificaba a la postura del Gobierno de centralista y atrasada.

Por su parte Lucio Gutiérrez, figura política que representa virtualmente a la Sierra ecuatoriana, perdió su poder tras la llamada “rebelión de los forajidos”,

calificativo otorgado a los acontecimientos que condujeron a la salida del ex presidente de la República Lucio Gutiérrez, el 20 de abril de 2005, tras dos años de iniciado su Mandato.

Recordemos que “forajidos” es un término despectivo utilizado por el propio Lucio Gutiérrez en contra de los manifestantes, cuyo uso se revirtió al ser apropiado por los “rebeldes”. “Gutiérrez fue el protagonista central de varios acontecimientos políticos, en particular en 1997 y 2000, al participar activamente en la salida de Abdalá Bucaram y de Jamil Mahuad, llegando brevemente a la cúspide del poder el 21 de enero de 2000” (López, 2009: 143).

Así que Rafael Correa al utilizar el referéndum, accede al poder por fuera del esquema de partidos políticos tradicionales, lo que acarrea la apatía de sus declarados opositores políticos, apostándole a una democracia participativa, en relación directa con la ciudadanía.

Mencionamos a estos personajes políticos y su actuación dentro del contexto político del referéndum electoral de 2008, en vista a la especial atención que ponen los caricaturistas dentro de su trabajo.

Ya posteriormente y cumpliendo con sus propuestas electorales, Rafael Correa llamó a un referéndum para que la ciudadanía apruebe o rechace la convocatoria a una Asamblea Constituyente con plenos poderes para cambiar el marco institucional del Estado y elaborar una nueva Constitución. Adrián López dice que “a menudo, el recurso al referéndum es una estrategia para superar el conflicto entre el gobierno y la oposición apelando a la ciudadanía. (...) El mecanismo del referéndum fue utilizado como recurso para superar el esquema institucional y ampliar el poder del Presidente” (López, 2009: 149).

Como resultado, Rafael Correa obtuvo un Sí mayoritario a nivel nacional, sin embargo no podemos dejar de mencionar que tanto la Amazonía como Guayaquil se erigieron en bastiones de resistencia al proyecto de Alianza País (partido del Gobierno) y en trincheras para articular la oposición tanto de los hermanos Gilmar y Lucio Gutiérrez como de Jaime Nebot.

A propósito de la contextualización política, veo oportuno citar las seis victorias electorales de Rafael Correa desde que asumió el Mandato Presidencia en 2007, reseña que presenta la Agencia Francesa de Prensa (AFP) en diario El Mercurio:

2006: Correa fue elegido para el período 2007-2011 con el 56,7% de los votos, en el balotaje que disputó con el derechista Alvaro Noboa.

2007: Los ecuatorianos participaron en una consulta popular convocada por Correa para instalar una Asamblea Constituyente con plenos poderes que redactó una nueva Carta Magna, proyecto aprobado con 82% de los votos. El oficialismo obtuvo la mayoría absoluta (80 de los 130 escaños) en la elección de constituyentes, que con 94 votos aprobó la Carta Magna en julio de 2008.

2008: La nueva Constitución de corte socialista, impulsada por Correa, fue aprobada en referendo con un 64% de los sufragios, quedando habilitado el mandatario para presentarse en comicios adelantados y postular a la reelección en 2013.

2009: Rafael Correa extendió su mandato hasta 2013 al vencer en las elecciones anticipadas en una inédita primera vuelta, con 52% de los votos contra 28% del ex gobernante Lucio Gutiérrez. El oficialismo arrasó con sus candidatos en las elecciones de parlamentarios andinos y delegados de juntas rurales.

2011: Rafael Correa ganó el referendo que convocó para reformar la justicia y regular a la prensa, que incluyó en un pliego de diez preguntas en nueve de las cuales consiguió niveles de apoyo de entre 44,9% y 50,4% (El Mercurio, 2011).

El análisis del discurso es un campo de estudio relativamente nuevo e interdisciplinario que nace a fines de los años sesenta e inicio de los setenta y está en prácticamente todas las disciplinas de las humanidades y las ciencias sociales.

Van Dijk asegura que “es para los años sesenta donde se define a la nueva retórica y se destaca su rol en el desarrollo del análisis estructural del discurso, habiéndose centrado la retórica en la persuasión, no obstante, no sólo el estilo del lenguaje sino también en las estructuras argumentativas fueron estudiadas en estos desarrollos contemporáneos de la retórica” (Dijk, 1990: 36).

Con el análisis estructural “se transforma el texto en un sistema lógico de relaciones. Esa lógica será la que otorgue el sentido al relato” (Alonso & Fernández, 2006: 29).

Podemos apreciar entonces, que es posible recurrir a diversas estrategias y estructuras discursivas para expresar y a su vez analizar tanto creencias ideológicas como las opiniones personales, políticas y sociales que de ellas se derivan.

Por ende, las figuras retóricas de los medios de comunicación ejercen una función persuasiva, pues se intenta que se haga más eficaz el mensaje y hemos visto que dentro de este proceso de conceptos de significación analizados en las seis caricaturas

editoriales, existen marcadas cargas de expresión ideológica y características sociales que forman parte de un léxico con significados propios, del cual los ecuatorianos y por tanto los cuencanos se sienten identificados.

Representaciones ideológicas como Pinocho, pelucones, charlatanería, identifican adecuadamente a la población de cualquier clase social, económica, política o ideológica. De igual manera podemos decir de los signos utilizados como el diablo y el ángel, las fiestas con serpentina, la banda presidencial; entre otros elementos que dentro de su connotación se complementan para que la comprensión por el mensaje discursivo, sea mucho más adecuada y bien dirigida.

Aquí juega un papel muy importante el gestuario, pues los rostros de los gráficos pueden connotar muchas emociones: admiración, estima, veneración, éxtasis, desprecio, horror, espanto, amor simple, deseo, esperanza, miedo, celos, odio, tristeza, dolor corporal, alegría, risa, llanto, cólera, desesperación extrema y rabia; como lo hemos visto representado en las caricaturas analizadas.

Román Gubern al analizar los rostros dice que “el rostro humano es el lugar a la vez más íntimo y más exterior de un sujeto, el que traduce más directamente y de modo más complejo su interioridad psicológica y también el que padece más coerciones públicas (...). El rostro es, a la vez, la sede de la revelación y de la simulación, de la indiscreción y de la ocultación, de la espontaneidad y del engaño. No otra cosa expresa la famosa nariz que se alarga de Pinocho, pues manifiesta el temor universal de que al mentir el rostro nos delate” (Gubern, 2001: 40).

En sus trazos, la caricatura refleja lo que el caricaturista desearía que fuese así, plasma algo que representa a la masa y que puede repetirse una y otra vez existencialmente.

El caricaturista representa a través del gráfico lo que el público y él mismo desearían que se dé realmente, cómo se siente, cómo quisiera ver involucrados o enfrentados a los personajes, pero de manera irónica, aunque existan posibilidades casi nulas de que esto ocurra en la realidad. Significa algo diferente a lo que puede mostrar la realidad.

Lo que no sabremos es qué efectos pudo tener en la conciencia, tras esta liberación espontánea, autorizada o no por el lector, tolerada o rechazada. En este punto específico, el receptor restringe su posición enunciativa, al no poder emitir una opinión

sobre los hechos ya que el mensaje viene de un solo canal: el emisor, añadiendo por tanto que no existe esa interacción discursiva. La crítica que emita el caricaturista será unilateral, sin dar oportunidad de respuesta por parte del receptor, pero eso sería tema de otro estudio.

Entonces, la caricatura política vendría a ser algo así como una terapia social por la que quienes se sienten identificados, puede asentir la situación por la que atraviesan. Por otro lado, sin estar conscientes de aquello, la caricatura cumple una función unificadora e integradora de criterios de este sector o del opuesto a estas representaciones gráficas.

Van identificándose claramente las figuras antropológicas del pueblo, el político bueno o el político malo, los que van representando el poder a favor o en contra de un modelo implícito previamente estudiado.

Pero la caricatura está elaborada de acuerdo a una experiencia profesional, normas y estéticas gráficas que le dan mucho mayor peso a ese mensaje de connotación al momento de la lectura de esa publicación en el medio de comunicación, receptando el público casi conscientemente (de acuerdo a sus conocimientos, educación y ciertos niveles de cultura visual previamente establecidos), esos signos y códigos.

Retomando a Barthes y aplicando la concepción de fotografía en la gráfica, la caricatura adquiere su significado “en la medida que existe una reserva de actitudes estereotipadas que constituyen elementos de significación ya establecidos, una gramática histórica de la connotación iconográfica precisamente en la cultura” (Barthes, 1986: 19).

Las connotaciones son a veces arriesgadas y pueden provocar reacciones incorrectas, aunque al hablar de las publicaciones de las caricaturas locales, no se han conocido que sean especialmente graves (que hayan llevado incluso a demandas legales), cuando afectan a las personas dibujadas o retratadas.

La caricatura en este sentido, puede ser transformada, modificada, manipulada; hasta en sus últimos detalles, eso con la finalidad de que se distinga su referente, de que quien la vea perciba el significado, llevando muchos referentes adicionales que le permitan captar de mejor manera lo que quiere transmitir el caricaturista al público en general: una imagen móvil, ligera, divertida, subjetiva; con el fin de que se puedan dar

tantas lecturas del mismo hecho que le obligan a pensar, intuir y muchas veces a reflexionar al lector sobre los diferentes acontecimientos.

La caricatura bajo ningún concepto puede repetirse mecánicamente en su forma como una foto. Su esencia, sus rasgos, sus mínimos detalles y signos característicos; la hacen exclusivas en cada entrega, toda una representación artística que por más que desee, no podrá ser similar a la anterior; contrario a lo que le pasa a la fotografía como dice Barthes, que “repite mecánicamente lo que nunca más podrá repetirse existencialmente” (Barthes, 1989: 26).

De allí la importancia de acercarnos a la connotación de los comics y poder entender su mensaje más allá de la simple mirada, con propuestas esenciales para comprender y aplicarlas en los objetos de estudio según la propuesta de Gubern. Éste en una de sus manifestaciones acota que “la imagen dibujada permite, en mucha mayor medida que la imagen fotoquímica, estilizar o manipular la realidad referencial. Por eso, cuando las historietas no han reflejado la realidad circundante, han reflejado en cambio su imaginario social, convirtiéndose entonces en un síntoma cultural de gran productividad para el analista” (Gubern, 2002: 11)

Por ello la caricatura debe ser analizada más allá de un simple objeto artístico, debe ser considerada un hecho social: descubrir valores e intereses sociales en el plano de estas imágenes representadas, en el cual cada autor ofrece su propia mirada.

Debemos también insistir también en el carácter orientativo de la propuesta política, ya que sería ingenuo no reconocer que el caricaturista en este caso, siempre proyectará en la imagen una carga importante de prejuicios, añadidas de sus propias convicciones, gustos y preferencias.

La observación por parte del lector, vendrá aquí acompañada de un relato o narración que intentará particularizar las situaciones de los personajes retratados en la caricatura, una cultura visual modelada por una formación, tiempo y hábito, que permiten al lector construir un determinado criterio de la realidad.

CONCLUSIONES

Veamos primero a la caricatura en el papel de un artículo de opinión del periódico y que tiene su aporte como cualquier Artículo en esta sección Editorial u Opinión. Está ubicada en una de las secciones más importantes y neurálgicas del medio de comunicación, dándole la importancia respectiva a esta opinión gráfica y a su vez siendo validado el contenido por el mismo medio.

Esto implica que como cualquier artículo de opinión, debe estar coherente con la línea ideológica- política que maneja el medio de comunicación en su Editorial y a la aprobación previa del Director o del Editor General; aunque en todo caso, la caricatura sigue siendo la interpretación personal del caricaturista a cerca de un tema de dominio público.

La caricatura se presenta entonces, con la finalidad de orientar a la opinión pública a través de una crítica constructiva y reflexiva, pues esta actitud crítica efectivamente, la convierte en un símbolo de preocupación, protesta y denuncia social.

Las imágenes, por el mismo hecho de necesitar interpretación, tienen una influencia indirecta, sin que signifiquen que sean menos persuasivas. Una buena caricatura cuya estructura sea fácil y sencilla de entender, tiene cierto grado de repercusión discursiva en el público común al transmitir su mensaje ideológico-político, aunque como decía Barthes, la información visual rara vez modifica, pero sí confirma nuestras creencias.

En la cultura visual, la sensibilidad ideológica discursiva juega un papel aún mucho más importante en la mente de los lectores, porque simpatizantes y no del Gobierno, se aferran tajantemente a determinadas tendencias políticas e ideológicas claramente marcadas.

Aquí los caricaturistas a través de los significados de los signos, manejan un discurso político intencionado, impregnado en la persuasión para intentar que se haga más eficaz el mensaje; es decir, la interpretación del discurso se logra al adherir la estructura (gráficos) con los significados (aspectos cognoscitivos). La incorporación de ideas, estereotipos, imaginarios sociales de las clases populares, constituyen partes importantes en la cimentación de las ideas.

En un sentido general, el humor constituye un discurso de gran vitalidad cultural que canaliza determinados universos simbólicos, cristalizando imaginarios sociales y estrechando esta relación con su contexto cotidiano.

Tenemos presente que el mensaje en la caricatura tiene una connotación invisible y activa, clara e implícita, pues ese es su objetivo al ser un objeto trabajado, escogido, tratada con muchísima prudencia (más si consideramos que es parte de la opinión gráfica editorial de un periódico como en este caso, donde juega mucho la ética y la moral). Está compuesta con rasgos estudiados que deben ir justo donde el caricaturista quiere que estén, ni más ni menos, para que tengan la esencia del mensaje que quiere darle dentro de su sentido cómico e irónico, llegando a tal punto que la imagen funcione en sí misma, sin necesitar de extensos diálogos para su explicación.

