

Estrategias educomunicativas usadas en las caricaturas políticas de Betto y Mico, publicadas en el periódico El Espectador. Caso: interceptaciones ilegales de las comunicaciones “chuzadas” entre febrero y junio de 2009

ANDRÉS MAURICIO GARCÍA PATIÑO

Asesores

**Alejandro Agudelo
Magister en Ciencias políticas**

**Marcos Vega
Magister en Comunicaciones**

**Nélida Montoya
Magíster en Educación**

**Pablo Huertas
Magister en Educación**

**Lina González
Aspirante a Doctora en Comunicación**

Trabajo de grado

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LUIS AMIGÓ
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO
ETNOGRAFÍA DE LA EDUCOMUNICACIÓN
MEDELLÍN
2015**

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	8
1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
1.1 JUSTIFICACIÓN	11
1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	12
1.3 DELIMITACIÓN TEMÁTICA	13
1.3.1 Delimitación Espacio – temporal	13
1.3.2 Criterios para definir las caricaturas	14
1.3.3 Sujetos.	14
1.4 OBJETIVOS	16
1.4.1 Objetivo general	16
1.4.2 Objetivos específicos	16
2. MARCO TEÓRICO	17
2.1 COMUNICACIÓN	17
2.1.1 Teoría semiótica de la comunicación	17
2.1.2 Modelo comunicativo	20
2.1.3 Semiótica según Roland Barthes	23
2.1.3.1 El mensaje lingüístico	24
2.1.3.2 El mensaje denotativo	25
2.1.3.3 El mensaje connotado	26
2.1.3.4 Retórica de la Imagen	27
2.2 COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN	30

2.2.1 Estructuras conceptuales de la Educomunicación	31
2.2.2 Los medios como escuela no formal	34
2.2.3 Actores de la educomunicación	35
2.2.4 El educador (comunicador)	35
2.2.5 La imagen educomunicativa	36
2.2.5.1 El valor educomunicativo de la caricatura y del dibujo de humor	38
2.3 LA CARICATURA	40
2.3.1 Definición de caricatura	40
2.3.2 Funciones de las caricaturas	42
2.3.2.1 Función cultural y educativa	43
2.3.3 Configuración del mensaje gráfico	45
2.3.3.1 La contextualización del mensaje	46
2.3.3.2 Comprensibilidad conceptual del mensaje	47
2.3.3.3 Comprensibilidad formal del mensaje	58
2.3.3.4 La retórica visual	61
2.3.3.5 La función didáctica del mensaje visual	62
2.3.4 Humor, caricatura y comunicación	63
2.3.4.1 Teorías sobre el contenido del humor	65
2.3.4.2 Relación entre humor gráfico y caricatura	67
2.3.4.3 La transgresión causada por el humor gráfico	67
2.4 PERIODISMO	68
2.4.1 La caricatura como género de opinión	68
2.4.2 Clasificación de la caricatura	69
2.5 Interceptaciones ilegales de las comunicaciones durante el segundo periodo de gobierno del expresidente Álvaro Uribe Vélez	72

2.5.1 Descripción del hecho noticioso	72
2.5.2 Personalidades e instituciones “Chuzadas”	72
2.5.3 Responsables	72
2.5.4 Así vigilaba el DAS.	73
3. DISEÑO METODOLÓGICO.	74
3.1 PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN	74
3.2 DISEÑO PRELIMINAR DE LA INVESTIGACIÓN	74
3.3 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	76
3.3.1 Análisis de documentos visuales	76
3.3.2 Entrevistas semiestructuradas	80
3.3.3 Técnicas para el análisis de la información	81
3.3.4 Participantes	81
3.3.5 Plan de trabajo y presupuesto	82
4. TRABAJO DE CAMPO	86
4.1 INFORME DE LA BITÁCORA DEL PROCESO	86
4.2 VERSIÓN FINAL DE LAS TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	92
4.2.1 Batería de preguntas de la entrevista semiestructurada	92
4.2.2 Ficha de análisis de las caricaturas	94
5.3 TABULACIÓN INICIAL DE DATOS CUANTITATIVOS Y/U ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS PARA EL ANÁLISIS	96
5.4 PLANTEAMIENTO DE LAS TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN RECOLECTADA	96
Referencias bibliográficas	110

FIGURAS

Figura 1. Modelo comunicativo de la imagen	23
Figura 2. Family Guy	41
Figura 3. Gargantúa	43
Figura 4. Personajes	49
Figura 5. Lugares	50
Figura 6. Tiempo	51
Figura 7. Estereotipos y elementos visuales	52
Figura 8. Globos y bocadillos	54
Figura 9. Onomatopeyas	59
Figura 10. Caricatura deformativa	60
Figura 11. Caricatura caracterizante	61
Figura 12. Caricatura simbólica	62

FICHA TÉCNICA DEL PROBLEMA

Título del proyecto de investigación: Estrategias educomunicativas usadas en las caricaturas políticas de Betto y Mico, publicadas en el periódico El Espectador. Caso: interceptaciones ilegales de las comunicaciones “chuzadas, entre febrero y junio de 2009

Línea de Investigación: comunicación-educación.

Sublínea: comunicación - educación - escuela

Facultad: Comunicación, Publicidad y Diseño.

Programa Académico: Comunicación Social.

ESTUDIANTE O ESTUDIANTES QUE PRESENTAN EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Nombres y apellidos	Dirección electrónica	Teléfonos
Andrés Mauricio García Patiño	Andresgarcia1191@gmial.com	301 242 71 55

RESUMEN DE LA PROPUESTA INVESTIGATIVA:

Esta investigación pretende estudiar cómo son usadas las estrategias educomunicativas en los mensajes de las caricaturas políticas de Betto y Mico, para develar la función educativa de estas piezas visuales.

Actualmente algunos comunicadores se han centrado en estudiar la educomunicación porque los mensajes mediáticos están jugando un papel crucial en la percepción del mundo, es decir, transmiten todo tipo de valores producto de los procesos de socialización humana, y de tal forma se están viviendo momentos radicales en la producción de significados que se ven reflejados para este caso en los mensajes de las caricaturas.

Por lo anterior esta investigación toma a la caricatura política como un medio que cumple con una función educativa, ya que permite un proceso comunicativo con el fin de que los sujetos asuman una posición crítica frente al devenir social, político, cultural e ideológico del mundo. No obstante será primordial comprender las lógicas de producción de dichas estrategias.

INTRODUCCIÓN

La caricatura política es un género periodístico de opinión que comenta, opina, y reflexiona acerca de los sucesos de la esfera pública del hombre. De tal manera los caricaturistas al presentar una visión del mundo cargada de humor, persuaden a los lectores para que asuman o reafirmen una posición crítica frente a los hechos de la realidad.

Estas piezas visuales han sido abordadas desde la psicología, la historia, la política, el diseño gráfico y sin embargo existen vacíos teóricos desde la comunicación, el periodismo y la educación. Por ello, esta investigación establece una relación entre comunicación-educación (educación) para estudiar las lógicas de producción de mensajes de la caricatura política y presentar otras maneras de abordarlas dentro de las Ciencias Sociales.

Los estudios en educación están tomando fuerza porque es necesario formar a las audiencias en valores sociales y en la búsqueda de una conciencia crítica del devenir político, social, económico e ideológico del hombre. Así que los comunicadores deben desarrollar estrategias que comprendan el contexto del sujeto, lo incluyan democráticamente en los procesos de producción de significados y finalmente estos contribuyan en la solución de sus problemas.

Los mensajes de las caricaturas por su poder expresivo y comunicativo son códigos ideales para la producción de estrategias educativas, es por esto la necesidad de plantear esta investigación y determinar esas lógicas de producción.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La caricatura como género periodístico de opinión logra una reflexión acerca de un tema particular, comenta un hecho noticioso, muestra una posición crítica o denuncia situaciones que vayan en contra del desarrollo de la sociedad, todo mediante el uso de la sátira y recursos gráficos que generen humor.

Los calificativos que recibe la caricatura son variados y depende del enfoque con el cual ha sido abordada. En un principio decían que solamente hacía reír, y fue condenada por filósofos como Tomas Hobbes, al argumentar que el humor era un acto malvado por valerse de los defectos de los demás para ridiculizar al hombre. Pero en la modernidad se reconoció como un vehículo efectivo para ejercer presión política y control social; entonces comenzó a ser vista como un mecanismo apto para general reflexión y comentar la realidad de la esfera pública de hombre.

En la actualidad la caricatura es utilizada como una herramienta para formar opinión pública, para crear estados de ánimo en los lectores por su capacidad de entretener, a su vez Darío Carmona¹ la identifica como un elemento para inmortalizar la historia, encontrando la manera de enfrentar el poder o las fuerzas opresoras de un gobierno.

Baudelaire y Umberto Eco estudiaron el sentido semiótico de los mensajes caricaturescos, y le atribuyeron el don de degenerar la realidad o la forma física de una persona hasta hacerla ver como una bestia. No obstante el caricaturista colombiano Vladimir Flórez (Vladdo) defiende su oficio insistiendo que “más que un chiste, las caricaturas son una voz de solidaridad, una señal de alarma o de indignación”² que tiene una sociedad para oponerse al sistema opresor.

¹ CARMONA, ACEVEO, Darío. La caricatura editorial como fuente para la investigación de la historia de los imaginarios políticos. En: Historia y sociedades. N° 9. Marzo 2003. P. 151

² FLÓREZ, Vladimir. La caricatura del poder. En: SEMANA: Medios y poder. Bogotá: Aguilar. 2004. P.55.

Es deber del caricaturista comentar y abordar de manera crítica los sucesos de la esfera pública para brindarle a los espectadores una visión, de muchas otras que puedan tener los hechos, con el fin de que la interpreten y asuman una posición crítica frente a temas políticos, sociales, económicos, culturales e ideológicos.

Pero ¿cómo llamarle al proceso cuando el caricaturista configura y transmite un mensaje con el fin de persuadir con argumentos a sus lectores? ¿Puede ser este fenómeno comunicativo una manera de educar mediante el uso de la caricatura política? Es precisamente este el problema que convoca a investigar la lógica de producción de los mensajes de las caricaturas con el fin de entender sus otros usos y funciones, en especial aquellos que tengan una relación con la educación-comunicación.

En la actualidad los estudios en educomunicación han reconocido la importancia de abordar el sentido educativo de los diferentes medios de comunicación, porque es necesario que desde las Ciencias Sociales se establezcan diferentes métodos o estrategias para comprender los procesos de socialización humana en un contexto y un tiempo, debido a que la producción de información se ha masificado y se necesitan nuevos modelos para estudiarla y darle significados de acuerdo al contexto en que se emite.

La caricatura es un medio de comunicación altamente significativo, permite la transmisión de información y la producción simbólica de un discurso y por esto, puede ser estudiada desde diferentes ópticas, para este caso es pertinente plantear un estudio semiótico a la luz de la comunicación-educación.

En definitiva el objetivo de esta investigación es estudiar las lógicas de producción de las estrategias educomunicativas, usadas por Betto y Mico en la construcción de los mensajes de las caricaturas políticas; con el fin de poder determinar las características de la función educativa que tiene la caricatura cuando busca formar o reafirmar la visión crítica del mundo que tiene la sociedad.

1.1 JUSTIFICACIÓN

Las caricaturas políticas que circulan en los periódicos o revistas en Colombia ¿pueden formar en valores, e incentivar en la sociedad una postura crítica frente a temas políticos, económicos, sociales, culturales e ideológicos? Si se siguen las funciones sustantivas de los medios de comunicación, todo contenido debe informar, entretener y educar. Pero resulta que existen aún vacíos teóricos cuando se trata de relacionar la educación con el periodismo, con la producción radial o televisiva y, en este caso con la publicación de caricaturas.

Los estudios realizados sobre la caricaturas han transitado entre la historia, la política, los análisis de contenido o de discurso, siendo la educomunicación un campo inexplorado. Por consiguiente resulta interesante examinar los fenómenos comunicativos y educativos planteados en esta investigación porque hay que seguir construyendo el conocimiento entre la caricatura y periodismo, por la intención de ambas de mostrar e informar los hechos que suceden en la realidad.