Grupos de especialistas de los medios de comunicación, consiguen vulgarizar y homogeneizar un contenido informativo o simbólico, cuyo alcance sea a ese público heterogéneo en su constitución y homogéneo en su comportamiento. “Uno de los obstáculos mayores para interpretar críticamente la sociedad de la información reside en concebir la información sólo como contenido, como objeto, como producto, y no como un proceso múltiple y complejo” (Abril, 2009: 129), acota Gonzalo Abril lo que nos hace reflexionar de la atención que se debe prestar también al momento de homogeneizar el contenido sin que sea pensado como ese proceso múltiple y complejo, resultado de una sociedad cambiante y con características únicas.

Por otro lado al referirnos en cambio al discurso político en sí, podemos deducir certeramente como lo afirma Van Dijk que el discurso es una construcción mental y social que se produce a medida que se recrean nuevos panoramas políticos- sociales que son importantes en su momento y que interesan a la colectividad.

En este contexto, la caricatura pasa a ser uno de los poderosos instrumentos que se utilizan para manejar discursos políticos, en unos casos más críticos que otros. El humor, la burla y ridiculización de los acontecimientos cotidianos, son sus características. En ese sentido, la construcción de mensajes constituye lo que Chomsky denomina “ingeniería del consentimiento”, la esencia misma del proceso democrático, es la libertad de persuadir o sugerir al pueblo.

Tomando la frase de Fairclough añadiríamos que “el nivel de las prácticas discursivas es microsociológico: se trata de procesos situados de enunciación,

interpretación y acción reflexiva” (Abril, 2009: 140), proceso que sí se cumple tras la emisión de las caricaturas.

Pero, ¿de qué manera la caricatura puede impregnarse más fácilmente que cualquier otro discurso textual? Es su sencillez de contenido y simplicidad de los gráficos lo que permite ser más accesible a cualquier tipo de público y transmitir de manera más acertada los pensamientos al colectivo. Para ello los caricaturistas locales deben conocer bien la “cultura visual”, esos códigos visuales con los que cotidianamente se comunican los cuencanos, haciendo que las caricaturas políticas sean más jocosas y familiares a la vez.

Pero no debemos pasar por alto los conocimientos y cultura de cada individuo, ese modelo mental preestablecido en cada persona para poder interpretar de mejor manera los mensajes icónicos implícitos en las caricaturas. Es por ello que los códigos visuales deben estar representados de la manera más acertada hacia el público local por parte de los caricaturistas, para descifrar el mensaje e interpretar el discurso que trata de emitir a través de su gráfico. Todo un reto si consideramos también que a esto se suma la compleja tarea de enmarcar en un solo recuadro la idea a transmitir, contrario a los cómics que se cuentan con una serie de viñetas, donde permite una mayor extensión para expresar adecuadamente sus pensamientos.

Es por tanto fundamental que al lector se le presente claramente el concepto ontológico de la caricatura plasmada en la denotación como en la connotación, para acercarse más al mensaje político que el caricaturista quiso emitir; y para que la interpretación sea mucho más efectiva. Uno de los aspectos que debe ser común aunque no obligatorio entre el lector y el caricaturista para la comprensión del mensaje, es la familiarización con los hechos de actualidad.

Las caricaturas analizadas cumplen con todas las características de un discurso político: son trascendentes, tienen significación social y concitan el interés público; obviamente porque habrá un cambio en el conglomerado social: marcará la historia política del país.

Adicionalmente una de las reflexiones que arrojan las caricaturas en estudio es la falta del ejercicio de una verdadera democracia. La elección en este caso para la aprobación de la nueva Carta Magna propuesta por el Presidente Rafael Correa según el

punto de vista de los caricaturistas fue presionada. Los grupos políticos pretenden manipular el “poder del voto” del pueblo a su conveniencia.

El papel no solamente de los caricaturistas sino de los medios de comunicación no es criticar a la política, sino dejar un espacio libre para la expresión, y sobre todo ir creando conciencia de sociedad, con la finalidad de incentivar a poner en tela de juicio aquellos problemas que a todos importan y debatirlos para proponer soluciones colectivas, para que los ecuatorianos no queden con el sinsabor de que la elección fue una burla más, una pérdida de recursos y tiempo.

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

BIBLIOGRAFÍA

Abreu, Carlos. (2000b). *La imagen periodística*. Recuperado el 2009, 18-abril de Revista Latina de Comunicación Social: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/w33se/54abreu.htm>

Abreu, Carlos. (2001b). *La imagen periodística*. Recuperado el 2009, 22-abril de Revista Latina de Comunicación Social:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina42junio/43cabreu9.htm>

Abreu, Carlos. (2000a). *La imagen periodística no fotográfica*. Recuperado el 2009, 22-abril de Revista Latina de Comunicación Social:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000sab/114abreu.html>

Abreu, Carlos. (2000c). *Periodismo Iconográfico*. Recuperado el 2009, 22-abril de Revista Latina de Comunicación Social:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/u36di/01abreu.htm>

Abreu, Carlos. (2001a). *Periodismo Iconográfico*. Recuperado el 2009, 18-abril de Revista Latina de Comunicación Social:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina40abr/102cabreuVII.htm>

Abreu, Carlos. (2001c). *Periodismo Iconográfico*. Recuperado el 2009, 22-abril de Revista Latina de Comunicación Social:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina45diciembre/4506abreu.htm>

Abril, Gonzalo. (2009) *¿Se puede hacer semiótica y no morir de inmanentismo?* Revista Científica de Información y Comunicación, 127-147.

Abril, Gonzalo. (2007). *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*. Recuperado el 2011, 12-Mayo de <http://revistas.ucm.es/inf/11357991/articulos/CIYC0707110007A.PDF>

Alonso, Luis, Carlos Fernández (2006). *Roland Barthes y el análisis de discurso*. Recuperado el 2009, 08-junio de Revista Empiria: <http://dialnet.uniroja.es/servlet/articulo?codigo=2216537>

Anecdotario Jurídico. (2002). *De togas, pelucas y otros adminículos*. Recuperado el 2010, 14-marzo de Revista Lex Nova:
http://www.lexnova.org/pub_ln/revistas/revista_ln/Revista27/Anecdotario.pdf

Bardin, Laurance (1986). *Análisis de contenido*. Madrid: Ediciones Akal.

Barthes, Roland (1989). *La Cámara Lúcida*. Barcelona: Paidós.

Barthes, Roland (2001). *La Torre Eiffel. Textos sobre la imagen*. Barcelona: Paidós Ibérica Comunicación.

Barthes, Roland (1986). *Retórica de la imagen. Lo obvio y lo obtuso*. Recuperado el 2009, 02-septiembre de Sitio web de la Revista Digital del Instituto de Educación Superior Olga Cosettini: <http://www.iesoc.com.ar/descargas/2008/04/retorica.pdf>

Bravo, Rita, Mayra Zhindón (2006). Análisis de la caricatura como estrategia de la comunicación política en los diario El Mercurio y El Tiempo de la ciudad de Cuenca. (Periodo de campaña electoral para Alcalde y Prefecto 2004- Ecuador). *Tesis previa a la obtención de*

Título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social. Cuenca, Azuay, Ecuador: Universidad de Cuenca, Facultad de Letras y Ciencias de la Educación.

Brunner, José (1994). *Comunicación y Política en la Sociedad Democrática*. Recuperado el 16 de Marzo de 2012, de *Comunicación y Política en la Sociedad Democrática*: http://archivos.brunner.cl/jjbrunner/archives/ComPol%25SocDEM_1994_DEF.pdf

Bryant, Jennings, Dolf Zillmann (1996). *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Recuperado el 11 de Febrero de 2012, de *Investigaciones y teorías*: <http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ev1UDFw1sOUC&oi=fnd&pg=PA7&dq=medios+de+comunicaci%C3%B3n+y+pol%C3%ADtica&ots=G1fH-JLg-s&sig=EMgVhRwhid9vFtqpKoMKFmQCPCk#v=onepage&q=medios%20de%20comunicaci%C3%B3n%20y%20pol%C3%ADtica&f=false>

Canel, María (2006). *Comunicación Política, una guía para su estudio y práctica*. Recuperado el 15 de Marzo de 2012, de http://conoces.org/sv/mcp/media/archivo/6677a5_comunicacionpoliticaunaguiaaestudio.pdf

Carrasco, Rafael (2008). A decidir el futuro. *Diario El Mercurio*, p. 4A.

Carrasco, Rafael (2008). El susto. *Diario El Mercurio*, p. 4A.

Carrasco, Rafael (2008). Hora de decidir. *El Mercurio*, p. 4A.

Chandler, Daniel (1998). *Semiótica para principiantes*. Recuperado el 2009, 16-mayo de <http://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=oI59yKdVPBAC&oi=fnd&pg=PA7&dq=Se+mi%C3%B3tica+para+principiantes&ots=hmAqAtnj2q&sig=YfXEX36uW9BAHWOebCcikBqAHPM>

Constitución del Ecuador (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Recuperado el 02 de Abril de 2012, de: <http://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Ecuador/ecuador08.html>

Diario El Mercurio (2011). *Diario El Mercurio Digital*. Recuperado el 2011, 1-Julio de <http://www.elmercurio.com.ec/287303-las-seis-victorias-electorales-de-correa-desde-que-asumio-en-2007.html>

Diario Hoy (2009). *Lucio Gutiérrez visitó el quirófano*. Recuperado el 2010, 16-abril de Farándula: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/lucio-gutierrez-visito-el-quiropano-382577.html>

Encyclopedia Britannica Concise (1994). *Answer.com*. Recuperado el 2009, 01-marzo de <http://www.answers.com/topic/louis-philippe-of-france>

Estrada, Eduardo (2007). *La Bandera del Iris 1801-207*. Recuperado el 2010, 10-abril de http://estrada.bz/Bandera_del_Iris/La_Bandera_del_Iris_libro.pdf

Gubern, Román (2001). *Del rostro al retrato*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad 08193 Bellaterra.

Gubern, Román (2002). *Historietas, Comics y Tebeos españoles*. Madrid: Colección Bespérides.

Gubern, Román, Luis Gasca (1991). *El discurso del comic*. Madrid: Ediciones Cátedra Signo e Imagen.

Hobsbawn, Eric (1992). *La invención de tradiciones*. Recuperado el 2010, 27-abril de Revista Uruguaya de Ciencia Política:
<http://www.fcs.edu.uy/icp/downloads/revista/RUCP04/RUCP-04-08-Hobsbawm.pdf>

Jiménez, David (2008). Incertidumbre. *Diario El Tiempo* , p. 4A.

Jiménez, David (2008). La incógnita. *Diario El Tiempo* , p. 4A.

Jiménez, David (2008). Un mar de dudas. *Diario El Mercurio* , p. 4A.

Lalinde, Ana (1990). Análisis del Referéndum Constitucional 2008 en Ecuador. *Elementos para comprender la noticia*. Recuperado el 2012, 01-abril de
<http://www.javeriana.edu.co/signoyp/pdf/1701.pdf>

Le Journal Amusant (2009). *H. Daumier. His life and work*. Recuperado el 2009, 01-marzo de
<http://www.daumier.org/62.0.html>

López, Adrián (2009). Análisis del Referéndum Constitucional 2008 en Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*. Num.33. Iconos- FLACSO, 140-158.

McCombs, Maxwell (1996). *Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo*. Recuperado el 13 de Febrero de 2012, de Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo: <http://www.catedraa.com.ar/wp-content/uploads/2011/08/Influencia-de-las-noticias-sobre-nuestras-im%C3%A1genes-del-mundo.pdf>

Otano, Rafael, Guillermo Sunkel (2003). *Libertad de los periodistas en los medios*. Recuperado el 5 de Abril de 2012, de Libertad de los periodistas en los medios:
<http://www.tecnovet.uchile.cl/index.php/RCM/article/viewFile/12099/12455>

Oviedo, Jorge (2001). *Poder mediático: La fascinación de la imagen*. Recuperado el 2011, 18-Mayo de Sala de Prensa:
http://sabanet.unisabana.edu.co/comunicacion/semestre2/semiotica/barros/descargas/Fascinacion_eimagen.doc

Peltzer, Gonzalo (1991). *Periodismo iconográfico*. Recuperado el 2009, 02-agosto de
<http://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=J1Stue0UntcC&oi=fnd&pg=PA9&dq=Periodismo+iconogr%C3%A1fico&ots=g4iXgoixxA&sig=LQgeCnXzmw3PcjIGin24qEvEGBY>

Pereira, Mauro (2000). *La crisis de confianza en la política y sus instituciones*. Recuperado el 19 de Marzo de 2012, de Los medios y la legitimidad de la democracia en Brasil:
<http://www.tulane.edu/~mporto/AmLatHoy.pdf>

Pugo, Cecilia, Gladys Rodríguez (1997). Historia de la Caricatura en los Diarios de Cuenca: El Tiempo y El Mercurio. 1997. Cuenca, Azuay, Ecuador: Universidad de Cuenca. Facultad de Filosofía Letras y Ciencias de la Educación.

Rodrigo, Iván (2001). *Análisis de contenido de las páginas editoriales del diario La Hora*. Quito: Consultoría. Documento inédito.

Rodrigo, Iván (2006). La caricatura y el texto satírico-político. *Representación Mediática y Crisis de Representación Política: La caricatura y el texto satírico-político frente al discurso de*

lo injurioso en el contexto político. Quito, Pichincha, Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar.