La educación – comunicación está tomando cada vez más fuerza porque hace parte del campo acción que los comunicadores tenemos y que muchos desconocen. Entonces realizar esta investigación permitirá abrirle las puertas a nuevas propuestas con este énfasis y entrar en la onda contemporánea de los estudios latinoamericanos en comunicación social.

Adicionalmente, este trabajo está en sintonía con la línea de investigación del programa de Comunicación Social de la Fundación Universitaria Luis Amigó, debido a que está problematizando los procesos existentes entre la comunicación y una posible educación de un sector de la sociedad con caricaturistas de un medio nacional.

Por otro lado, esta investigación es importante porque busca profundizar desde la comunicación- educación la teoría que existe sobre la caricatura y así evidenciar otros

usos que puede llegar a tener este género gráfico de opinión dentro del periodismo. Por esto, el trabajo se adscribe a la sublínea de Comunicación – educación, medios y escuela, debido a que plantea un problema contenido en un medio nacional, y a su vez involucra procesos educativos informales.

Finalmente, este trabajo se enfocará en analizar las estrategias didácticas, con fines educomunicativos, usadas en la construcción de los mensajes visuales de las caricaturas políticas de Betto y Mico y así poder argumentar cómo este género gráfico de opinión tiene características para educar a la sociedad mientras se informa y se entretiene.

1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

Después de hacer una revisión de antecedentes sobre los estudios en caricatura de opinión, periodística o política y su utilidad en los procesos de comunicación y educación, se halló que este tipo de imágenes son muy usuales para criticar, opinar y denunciar las realidades sociales, políticas o económicas que afectan la esfera pública del hombre.

No obstante, el vacío teórico y práctico que merece ser investigado surge en el ámbito de la educación y la comunicación (educomunicación). Por lo consiguiente surge la siguiente pregunta en conjunto de un supuesto hipotético:

¿Cómo son configuradas las estrategias educomunicativas presentes en los mensajes de las caricaturas políticas de Betto y Mico, publicadas en el periódico El Espectador. Caso: interceptaciones ilegales de las comunicaciones “chuzadas” entre febrero y junio de 2009?

Supuesto: La caricatura política es un género periodístico de opinión que puede educar en valores, e incentivar a los lectores para que asuman una postura crítica

frente a la realidad, mediante el uso de estrategias comunicativas con fines educativos presentes en la configuración de los mensajes.

1.3 DELIMITACIÓN TEMÁTICA

La investigación planteada está enfocada en estudiar la configuración de las estrategias educomunicativas presentes en los mensajes de la caricatura política de Betto y Mico, publicadas en el periódico El Espectador. La muestra de caricaturas para desarrollar este trabajo debe hacer referencia al escándalo de las interceptaciones ilegales de las comunicaciones “chuzadas” en el gobierno de Álvaro Uribe Vélez, entre febrero y junio de 2009.

Por cuestiones de economía del lenguaje, en el título, pregunta y objetivos de la investigación se habla de estrategias educomunicativas, pero otra forma de abordar este concepto es explicando que las estrategias son comunicativas y tienen fines educativos. Sin embargo las dos formas son correctas.

1.3.1 Delimitación Espacio – temporal. Para desarrollar esta investigación será necesario el desplazamiento hasta Bogotá, ciudad donde residen los caricaturistas seleccionados. Este viaje se realizó en marzo del 2014 y la finalidad fue entrevistar a Betto y a Mico con el fin de conocer cada entorno creativo o de trabajo y así recolectar la mayor cantidad posible de información.

Por otra parte, la revisión documental se hizo en la hemeroteca de la Biblioteca Central de la Universidad de Antioquia, esta se dio entre marzo y abril de 2014.

La revisión documental de las caricaturas políticas de Betto y Mico se realizó de la siguiente forma: fue consultado el archivo histórico del periódico El Espectador que

circuló entre el 21 de febrero de 2009 y el 31 de diciembre de 2009 en especial las páginas de opinión.

Por tal motivo se utilizó la técnica de muestreo universal con el fin de conocer todas las caricaturas que circularon entre el 21 de febrero de 2009 y 31 de diciembre del mismo año. De modo que la muestra final sea la selección de las caricaturas más claras y directas. El resultado fue que las caricaturas que explícitamente se refirieron al tema de las chuzadas circularon hasta junio de ese mismo año.

Una vez seleccionadas las caricaturas, se estableció unas categorías y subcategorías para organizar los datos y realizar el análisis de las piezas gráficas. Ahora en el segundo semestre del 2014 se cruzará la información recopilada y se procederá a realizar el análisis de las caricaturas, las entrevistas con los referentes teóricos. El producto final será entregado en el primer semestre de 2015.

1.3.2 Criterios para definir las caricaturas sobre el escándalo de las chuzadas

- Uso explícito de palabras o imágenes que hagan referencia al escándalo.
- Uso de referencias gráficas que citen dicho escándalo.
- Análisis del contexto: en el caso de que la caricatura sea confusa y no haya claridad sobre el tema que trata, se debe confrontar con la agenda noticiosa de ese día, con el fin de identificar los personajes, situaciones o lugares que aporten información para seleccionar la caricatura.

1.3.3 Sujetos. Los mensajes de las caricaturas políticas de Betto y Mico, publicadas en el Espectador entre el 21 de febrero y el 21 de junio y que tratan el tema de las interceptaciones ilegales “chuzadas” durante el último periodo presidencial de Álvaro Uribe Vélez.

La búsqueda documental arrojó un total de 23 caricaturas que probablemente trataban el tema de las “Chuzadas” no obstante se clasifico 11 piezas gráficas que de forma clara y directa se basaron en dicha temática.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo general. Estudiar cómo son configuradas las estrategias educomunicativas presentes en los mensajes de las caricaturas políticas de Betto y Mico, publicadas en el periódico El Espectador. Caso: interceptaciones ilegales de comunicaciones “chuzadas” entre febrero y junio de 2009.

1.4.2 Objetivos específicos

- Identificar mediante un análisis visual las estrategias educomunicativas usadas por Betto y Mico en la construcción del mensaje de las caricaturas políticas.
- Develar el significado intrínseco de los mensajes que se caracterizan por su valor educomunicativo y le dan un sentido a la caricatura política de Betto y Mico.
- Evaluar la validez y aplicación de las estrategias educomunicativas más usadas por Betto y Mico en la construcción de los mensajes de sus caricaturas políticas.
- Plantear un argumento de fuerza que respalde la función educativa de la caricatura política.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 COMUNICACIÓN

2.1.1 Teoría semiótica de la comunicación. Para plantear la teoría de la comunicación en la cual se basa esta investigación es necesario definir qué se entenderá a partir de este momento por comunicación, debido a que existen diferentes acepciones de este término, dependiendo del sentido con el cual se aborde, por ello, es necesario esclarecer que la comunicación será la trasmisión de información a través de un canal o soporte, siempre entre dos sujetos.

Por tal razón, Umberto Eco estableció que “toda comunicación implica un intercambio de señales”³, entre dos sujetos o agentes que codifican y decodifican un código, el cual se trasporta de un lado a otro a través de un canal. En este caso el código será el objeto de estudio de la comunicación debido a que en él recaen unos fenómenos con unas condiciones que son necesarios estudiar.

Según el enfoque de ECO, la comunicación funciona como emisión de mensajes basados en códigos establecidos por los sujetos, los cuales pertenecen a un sistema de símbolos que por convención previa representan y transmiten la información⁴, es decir, un sujeto x está dialogando con un sujeto y, ambos codifican sus ideas en un sistema convencional, en este caso, el lenguaje y el vehículo de trasmisión son las palabras, las cuales son altamente significativas porque están codificando el diálogo entre los sujetos.

³ ECO, Umberto. La estructura ausente, introducción a la semiótica. Barcelona: Lumen. 1968. P. 24.

⁴ IBÍD., P. 9

Para que los sujetos puedan entablar el diálogo es necesario que conozcan el mismo sistema en el que codifican la información, así, deben saber hablar el mismo idioma para poder representar con palabras que los dos conozcan las ideas que quieren expresar.

Por tal razón el proceso comunicativo también es un proceso cultural porque está determinado por un fenómeno de significación, a partir de sistemas convencionales, previamente establecidos, aceptados y asumidos por una sociedad. Dicho de otra forma, “los procesos culturales pueden ser estudiados como procesos comunicativos, procesos que a su vez subsisten solo porque debajo de ellos existen procesos de significación”⁵.

El proceso de comunicación está dado entre los sujetos y es previo e indispensable al proceso de significación, el cual está dado en el momento en que es interpretado el código transmitido.

Un ejemplo básico de un proceso comunicativo, que también es cultural y está dado bajo un proceso de significación, es según Carlos Vidales González:

Un proceso que “surge solo cuando un ser racional a) establece la nueva función de un objeto b) lo designa como el objeto x que realiza la función Z y c) al ver al día siguiente el mismo objeto lo reconoce como el objeto, cuyo nombre es x y su función es z ”⁶

De acuerdo a lo anterior, los procesos de significación solo pueden hacer parte de los contextos culturales cuando están dados por convenciones sociales altamente significantes que un sujeto ideó y codificó para expresar determinada idea con

⁵ VIDALES GONZÁLEZ, Carlos. Semiótica y teoría de la comunicación. Tomo II. México: Caeip. 2010. P. 176.

⁶ ECO, Umberto. La vida social como un sistema de signos en Introducción al estructuralismo. Madrid: Alianza Editorial, 1976, P. 89-110. Citado por VIDALES GONZÁLES, Carlos. Semiótica y teoría de la comunicación. Tomo II. México: Caeip. 2010. P. 108.

determinado fin. Así, la comunicación es un proceso cultural por el cual se transmiten significados, es decir, el código que contiene la información asume una carga simbólica y puede ser estudiado o examinado desde la semiótica.

Si bien es cierto, la semiótica es un campo del conocimiento que permite estudiar los signos, bajo el método que el mismo objeto de estudio determine, sin embargo esta definición puede ser muy amplia, de tal forma es importante determinar qué significará de aquí en adelante la semiótica en un proceso de comunicación.

En relación con los procesos de significación y de comunicación, la semiótica según Eco” estudia todos los procesos culturales, (es decir, aquellos en los que entran en juego agentes humanos que se ponen en contacto sirviéndose de convenciones sociales) como procesos de comunicación”⁷. Entonces la semiótica tendrá sentido solo cuando existen sujetos que interpretan los mensajes, únicamente bajo la mediación de convenciones sociales.

La cultura entonces puede convertirse en un fenómeno semiótico, las leyes o procesos comunicativos son leyes o procesos culturales y estos procesos pueden ser estudiados bajo el punto de vista semiótico.

Por lo consiguiente, el código que contiene las ideas de un diálogo entre dos sujetos puede ser abordado bajo la mirada de la semiótica porque está preparado a partir de unas convenciones sociales y representa o significa lo que el sujeto busca que signifique. Las convenciones sociales son altamente significativas, es decir, gozan de un sentido y permiten relacionar dos elementos que guardan ciertas características, y es precisamente la semiótica el campo que permitirá conocer el significado y particularidades de esas convenciones sociales que están inmersas en el contexto de los sujetos que las establecen y las utilizan.

El signo entonces es un elemento del proceso de comunicación, el cual representa un producto del contexto social con el cual se construye un discurso, donde los sujetos

⁷ ECO, Umberto. *Op. Cit.*, P.11.

discurren en disertaciones altamente significativas. El producto entonces son los mensajes o códigos que condensan, representan y evidencian la realidad.

2.1.2 Modelo comunicativo. El punto de partida de un proceso de significación es el resultado final de un proceso de comunicación, y por ello es necesario plantear el modelo comunicativo de esta investigación porque sería más fácil comprender como se transmite la información y de tal forma, se conoce el fenómeno investigado.

El modelo que propone Umberto Eco y que semiotiza los fenómenos investigados son tomados de la teoría matemática de la información, pero hace un énfasis especial en el código porque recordemos que es este el que está cargado de significado.

En este modelo existen los elementos básicos que permiten la transmisión de información.

Aunque el anterior modelo es básico para comprender un proceso de transmisión es necesario reconocer que en el momento de la emisión y de la recepción existen ciertos repertorios culturales, los cuales argumentan la existencia y ciertas características del código emitido.

Es importante resaltar que el receptor no es un agente pasivo que solo recibe información, este también reflexiona y así participa en el proceso comunicativo.

El siguiente modelo es propuesto con base en esquema canónico de la comunicación de las imágenes de Abraham Moles.

El emisor y el receptor situados en diferentes espacios y tiempos están vinculados por un mismo canal por donde circula el mensaje. El individuo que emite el mensaje o código se basa en su contexto y descompone en elementos simples y convencionales, cargados con significados, lo que va a emitir.

El receptor cuando recibe el mensaje identifica los elementos del código, los cuales deben ser convenciones sociales para que posterior al proceso de comunicación se dé el proceso de significación.

A partir del momento de transmisión de conocimiento, información e ideas, se construye en la conciencia del receptor un comportamiento nuevo, condicionado por la recepción, la ideología del emisor y la influencia de los contextos, como resultados del proceso de significación.

La fidelidad de la transmisión está en relación con la interpretación fiel de las convenciones sociales del código. Esto sucede cuando las reglas o repertorios de los sujetos del proceso de comunicación son comunes y se comprenden con facilidad.

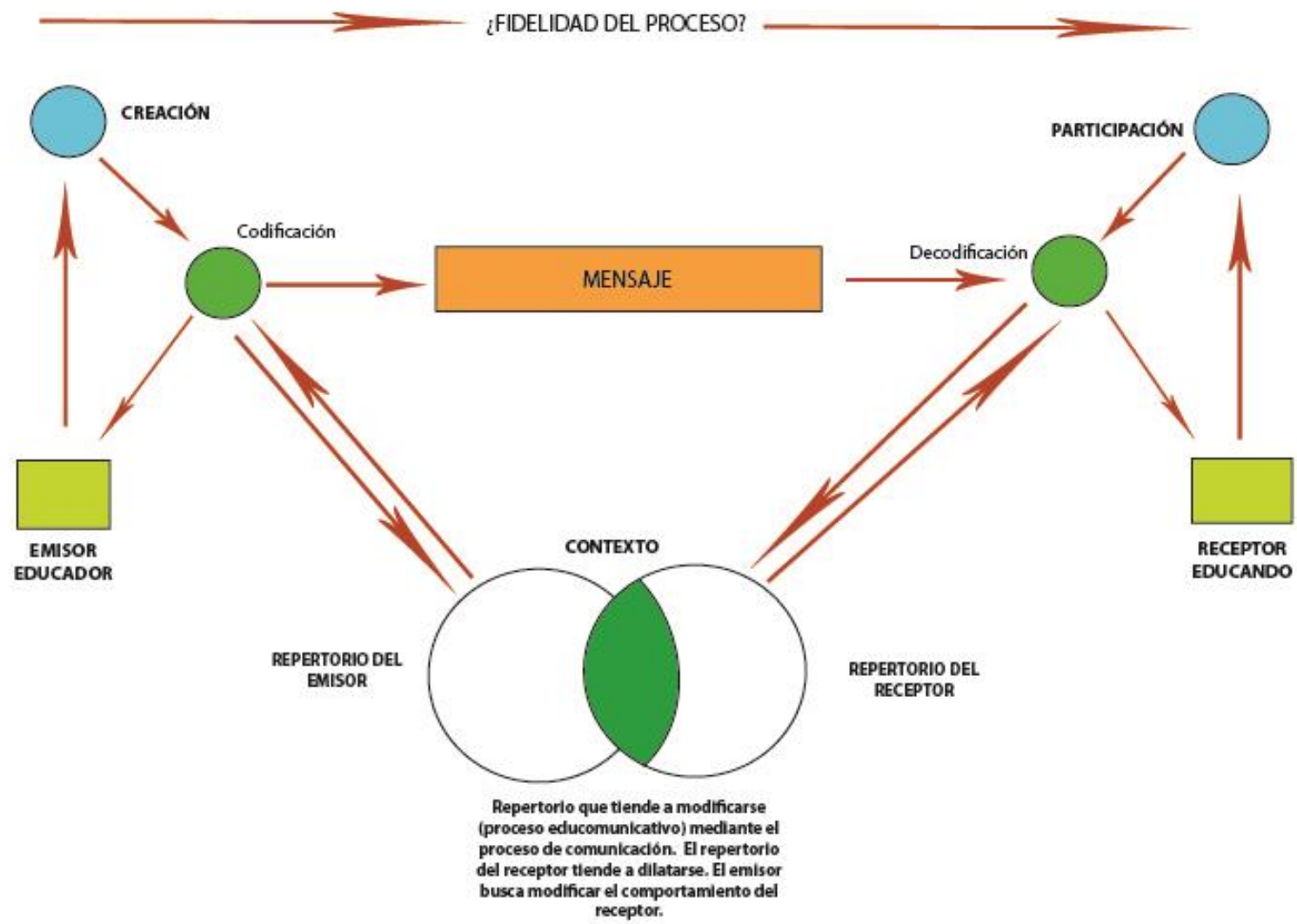


Figura 1. Modelo comunicativo de la imagen

2.1.3 Semiótica según Roland Barthes. Partiendo de la etimología latina, imitare se obtiene que la imagen pretende imitar o representar de manera analógica una realidad, usando como técnica estética la fotografía o el dibujo. Por ello desde la comunicación es vista como un elemento denominativo, indicativo, narrativo y metalingüístico. En síntesis, la imagen es un signo que habla, siempre y cuando exista en un entorno social y sea emitida por sujetos inteligentes.

Desde las edades primitivas la imagen ha servido como mediación para representar la realidad y describir los acontecimientos sociales de aquel entonces (escritura cuneiforme y grafos pictóricos de las cuevas de Altamira). Con el paso del tiempo ha consagrado los sucesos de la cultura para ser transmitidos (la fotografía) Y en la actualidad es útil como una estrategia mediática para educar y transmitir información entre un punto y otro punto o entre sujetos.

El valor intencional de los mensajes visuales que conforman la imagen es altamente significativo y polisémico es decir, el sujeto que quiere dar a conocer una realidad subjetiva por medio del dibujo o de la fotografía, planea con anterioridad qué quiere comunicar y de manera estratégica plasma la realidad en la pieza visual.

Según Roland Barthes⁸, la imagen está compuesta por una serie de signos, los cuales dan una lectura de la realidad plasmada cuando se abordan desde un todo, teniendo en cuenta que hacen parte de una estructura visual (imagen). Por ello la interpretación de la imagen debe hacerse destacando tres elementos. Los mensajes lingüísticos, denotativos y connotativos.

⁸ BARTHES, Roland. Retórica de la imagen. En _____ Lo obvio y lo obtuso, imágenes, gestos y voces. Editorial Paidós. Barcelona 1992. P. 30.

El hombre en la época actual está envuelto en un mundo de símbolos los cuales son representados por medio de una imagen que ha venido masificándose gracias a la interacción de los sujetos por medio de los medios de comunicación.

Es por esto que hoy la imagen está al alcance de todos los bolsillos y es una forma efectiva para crear procesos comunicativos por su fidelidad y por su capacidad de significar. Según Abraham Moles⁹, es un estímulo estratégico comunicacional para materializar el entorno perceptivo de los sujetos.

Desde Moles la imagen tiene dos dimensiones que aportan si comprensión. El grado icónico determina el grado de abstracción (obra de Arte) y el grado de complejidad, que implica la inteligibilidad de la misma. Desde Barthes la imagen puede ser abordada estudiando su forma (experiencia óptica y física) y su contenido (significado intrínseco de la forma) y en algunos casos (cuando se trata de la caricatura) es posible encontrar un sustento lingüístico con funciones enunciativas o referenciales.

2.1.3.1 El mensaje lingüístico. Este nivel hace referencia exclusiva al uso del texto como soporte icónico y lingüístico, es decir, cumple con una función explicativa al describir la realidad con el fin de forzar la idea del mensaje visual, haciendo parte de la composición de la imagen.

Es importante que quien lea la imagen y se encuentre con signos lingüísticos, conozca la lengua en la que está escrito el mensaje, pues son datos que complementan el proceso de recepción y son un apoyo para encontrar el significante de la pieza visual.

Los textos en la imagen se pueden evidenciar en los titulares, en el cuerpo de un artículo de opinión, en los globos o viñetas de una caricatura; o éste mismo puede ser

⁹ MOLES, Abraham A. La imagen: comunicación funcional. México: Trillas. Sigma, 2009. P.23.

un elemento icónico. Según Barthes¹⁰ existen dos funciones para el nivel lingüístico que pueden coexistir simultáneamente: el anclaje y el relevo.

- Función de anclaje: este tipo de signo lingüístico es usado cuando se necesita un texto que amplíe el mensaje de la imagen emitida. Puede configurarse como un pie de foto, un titular. La imagen tiene que ser lo suficientemente autónoma como para defenderse sin un elemento de anclaje, pero su uso será un complemento pertinente.
- Función de relevo: este nivel lingüístico sugiere más trabajo intelectual, tanto para quién diseña la imagen, como para quien la lee. Esta función es comprendida por textos que hacen parte del corpus del mensaje de la imagen, es decir, puede ser un diálogo entre dos personas en una caricatura. En otros casos la imagen es un texto que contiene un significado puntual.

En la caricatura muchos atributos icónicos no pueden estar contenidos en el texto de relevo, por ello el lector lo que busca son imágenes que evidencien estereotipos, status de los personajes, situaciones entre otras, porque en el texto quiere encontrar el chiste, la sátira o la crítica. Por eso Barthes¹¹ enfatiza en que las descripciones icónicas deben estar contenidas en la imagen y las acciones contundentes deben estar expresadas en un orden discursivo.

2.1.3.2 El mensaje denotativo. Cuando se habla de un mensaje denotativo, se hace referencia al nivel relacional y estético de la imagen. En este caso el significante (aspecto gráfico) prevalece, pues en la concepción de Barthes, esta situación sugiere una ausencia de sentido.

¹⁰ BARTHES Roland. *Op., Cit.*, P. 36.

¹¹ IBÍD. P. 38.

Lo anterior significa que la imagen en un orden denotativo debe ser leída sin pensar en el código que representa, es decir, de manera literal. Lo que implica denotar una imagen está relacionado con describir los diferentes signos, observando la forma, el color y la descripción de lo que representa.

Un ejemplo es observar un dibujo, el cual contiene un hombre sobre un caballo blanco) denotativamente está plasmado un hombre sobre un caballo blanco, entonces bajo este nivel de análisis se está nombrando meramente lo que se ve, ya la interpretación del sentido implícito es propio de un nivel connotativo.

El nivel denotativo de los mensajes busca reconocer el valor estético de la imagen. Algunos aspectos se basan en: Si es dibujo, si está a color o en blanco y negro; si tiene texturas, la descripción de los planos, las características del área dibujada. En síntesis, es una recopilación signo a signo o de los elementos configuradores del mensaje visual.

Abordando la caricatura, objeto de esta investigación, se encuentra que la teoría de la configuración del mensaje visual (Manuel Junco) aborda el mensaje denotado (Roland Barthes) bajo el nombre de comprensibilidad conceptual y los elementos que conforman este nivel se cobijan bajo diferentes formas sígnicas: personajes, elementos visuales, estereotipos, tópicos, clichés, signos de conducta, de conflicto, códigos cinéticos, planos, uso del color, silueta del bocadillo, entre otros.

2.1.3.3 El mensaje connotado. Este es un nivel de análisis complejo que involucra la construcción simbólica y cultural que el emisor plasma al codificar sus mensajes visuales y el receptor decodifica. Si en el anterior apartado se hablaba de una imagen que representaba una realidad tal cual (de manera objetiva) en este se incluye la carga subjetiva de la realidad.

Los signos abordados de una manera connotativa pueden ser discontinuos es decir, que se pueden abordar en cualquier orden, al final el significado no se alterará, pero para realizar una lectura de la imagen deben analizaren desde la totalidad.

El análisis connotativo de la totalidad de los signos forman la lectura de la imagen y por ende, se halla la ideología que el emisor quiso plasmar en la configuración del mensaje visual. Este nivel funciona de manera asociativa porque sugiere que se establezca una unión de complementariedad entre la imagen, las palabras, los objetos y las conductas de los actores en relación con la realidad.