Rodríguez, Raquel (2004). *Teoría de la Agenda Setting, aplicación a la enseñanza universitaria*. Recuperado el 10 de Marzo de 2012, de Teoría de la Agenda Setting, aplicación a la enseñanza universitaria: http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/2297/1/Agenda_Setting.pdf

Sádaba, Teresa, Jordi Rodríguez (2007). *La construcción de la agenda de los medios*. Recuperado el 23 de Febrero de 2012, de: http://grupo.us.es/grehcco/ambitos_16/10rodriguez.pdf

Saussure, Ferdinand (1975). *Curso de Lingüística General*. México DF: Ediciones Nueva S.A.

Troncoso, María, Natalia Orellana (2006). Análisis comparativo de la caricatura como lenguaje de protesta. *Curso de graduación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Social*. Cuenca, Azuay, Ecuador: Universidad de Cuenca, Facultad de Filosofía Letras y Ciencias de la Educación.

TSE. (2009). *Tribunal Supremo Electoral*. Recuperado el 2009, 27-junio de TSE: www.tse.gov.ec

Ullmann, Stephen (1979). *Semántica. Introducción a la ciencia del significado*. Recuperado el 2009, 21-junio de <http://www.filos.unam.mx/LICENCIATURA/introduccion/Ullman.pdf>

Van Dijk, Teun (1996). *Análisis del discurso ideológico*. Recuperado el 2009, 04-marzo de Revista Digital Comunicación y Política: <http://www.discursos.org/oldarticles/An%20del%20discurso%20ideol%20F3gico.pdf>

Van Dijk, Teun (1994). *Discurso, Poder y Cognición Social*. Recuperado el 2009, 04-marzo de Análisis crítico del discurso. Conferencia: <http://www.discursos.org/Art/Discurso,%20poder%20y%20cognici%20social.pdf>

Van Dijk, Teun (2002). *El análisis crítico del discurso y el pensamiento social*. Recuperado el 2009, 11-septiembre de Revista de pensamiento e investigación social. Athenea Digital: <http://www.raco.cat/index.php/Athenea/article/view/34083/33922>

Van Dijk, Teun (1983). *Estructuras textuales de las noticias de prensa*. Recuperado el 2009, 23-marzo de Análisis de los Cuadernos de Comunicación y Cultura: <http://www.discursos.org/oldarticles/Estructuras%20textuales%20de%20las%20noticias%20de%20prensa.pdf>

Van Dijk, Teun (2005, junio). *Ideología y análisis de discurso*. Recuperado el 2009, 12-septiembre de Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2734720>

Van Dijk, Teun (1990). *La noticia como discurso: Comprensión, estructura y producción de la información*. Buenos Aires: Paidós.

Van Dijk, Teun (2008). *Semántica del discurso e ideología*. Recuperado el 2009, 24-marzo de Discurso & Sociedad: <http://www.dissoc.org/ediciones/v02n01/DS2%281%29Van%20Dijk.pdf>

ANEXOS

[Anexos](#)

Anexo 1

Ficha básica de análisis discursivo gráfico

Título:

Caso No:

OBJETO ANALÍTICO	TIPO	REGISTRO

1. ESTRUCTURA GENERAL

IMAGEN	
CONTENIDO GRÁFICO:	

2. GENERALIDADES DE LA ESTRUCTURA DISCURSIVA

PROPOSICIONES	MACROPRO- POCIONES	MACRORREGLAS

3 GENERALIDADES DE LA SUPERESTRUCTURA

CONVENCIONES SEMIOTICAS	a) <u>Símbolos cinéticos</u> b) <u>Situaciones arquetípicas</u> c) <u>Estereotipos</u> d) <u>Gestuario</u>
ELEMENTOS GRAFICOS	
ORDEN GRÁFICO	a) <u>Introducción:</u> b) <u>Desarrollo:</u> c) <u>Conclusión:</u>
ESTRATEGIAS COGNITIVAS	
ESTRATEGIAS DE ENUNCIACIÓN	

3.1. SUPERESTRUCTURA

FUNCIONES DE LAS IMÁGENES	a) <u>Cognitiva</u> b) <u>Social</u> c) <u>Ideológica</u>
---------------------------	-----------------------------------------------------------------

4. CONTEXTO

DOMINIO	
INTERACCIÓN GLOBAL	
FUNCIONALIDAD	
INTENCIÓN	
PROPÓSITO	
FECHA, TIEMPO	
LUGAR	
CIRCUNSTANCIAS	
REPRESENTACIONES SOCIALES	

5. ESTRUCTURA DISCURSIVA

DIFERENCIACIÓN SOCIAL	
DETALLE Y NIVEL DE DESCRIPCIÓN	
PRODUCCIÓN DISCURSIVA	

Anexo 1.1

Ficha básica de análisis discursivo gráfico

Título:

“Hora de decidir”, Diario El Mercurio (Carrasco, 2008)

Caso No. 1:



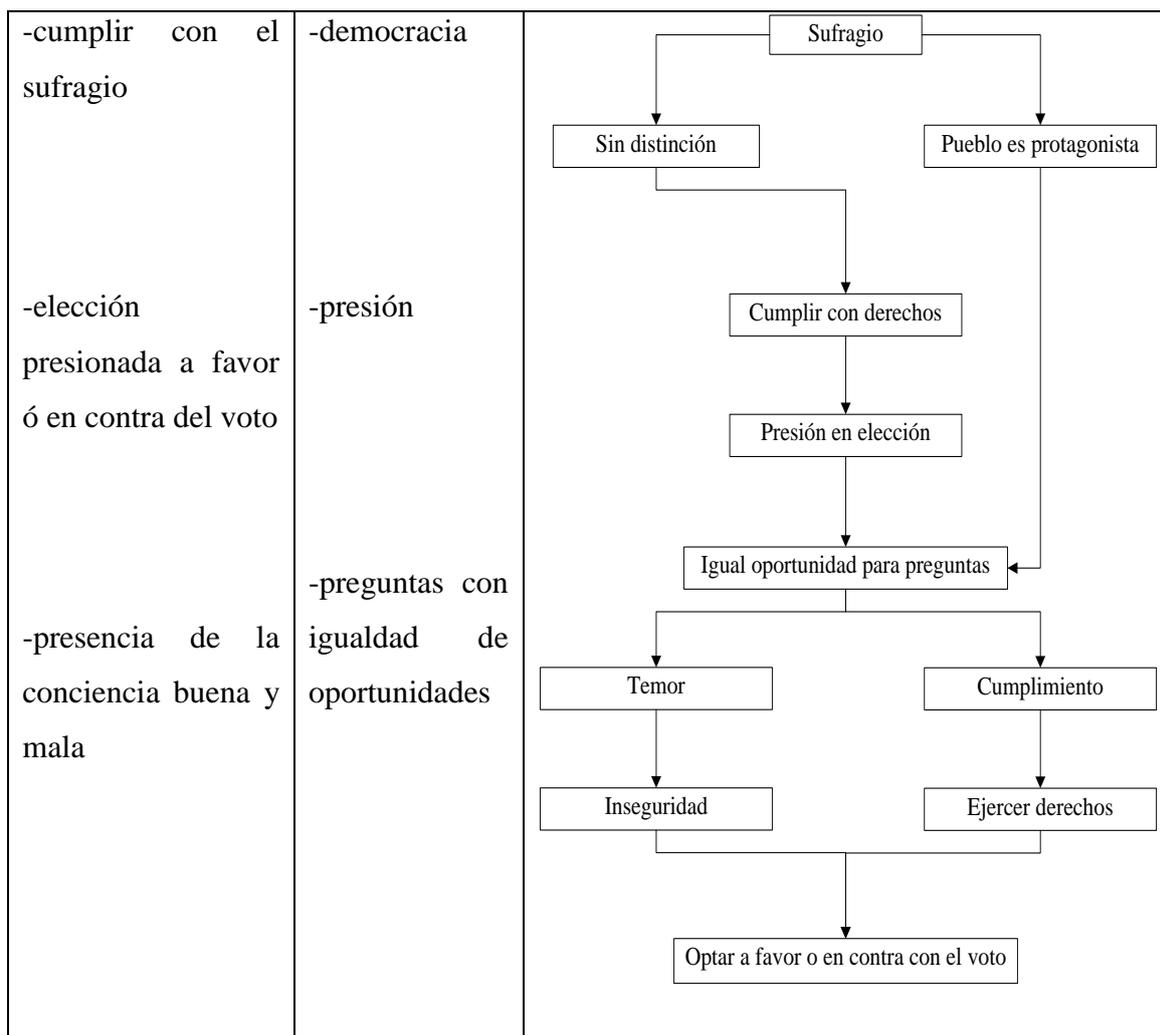
OBJETO ANALÍTICO	TIPO	REGISTRO
Remitido público: Editorial Gráfico titulado “Hora de decidir”, publicado en diario El Mercurio de la ciudad de Cuenca el 27/09/08, página 4 sección “Editorial” cuerpo “A” en la parte central a dos columnas (12 cm por 12 cm)	Editorial gráfico político	001

1. ESTRUCTURA GENERAL

IMAGEN	Caricatura
CONTENIDO GRÁFICO:	<p>a) <u>Número de gráficos</u>: 3 (aplicado a las descripciones representadas por medio de figuras. Representación gráfica de una relación cuantitativa propia de un fenómeno cualquiera).</p> <p>b) <u>Extensión media de los gráficos</u>: 5 cm. dibujos (fáciles de ser identificados)</p> <p>c) <u>Representaciones fuertes</u>: Ninguna que sea ofensiva.</p> <p>d) <u>Representaciones materiales</u>: Aureola, peluca, túnica, alas, cachos, alas, cola, trinche, urna, lápiz, papel.</p> <p>e) <u>Representaciones específicas</u>: El diablo, el ángel, mano temblorosa, hombre nervioso.</p>

2. GENERALIDADES DE LA ESTRUCTURA DISCURSIVA

PROPOSICIONES	MACROPRO- POCIONES	MACRORREGLAS
---------------	-----------------------	--------------



3 GENERALIDADES DE LA SUPERESTRUCTURA

	<p>a) <u>SÍMBOLOS CINÉTICOS</u>: - Seis líneas cortas onduladas de dos en dos al contorno de la mano. Nos atenemos a la definición de Gubern en el siguiente sentido: “El movimiento convulsivo del temblor, producido por un estado de ánimo o por una afección física, se ha representado tradicionalmente en los cómics por las líneas cinéticas onduladas” (Gubern & Gasca, 1991: 252).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bolas de humo: Propias del personaje que acompaña al diablo. - Lenguas de fuego, representando al infierno. <p>b) <u>SITUACIONES ARQUETÍPICAS</u>: Transpiración: Gotas de sudor que caen de la frente. Gubert las define así: “Provocadas</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>CONVENCIONES SEMIOTICAS</p>	<p>por el calor, por la angustia o por el miedo, la transpiración se manifiesta con gruesas gotas segregadas sobre el rostro y, para hacerlas más visibles y aparatosas, irradiadas a cierta distancia de la cara, como expelidas por la intensidad emocional que padece el sujeto víctima del sudor” (Gubern & Gasca, 1991: 174).</p> <p>c) <u>ESTEREOTIPOS</u>: El ángel, en este caso representado por Jaime Nebot, Alcalde de Guayaquil, “procede de la iconografía religiosa cristiana como el figurado en razón de su humana bondad” (Gubern & Gasca, 1991: 35). Aquí sus atributos más estereotipados son las alas y la aureola.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El diablo, graficada con el presidente Rafael Correa, es una figura que procede de la iconografía de la religiosidad cristiana conocido como Lucifer, insignia de la maldad. Sus atributos más estereotipados son los cachos, las alas, rabo y trinche. - Se le agrega también una “peluca” al Alcalde Jaime Nebot, como solían usar los grandes jueces que tenían poder y dinero. Esta representación fue tomada por el presidente Rafael Correa con la frase “pelucón”, para mencionar a todos aquellos que sean adinerados. Entonces hay dos estereotipos: los pobres y los adinerados. <p>d) <u>GESTUARIO</u>, uno de los personajes se tapa la boca. “Taparse la boca con la mano para formular alguna confidencia que no sea oída por otros” (Gubern & Gasca, 1991: 126).</p>
<p>ELEMENTOS GRAFICOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Elector = El pueblo que debe decidir el destino del país. -Diablo = Una parte de la conciencia negativa que le induce a favor del Sí en las elecciones. -Ángel = La otra cara de la conciencia, positiva, en contra de las elecciones.