Según Barthes¹² el mensaje connotado contiene un elemento denominado retórica de la imagen, es decir, figuras que le permiten al emisor, codificar los mensajes usando metáforas, las metonimias, sinécdoques, hipérboles y personificaciones.

Entonces es propio del análisis de mensajes connotados la interpretación de las figuras retóricas de la imagen, pues son en éstas en donde reside la ideología de la pieza visual. Y a su vez son de carácter intelectual, pues demuestran la capacidad del emisor para transformar mucha información en un elemento sencillo que comunique una idea compleja.

Al abordar la teoría de la configuración del mensaje visual elaborada por Junco, se encuentra que el mensaje connotado es lo mismo que la comprensibilidad formal del mensaje. En consecuencia este nivel implica la lectura de las formas icónicas o conceptuales teniendo en cuenta el significado de la imagen.

2.1.3.4 Retórica de la Imagen. Cuando se habla de retórica, en general se hace alusión a una disciplina surgida en la Antigua Grecia, la cual consistía en estudiar la

¹² IBÍD. P. 46.

estructura argumentativa y estilística del lenguaje con el fin de evidenciar un nivel persuasivo y verosímil.

Los oradores estudiaban la retórica para construir discursos convincentes y cercanos a la realidad. Ellos tenían como objetivo persuadir a su público utilizando elementos estilísticos, los cuales se les denominan tropos o figuras literarias. Era común que estas disertaciones tuvieran tono poético y contaran con un lenguaje muy elaborado.

Para hablar de una retórica de la imagen fue necesario que la corriente artística del formalismo Ruso interviniera y lograra incluir al Arte en conjunto con el lenguaje en lo que se define como retórica. De modo que en los años sesenta Barthes habló de estudiar la imagen desde la retórica, porque reconoció que era posible leerla desde un nivel argumentativo con tendencias a lo persuasivo, desde la estilística de las figuras literarias.

La imagen vista desde un aspecto retorico permite diversos significados partiendo de una significación primaria, tendiendo a “reconocer en la imagen la especificidad de la connotación, es decir, la facultad de provocar una segunda significación a partir de una significación primera de un signo”¹³.

Pero ¿por qué hablar de una retórica de la imagen? La respuesta a este interrogante se obtiene al entender que Barthes elevó el significado de lo que puede ser retórica, y delimitó que una retórica clásica o verbal, estructurada en el lenguaje escrito puede migrar y estudiar aspectos más generales como el lenguaje del sonido, de la imagen, de los gestos, etc.

En efecto, los estudios de la retórica de la imagen Según Martine Joly son “un juego de las formas y el sentido (...) en diferentes niveles que van de la observación de las

¹³JOLY, Martine. Introducción al análisis de la imagen. Argentina: Biblioteca de la Mirada. 1999. P. 90.

estrategias discursivas puestas en práctica, hasta las herramientas particulares que utilizan”¹⁴.

Dependiendo del método para examinar la imagen, se conocerá el enfoque bajo el cual se analizará las características retóricas. Entonces para efectos de esta investigación y teniendo en cuenta la teoría de la caricatura y del dibujo de humor de Manuel Junco, la retórica de la imagen se llamará la metáfora visual.

En el capítulo de comprensibilidad formal del mensaje visual será abordado el tema de retórica de la imagen o metáfora visual para desglosar las figuras que son utilizadas por la caricatura política y el dibujo de humor.

¹⁴ IBÍD, P. 97.

2.2 COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

La educomunicación o educación-comunicación es un enfoque teórico contemporáneo propio de la escuela latinoamericana de la Comunicación Social. La finalidad es la formación de una ciudadanía participativa que reconozca la multiculturalidad y luche por la libertad de expresión. Y lograr una sociedad responsable, con capacidad crítica, creadora de soluciones a problemas y, que cuestionen la información que reciben.

Esta corriente surge de la teología de la liberación, de la teoría Crítica, de la pedagogía dialéctica de Freire, de los estudios críticos de la escuela de Frankfurt y de los estudios de la teoría de la recepción. Es la oposición al esquema matemático de la comunicación y determina que los sujetos no deben ser vistos desde una óptica funcionalista, los actores del proceso comunicativo no son individuos aislados influenciados, consumistas y egoístas, sino que son propositivos, activos y críticos.

Paulo Freire¹⁵ expone que Comunicación y Educación son inseparables porque ambas intervienen en los procesos de aprendizaje del hombre. Por ello define a la comunicación como un acto de creación cognoscitivo y político, la cual está constantemente buscando el cambio social. Argumenta también que son los medios masivos (imagen, sonido, fotografía), los que permiten establecer un diálogo que de verdad modifique la estructura cognitiva de los receptores.

Pero antes de profundizar en los postulados que los diferentes estudiosos han elaborado sobre la educomunicación, es importante resaltar que desde este enfoque

¹⁵ FREIRE, Paulo. Citado por: MARTÍNEZ, Enrique. Educomunicación. En Portal Educomunicación. [en línea]. [consultado: 14 de mayo de 2013]. Disponible en <http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0016educomunicacion.htm>

el orden funcionalista de los medios no tiene cabida porque tanto el emisor como receptor son productores y consumidores de los mensajes emitidos por cualquier canal. Esto es denominado dentro del esquema de la comunicación, sujetos activos “lentos de experiencias, poseedores de saberes, conocedores de la diversidad, conscientes de la multiculturalidad y de la existencia de múltiples lenguajes”.¹⁶

Entonces tomando la teoría de Huergo¹⁷ el término Educación no puede reducirse a escuela o escolaridad, sino como el motor para formular y ejecutar pedagogías didácticas que solucionan todo tipo de problemas sociales, así este tipo de educación se cataloga como no formal y es aquí donde entran los medios de comunicación, la familia, la iglesia entre otros a formar el grupo de educomunicadores.

Las problemáticas que la educomunicación busca impactar mediante las técnicas procesales como la comunicación, la creatividad y el uso de los medios, son: el desarrollo humano, político, social, cultural, económico y ambiental.

De acuerdo a lo anterior, el concepto estudiado en este aparte siempre implicara un sentido de alteridad o reconocimiento del otro, por eso un proceso de educomunicación nunca será unilineal o individual el propósito de colaborar con la reconstrucción de un sentido en los sujetos será el resultado final.

2.2.1 Estructuras conceptuales de la Educomunicación. La educación/comunicación sugiere la existencia de soportes diferentes a la escuela para participar activamente en la creación del conocimiento, por ello, aceptar que existen diferentes lenguajes a parte del oral y escrito, será una avance para integrar nuevas pedagogías que demuestren que el aprendizaje del hombre no solo se remitirá al saber

¹⁶ ESPITIA VÁSQUEZ, Uriel y VALDERRAMA, Carlos Eduardo. Hacia una apertura política del campo comunicación educación. En: Revista Nómadas. Revista Nómadas Revista Nómadas. No. 30 Abril 2009. Bogotá. P. 165.

¹⁷ HUERGO, Jorge Alberto y FERNANDEZ, María Belén. Cultura escolar, cultura mediática e intercesiones. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional. 1999. P. 25.

científico, sino que también por medio de la imagen, el sonido, la socialización de experiencias y la lúdica.

Para comprender cuáles son las tareas de un comunicador- educador y reconocer la influencia o impacto de su actividad, se presentan los siguientes elementos conceptuales de la educomunicación.

- **Recepción calificada**

Como se planteó antes, los sujetos que hacen parte de un proceso comunicación / educación son completamente activos, esto sugiere que las nuevas generaciones son productores y receptores de mensajes y de sentido. ¹⁸

Existen dos modelos de recepción que actualmente son objeto de la construcción del conocimiento en estructuras no formales de la educación, una tiende a ver al sujeto como un ser dócil y el segundo lo toma como activo:

El modelo cerrado, vertical y moralista: el cuál tiene muchos elementos de la pedagogía tradicionalista. Se enfoca en reconocer un orden filosófico, ético, moral, religioso y culturalista

La práctica dialéctica: en este enfoque, según Ismar Oliveira¹⁹, está resumido la actitud del receptor de un esquema educomunicativo. Primero, existe una ruptura con la teoría funcionalista, la cual delimita la existencia de un emisor receptor, segundo, habla de un perceptor que construye conocimiento, tiene la capacidad de emitir o recibir y está inmerso en un contexto donde influyen los aspectos políticos, sociales, económicos y culturales.

¹⁸ OLIVEIRA Soares, Ismar. Caminos de la educomunicación: utopías, confrontaciones, reconocimientos. En: Revista Nómadas Revista Nómadas. No. 30 Abril 2009. Bogotá. P.196.

¹⁹ IBÍD. P. 196.

- **Educación popular**

La educomunicación como práctica social, según Oliveira, está buscando constantemente la autonomía de los humanos y la libertad de expresión. Por ello, propone bajo la mirada de Huergo, reconocer la multiculturalidad para ver a los actores de un proceso comunicativo como sujetos colectivos.

En el proceso comunicación/educación se presenta un diálogo entre el educador (comunicador) y el grupo que está recibiendo el conocimiento del emisor, pero esto no puede ser posible sin que antes se tenga en cuenta la visión de cada uno, pues los saberes del otro son necesarios para hallar el camino del cambio que tanto anhela la educomunicación.

Lo anterior es la oposición a enfoques comunicativos que han predominado en la consolidación conceptual de los procesos que influyen en la producción de información. De esta forma los implicados en el proceso confrontan las matrices productivas de los grandes medios masivos con el fin de hacer una oposición contra hegemónica (anticonformistas) y lograr “la transformación de las relaciones sociales y generar nuevas herramientas para modificar las prácticas opresivas que no dejan avanzar a la sociedad”²⁰.

Finalmente, la educomunicación debe ser tomada como una fuerza que involucra la colectividad de personas para plantear procesos que construyan, expliquen y cuestionen las problemáticas del hombre desde un sentido político y cultural más que todo.

- **Educación para el cambio social**

Después de reconocer la calidad de actores del proceso educomunicativo y de referenciar el modelo dialógico con el cual el educador (comunicador) busca incluir la

²⁰ IBÍD. P. 197.

perspectiva de una colectividad para generar cambio social, es clave definir la intención de esta tendencia latinoamericana.

Según Huergo, la comunicación/ educación se ubica entre la política y la cultura para impactar el orden social del hombre, de una manera pedagógica, creativa, y dónde se incluyan las tecnologías de la información y la comunicación para lograr el fin deseado: educar al hombre, haciéndolo crítico y autónomo.

Y por otro lado, Oliveira defiende que la comunicación / educación debe optar por usar técnicas participativas, incluyentes y menos persuasivas para lograr el desarrollo político, social, económico, personal y ambiental.

2.2.2 Los medios como escuela no formal. Para Huergo²¹ la educación tradicional ha dejado de ser un asunto pedagógico porque en la actualidad los medios ya juegan un papel en la percepción del mundo, es decir, están transmitiendo todo tipo de valores mediante diferentes procesos de socialización humana. Sin embargo la diferenciación entre un esquema de educación tradicional (escuela) y uno donde se utilizan los medios es que el último ofrece un entretenimiento que genera más entusiasmo y la escuela sigue siendo lineal, estricta y centrada.

A propósito Guillermo Orozco²² plantea una relación entre educación y medios, argumentando que estos no educan en un sentido intencional, pero debido a los contenidos, transmiten mensajes que impactan el esquema cognitivo de las personas y de alguna manera aprenden algo, sea bueno o malo pero modifican su comportamiento.

²¹HUERGO, Jorge Alberto y FERNANDEZ, María Belén. *Op., Cit.* P. 48.

²² OROZCO, Guillermo. La tv no educa pero los niños si aprenden de ella. Citado por: HUERGO, Jorge y FERNÁNDEZ, María Belén. *Op., cit.*, P. 48.