<p>ORDEN GRÁFICO</p>	<p>a) <u>INTRODUCCIÓN</u>: En la primera etapa se presenta el pueblo, nervioso, indeciso.</p> <p>b) <u>DESARROLLO</u>: La primera impresión por el gráfico casi centrado en el cuadro es el ángel (Jaime Nebot), relegando a un segundo plano el diablo (Rafael Correa).</p> <p>c) <u>CONCLUSIÓN</u>: La indecisión y susto en que ponen al pueblo dos líderes políticos ante una elección a favor o en contra.</p>
<p>ESTRATEGIAS COGNITIVAS</p>	<p><u>Afirmaciones dadas como verdaderas</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> -El elector representado al pueblo, no tiene otra opción que elegir. -La indecisión y susto se ve reflejado en el rostro del elector. <p><u>Afirmaciones especulativas</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La decisión a favor del “No” es la que figuraría como celestial. Esta es apoyada por la gente “pelucona” (adinerada) que constituyen minoría en el país. - Votar a favor del “Sí” en cambio sería diabólico. <p><u>Afirmaciones promisorias</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La mesa electoral donde los ecuatorianos decidirán su voto. <p><u>Afirmaciones políticas</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> -La frase “Hora de decidir”.
<p>ESTRATEGIAS DE ENUNCIACIÓN</p>	<p>El gráfico implica presuposición que ya el hecho de la elección de la Carta Magna es un acontecimiento que todo el Ecuador conoce y está pendiente de su desenlace.</p> <p><u>Implicación por prejuiciación</u>:</p> <p>El elector no puede decidir de manera serena su voto porque está presionado por los grupos de campañas a favor y en contra. Proceso democrático = igualdad de derechos = obligación de decidir a favor o en contra (indecisión).</p> <p><u>Vinculación con cierta inferencia</u>:</p> <p>Aparentemente votar en contra es acertado por ello es graficado con el ángel y votar a favor del Gobierno es diabólico. Se aprecia claramente la parcialidad del caricaturista en contra del Sí.</p>

3.1. SUPERESTRUCTURA

<p>FUNCIONES DE LAS IMÁGENES</p>	<p>a) <u>COGNITIVA</u>: Controla la atención y el interés en el proceso de comprensión del mensaje con los detalles particulares que brinda en cada uno de los tres gráficos: diablo, pueblo y ángel.</p> <p>b) <u>SOCIAL</u>: Asociados con los dos lados de posición política = líderes políticos/pueblo</p> <p>Asociado con las dos clases económico-social= adinerados (pelucones/ ángel) y los pobres (miserables, condenados/ diablos)</p> <p>c) <u>IDEOLÓGICA</u>: Se relaciona con un campo de valores positivo = Ejercer la democracia a través del sufragio.</p> <p>El campo de valores negativo = El pueblo se ve forzado a elegir entre una u otra respuesta. Su decisión a la hora de sufragar no es completamente libre.</p> <p><u>La función</u> que está detrás del gráfico del sufragio es hacer comprender que una decisión democrática aparentemente no es tomada con total libertad = presenta objetos gráficos como: humo, trinche, cachos, cola sinónimo de maldad; así como se presenta: aureola, alas, que es síntoma de bondad / Ante el sufragio el pueblo presenta una actitud de temor, susto = se representa al pueblo con objetos gráficos como su cabeza calva.</p>
----------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. CONTEXTO

DOMINIO	En el campo político
INTERACCIÓN GLOBAL	Comunicación/emisor que supuestamente tiene el poder (conciencia = representada por lo malo/ diablo y lo bueno/ángel)/ se dirigen a su oyente pasivo (pueblo) / porque esperan algo (tome una decisión)
FUNCIONALIDAD	Se dirigen con persuasión: diablo y ángel= poder, piden tomar una decisión ante el sufragio / El pueblo asume distancia con

	el destinatario paradójicamente (el pueblo no habla) / el gráfico central involucra los otros dos personajes.
INTENCIÓN	Los gráficos implican el deseo de decidirse a favor o en contra del voto = pero sus intenciones no son del todo reales, por las representaciones exageradas que hace con los personajes (diablo, ángel) a los líderes políticos.
PROPÓSITO	<p>a) <u>Efectos buscados:</u> Provocar dudas en los lectores / provocar enojo en los simpatizantes o contrarios tanto de Rafael Correa como de Jaime Nebot</p> <p>b) <u>Identificadores de manipulación:</u> Personajes como el diablo que lo representa Rafael Correa. Personajes como el ángel que lo representa Jaime Nebot.</p> <p><u>Objetos gráficos</u> que buscan provocar dudas y enojo como: alas de ángel y de diablo, humo y candela del fuego del infierno, ojos diabólicos, boca demasiado ancha del diablo. También rizos que se atribuyen como pelucón (adinerado), aureola y alas de ángel, así como gotas de sudor y manos temblorosas de nerviosismo, ojos saltones.</p>
FECHA, TIEMPO	La caricatura tiene fecha 27/09/08, a un día de efectuarse la elección para la nueva Carta Magna convocada por el Presidente de la República, Rafael Correa. En caso de aprobarse este referéndum, se reformaría la Constitución del Ecuador, uno de los planteamientos de campaña del presidente Correa.
LUGAR	El editorial gráfico se enuncia en un medio de comunicación local y regional diario “El Mercurio” medio privado con alta representatividad a nivel de la ciudad y región.
CIRCUNSTANCIAS	La caricatura está en uno de los lugares más importantes del periódico: sección Editorial, lo que parece validado por el propio medio = opinión aprobada y respaldada. De alguna manera hace que la caricatura sea parte del pensar del

	periódico que también toma una posición frente al accionar de “conveniencia política” de la aprobación del referéndum para la nueva Carta Magna.
REPRESENTACIONES SOCIALES	La conciencia está representada a favor y en contra del voto a través de dos líderes políticos identificados en el país: Rafael Correa y Jaime Nebot / dos grupos sociales que estarían en pugna por obtener un voto en contra y a favor de la Nueva Carta Magna / el Estado requiere el poder del pueblo durante el sufragio para decidir el destino del país.

5. ESTRUCTURA DISCURSIVA

DIFERENCIACIÓN SOCIAL	En el pueblo se nota claramente la representación con las “gotas de sudor” para demostrar el nerviosismo ante un voto errado / se relaciona la presión de los bandos políticos al momento de ejercer la democracia / el pueblo vs. poderes políticos en pro y en contra de los manipuladores del voto.
DETALLE Y NIVEL DE DESCRIPCIÓN	Se grafica a Rafael Correa como un diablo, la parte opuesta de la bondad y a Jaime Nebot como ángel, como todo lo bueno / la caricatura se presta a la interpretación de que las dos personas fueran en extremo solamente mala o sólo buena / se da por entendido también que los pelucones están a favor, es decir una clase minoritaria adinerada / detalla mucho el nerviosismo que se provoca en los lectores el momento de decidir el voto.
PRODUCCIÓN DISCURSIVA	Puesto que hay discrepancias al momento de decidir el Referéndum, se crea nerviosismo en los lectores. La supuesta “libertad de elección” o “democracia” no se cumple porque el pueblo tiene la presión de los dos líderes políticos. Se vuelve evidente la pugna por el poder.

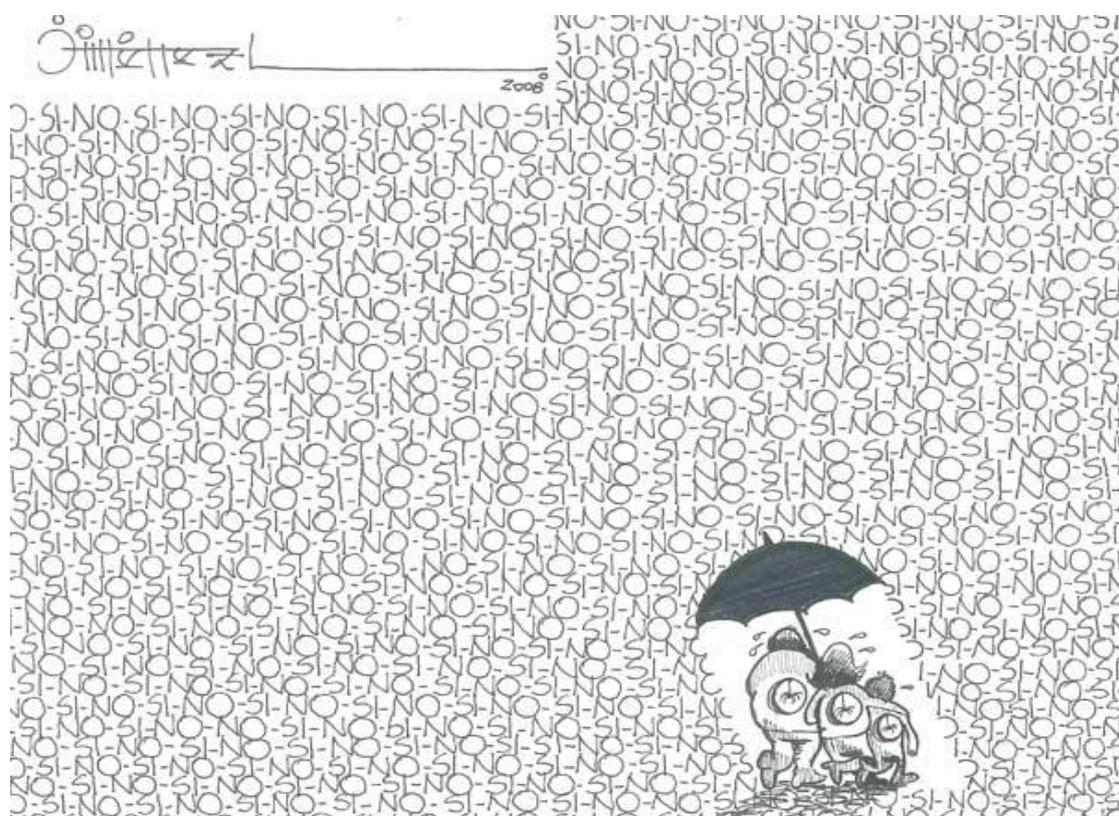
Anexo 1.2

Ficha básica de análisis discursivo gráfico

Título:

“Un mar de dudas”, Diario El Tiempo (Jiménez, 2008)

Caso No.2:



OBJETO ANALÍTICO	TIPO	REGISTRO
Remitido público: Editorial Gráfico titulado “Un mar de dudas”, publicado en diario El Tiempo de la ciudad de Cuenca el 27/09/08, página 4 sección “Opinión” cuerpo “A” en la parte central a dos columnas (13 cm por 13 cm)	Editorial gráfico político	002

1. ESTRUCTURA GENERAL

IMAGEN	Caricatura
CONTENIDO GRAFICO:	<p>a) <u>Número de gráficos:</u> 3 (aplicado a las descripciones representadas por medio de figuras. Representación gráfica de una relación cuantitativa propia de un fenómeno cualquiera).</p> <p>b) <u>Extensión media de los gráficos:</u> 4 cm dibujos (fáciles de ser identificados)</p> <p>c) <u>Representaciones fuertes:</u> Ninguna que sea ofensiva.</p> <p>d) <u>Representaciones materiales:</u> Paraguas.</p> <p>e) <u>Representaciones específicas:</u> Sudor, arañas, sombra.</p>

2. GENERALIDADES DE LA ESTRUCTURA DISCURSIVA

PROPOSICIONES	MACROPRO- POCIONES	MACRORREGLAS
<p>-cumplir con el sufragio</p> <p>-elección presionada a favor o en contra del voto</p> <p>-lluvia de dudas por el Sí o No</p>	<p>-democracia</p> <p>-dudas, presión</p> <p>-preguntas con igualdad de oportunidades</p>	<pre> graph TD Sufragio --> SinDistincion[Sin distinción] Sufragio --> Familia[Familia es la protagonista] SinDistincion --> Cumplir[Cumplir con derechos] Cumplir --> Dudas[Dudas en elección] Familia --> IgualOportunidad[Igual oportunidad para preguntas] Dudas --> IgualOportunidad IgualOportunidad --> Presion[Presión] IgualOportunidad --> Cumplimiento[Cumplimiento] Presion --> Inseguridad[Inseguridad] Cumplimiento --> Ejercer[Ejercer derechos] Inseguridad --> Optar[Optar a favor o en contra con el voto] Ejercer --> Optar </pre>

3. GENERALIDADES DE LA SUPERESTRUCTURA

<p>CONVENCIONES SEMIOTICAS</p>	<p>a) <u>SÍMBOLOS CINÉTICOS</u>: - La repetición de las palabras Si-No, Si-No (...) , es “parloteo excesivo”. Gubern dice para definir: “El parloteo excesivo, la logorrea y la inflación verbal han dado lugar a diversas soluciones técnicas por parte de los autores de los comics. Fundamentalmente esta situación se ha expresado con una pluralidad de globos simultáneos, que apuntan a diferentes interlocutores, y también con grandes locigramas repletos de texto lingüístico, hasta producir la impresión de abarrotamiento de los fonogramas. Obviamente, estas situaciones conducen a una merma de la representación icónica, mordida o invadida en su superficie por la hegemonía de la palabra escrita” (Gubern & Gasca, 1991: 438). En este caso, es muy reducido el espacio dejado para los personajes.</p> <p>b) <u>SITUACIONES ARQUETÍPICAS</u>: Transpiración: Gotas de sudor que están al contorno de los dos personajes que se los ubica como adultos (padre y madre). Para aplicar el concepto de Gubern (Gubern & Gasca, 1991: 174), las gotas de sudor que emanan aparentemente de sus frentes, reflejaría la angustia ó miedo de una equivocación al momento de sufragar.</p> <p>c) <u>ESTEREOTIPOS</u>: La familia: Graficado al padre como una persona de mayor altura, la madre más pequeña y con cabello un poco más largo y al hijo, un niño que es abrazado por su madre.</p> <p>d) <u>GESTUARIO</u>: El personaje del centro (madre) aparentemente abraza al hijo por el hombro en muestra de afecto y va del brazo del padre.</p>
<p>ELEMENTOS GRAFICOS</p>	<p>-Elector = El pueblo que debe decidir el destino del país.</p> <p>-Lluvia = Indecisión y dudas que se tiene ante la promoción del Sí y del No.</p>

<p>ORDEN GRÁFICO</p>	<p>a) <u>INTRODUCCIÓN</u>: En la primera etapa se presenta una lluvia de promociones del Sí y del No.</p> <p>b) <u>DESARROLLO</u>: La familia camina a cumplir su obligación y dar su voto.</p> <p>c) <u>CONCLUSIÓN</u>: Las dudas están presentes en las elecciones. Se nota la presencia del hijo que acompaña a que sus padres sufraguen, haciendo ilusión que es un acto incluso familiar.</p>
<p>ESTRATEGIAS COGNITIVAS</p>	<p><u>Afirmaciones dadas como verdaderas</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> -La familia que representa al pueblo, debe cumplir con el proceso del sufragio. -Las dudas se ven reflejadas en la lluvia por la promoción del Sí y del No. <p><u>Afirmaciones especulativas</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Llevar un paraguas para cubrirse en algo de la lluvia publicitaria realizada en la campaña a favor y en contra. - Gotas de sudor ante las dudas previas al sufragio. <p><u>Afirmaciones promisorias</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Camino incierto hacia el Referéndum. <p><u>Afirmaciones políticas</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> -La palabra “Dudas”.
<p>ESTRATEGIAS DE ENUNCIACIÓN</p>	<p>El gráfico implica presuposición sobre el Referéndum para aprobar la nueva Carta Magna, como un acontecimiento que todo el Ecuador conoce y está pendiente de su desenlace.</p> <p><u>Implicación por prejuiciación</u>:</p> <p>El elector no puede decidir de manera tranquila su voto porque está presionado por los grupos de campañas a favor y en contra lo que provoca dudas al momento de elegir.</p> <p>Proceso democrático = igualdad de derechos = obligación de decidir a favor o en contra (dudas).</p> <p><u>Vinculación con cierta inferencia</u>:</p>

	El caricaturista refleja que es tanta la presencia de la campaña a favor del Sí y del No, que quiere ratificar la supuesta duda que tienen los electores. Se aprecia la imparcialidad del caricaturista.
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3.1. SUPERESTRUCTURA

FUNCIONES DE LAS IMÁGENES	<p>a) <u>COGNITIVA</u>: Controla la atención y el interés en el proceso de comprensión del mensaje con detalles gráficos como el Sí, No, el paraguas y la familia.</p> <p>b) <u>SOCIAL</u>: Tiene un punto neutral. No presenta ninguna posición política solamente el pueblo.</p> <p>c) <u>IDEOLÓGICA</u>: Se relaciona con un campo de valores positivo = Ejercer la democracia a través del sufragio. El campo de valores negativo = El pueblo se ve forzado a elegir entre una u otra respuesta. Su decisión a la hora de sufragar no es completamente libre.</p> <p><u>La función</u> que está detrás del gráfico del sufragio es hacer comprender que una decisión democrática aparentemente no es tomada con total libertad = presenta objetos gráficos como: lluvia, paraguas; así como se presenta: paraguas como forma de protección que en este caso sería el secreto del voto, la unión familiar, que es síntoma de bondad / Ante el sufragio el pueblo presenta una actitud de protección = se representa al pueblo como una familia con objetos gráficos como la silueta de papá, mamá y el hijo.</p>
---------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. CONTEXTO

DOMINIO	En el campo político
INTERACCIÓN GLOBAL	Comunicación/emisor que supuestamente tiene el poder (campaña publicitaria = representada lo negativo/ lluvia de propaganda y lo bueno/paraguas = protección ante la lluvia)/ caen en su oyente pasivo (pueblo) / porque esperan algo (tome

	una decisión)
FUNCIONALIDAD	Se dirigen con persuasión: lluvia = poder, influyen en la decisión ante el sufragio / El pueblo asume distancia con el destinatario paradójicamente (el pueblo no participa).
INTENCIÓN	Los gráficos implican el deseo de dar a conocer la persuasión a favor o en contra del voto = sus intenciones son exageradas ante la lluvia de campaña publicitaria que se habría dado.
PROPÓSITO	a) <u>Efectos buscados</u> : Provocar dudas en los lectores b) <u>Identificadores de manipulación</u> : Lluvia (metáfora) del Sí y No representada según Gubern como “parloteo excesivo” (Gubern & Gasca, 1991: 438). Paraguas con el que aparentemente la gente puede protegerse. <u>Objetos gráficos</u> que buscan provocar dudas: Lluvia.
FECHA, TIEMPO	La caricatura tiene fecha 27/09/08, a un día de efectuarse la elección para la nueva Carta Magna convocada por el Presidente de la República, Rafael Correa. En caso de aprobarse este referéndum, se reformaría la Constitución del Ecuador.
LUGAR	El editorial gráfico se enuncia en un medio de comunicación local y regional diario “El Tiempo”, medio privado con alta representatividad a nivel de la ciudad y región.
CIRCUNSTANCIAS	La caricatura está en uno de los lugares más importantes del periódico: sección Editorial, lo que parece validado por el propio medio = opinión aprobada y respaldada por el medio. De alguna manera hace que la caricatura sea parte del pensar del periódico que también toma una posición ante la aprobación del referéndum para la nueva Carta Magna.
REPRESENTACIONES SOCIALES	El acto democrático se ha convertido en algo familiar donde los hijos ven como ejemplo a seguir / la duda ante el bombardeo de las campañas publicitarias a favor y en contra / el Estado requiere el poder del pueblo durante el sufragio.

5. ESTRUCTURA DISCURSIVA

DIFERENCIACIÓN SOCIAL	En el pueblo se nota claramente la representación con las “gotas de sudor” para demostrar el nerviosismo y la duda / se relaciona la presión publicitaria al momento de ejercer la democracia / el pueblo vs. poderes políticos en pro y en contra manipuladores del voto.
DETALLE Y NIVEL DE DESCRIPCIÓN	Se grafica el Sí y el No como una lluvia que cae sobre el pueblo / Aparentemente el paraguas sirve de protección para evitar ser tocados por la “lluvia” / se da por entendido que la familia camina para ejercer el derecho a la democracia y que es un acto que compete a todos sin distinción de edad o género / muestra interés también en el nerviosismo que se provoca en los lectores el momento de decidir el voto.
PRODUCCIÓN DISCURSIVA	Puesto que hay discrepancias al momento de decidir el referéndum, se crea nerviosismo en los lectores. La supuesta “libertad de elección” o “democracia” no se cumple porque el pueblo tiene presión política de los bandos interesados. Se vuelve evidente la pugna por el poder.

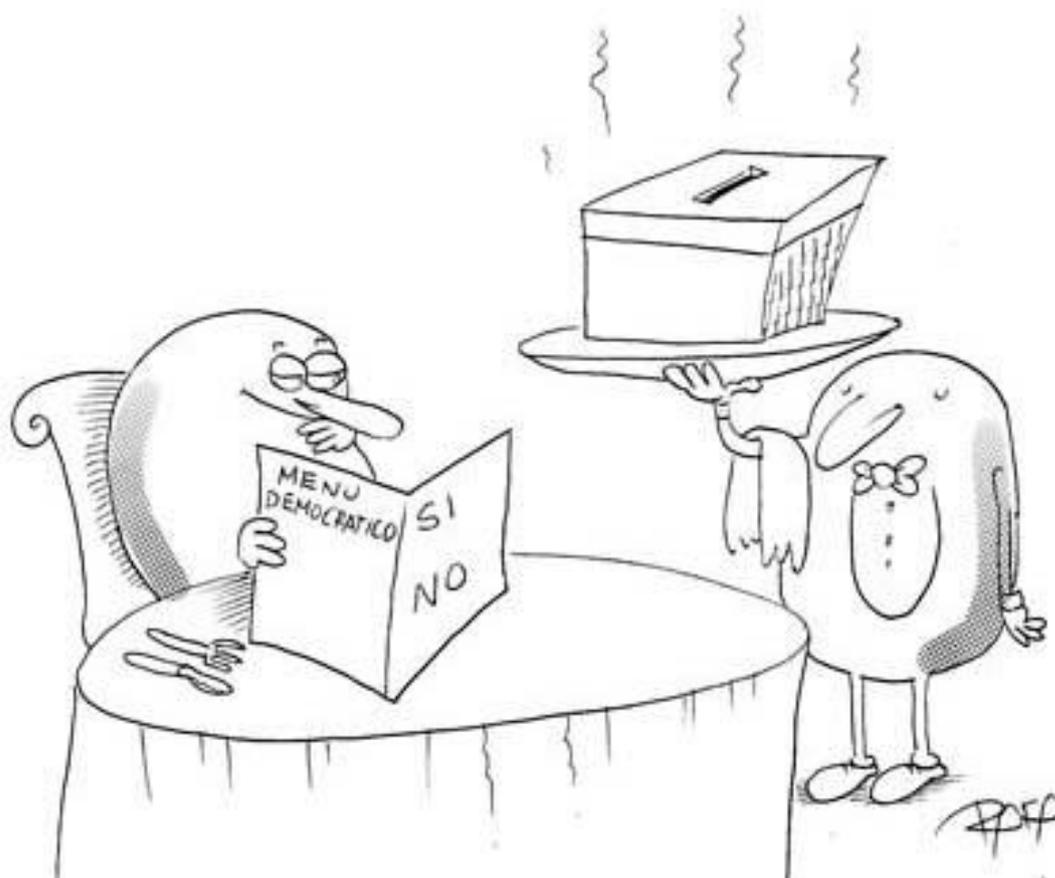
Anexo 1.3

Ficha básica de análisis gráfico

Título:

“A decidir el futuro”, **Diario El Mercurio** (Carrasco, 2008)

Caso No. 3:



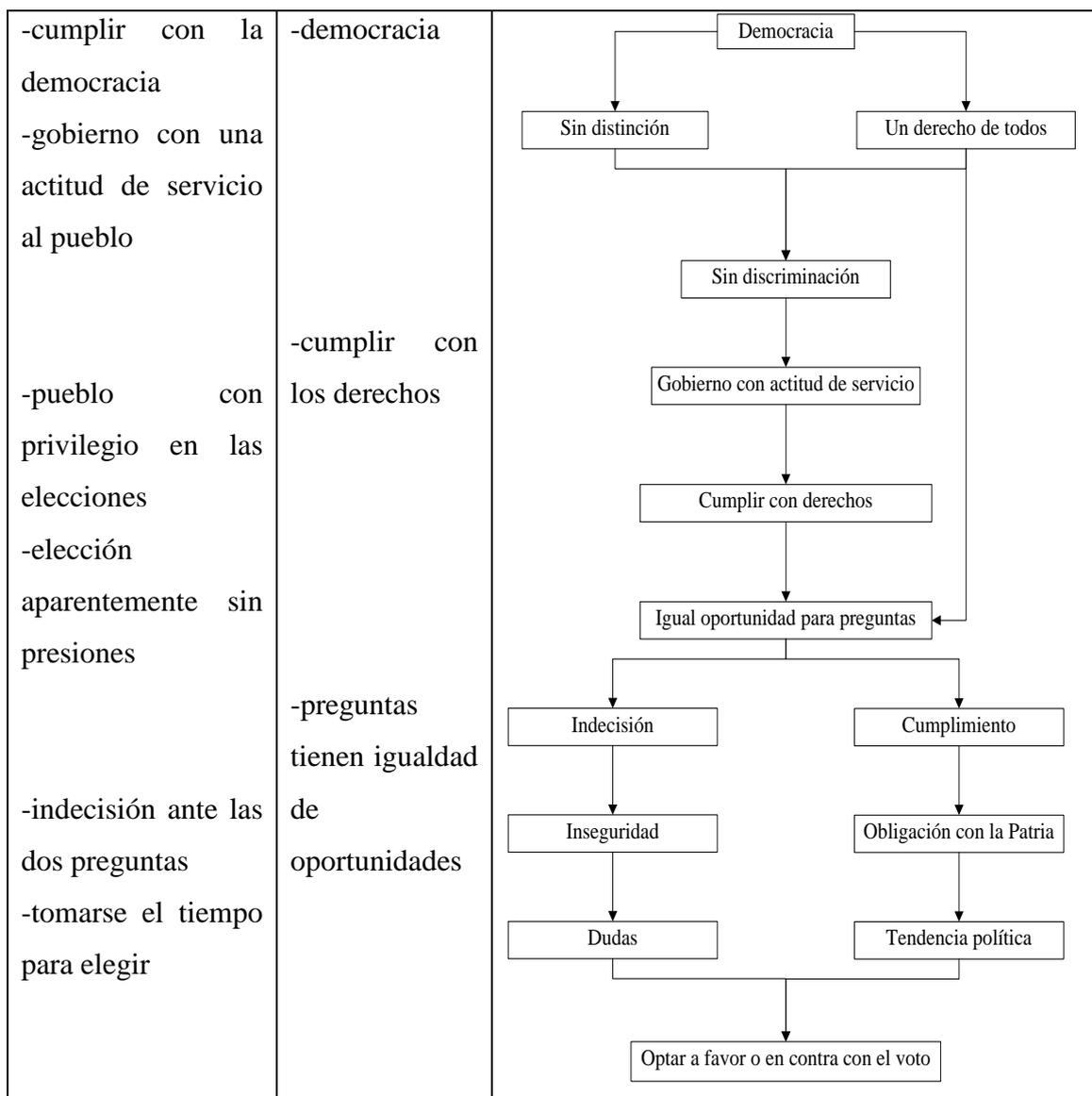
OBJETO ANALÍTICO	TIPO	REGISTRO
Remitido público: Editorial Gráfico titulado “A decidir el futuro”, publicado en diario El Mercurio de la ciudad de Cuenca el 28/09/08, página 4 sección “Editorial” cuerpo “A” en la parte central a dos columnas (12cmx12cm)	Editorial político gráfico	003

1. ESTRUCTURA GENERAL

IMAGEN	Caricatura
CONTENIDO GRAFICO:	<p>a) <u>Número de gráficos:</u> 2 (aplicado a las descripciones representadas por medio de figuras. Representación gráfica de una relación cuantitativa propia de un fenómeno cualquiera).</p> <p>b) <u>Extensión media de los gráficos:</u> 4 cm dibujos (fáciles de ser identificados)</p> <p>c) <u>Representaciones fuertes:</u> Ninguna que sea ofensiva.</p> <p>d) <u>Representaciones materiales:</u> El frac, lazo, guantes, charol y mantel. Mesa, silla, menú, cubiertos.</p> <p>e) <u>Representaciones específicas:</u> La urna humeante, el mesero, el menú y el hombre pensativo.</p>