Entonces tomando todo el discurso en torno al papel de los medios como agente educativo, el autor del libro referenciado a lo largo de este capítulo determina que todos los medios de comunicación actúan como una institución ideológica y como ejemplo plantea que muchas personas, en especial “los niños creen que lo que no está en la televisión no existe en realidad porque ésta ocupa la imagen de la realidad”²³. Por tanto la sugerencia de Huergo y de Orozco en todas sus investigaciones en relación con Educación y Comunicación es ver a los receptores como educandos y así se podrá empezar a generar más cambios significativos.

2.2.3 Actores de la educomunicación. Los actores en el proceso educomunicativo se definen de acuerdo a las labores que cumplen cada uno. La representación funcionalista del esquema de comunicación en este enfoque latinoamericano no es aplicable porque no existen roles fijos; el emisor puede ser receptor y el receptor emisor, por ende la figura es la de un sujeto activo que construye y lee los mensajes.

Sin embargo, existe una distinción cuando cada sujeto asume los roles en la práctica educomunicativa. Existe un educador (comunicador) y educandos (sociedad). Ambos participan en la construcción de sentido a partir de la puesta en común de la perspectiva o visión que cada quien tiene de la realidad.

2.2.4 El educador (comunicador). Dos aspectos claves configuran el rol del educador en el proceso de comunicación / educación: el perfil del sujeto y la misión de su actividad.

Misión: según el investigador brasileño Ismar de Oliveira, un educomunicador latinoamericano debe preocuparse por:

²³ HUERGO, Jorge Alberto y FERNANDEZ, María Belén. *Op., Cit.*, P. 49.

“la democratización del acceso a la información, utilizando su actuación profesional como medio para la formación de valores solidarios y democráticos, anhelando la transformación del entorno o ambiente en el que vive el hombre.”²⁴

Por otro lado existen unas características que un educador debe poseer para gestionar relaciones con sus receptores, entre ellas se tiene:

Teniendo en cuenta que la educocomunicación reconoce una diversidad cultural y la oportunidad de que existan diferentes lenguajes al oral y escrito para transmitir la información, el educador debe poseer una sensibilidad cultural, pues debe permitir la libre expresión de los actores del proceso y, según el pensamiento de Huergo²⁵, promover una actitud reflexiva entre los sujetos.

Como el educador (comunicador) debe abordar diferentes problemas sociales, debe ser un profesional integro, experto en un saber específico pero con la capacidad de leer fenómenos desde diversas disciplinas como: la antropología, la pedagogía, la política, la economía, la comunicación y la psicología.

Debe tener herramientas conceptuales y metodológicas para elaborar proyectos educativos con cualquier comunidad. Por ello es importante el espíritu o la actitud investigativa.

Con el fin de lograr cautivar más públicos debe tener la capacidad de innovar y de presentar mensajes en formatos creativos, utilizando las diferentes estrategias que las tecnologías proporcionan (uso de los medios)

2.2.5 La imagen educocomunicativa. Otra forma de escuela no formal a parte de los medios masivos de comunicación es la imagen, sea un dibujo o una fotografía. Siendo

²⁴ OLIVEIRA Ismar. *Op., cit.*, P. 196.

²⁵ HUERGO, Jorge. y FERNANDEZ, María Belén. *Op., Cit.* P. 64.

cual sea, tiene unas características conceptuales y formales que motivan al perceptor para que se involucre en un proceso de aprendizaje.

La imagen es un recurso visual usado con frecuencia en la publicidad y en el entretenimiento para transmitir mensajes con un carácter didáctico, pero según Luis Ernesto Medina²⁶ es una realidad que en la educación y en los procesos comunicativos no se aprovecha adecuadamente.

El aspecto que permite la funcionalidad educomunicativa de la imagen se enfoca en que la enseñanza es un acto semiótico, es decir, el proceso de aprendizaje de dos o más sujetos está comprendido por un proceso de comunicación por signos. Y por parte del perceptor, este tendrá la tarea de darle significados a los mensajes transmitidos por el emisor.

La función educativa de la imagen se construye con base en la teoría de Medina acerca del sentido educativo de las piezas visuales, la enseñanza que tiene como fin el aprendizaje está comprendida por dos pasos.

- La acción física: es el proceso comunicativo que existe entre los sujetos del proceso de aprendizaje. Se presenta un estímulo y un intercambio o transmisión de información.
- Un correlato psíquico: en este paso se configura la información recibida más el estímulo y se da paso al aprendizaje. Los sujetos de acuerdo a sus intereses aceptan el mensaje del emisor, dando paso a una reflexión, interiorización y finalmente a un cambio de conducta.

Entonces el proceso de aprendizaje comprendido por las imágenes permite que los actores organicen de una manera sistémica las experiencias que les ofrece el entorno y las integren en unidades significativas.

²⁶ MEDINA, Luis Ernesto. Comunicación humor e imagen: funciones didácticas del dibujo humorístico. México: Trillas, 1992. P.135.

Para Clause “la comunicación está en un proceso cognoscitivo, los conceptos son abstraídos de su contexto diverso y organizado en construcciones autónomas y unitarias”²⁷.

Lo anterior significa que el proceso de aprendizaje surge a partir de una motivación o un estímulo y está en función de la experiencia de los sujetos con el entorno. Cuando estos disponen a socializar esa experiencia comienza un proceso de comunicación y es cuando la imagen entra como canal para que los mensajes se transmitan de manera efectiva por ser significativos para los actores. El proceso de recepción se cumplirá de acuerdo con las necesidades del proceso (informar, educar, entretener, culturizar) y los mensajes tendrán un efecto evidente cuando el receptor entre en un estado de reflexión, cuestione de manera crítica lo recibido, complemente o trasgreda el esquema cognoscitivo de manera que la conducta de los actores del proceso de aprendizaje se modifique.

2.2.5.1 El valor educomunicativo de la caricatura y del dibujo de humor. Para Medina la imagen es un motivante que establece un proceso de comunicación y educación entre unos sujetos, porque ésta tiene la capacidad de ser didáctica, de lograr la atención sostenida del lector, de permitir memorizar la información (memoria fotográfica). Además cuando alguien está aprendiendo debe estar en contacto con la realidad y la imagen se construye con base en las realidades humanas.

La propuesta que presenta el autor citado es que los medios deben comenzar a ser usados de una manera colectiva con un fin benéfico de la comunidad y en este caso la caricatura política y de opinión han asumido el papel de contribuir al desarrollo de la sociedad por medio de la crítica que hacen los caricaturistas en sus productos.

Cuando el caricaturista toma el papel de educador, comienza un proceso que sucede dentro de un sistema de comunicación, el cual está inmerso en un medio (que

²⁷ CLAUSE Arnould. Iniciación en las ciencias de la educación. Citado por: Medina, Luis Ernesto. *Op., Cit.* P. 136.

proporciona información o entretenimiento) que influye en las costumbres de las personas y en la forma de cómo aprenden, por ello “es erróneo suponer que lo divertido no educa, cuando lo que muchas veces agrada enseña de un modo más efectivo”²⁸.

Al Asumir que las caricaturas y los dibujos de humor son nuevos medios y escenarios no formales de escuela, es claro que permiten la construcción de un proceso de comunicación/educación en torno a un problema, que de manera didáctica y por medio del humor, reflejan la realidad de los sujetos. La finalidad del emisor es que los perceptores asuman una posición crítica de los hechos que suceden en una esfera pública y la manera para lograrlo es por medio del uso de la imagen como estrategia que motiva el aprendizaje.

De acuerdo a lo anterior la caricatura es una imagen que promueve la educomunicación porque permite la interacción de varios sujetos de una manera dialógica, está a favor del cambio social, es una fuente de comunicación popular, utiliza herramientas didácticas para mezclar información con entretenimiento y finalmente utiliza el humor gráfico como mecanismo trasgresor.

Por parte del emisor, este es un actor de dicho proceso con un conocimiento previo acerca de la realidad y al plasmar en dibujos sus mensajes, reinterpreta esa realidad, con el fin de trasmitirla a un perceptor activo capaz de darle significado.

Según el perfil del educador (comunicador) el caricaturista es un emisor idóneo para el proceso de educación /comunicación porque acepta que existen diferentes lenguajes a parte del verbal para trasmitir información; es un ser integro que desde la actividad profesional busca problematizar situaciones sociales y por otra parte, busca el cambio con miras al desarrollo positivo.

²⁸ MEDINA, Luis Ernesto. *Op., Cit.*, P. 152.

2.3 LA CARICATURA

2.3.1 Definición de caricatura. La caricatura es un dibujo de humor que describe de manera paródica una realidad puntual, abordando personajes, tiempo y espacio. Se ha definido como una pieza visual que distorsiona y exagera la realidad con fines cómicos para transmitir un mensaje crítico, basado en los problemas que surgen en torno a la esfera pública del hombre, (política, social, económica, cultural).

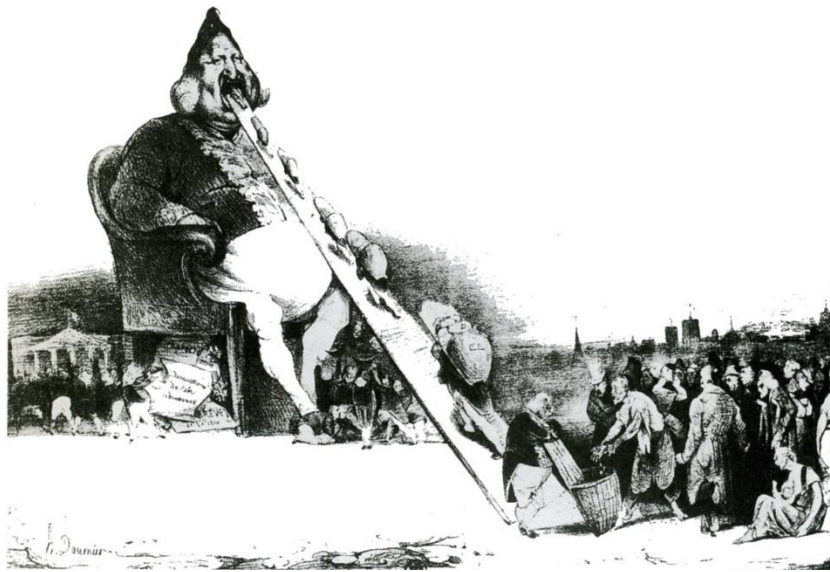


Figura 2. Gargantúa de Honore Daumier. Este es uno de los precursores de la caricatura política del siglo XIX

Los dibujos cómicos han sido utilizados desde la prehistoria hasta hoy para evidenciar la actividad, actitud e historia del hombre social. En el año 1000 a.C los egipcios se dibujaban entre sí para caracterizarse, resaltando la figura física, la personalidad, las virtudes, los defectos, el estrato social y su relación con el entorno. Según Manuel

Álvarez Junco²⁹, una técnica convencional era el uso de figuras antropomórficas para designar las deidades y enaltecerlas.

En la cueva de Tassili n´Ajjer en África fueron encontrados dibujos del 4.000 a.C que intervinieron mediante la deformación y la exageración cómica la realidad de ese momento histórico, este es un ejemplo de los usos y la aparición de la caricatura.

En un contexto contemporáneo, MattGroening (creador de los Simpson), Goya, Walt Disney, entre otros, le han atribuido características animales a los sujetos con el fin de criticar al hombre generando humor. Esto en el estudio de la imagen se connota como una representación caricaturesca, porque a partir de las metáforas visuales el emisor carga ideológicamente un mensaje.

Pero fue gracias al precursor de la caricatura moderna, Honoré Daumier que en el siglo XIX la caricatura comenzó a ser vista como un género gráfico de opinión y por ende, empezó a ser estudiada como una oportunidad de hacer crítica social. Antes era un medio para ejercer presión social y carecía de una teoría fundamentada en el conocimiento.



Figura 3. Serie FamilyGuy de SethMacFarlane. En esta imagen se observa el ejemplo de antropomorfismo debido a que el perro (Brian Griffin) toma actitudes de humano.

²⁹ÁLVAREZ JUNCO, Manuel. El diseño de lo incorrecto, la configuración del humor gráfico. Argentina: I La cruzjía. 2009. P. 53.