2. GENERALIDADES DE LA ESTRUCTURA DISCURSIVA

PROPOSICIONES	MACROPRO- POCIONES	MACRORREGLAS
---------------	-----------------------	--------------



3 GENERALIDADES DE LA SUPERESTRUCTURA

<p>CONVENCIONES SEMIOTICAS</p>	<p>a) <u>SÍMBOLOS CINÉTICOS</u>: Uno de los símbolos cinéticos utilizado en la caricatura es son cuatro líneas verticales onduladas dibujadas sobre la urna que sugieren olor en la imagen visual, con el fin de “impresionar la pituitaria nasal” (en este caso por el contexto que representa el gráfico) (Gubern & Gasca, 1991: 272).</p> <p>b) <u>ESTEREOTIPOS</u>: Mesero. “Podría decirse que en la iconografía popular se representa al mesero con un corbatín, camisa de botones y un mantel” (Gubern & Gasca, 1991: 53).</p> <p>c) <u>GESTUARIO</u>, colocar la mano en el mentón significa un</p>
--------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>“gesto dubitativo” (Gubern & Gasca, 1991: 113), se ratifica la indecisión en el personaje dibujado. Se puede entender también como un “signo universal de reflexión” (Gubern & Gasca, 1991: 130).</p>
ELEMENTOS GRAFICOS	<p>-Mesero = El Gobierno que se pone al servicio del pueblo</p> <p>-Comensal = Busca la mejor opción al momento de elegir</p>
ORDEN GRÁFICO	<p>a) <u>INTRODUCCIÓN</u>: La primera etapa que se presenta es la entrega de la urna humeante para ser depositado el voto.</p> <p>b) <u>DESARROLLO</u>: La vista necesariamente se dirige a la izquierda, porque el gráfico está en un primer plano. Es decir, segunda imagen en importancia es el comensal observando un menú y luego el mesero.</p> <p>c) <u>CONCLUSIÓN</u>: La indecisión reina ante una elección a favor o en contra.</p>
ESTRATEGIAS COGNITIVAS	<p><u>Afirmaciones dadas como verdaderas:</u></p> <p>-El comensal representado al pueblo, no tiene otra opción que elegir.</p> <p>-La indecisión que se ve reflejado en el rostro del comensal.</p> <p><u>Afirmaciones especulativas:</u></p> <p>-El mesero representando al Gobierno puede entenderse como: “Al servicio del pueblo” ó “Se sirve del pueblo”.</p> <p><u>Afirmaciones promisorias:</u></p> <p>-La urna como ánfora que contendrá todos los votos de los ecuatorianos.</p> <p><u>Afirmaciones políticas:</u></p> <p>-La frase “Menú democrático”.</p>
ESTRATEGIAS DE ENUNCIACIÓN	<p>El gráfico implica presuposición que ya el hecho de la elección de la Carta Magna es un acontecimiento que el Ecuador conoce.</p> <p><u>Implicación por prejuiciación:</u></p> <p>El elector no puede decidir de manera tranquila su voto porque está presionado por el Gobierno que espera su decisión. Proceso</p>

	<p>democrático = igualdad de derechos = obligación de decidir a favor o en contra (indecisión).</p> <p><u>Vinculación con cierta inferencia:</u></p> <p>Al parecer no existe inferencia en la caricatura, es imparcial. Se muestra por igual la opción a favor y en contra.</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3.1. SUPERESTRUCTURA

<p>FUNCIONES DE LAS IMÁGENES</p>	<p>a) <u>COGNITIVA</u>: Controla la atención y el interés en el proceso de comprensión del mensaje con los detalles particulares que brinda en los dos gráficos: el comensal y el mesero.</p> <p>b) <u>SOCIAL</u>: No hay asociación con ninguna posición política = pueblo / Gobierno</p> <p>c) <u>IDEOLÓGICA</u>: Se relaciona con un campo de valores positivo = Ejercer la democracia a través del sufragio.</p> <p>El campo de valores negativo = El pueblo se ve forzado a elegir entre una u otra respuesta. Su decisión a la hora de sufragar no es completamente libre.</p> <p><u>La función</u> que está detrás del gráfico del sufragio es hacer comprender que una decisión democrática no es fácil de tomarla = presenta objetos gráficos como: humo, mano en el mentón, ojos que miran fijamente algo / Ante el sufragio el pueblo presenta una actitud de indecisión = inseguridad.</p>
----------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. CONTEXTO

DOMINIO	En el campo político
INTERACCIÓN GLOBAL	Comunicación/emisor que supuestamente tiene el poder (pueblo) / deben esperar su decisión (sufragio) / porque dependen de una respuesta (a favor = Si ó en contra = No)
FUNCIONALIDAD	Se dirige con persuasión: La urna es el gráfico de enlace entre las dos caricaturas = se espera por una decisión / El pueblo

	<p>asume distancia con el destinatario / el mesero (Gobierno) está sometido a la decisión del comensal (pueblo).</p>
INTENCIÓN	<p>Los gráficos implican el deseo de decidir a favor ó en contra del voto = sus intenciones no son del todo reales porque el Gobierno parece “servir” al pueblo, pero se puede interpretar irónicamente que “se sirve” del pueblo.</p>
PROPÓSITO	<p>a) <u>Efectos buscados</u>: Ratificar las probables dudas que tienen los lectores</p> <p>b) <u>Identificadores de manipulación</u>: La mano en el mentón que significa duda, inseguridad. Ojos que miran fijamente el menú antes de decidirse. <u>Objetos gráficos</u> que buscan provocar dudas: urna humeante, mano en el mentón, cubiertos, menú, ojos saltones.</p>
FECHA, TIEMPO	<p>La caricatura tiene fecha 28/09/08, el mismo día de la elección para la nueva Carta Magna convocada por el Presidente de la República, Rafael Correa. En caso de aprobarse este referéndum, se reformaría la Constitución del Ecuador.</p>
LUGAR	<p>El editorial gráfico se enuncia en un medio de comunicación local y regional diario “El Mercurio” medio privado con alta representatividad a nivel de la ciudad y región.</p>
CIRCUNSTANCIAS	<p>La caricatura está en uno de los lugares más importantes del periódico: sección Editorial, lo que parece validado por el propio medio = opinión aprobada y respaldada por el medio. De alguna manera hace que la caricatura sea parte del pensar del periódico que también toma una posición frente al accionar de “conveniencia política” de la aprobación del referéndum para la nueva Carta Magna.</p>
REPRESENTACIONES SOCIALES	<p>El Estado requiere el poder del pueblo durante el sufragio para decidir el destino del país.</p>

5. ESTRUCTURA DISCURSIVA

DIFERENCIACIÓN SOCIAL	El pueblo se representa con la mano en el mentón para demostrar la inseguridad ante el voto / se relaciona con la indecisión que hay el mismo día de ejercer la democracia /
DETALLE Y NIVEL DE DESCRIPCIÓN	Se grafica al pueblo con la incertidumbre de la elección como si no tuviera aún definido su voto / el mesero es en cambio el Gobierno que espera con mucha sutileza la decisión del pueblo / la presión se ejerce con la urna humeante que no espera que el pueblo se tome el tiempo para decidir.
PRODUCCIÓN DISCURSIVA	Puesto que hay presión al momento de decidir el Referéndum, se crea inseguridad en los lectores. La supuesta “libertad de elección” o “democracia” no se cumple porque el pueblo tiene el apremio de decidir de la manera más rápida su voto.

Anexo 1.4

Ficha básica de análisis gráfico

Título:

“Incertidumbre”, Diario El Tiempo (Jiménez, 2008)

Caso No. 4:



OBJETO ANALÍTICO	TIPO	REGISTRO
Remitido público: Editorial Gráfico titulado “Incertidumbre”, publicado en diario El Tiempo de la ciudad de Cuenca el 28/09/08, página 4 sección “Opinión” cuerpo “A” en la parte central a dos columnas (13 cm por 13 cm)	Editorial gráfico político	004

1. ESTRUCTURA GENERAL

IMAGEN	Caricatura
CONTENIDO GRAFICO:	<p>a) <u>Número de gráficos</u>: Uno (aplicado a las descripciones representadas por medio de figuras).</p> <p>b) <u>Extensión media de los gráficos</u>: 12 cm., dibujo (fácil de identificarlo)</p> <p>c) <u>Representaciones fuertes</u>: Ninguna que sea ofensiva.</p> <p>d) <u>Representaciones materiales</u>: Dibujo de un signo de interrogación.</p>

2. GENERALIDADES DE LA ESTRUCTURA DISCURSIVA

PROPOSICIONES	MACROPRO- POCIONES	MACRORREGLAS
<p>-cumplir con el sufragio</p> <p>-elección presionada a favor ó en contra del voto</p> <p>-incertidumbre por el Sí o el No</p>	<p>-democracia</p> <p>-dudas, presión incertidumbre</p> <p>-preguntas con igualdad de oportunidades</p>	<pre> graph TD Sufragio --> Democracia Sufragio --> Participación Democracia --> CumplirConDerechos[Cumplir con derechos] CumplirConDerechos --> IncertidumbreEnElección[Incertidumbre en elección] Participación --> IgualOportunidadParaPreguntas[Igual oportunidad para preguntas] IncertidumbreEnElección --> IgualOportunidadParaPreguntas IgualOportunidadParaPreguntas --> Presión IgualOportunidadParaPreguntas --> Cumplimiento Presión --> Inseguridad Cumplimiento --> EjercerDerechos[Ejercer derechos] Inseguridad --> OptarA Favor O En Contra Con El Voto[Optar a favor o en contra con el voto] EjercerDerechos --> OptarA Favor O En Contra Con El Voto </pre>

3 GENERALIDADES DE LA SUPERESTRUCTURA

<p>CONVENCIONES SEMIOTICAS</p>	<p>a) <u>SÍMBOLOS CINÉTICOS</u>: - La repetición de las palabras Si-No, Si-No (...), es “parloteo excesivo” (Gubern & Gasca, 1991: 438).</p> <p>b) <u>DISTORSIÓN DE LA REALIDAD VISIBLE</u>: El signo de interrogación revela sorpresa e incertidumbre. “Muy emparentadas con el estado de asombro, las vivencias de la sorpresa y de la incertidumbre se manifiestan en los comics con un signo de interrogación de la persona afectada, cuya expresión facial es congruente y redundante con tal estado. El signo inquisitivo revela el estado de confusión o de incomprensión del sujeto ante un acontecimiento inesperado” (Gubern & Gasca, 1991: 360).</p> <p>Visualmente los sujetos afectados no aparecen graficados pero se interpreta que es el pueblo quien se encuentra en ese estado de incertidumbre ante las elecciones.</p>
<p>ELEMENTOS GRAFICOS</p>	<p>-Signo de Interrogación = Incertidumbre por la promoción del Sí y No.</p>
<p>ORDEN GRÁFICO</p>	<p>a) <u>INTRODUCCIÓN</u>: En la primera etapa se presenta un signo de interrogación que grafica la incertidumbre.</p> <p>b) <u>DESARROLLO</u>: Un gran número de palabras dentro de la interrogante que promocionan el Sí y el No.</p> <p>c) <u>CONCLUSIÓN</u>: La incertidumbre está presentes en las elecciones.</p>
<p>ESTRATEGIAS COGNITIVAS</p>	<p><u>Afirmaciones dadas como verdaderas</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> -La incertidumbre se ve reflejado en el signo de interrogación. -Existen dudas previo al sufragio. <p><u>Afirmaciones especulativas</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - En el mismo día de la elección aún existe incertidumbre ante el triunfo del Sí o el No. <p><u>Afirmaciones promisorias</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Resultado incierto en el Referéndum.

	<p><u>Afirmaciones políticas:</u></p> <p>-La palabra “Incertidumbre”.</p>
<p>ESTRATEGIAS DE ENUNCIACIÓN</p>	<p>El gráfico implica presuposición sobre el referéndum para aprobar la nueva Carta Magna como un acontecimiento conocido.</p> <p><u>Implicación por prejuiciación:</u></p> <p>Existe incertidumbre ante el triunfo del Sí o el No.</p> <p>El elector no puede decidir de manera tranquila su voto porque está presionado por la promoción a favor y en contra del sufragio lo que desemboca en incertidumbre el mismo día de la elección.</p> <p>Proceso democrático = igualdad de derechos = obligación de decidir a favor o en contra (incertidumbre).</p> <p><u>Vinculación con cierta inferencia:</u></p> <p>El caricaturista ratifica la promoción que se hizo a favor del Sí y del No, con la que según él aún existe duda en los lectores.</p> <p>Se aprecia la imparcialidad en la campaña.</p>

3.1. SUPERESTRUCTURA

<p>FUNCIONES DE LAS IMÁGENES</p>	<p>a) <u>COGNITIVA</u>: Controla la atención y el interés en el proceso de comprensión del mensaje con detalles gráficos como el Sí, No y el signo de interrogación.</p> <p>b) <u>SOCIAL</u>: Tiene un punto neutral. No presenta ninguna posición política.</p> <p>c) <u>IDEOLÓGICA</u>: Se relaciona con un campo de valores positivo = Ejercer la democracia a través del sufragio.</p> <p>Campo de valores negativo = El pueblo estaría todavía con la incertidumbre de saber la respuesta que triunfaría a pesar de ser el mismo día de las elecciones.</p> <p><u>La función</u> que está detrás del gráfico del sufragio es hacer comprender que aún existe incertidumbre en torno al tema del</p>
----------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	sufragio = presenta el objeto gráfico del signo de interrogación como un signo de inseguridad, confusión/
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. CONTEXTO

DOMINIO	En el campo político
INTERACCIÓN GLOBAL	Comunicación/emisor que supuestamente tiene el poder (campana publicitaria = representa lo negativo/ lluvia de propaganda a favor (Sí) o en contra (No) del referéndum y lo bueno/signo de interrogación = incertidumbre, no estaría dicha la última palabra en el referéndum)/ cae en su oyente pasivo (pueblo) / porque esperan algo (tome una decisión)
FUNCIONALIDAD	Se dirigen con persuasión: Presencia del Sí y el No = poder, influyen en la decisión ante el sufragio/ Signo de interrogación = se da por sentado la incertidumbre / El pueblo asume distancia con el destinatario paradójicamente (el pueblo no participa).
INTENCIÓN	Los gráficos implican el deseo de dar a conocer la persuasión a favor o en contra del voto y la incertidumbre que esto genera = su intención es ratificar la incertidumbre que tiene el pueblo.
PROPÓSITO	a) <u>Efectos buscados</u> : Provocar dudas en los lectores b) <u>Identificadores de manipulación</u> : Presencia del Sí y No representada como “parloteo excesivo”, según concepto de Gubern (Gubern & Gasca, 1991: 438). <u>Objetos gráficos</u> que buscan provocar dudas: Signo de interrogación.
FECHA, TIEMPO	La caricatura tiene fecha 28/09/08, el mismo día de efectuarse la elección para la nueva Carta Magna convocada por el Presidente de la República, Rafael Correa. En caso de aprobarse este referéndum, se reformaría la Constitución del Ecuador, uno de los planteamientos de campaña del presidente Correa.

LUGAR	El editorial gráfico se enuncia en un medio de comunicación local y regional diario “El Tiempo” medio privado con alta representatividad a nivel de la ciudad de Cuenca y la región.
CIRCUNSTANCIAS	La caricatura está en uno de los lugares más importantes del periódico: sección Editorial, lo que parece validado por el propio medio = opinión aprobada y respaldada por el medio de comunicación. De alguna manera hace que la caricatura sea parte del pensar del periódico que también toma una posición ante la aprobación del referéndum para la nueva Carta Magna.
REPRESENTACIONES SOCIALES	La incertidumbre ante el bombardeo de las campañas publicitarias a favor y en contra / el Estado requiere el poder del pueblo durante el sufragio para decidir el destino del país.

5. ESTRUCTURA DISCURSIVA

DIFERENCIACIÓN SOCIAL	El signo de interrogación demuestra nerviosismo, confusión/ se relaciona la presión publicitaria al momento de ejercer la democracia / el pueblo vs. poderes políticos en pro y en contra manipuladores del voto.
DETALLE Y NIVEL DE DESCRIPCIÓN	Se grafica el Sí y el No como un parloteo excesivo / La presencia de la incertidumbre e inseguridad está presente inclusive en el mismo día de decidir el voto.
PRODUCCIÓN DISCURSIVA	Puesto que hay discrepancias al momento de decidir el referéndum, se crea nerviosismo en los lectores. La supuesta “libertad de elección” o “democracia” no se cumple porque el pueblo tiene presión política de los bandos interesados. No estaría claro el favoritismo o rechazo por el referéndum. Habría incertidumbre y confusión, lo que provocaría dudas. Se vuelve evidente la pugna por el poder.

Anexo 1.5

Ficha básica de análisis gráfico

Título:

“El Susto”, Diario El Mercurio (Carrasco, 2008)

Caso No. 5:



OBJETO ANALÍTICO	TIPO	REGISTRO
Remitido público: Editorial Gráfico titulado “El susto”, publicado en diario El Mercurio de la ciudad de Cuenca el 28/09/08, página 4 sección “Editorial” cuerpo “A” en la parte central a dos columnas (12cmx12cm)	Editorial gráfico político	005

1. ESTRUCTURA SUPERFICIAL

IMAGEN	Caricatura
GRAFICO:	<p>a) <u>Número de gráficos</u>: Tres. (Aplicado a las descripciones representadas por medio de figuras. Representación gráfica de una relación cuantitativa propia de un fenómeno cualquiera).</p> <p>b) <u>Extensión media de los gráficos</u>: Cuatro cm. Dibujos fáciles de ser identificados.</p> <p>c) <u>Representaciones fuertes</u>: Ninguna que sea ofensiva.</p> <p>d) <u>Representaciones materiales</u>: Gorro de cumpleaños, urna, picadillo, serpentinas con el Sí.</p> <p>e) <u>Representaciones específicas</u>: La urna abierta, el presidente Rafael Correa, el alcalde de Guayaquil Jaime Nebot y el ex presidente Lucio Gutiérrez.</p>

2. GENERALIDADES DE LA ESTRUCTURA DISCURSIVA

PROPOSICIONES	MACROPRO- POCIONES	MACRORREGLAS
---------------	-----------------------	--------------

<p>-se cumplió con la democracia a través del sufragio</p> <p>-Referéndum a favor del Gobierno representado por el presidente Rafael Correa.</p> <p>-Respuestas favorecen al Sí</p> <p>-Líderes políticos no esperaban un resultado mayoritario a favor del Gobierno.</p>	<p>-democracia</p> <p>- Referéndum</p> <p>-Resultados a favor del Sí</p> <p>- Sorpresas</p>	<pre> graph TD Democracia --> Referendum Democracia --> Resultados Referendum --> AFavorDelSi[A favor del Sí] AFavorDelSi --> SeCumplio[Se cumplió con los derechos] SeCumplio --> GobiernoFavorecido[Gobierno favorecido] GobiernoFavorecido --> PresenciaMayoritaria[Presencia mayoritaria del Sí] Resultados --> PresenciaMayoritaria PresenciaMayoritaria --> Reaccion PresenciaMayoritaria --> Cumplimiento Reaccion --> Felicidad Felicidad --> Sorpresa Cumplimiento --> Obligacion Obligacion --> FavoritismoPolitico Sorpresa --> SorpresaParaOpositores[Sorpresa para sus opositores políticos] FavoritismoPolitico --> SorpresaParaOpositores </pre>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3 GENERALIDADES DE LA SUPERESTRUCTURA

<p>CONVENCIONES</p>	<p>a) <u>SÍMBOLOS CINÉTICOS</u>: Entre los símbolos cinéticos utilizado en la caricatura están: gorro de fiesta, picadillos y serpentinas que representan fiesta; familiarizados en nuestro medio.</p> <p>Otro símbolo cinético es la transpiración. Son las gotas de sudor en Jaime Nebot y Lucio Gutiérrez que hace alusión al susto, sorpresa, angustia por el triunfo del Sí en las elecciones, si nos acogemos al concepto de Gubern (Gubern & Gasca, 1991: 174).</p> <p>Un tercer símbolo cinético estaría identificado en la sombra que</p>
---------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

SEMIOTICAS	<p>tienen bajo los pies que significa caída. “El dibujo de los comics genera imágenes estáticas, que por definición no pueden reproducirse miméticamente el movimiento del mundo real. La dinamicidad de los comics procede de la continuidad seriada de sus imágenes secuenciales, pero dentro de cada imagen o pictograma sus figuras están condenadas al estatismo. Sin embargo, muy pronto los dibujantes inventaron artificios gráficos (movilgramas) para simbolizar la movilidad de los personajes y de los objetos” (Gubern & Gasca, 1991: 194). En este caso la línea ondulada describe la trayectoria recorrida por los políticos.</p> <p>b) <u>ESTEREOTIPOS</u>: Pinocho. En la iconografía popular y cinética infantil se representa a Pinocho con la nariz larga por su facilidad para mentir. Es utilizado en este caso con uno de sus opositores políticos, Lucio Gutiérrez, cuya representación con nariz larga ha sido ya dibujada muchas veces en caricaturas anteriores para identificar a este personaje político.</p> <p>c) <u>GESTUARIO</u>: colocase la mano en el corazón como si fuera a tener un infarto del susto. La posición de los brazos, abiertos de las dos caricaturas ratifica el susto.</p> <p>La sonrisa de Rafael Correa es lo que Gubern llama “expresión de hipocresía” (Gubern & Gasca, 1991: 132). La simulación hipócrita evidencia los dientes descubiertos por la sonrisa junto a la perplejidad de sus opositores políticos boquiabiertos.</p> <p>La irritación expresada por las cejas fruncidas, los ojos y bocas abiertas, la sincronía asombrada de los rostros de los dos políticos opositores son otras variantes de la expresión facial de la complejidad.</p> <p>d) <u>ROTULACIÓN</u>: La frase “AAAAAYY” es denominada como “exclamación descendente” (Gubern & Gasca, 1991: 489). “El tratamiento gráfico del texto literario, que constituye el arte del <i>lettering</i>, puede aportar decisivas connotaciones al sentido del</p>
------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>texto. El uso de las mayúsculas, minúsculas, subrayados, estilos caligráficos, signos de admiración y tamaños diversificados de letras se convierte así en un eficaz medios creativo y expresivo al servicio del autor de los comics, capaz de integrarse orgánicamente en el complejo sígnico del lexipictograma” (Gubern & Gasca, 1991: 480).</p> <p>e) <u>DISTORSIÓN DE LA REALIDAD VISIBLE</u>: Aquí se encuentra el asombro. “El asombro se expresa en los comics mediante unas reacciones faciales muy características (ojos muy abiertos y a veces también la boca), pero sobre todo por un signo de admiración sobre la cabeza, que puede estar encapsulado en el interior de un globo. La contundencia ideogramática del signo de admiración disuelve toda posible ambigüedad o indeterminación en la situación mostrada” (Gubern & Gasca, 1991: 356). Ambos personajes políticos muestran un asombro colectivo y se divisan incluso dos pares de signos de admiración que le da más énfasis.</p>
ELEMENTOS GRAFICOS	<p>-Presidente de fiesta = El Gobierno festeja el triunfo en las urnas</p> <p>-Líderes políticos = Sorpresa y admiración ante un triunfo arrasador a favor del Sí.</p>
ORDEN GRÁFICO	<p>a) <u>INTRODUCCIÓN</u>: La primera etapa que se presenta es la entrega de la urna donde emerge con un resorte el Sí.</p> <p>b) <u>DESARROLLO</u>: La vista necesariamente se dirige a la izquierda, porque el gráfico está en un plano general más destacado.</p> <p>Como una segunda imagen en importancia se encuentran los dos líderes políticos que se ven minimizados en espacio dentro del cuadro de la caricatura.</p> <p>c) <u>CONCLUSIÓN</u>: La felicidad del Gobierno ante el triunfo es evidente, causando sorpresa y admiración a sus oponentes.</p>
	<p><u>Afirmaciones dadas como verdaderas</u>:</p> <p>-El triunfo arrasador del Gobierno.</p> <p>-La felicidad del Mandatario Rafael Correa.</p>

<p>ESTRATEGIAS COGNITIVAS</p>	<p>- Sorpresa y admiración de sus adversarios políticos.</p> <p><u>Afirmaciones especulativas:</u></p> <p>-El susto que ocasionó el triunfo del Sí. Podía ser que sus contendientes esperaban un resultado así pero no tan arrollador.</p> <p><u>Afirmaciones promisorias:</u></p> <p>-La urna que contenía los votos de los ecuatorianos.</p> <p><u>Afirmaciones políticas:</u></p> <p>-La palabra “Referéndum”.</p>
<p>ESTRATEGIAS DE ENUNCIACIÓN</p>	<p>El gráfico implica presuposición que ya el hecho de la elección de la Carta Magna es un acontecimiento que todo el Ecuador conoce y estuvo pendiente de su desenlace.</p> <p><u>Implicación por prejuiciación:</u></p> <p>Ser una sorpresa para sus contendores políticos el triunfo del Sí. Proceso democrático = igualdad de derechos = Resultado arrasador del Sí.</p> <p><u>Vinculación con cierta inferencia:</u></p> <p>La caricatura se inclina con cierta inferencia a favor del Gobierno. En su caricatura minimiza a los líderes políticos.</p>

3.1. SUPERESTRUCTURA

<p>FUNCIONES DE LAS IMÁGENES</p>	<p>a) <u>COGNITIVA</u>: Controla la atención y el interés en el proceso de comprensión del mensaje con los detalles particulares que brinda en los gráficos: El Mandatario, la urna con el Sí y los dos líderes políticos.</p> <p>b) <u>SOCIAL</u>: No hay asociación con ninguna posición política = Mandatario / Líderes Políticos</p> <p>c) <u>IDEOLÓGICA</u>: Se relaciona con un campo de valores positivo = Triunfo de la democracia a favor del Sí.</p> <p>El campo de valores negativo = Los oponentes se sorprenden por los resultados obtenidos en las urnas.</p> <p><u>La función</u> que está detrás del gráfico es hacer comprender que el triunfo de una mayoría representada por el Gobierno es aquel</p>
--------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	que impera = presenta objetos gráficos como: gorro de cumpleaños, urna, nariz larga, ojos saltones, gotas de sudor / El Mandatario presenta una actitud de felicidad = triunfo.
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. CONTEXTO

DOMINIO	En el campo político
INTERACCIÓN GLOBAL	Comunicación/emisor que supuestamente tiene el poder (Gobierno) / deben acogerse a su decisión (líderes políticos) / porque dependen de una respuesta (a favor = Sí)
FUNCIONALIDAD	Se dirige con persuasión: La urna es el gráfico de enlace entre las dos caricaturas = se esperó por una decisión / Los líderes políticos asumen distancia con el Gobierno / Los líderes políticos están sometidos a la decisión del Gobierno.
INTENCIÓN	Los gráficos implican una arrasadora decisión a favor del Sí = sus intenciones no son del todo reales porque los líderes políticos se esperaban ya un triunfo del Sí en base a las encuestas que se manejaban en torno al tema.
PROPÓSITO	<p>a) <u>Efectos buscados:</u> Ratificar el triunfo que tiene el Mandatario ante sus opositores políticos.</p> <p>b) <u>Identificadores de manipulación:</u> La sonrisa hipócrita del Mandatario. Gestos de sorpresa, ojos saltones y nariz larga.</p> <p><u>Objetos gráficos</u> que buscan provocar dudas: gorro del referéndum, urna con el Sí, gotas de sudor, ojos saltones y nariz larga.</p>
FECHA, TIEMPO	La caricatura tiene fecha 29/09/08, un día después de la elección para la nueva Carta Magna convocada por el Presidente de la República, Rafael Correa. Una vez conocidos los resultados de las elecciones, se procederá a reformar la Constitución del Ecuador, uno de los planteamientos de

	campaña del presidente Correa.
LUGAR	El editorial gráfico se enuncia en un medio de comunicación local y regional diario “El Mercurio” medio privado con alta representatividad a nivel de la ciudad y región.
CIRCUNSTANCIAS	La caricatura está en uno de los lugares más importantes del periódico: sección Editorial, lo que parece validado por el propio medio = opinión aprobada y respaldada por el medio. De alguna manera hace que la caricatura sea parte del pensar del periódico que también toma una posición frente al accionar de “conveniencia política” de la aprobación del referéndum para la nueva Carta Magna.
REPRESENTACIONES SOCIALES	El Estado tiene el poder del pueblo luego del sufragio, para decidir el destino del país.