A comienzos del siglo XX gracias a la aparición del comic “The Yellowkid” la caricatura y la tira cómica se consolidaron como elementos indispensables de la prensa periódica. Y a partir de este momento histórico, los estudios de género gráfico de opinión definieron estas imágenes como grotescas, extravagantes, intencionadas y divertidas, las cuales tenían un encargo burlesco implícito.³⁰

En efecto la palabra caricatura que proviene del vocablo latino Caricare que significa cargar, sirvió para evidenciar que estos dibujos de humor estaban cargados con mensajes implícitos los cuales mediante la comicidad y el humor “provocan un momento de simpatía entre el trasmisor el receptor (hito comunicativo)”³¹

2.3.2 Funciones de las caricaturas. Son variadas las etiquetas que recibe el trabajo artístico de la caricatura, pues es reconocido como una expresión plástica, como una demostración artística de un hecho, como un retrato deformado de la realidad y Abreu en otra investigación enfocada en definir a la caricatura, señala que también posee características lingüísticas por usar metáforas gráficas con fines satíricos y reflexivos.

Por ello, Darío Carmona³² se pregunta ¿es posible hallar en los contenidos de la caricatura algo que trascienda el apunte jocoso y la ridiculización de un personaje o una situación? o; debido a que reconoce que este género artístico de opinión, más que para recrear o hacer reír, posibilita entender el entorno coyuntural en que se da un

³⁰ IBÍD. P. 52.

³¹ IBÍD. P. 53.

³²CARMONA A, Darío. La caricatura editorial como fuente para la investigación de la historia de los imaginarios políticos. En, Historia y sociedades. N° 9. Marzo 2003. P 151.

hecho histórico y por esto, permite la reflexión y la crítica como parte para construir la otra versión de la realidad.

Pero es importante dejar en claro que aunque uno de los trasfondos o intenciones de la caricatura es comentar o evidenciar la historia en la prensa o en los medios de comunicación, no es un vehículo para conocerla, sino que es la manera para saber si fue negativa, positiva y cómo impactó a las personas.

Para la época de 1910 a 1920, la caricatura que aparecía en los periódicos fue denominada “la tumba gobiernos”, debido a su posición satírica y mordaz pues era una fuente de opinión pública en la prensa colombiana. Esto, según la artista plástica Beatriz González³³, se debía a que dos artistas del periodismo ejercían tal presión que los gobernantes temían ser el ojo del huracán. Pero fue en la década de los años 30, cuando por la muerte de Ricardo Rendón “se cerró el periodo más glorioso del periodismo crítico colombiano”³⁴ y era por esta época que el dibujo de humor se reconocía como un agente de presión eficaz. Pero hoy los intereses económicos, políticos e ideologías del medio en que se publican las caricaturas, hacen que ya no sea tan potente y rotunda.

2.3.2.1 Función cultural y educativa. Son variadas las definiciones y las atribuciones que los teóricos de la caricatura le hacen a este género periodístico de opinión, pero dos estudios recientes la establecen como herramienta pedagógica para estudiar la historia y conocer las diferentes culturas que se valen de este modo de expresión para exponer sentimientos, sensaciones o pensamientos.

³³GONZÁLEZ, Beatriz y SEGURA, Martha. La caricatura y el periodismo. En Revista Lámpara. N° 114. Bogotá 1991. P. 34.

³⁴ IBÍD. P. 36.

De esta manera, Juan Carlos Guerrero³⁵, expresa en una investigación el valor de la caricatura en los diálogos interculturales, ya que denomina a ésta como una vía para conocer las identidades de las personas que a través del dibujo de humor, plasman miedos, odios o alegrías para que de algún modo, se facilite la comunicación entre el caricaturista y el espectador a través de la obra.

Entonces permite conocer otras culturas porque quien la utiliza, plasma en ella su identidad que es expuesta ante otro sujeto con otra cultura. Así se da el sentido de retroalimentación, cuando se encuentran dos culturas, se reconocen y parten de la puesta en común de sus aspectos convergentes y divergentes.

Por ende, el sentido de esta exposición es transmitir y mostrar la identidad intercultural ante otros sujetos y como consecuencia, lograr un lugar en la libertad gracias al autoconocimiento. Pero hay que entender a la libertad como el reconocimiento de un espíritu absoluto.

Sin embargo, otro estudio demuestra que la caricatura también es educativa porque “sirve para representar en trazos sencillos situaciones como: la vida, las costumbres y el pensamiento de una época o de un pueblo”³⁶ entonces la exposición de estos hechos permite el acercamiento a otras personas, tan solo a través de la didáctica de la imagen.

De todos modos, su carácter gráfico capta la atención de las personas y es éste el aspecto que la forma como una herramienta didáctica para el aprendizaje; pues además permite recrear hechos que sucedieron y aprender de ellos.

³⁵GUERRERO, Juan Carlos. Caricatura y performance en los diálogos interculturales. Revista de estudios Sociales N° 30 Agosto 2008. Bogotá. P. 46.

³⁶BRICEÑO A, Claudio. La prensa y la caricatura como fuente de información en el proceso educativo. Revista de teoría y didáctica de las ciencias sociales. Mérida Venezuela. diciembre- enero N° 10. 2005. P. 178.

Finalmente, es una base reconocer otro aspecto importante de la caricatura gira en torno a la expresión tanto verbal como no verbal, por ello la imagen permite recrear de una manera pedagógica algún suceso que ya fue abordado de otra manera, como por ejemplo mediante un artículo periodístico. Será entonces decisivo los recursos (figuras retóricas) que utilicen los caricaturistas para comunicar de manera didáctica a través de sus dibujos.

2.3.3 Configuración del mensaje gráfico. Todo mensaje visual consta de contenido y de forma, elementos fundamentales para definir al dibujo de humor (caricatura o comic). De esta forma existe:

Contenido: son los conceptos que al plasmarse en un mensaje, permiten el juego del humor. Es decir, son los elementos que hacen reaccionar al lector y se ría. El contenido también es el significado implícito del dibujo.

Forma: es la estructura elemental que sustenta el concepto o contenido. En sí es la forma gráfica (presentación visual).

Un dibujo de humor tiene como finalidad la trasgresión del orden lógico del lector, propiciando la risa. (Esto se profundizará en el apartado sobre el humor gráfico)

Teniendo en cuenta lo anterior el chiste de la caricatura debe tener unas características configuradoras:

- El chiste de la caricatura debe presentar una relación de conceptos (lo ya sabido por el espectador y los hallazgos o interpretación del caricaturista)
- Debe ofrecer algo ya sabido de manera explícita con el fin de que el espectador se familiarice con la caricatura.
- Debe sentar una ruptura del pensamiento lógico del espectador de una manera creativa para causar comicidad.

Finalmente, debe existir por parte del espectador una salida o revisión del propio pensamiento. Esto se debe entender como la consumación del acto comunicativo. Si no se da, la caricatura no cumplió con el efecto de generar crítica.³⁷

El esquema configurador de los mensajes humorísticos (en este caso de la caricatura) está dado en relación con la función de hacer pensar mediante lo cómico que resulta la realidad o como lo definiría Jean Piaget, por medio del juego como asimilación de la realidad.³⁸

Por ende, el humor será el responsable de que la caricatura comunicada impacte el orden cognitivo del hombre. Pero para que esto suceda se deben tener en cuenta un contexto. A continuación se profundizará el primero porque el nivel requerido para el desarrollo de este trabajo de investigación.

2.3.3.1 La contextualización del mensaje. Cómo se planteó, los mensajes de las caricaturas deben contener elementos ya sabidos por los espectadores y como aporte por parte del emisor, deben existir unos datos de apoyo para que la realidad leída en la pieza gráfica no sea ajena a las vivencias sociales del receptor.

Los elementos claves que componen el contexto, y le ofrece significado a la caricatura para poder cumplir con sus funciones; son: lugar, tiempo, receptor, personajes, emociones, símbolos, entre otros, y los cuales serán profundizados a continuación.

Con el fin de que el caricaturista atienda a factores de comprensibilidad de su obra, se tienen dos aspectos: “conceptual (selección adecuada de situación y tema) y el formal (realización eficaz, correcto de la percepción de figuras)³⁹”

³⁷ALVAREZ JUNCO, Manuel. *Op., Cit.* P. 93.

³⁸ IBÍD. P.98.

³⁹ IBÍD. P. 103.

2.3.3.2 Comprensibilidad conceptual del mensaje. Una acotación que el investigador Junco hace en su obra es que el caricaturista debe optar por configurar las ideas lo más puntual y sencillo posible, con el fin de lograr la comprensión de la obra y que el receptor reconozca los elementos configuradores del mensaje que son: Personajes: El uso de personajes en la caricatura política es un recurso muy frecuente, porque representan fielmente a los actores principales del tema que abordado por la caricatura

- **Personajes:** siempre en una caricatura aparecerán personajes, todo depende de cómo el caricaturista configure su mensaje para que sea más efectivo y pueda causar comicidad y reflexión.

Cuando se analizan los personajes hay que tener en cuenta las expresiones faciales porque en esta se puede evidenciar la actitud o conducta del sujeto dibujado. Los estudios de la Kinésica son los que determinan como el ser humano utiliza el rostro como canal para una comunicación no verbal, reflejando carácter, estado de ánimo, emociones, entre otros.

Entonces es de cuidado integrar y comprender la apariencia física del personaje, teniendo en cuenta: tamaño de la nariz, de los ojos, la ubicación de las cejas, las muecas, las líneas de expresión, las manchas o las ojeras, el cabello, la barba. Por ello el rostro del personaje funciona como una situación arquetípica al poder representar condiciones físicas tales como: el llanto, el hambre, la rabia, el enfado, una carcajada; pero también aspectos psicológicos o del carácter del sujeto: orgullo, horror, pena, dolor, vergüenza, sufrimiento, entre otros. (Anexo: catálogo de las 150 expresiones faciales de Hamm)

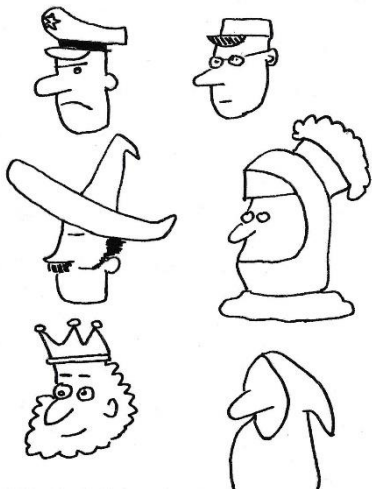


Figura 4. Personajes

La visión que tiene el caricaturista del personaje influye en la construcción del mensaje, por ende importa la edad, el uso de elementos característicos (gafas, parche de pirata, sombreros, bastón para un anciano.) El cuerpo también es de cuidado porque también comunica la posición de las manos, el tamaño, el vestuario, la postura y la fisionomía.

Otro recurso frecuente es la personificación, es decir, cuando el caricaturista le atribuye características de animales a los seres humanos o en otros casos, otorgarles características y condiciones humanas a los animales. Esta modalidad “permite establecer ciertas semejanzas en el nivel emocional de los personajes; es un medio atractivo y divertido para transmitir un mensaje, pero debe cuidarse de no sobrepasar los límites”⁴⁰.

- **Lugares:** Este es un elemento que contextualiza el mensaje gráfico. El caricaturista es quien toma la determinación de hacer u omitir la referencia espacial en el dibujo, teniendo en cuenta en no afectar la comprensibilidad del mismo.

Los tópicos son los lugares comunes que aportan significado a la situación desarrollada por la caricatura, se tiene entonces una estación de tres para hablar de transporte, una isla para un náufrago, un hospital para hablar de enfermedad.

⁴⁰ MEDINA, Luis Ernesto. *Op., Cit.* P. 77.



Figura 5. El lugar es un elemento que puede determinar el contexto de la pieza gráfica. Ilustración de Alberto Montt. www.dosisdiarias.com

- **Tiempo:** el tiempo puede ser un arma de doble filo para la caricatura periodística puesto que esta puede perder vigencia. Por ello el caricaturista debe pensar y actuar con prontitud con el fin de presentar hechos que aún estén en la mente del público. (Este es un elemento implícito)

Para saber el significado de la caricatura, el espectador debe conocer el tiempo en la cual se desarrolla, esto implica el año, situación coyuntural del entorno, sucesos importantes que le aportan significado.