5. ESTRUCTURA DISCURSIVA

DIFERENCIACIÓN SOCIAL	El Gobierno se representa con una sonrisa para demostrar la felicidad ante el triunfo en las urnas / se relaciona con la lección de aceptación popular que pretende dar a sus líderes políticos /
DETALLE Y NIVEL DE DESCRIPCIÓN	El Mandatario se asegura el cambio de la Carta Magna luego del triunfo / Los líderes políticos se sorprenden ante el arrasador resultado, en este caso se lo grafica como inesperado / la lección que pretende dar a otros contendientes luego de la aceptación en las urnas.
PRODUCCIÓN DISCURSIVA	Al graficar un Sí de gran tamaño y minimizar a los líderes políticos, pretende graficar el arrasador triunfo del Mandatario en las urnas. Al parecer los verdaderos contrincantes a pesar de ser dos que representarían gráficamente una mayoría, no son verdaderos contendientes ante un Gobierno que tiene la aceptación mayoritaria del pueblo que acepta sus propuestas políticas.

Anexo 1.6

Ficha básica de análisis gráfico

Título:

“La incógnita”, Diario El Tiempo (Jiménez, 2008)

Caso No. 6:



OBJETO ANALÍTICO	TIPO	REGISTRO
Remitido público: Editorial Gráfico titulado “La incógnita”, publicado en diario El Tiempo de la ciudad de Cuenca el 30/09/08, página 4 sección “Opinión” cuerpo “A” en la parte central a dos columnas (15 cm por 15 cm)	Editorial gráfico político	006

1. ESTRUCTURA GENERAL

IMAGEN	Caricatura
CONTENIDO GRAFICO	a) <u>Número de gráficos:</u> Dos (aplicado a las descripciones representadas por medio de figuras. Representación gráfica de una relación cuantitativa propia de un fenómeno cualquiera). b) <u>Extensión media de los gráficos:</u> 8 cm. Dibujos fáciles de ser identificados. c) <u>Representaciones fuertes:</u> Ninguna que sea ofensiva. d) <u>Representaciones materiales:</u> Libro. e) <u>Representaciones específicas:</u> Sudor.

2. GENERALIDADES DE LA ESTRUCTURA DISCURSIVA

PROPOSICIONES	MACROPRO- POCIONES	MACRORREGLAS
---------------	-----------------------	--------------

<p>-se cumplió con la democracia a través del sufragio</p> <p>-Referéndum fue a favor del actual Gobierno representado por el presidente Rafael Correa.</p> <p>-Respuestas favorecen al Sí</p> <p>-Existe duda por parte del mismo Gobierno en que se cumpla con la Nueva Constitución.</p>	<p>-democracia</p> <p>- referéndum</p> <p>- resultados a favor del Sí</p> <p>- descono- cimiento</p>	<pre> graph TD Democracia --> Referendum Democracia --> Resultados Referendum --> AFavorDelSi[A favor del Sí] AFavorDelSi --> SeCumplio[Se cumplió con los derechos] SeCumplio --> GobiernoFavorecido[Gobierno favorecido] GobiernoFavorecido --> PresenciaMayoritaria[Presencia mayoritaria del Sí] Resultados --> PresenciaMayoritaria PresenciaMayoritaria --> Desconocimiento PresenciaMayoritaria --> Cumplimiento Desconocimiento --> Respeto Respeto --> Dudas Cumplimiento --> Obligacion[Obligación] Obligacion --> FavoritismoPolitico[Favoritismo político] Dudas --> SeDesconoce[Se desconoce si se respetará Nueva Constitución] FavoritismoPolitico --> SeDesconoce </pre>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3 GENERALIDADES DE LA SUPERESTRUCTURA

	<p>a) <u>SITUACIONES ARQUETÍPICAS</u>: Transpiración: Gotas de sudor que está al contorno del personaje en este caso Rafael Correa. Para aplicar el concepto de Gubern (Gubern & Gasca, 1991: 174), las gotas de sudor que emanan aparentemente de sus frentes, reflejaría la angustia de no poder hacer respetar una decisión o la voluntad del pueblo en este caso, a favor de la</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>CONVENCIONES SEMIOTICAS</p>	<p>Nueva Constitución.</p> <p>b) <u>ESTEREOTIPOS</u>: El Presidente: Graficado al Mandatario como una persona que porta una Banda en la que se refleja una frase que lo identifica como Presidente “Mi poder en la Nueva”</p> <p>c) <u>DENTRO DEL GESTUARIO</u>: El colocar la mano en el mentón significa un “gesto dubitativo” (Gubern & Gasca, 1991: 113). También puede ser un “signo universal de reflexión” (Gubern & Gasca, 1991: 130).</p> <p>d) <u>DISTORSIÓN DE LA REALIDAD VISIBLE</u>: El signo de admiración significa asombro como lo señala Gubern (Gubern & Gasca, 1991: 356). En este caso se abre y cierra el signo de admiración.</p> <p>El “signo de interrogación” en cambio, revela sorpresa e incertidumbre (Gubern & Gasca, 1991: 360). También utilizado en esta caricatura, el signo de interrogación se abre y cierra dentro de la oración.</p> <p>e) <u>MONÓLOGO INTERIOR</u>.- Podemos diferenciar que se usa un monólogo interior con el gráfico del Presidente Rafael Correa. El carácter inaudible del monólogo interior, recurso de origen novelesco (iniciado por Edouard Dujardin en 1887) y que en el cine se plasma en forma de voz en off, se expresa en los comics eliminando el contundente rabo del globo y sustituyéndolo por unos evanescentes círculos, como los utilizados en los <i>dream-balons</i> (o globos de sueño o pensamientos), ya que con ellos comparten la inmaterialidad e interioridad de la representación” (Gubern & Gasca, 1991: 450).</p>
<p>ELEMENTOS GRÁFICOS</p>	<p>-Elector = El pueblo decidió sobre el destino del país.</p> <p>-Mandatario = Debe hacer cumplir la voluntad del pueblo.</p>

<p>ORDEN GRÁFICO</p>	<p>a) <u>INTRODUCCIÓN</u>: En la primera etapa se presenta el proyecto de Constitución a favor del Sí.</p> <p>b) <u>DESARROLLO</u>: El presidente Rafael Correa no está completamente convencido de que se cumplirá con el referéndum.</p> <p>c) <u>CONCLUSIÓN</u>: Las dudas están presentes en la nueva Carta Magna en el sentido de que si se la respetará o no por parte de los mandantes.</p>
<p>ESTRATEGIAS COGNITIVAS</p>	<p><u>Afirmaciones dadas como verdaderas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Un Sí rotundo a favor de la Nueva Constitución. -Las dudas se ven reflejadas en cuanto a la incógnita presentada incluso con doble signo de admiración e interjección ¿¡Ahora la pregunta es si la respetaremos o no (...) !? -Dudas en el Presidente Rafael Correa en que se pueda cumplir y respetar la voluntad soberana. <p><u>Afirmaciones especulativas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - El Sí enorme en la pasta del Proyecto de Constitución sugiere que el resultado fue arrollador. - Preguntarse y a la vez admirarse de que se respete la decisión del sufragio. - Gotas de sudor ante las dudas de respeto en el cumplimiento de la Nueva Carta Magna. <p><u>Afirmaciones promisorias:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Incertidumbre hacia el respeto por la Nueva Carta Magna. <p><u>Afirmaciones políticas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -La palabra “Respeto”.
<p>ESTRATEGIAS DE ENUNCIACIÓN</p>	<p>El gráfico implica presuposición sobre el Referéndum para aprobar la nueva Carta Magna, como un acontecimiento que todo el Ecuador conoce.</p> <p><u>Implicación por prejuiciación:</u></p> <p>El presidente Rafael Correa se siente presionado por la</p>

	<p>responsabilidad que implica el poder, pero “Su poder en la Constitución” lo que provoca dudas al momento de hacerla respetar.</p> <p>Proceso democrático = igualdad de derechos = cumplir la voluntad del pueblo.</p> <p><u>Vinculación con cierta inferencia:</u></p> <p>El caricaturista asegura que el Sí tuvo un triunfo rotundo por las letras grandes impresas en la pasta de la Constitución.</p> <p>También afirma la incertidumbre del Mandatario al dudar que se respete la decisión del sufragio.</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3.1. SUPERESTRUCTURA

<p>FUNCIONES DE LAS IMÁGENES</p>	<p>a) <u>COGNITIVA</u>: Controla la atención y el interés en el proceso de comprensión del mensaje con detalles gráficos como el Sí, el libro, la banda presidencial.</p> <p>b) <u>SOCIAL</u>: Tiene un punto neutral. No presenta ninguna posición política.</p> <p>c) <u>IDEOLÓGICA</u>: Se relaciona con un campo de valores positivo = Hacer respetar la voluntad del pueblo como forma de cumplir con la democracia.</p> <p>El campo de valores negativo = Dudas en que se pueda o no respetar el nuevo Proyecto de Constitución.</p> <p><u>La función</u> que está detrás del gráfico es hacer comprender que debe respetarse la voluntad popular y por ende respetarse la Nueva Constitución = presenta objetos gráficos como: el libro que representa el Proyecto de Constitución, la Banda presidencial que implica el poder que tiene el Gobierno pero a su vez la responsabilidad ante el pueblo, las gotas de sudor ante la incertidumbre en no poder hacer respetar la decisión popular por tanto respetar la Carta Magna /</p>
----------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. CONTEXTO

DOMINIO	En el campo político
INTERACCIÓN GLOBAL	Comunicación/emisor que supuestamente tiene el poder (referéndum - voluntad del pueblo a favor = representa lo positivo/ dudas ante la incertidumbre de que si se respetaría o no el resultado del sufragio = es lo negativo /
FUNCIONALIDAD	Se dirige con persuasión: Sí = resultado arrasador en el sufragio / Banda presidencial = Poder del Mandatario al gobernar / Sudor = compromiso por hacer respetar la nueva Carta Magna.
INTENCIÓN	La voluntad popular está cumplida = la intención es sugerente ante el respeto que debe darse para con la nueva Constitución.
PROPÓSITO	<p>a) <u>Efectos buscados:</u> Provocar dudas en los lectores</p> <p>b) <u>Identificadores de manipulación:</u> Un “Sí” enorme sugiere que el triunfo en el referéndum fue arrollador. Las dudas del presidente Rafael Correa ante la incertidumbre en saber si se cumplirá o no con la nueva Constitución. <u>Objetos gráficos</u> que buscan provocar dudas: La expresión en el rostro del Mandatario Rafael Correa.</p>
FECHA, TIEMPO	La caricatura tiene fecha 30/09/08, dos días después de efectuarse la elección para la nueva Carta Magna convocada por el Presidente, Rafael Correa. Se conocieron los resultados a favor del Sí por el proyecto constitucional.
LUGAR	El editorial gráfico se enuncia en un medio de comunicación local y regional diario “El Tiempo” medio privado con alta representatividad a nivel de la ciudad y región.
CIRCUNSTANCIAS	La caricatura está en uno de los lugares más importantes del periódico: sección Editorial, lo que parece validado por el propio medio = opinión aprobada y respaldada por el medio.

	De alguna manera hace que la caricatura sea parte del pensar del periódico que también toma una posición ante la aprobación del referéndum para la nueva Carta Magna.
REPRESENTACIONES SOCIALES	El irrespeto a las leyes se ha convertido en algo tan común que la incertidumbre y duda se hace presente en este nuevo desafío / la duda a que se respete la Carta Magna es evidente / el Mandatario debe manejar bien su poder para lograr que se respete la decisión popular.

5. ESTRUCTURA DISCURSIVA

DIFERENCIACIÓN SOCIAL	En el Mandatario se nota claramente la representación con las “gotas de sudor” para demostrar el nerviosismo y la duda / se relaciona con la presión de hacer respetar la democracia / compromiso por hacer respetar la Constitución.
DETALLE Y NIVEL DE DESCRIPCIÓN	Se grafica el Sí como un triunfo a favor del proyecto de Constitución / Aparentemente se ve reflejada la democracia en la decisión del pueblo / el gobierno es quien debe respetar y hacer respetar que se cumpla la voluntad popular / se preocupa ante el respeto que se tendrá con la nueva Carta Magna.
PRODUCCIÓN DISCURSIVA	El país se caracteriza por los constantes irrespetos que existen en cumplir la ley. Ahora el presidente Rafael Correa se encuentra ante un nuevo desafío. Aparentemente ni él estaría convencido en que se pueda respetar la nueva Carta Magna. Se pone de manifiesto también que la voluntad popular fue mayoritariamente a favor de un cambio.