Mafalda es un buen ejemplo de dibujo de humor que maneja el factor tiempo, aunque fueron hechas hace 50 años en Argentina, en la actualidad pueden leerse como si Joaquín Salvador Arana (Quino) las hubiera hecho ayer.

Como la caricatura periodística comenta hechos que suceden en un determinado momento, “la energía expresiva de lo estético, conceptual y simbólico debe generar una carga sensorial y emocional en el espectador con el fin de repercutir de inmediato en sus motivaciones comunicadoras y en su pensamiento”⁴¹.



Figura 6. El factor tiempo es un elemento opcional. Muchas veces una viñeta puede acoplarse a cualquier momento histórico. Ilustración de Alberto Montt. www.dosisdiarias.com

⁴¹ MEDINA, Luis Ernesto. *Op., Cit.* P. 111.

- **Comunicación no verbal:** Estudiar la comunicación no verbal de los personajes de la caricatura es importante, debido a que muchas veces el caricaturista lo que hace para causar humor es deformar la realidad y el físico del sujeto, cargando con significado sus gestos de las manos, del cuerpo, de los pies y del rostro. Es más, puede omitir los diálogos y construir el mensaje desde iconografías no textuales.

La kinésica es el estudio de los aspectos visuales no verbales de la comunicación, y los elementos que la comprenden son los gestos, la comunicación por señas, el lenguaje de la acción y fenómenos de este tipo. Cuando un personaje está ofreciendo un discurso puede reforzar el significado de sus palabras con el movimiento involuntario de las manos, esta acción se denomina kinésica y hace parte del estilo y carácter del personaje.

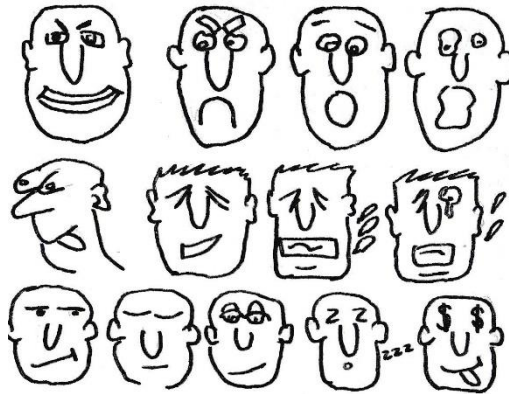


Figura 7. Los gestos son elementos Kinésicos y son factores de comunicación no verbal que caracterizan el personaje.

La postura del cuerpo es un aspecto a considerar dentro del análisis de las emociones, estado anímico, cultura y personalidad del personaje. “Muchas emociones se expresan mejor gracias al cuerpo, y el dibujo humorístico y la caricatura favorece que se ejecuten acciones descomunales”⁴².

⁴² IBÍD. P. 82.

La proxémica o proximidad de los personajes es otro aspecto que cabe en la comunicación no visual del personaje. Esto se relaciona con el espacio vital que el hombre necesita para vivir, que dependiendo de la cultura y las relaciones interpersonales se configura en guardar una distancia amplia o pequeña entre el personaje y los otros.

En una conversación se pueden observar códigos proxémicos, cuando los personajes están frente a frente connotan competencia, cuando están mirando al frente demuestran cooperación, y cuando uno está hacia el frente y el otro de lado connotan conversación.

El manejo de los planos también aporta significado, por eso cuando un plano es muy cerrado y está detallando un comportamiento del personaje, el caricaturista quiere darle importancia a ese elemento que muestra; pero cuando sucede lo contrario y el plano es general, el entorno significa más y el personaje no influye.

- **Los estereotipos:** Los estereotipos son figuras que tiene como función ofrecerle al espectador una situación sabida de antemano sin explicar a fondo lo dibujado. Por ello, esta característica cumple la tarea de ahorrar espacio y comprimir la información.

El personaje estereotipado se utiliza cuando es necesario generalizar la actividad, actitud, conducta o actos del sujeto. Entonces es factible diferenciar los buenos de los malos cuando el caricaturista pinta un ladrón y un policía.

La estereotipación funciona para connotar situaciones comunes o que son tradicionales en el contexto en que está el caricaturista y sus lectores. Según Dorfman y Mattelart⁴³ “los autores de historietas difunden estereotipos sobre bases ficticias, o bien que corresponden a otra situación económica, política y social”.

⁴³ DORFAMN, Ariel y MATTELART, Armand. Para leer al pato Donald. Citado por: MEDINA, Luis Ernesto. *Op., Cit.*, P. 48.

El héroe, el villano, el ogro, la princesa, el ladrón, el rey y la reina; la mujer como madre o ama de casa, el hombre como el empleado, entre otros, son estereotipos que la sociedad reconoce por comunes.



Figura 8. El estereotipo más común es relacionar a Dios y al Diablo con el bien y el mal. En esta imagen también se reconocen elementos visuales que le aportan significado a la viñeta (el tenedor del diablo y la camándula de Dios)

- **Elementos visuales:** Son objetos cotidianos que el hombre utiliza y son significativos. El caricaturista debe pensar muy bien cuáles elementos utilizar, porque muchas veces por adornar la caricatura reduce el valor comunicativo.

Los elementos u objetos visuales cumplen la función de acompañar en primera instancia a los personajes, entonces la función expresiva recae sobre los siguientes aspectos:

- **Vestuario del personaje:** el vestido comunica fielmente el papel que cumple el sujeto en la caricatura, delimita un oficio, una profesión, el estatus social e incluso la época o contexto temporal. Por ejemplo, un militar viste camuflado, un rey ropaje de terciopelo y corona o, un obispo un hábito y mitra.
- **Objetos que rodean el personaje:** la selección de objetos que usa o acompaña el dibujo determina en un personaje la sensibilidad, el estatus, los hobbies. Un objeto puede convertirse en un elemento recurrente para referirse a un personaje, pues también influye el rol que cumpla dentro del contexto de la caricatura y en la realidad. Un pincel para el artista, un micrófono para el cantante.

También pueden existir situaciones donde la acción y la sátira de la caricatura recae sobre el objeto que usa frecuentemente el persona (de la realidad) entonces es opción del caricaturista si omite dibujar un sujeto y como alternativa utiliza una figura retórica y establece una comparación.

- **Convenciones:** Son elementos comunes insertos en la cultura. Tienen un carácter global y presentan un significado unívoco.

Las convenciones pueden ser signos y señales. Así:

- **Signos:** matemáticos, ortográficos, figuras literarias: onomatopeyas. Elementos de un mapa.
 - **Señales:** naturales, humo, lluvia, truenos, de tránsito.
-
- **El texto:** un elemento habitual en la caricatura es el texto, este no es arbitrario sino que debe ser altamente estético para complementar la imagen. Además tiene la

función de clarificar el mensaje gráfico o ser la clave humorística, es decir, contener el chiste.

Según Junco “el humor gráfico consta de mensajes bimediales porque está contruidos por imagen y texto”⁴⁴ por ello es importante que exista una concreción para que en una sola pieza visual se comuniquen, se logre trasgredir mediante el chiste y finalmente hacer que el receptor comprenda y reflexione la realidad comentada por el caricaturista.

El texto puede hacer parte del núcleo formal y absoluto del chiste gráfico siendo también elemento conceptual.

- **El globo o bocadillo:** Este es el elemento que le indica al lector que existe un diálogo entre los personajes de la caricatura. Consta de tres partes: un contenido verbal, una silueta, y el delta (apéndice que señala quién habla).

Sucede algo especial en determinados casos y es que el globo en vez de contener texto está compuesto por elementos icónicos, es decir, puede incluir “imágenes que sugieren estados y expresiones psicológicas en forma mucho más atractiva que cuando se expresa por medio de palabras”⁴⁵.

Estas imágenes son catalogadas como una metáfora visual y puede traducirse así: si un personaje está enamorado, el globo contiene un corazón o si está triste puede incluir un corazón roto.

44 MEDINA, Luis Ernesto. *Op. Cit.*, P. 109.

45 IBÍD. P. 51.

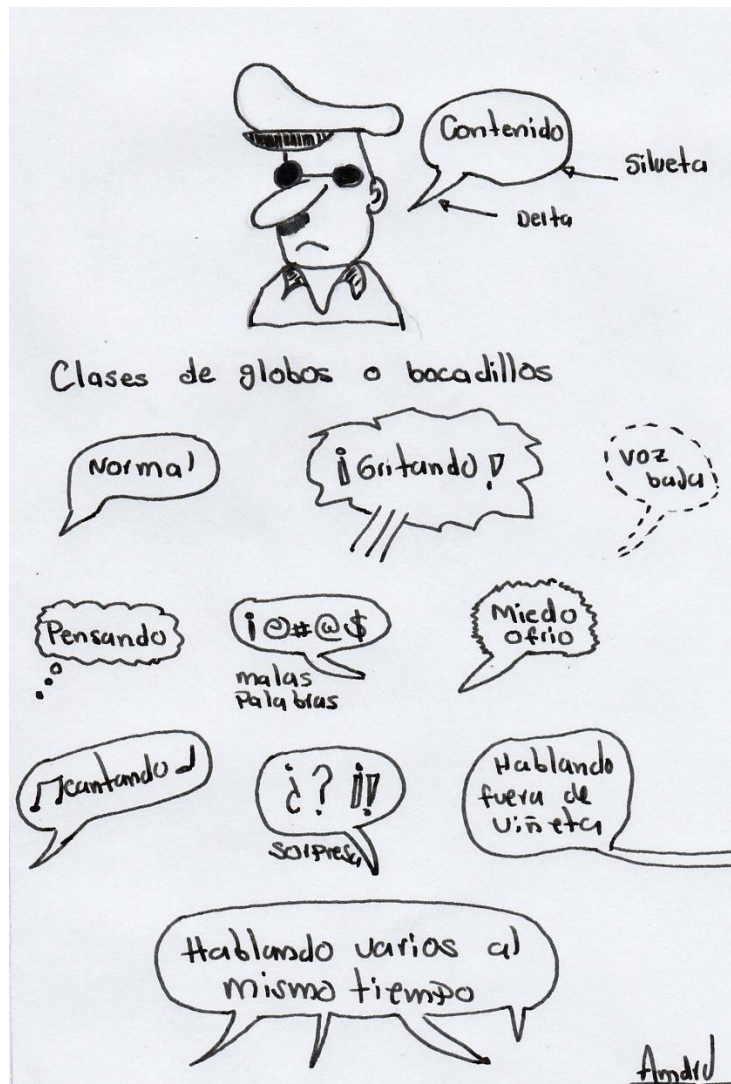


Figura 9. Globos o bocadillos

Los textos de los bocadillos pueden ser objeto de análisis paralingüístico, es decir, el tono de la voz del personaje es una variante que soporta la comunicación lingüística del personaje. Por eso en la caricatura se puede evidenciar la manera de hablar del personaje con apoyo en las convenciones que ofrece el dibujo humorístico.

Las convenciones que ofrece las condiciones paralingüísticas al globo tienen en cuenta los matices fonéticos del personaje, el trasfondo psicológico del mensaje, las condiciones físicas en cuales se da el mismo; y tanto el texto como la silueta pueden ir cargados con esta característica expresiva.

Según las condiciones paralingüísticas los globos se clasifican en:

- Por el contorno o la silueta: puede estar delineado temblorosamente siempre y cuando el personaje tenga frío o miedo. La línea puede ser punteada si el diálogo es secreto, o también puede ser aserrado el globo para denotar un mensaje de un radio.
- Por elementos icónicos auxiliares: cuando se acompaña el texto con elementos para darle peso al significado o a la conversación de los personajes. Por ejemplo, en un globo de un personaje cantando se pueden incluir notas musicales y esto de inmediato permite reconocer la actividad que realiza. También las letras pueden omitirse e incluir una imagen que tenga un significado conciso.
- Por caracteres especiales: las letras pueden ser onduladas para representar el frío o el miedo, pueden ser gruesas porque se ha dicho eso gritando. El caricaturista carga de expresividad su trabajo de acuerdo a las condiciones y características del mensaje.
- **Las onomatopeyas:** son una figura retórica compleja utilizada para simular o imitar sonidos naturales. Se clasifican en tres grupos así:

Caracterizante vocal: esta clasificación incluye en los globos sonidos inarticulados, significan una condición física o situación de los personajes. Por ejemplo, risa, llanto, susurro, estornudo, bostezo, sueño etc.

Segregadores vocales: son emisiones fonéticas no verbales. Pueden ser gruñidos, ruido con los dedos o boca, aspiraciones, entre otros.

El sonido de objetos o animales: esta categoría es propia cuando alguien toca la puerta (toc-toc) o suena un timbre (ding-dong). No es propio de los personajes pero si causado por ellos. El sonido que emiten los animales también es válido tener en cuenta.

- **Códigos cinéticos:** Estos son unos efectos gráficos que permiten denotar movimiento o desplazamiento. Se evidencian con líneas pequeñas alrededor del objeto o sujeto que está en movimiento. Existen diferentes códigos cinéticos los cuales se clasifican así:

- Trayectoria lineal: cuando existe un recorrido en línea recta.
- Oscilación: cuando algo vibra o se mueve describiendo el vaivén de un péndulo.
- Impacto: cuando algo cae y genera un golpe. También simula una explosión.
- Nubes: simula el polvo que genera un impacto o la caída de un personaje.
- Descomposición de movimiento: cuando se observa los diferentes movimientos que puede presentar un cuerpo. Ejemplo las piernas de un personaje caminando o las hélices de un helicóptero al girar.

2.3.3.3 Comprensibilidad formal del mensaje. Cuando se habla de un formalismo al momento de comprender la caricatura se hace referencia a cuál es el significado connotativo que estando respaldado por el denotativo (contextualización conceptual) tiene el mensaje visual diseñado por el caricaturista. En otras palabras, lo que se lee es un análisis formal y está soportado por lo que se ve (aspecto gráfico).

En este aspecto la capacidad figurativa del caricaturista tiene mucha relación con la cantidad de información necesaria para comunicar la idea, esto significa que la caricatura debe codificar mucha información en un dibujo sencillo.

Pero para saber si el caricaturista está cumpliendo con una función comunicativa es necesario ir al lector de la caricatura e indagar en él, qué efecto causó la sátira, la crítica u opinión del mensaje. Cuando el receptor acepta el mensaje y este genera comicidad y reflexión, se puede decir que la caricatura cumplió con su objetivo.

Los conocimientos estéticos y las emociones del emisor son valores claves cuando el emisor está diseñando el mensaje visual por esto, también se habla de los hallazgos que el caricaturista presenta, pues la carga intelectual que éste le imprime a su trabajo, se convierte en un factor que comunica.

Tipo de caricatura: Según el crítico de arte francés Sizeranne, las caricaturas pueden clasificarse en tres grupos así:

- Deformativa: tiende a exagera los rasgos del personaje, ridiculiza su condición física y se vale de los defectos para generar humor.

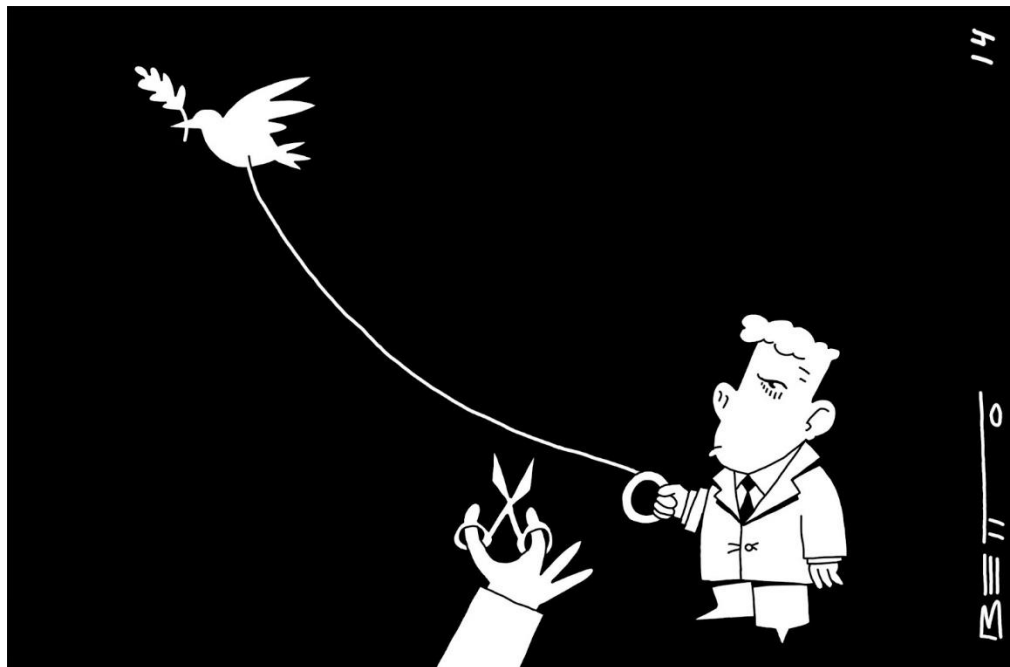


Figura 10. Caricatura deformativa.

- Caracterizante: sucede cuando el caricaturista sin haber deformado el rostro o apariencia del personaje, acompaña con objetos visuales o le atribuye una actitud al personaje según su comportamiento, conducta u oficio. Ejemplo: el vestir a un sujeto de camuflado porque es soldado.



Figura 11. Caricatura Caracterizante.

- Simbólica: el personaje puede sustituirse por un objeto o por un animal, puede utilizar algún detalle para hablar de una situación. En este caso, el dibujo de humor utiliza en sus mensajes este nivel de clasificación

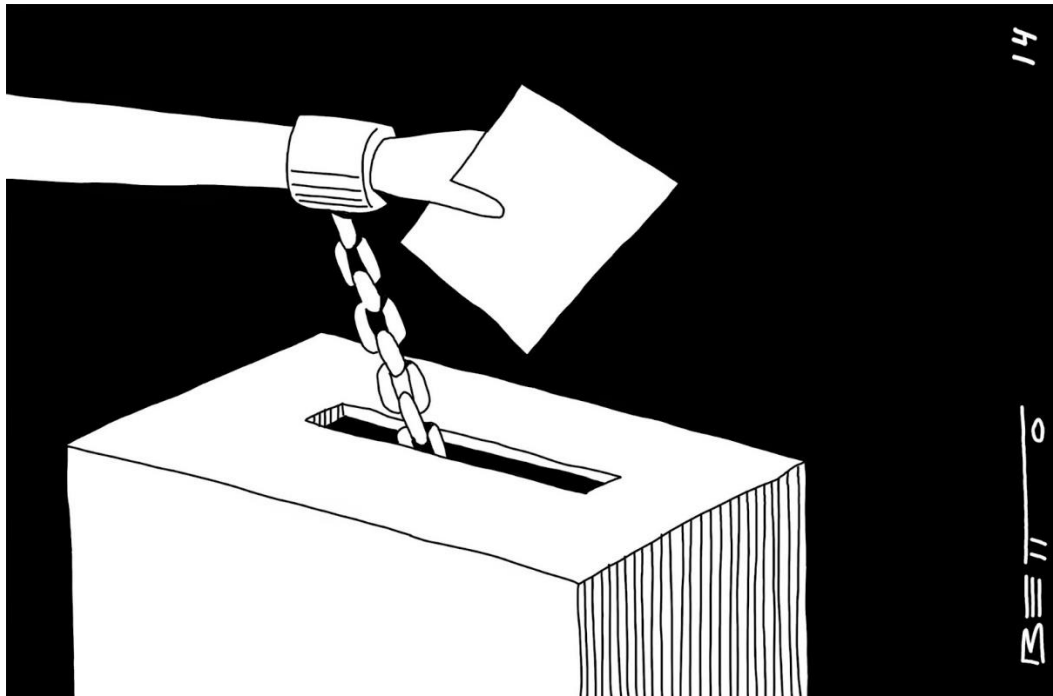


Figura 12. Caricatura simbólica

2.3.3.4 La retórica visual. Como se explicó en el capítulo de la retórica de a imagen a comienzo del marco teórico, las metáforas visuales son elementos argumentativos que cumplen la función de persuadir al lector; además están compuestas por elementos estilísticos (gráficos). Por ello son signos icónicos y se distinguen tres clases:

- La metáfora: consiste en trasladar el significado recto de una voz o de una acción en otro figurado. Se logra mediante una comparación tácita (se sobre entiende el significado). Sucede cuando alguien tiene una idea, entonces

aparece un bombillo o una estrella. El signo pesos para hablar de economía es una metáfora.

- Sinécdoque: esta figura consiste en designar el todo con una particularidad estereotípica. Existe sinécdoque cuando el caricaturista dibuja al genio de la lámpara para hablar de sueños o deseos.
- La metonimia: consiste en designar un objeto con el nombre o la característica de otro, guardando una relación estrecha. Cuando a una persona le sale del estómago un globo con un pollo asado se hace referencia a que el personaje puede tener hambre. Si en un dibujo se ve La Casa de Nariño y de esta sale un globo, se supone que quien habla es el presidente de Colombia.
- Personificación: es cuando un objeto inanimado o un animal toman características (físicas, psicológicas, conductivas) humanas.

2.3.3.5 La función didáctica del mensaje visual. Una propuesta novedosa en el campo de la teoría de la caricatura es la función didáctica de los mensajes visuales. Como se verá en el capítulo de educomunicación, una herramienta efectiva de aprendizaje y de comunicación es la imagen, pero la condición es que esta motive a los sujetos para que se inicie un proceso de educación.

Lo que permite la función didáctica de la imagen es definir el uso que los sujetos le darán sea en un contexto de la escuela formal o no formal. Las imágenes con fines educomunicativos cumplen con varias funciones didácticas que según José Luis Rodríguez Diéguez ⁴⁶son las siguientes:

- Función motivadora: todas las imágenes cumplen con esta función, pues lo gráfico llama la atención del lector invitándolo a que profundice el contexto.

⁴⁶ RODRÍGUEZ D., José Luis. Las funciones de la imagen en la enseñanza: semántica y didáctica. Citado por: MEDINA, Luis Ernesto. *Op. Cit.*, P. 139.

- Catalizadora de experiencias: la imagen presenta información que en la realidad se observa en un periodo largo de tiempo y desde muchos puntos de vista; el mensaje está organizado de manera que el perceptor logre comprender de manera efectiva.
- Función informativa: la imagen presenta de manera general una situación, un personaje u objeto, y con la carga crítica y artística del emisor, se conforma un mensaje con un significado que recibe el perceptor.
- Función explicativa: la imagen puede estar compuesta de convenciones sígnicas (señales, signos, líneas cinéticas, metáforas visuales) con el fin de aclarar y darle significado al mensaje transmitido, destacando detalles contextual.
- Función recreativa: la imagen por medio del humor gráfico divierte al lector, causando comicidad. Este es el estímulo o la función motivadora para que sea posible el aprendizaje mediante un proceso de educación y comunicación.

2.3.4 Humor, caricatura y comunicación. Son contados los estudios que se han hecho sobre el sentido del humor, está Henry Bergson en el “Ensayo sobre el sentido de lo cómico” y el investigador español Manuel Álvarez Junco, quien afirma: “el terreno de lo cómico tan hollado diariamente por nuestros pasos está curiosamente poco estudiado. Apenas se reflexiona sobre él, muy poco se pregunta sobre su función, como si se obviase su existencia...”⁴⁷

Sin embargo la teoría existente sugiere que cuando se habla de humor gráfico es hacer referencia a lo divertido que puede llegar a ser una imagen. Y es por medio de este elemento que los dibujantes generan crítica, sátira y reflexión de un hecho particular ficticio o que puede ser aplicable a una realidad.

⁴⁷ÁLVAREZ Junco, Manuel. *Op. Cit.* P. 17.

Son diferentes funciones las que toma el término humor, entre ellas: generar risa, permitir una comunicación lúdica, irrumpir con las convenciones lógicas de la sociedad como ritos o costumbres. El chiste es el factor determinante para causar lo anterior de manera cómica.

La comicidad que genera el humor se relaciona con lo frívolo, lo irracional, banal, ligero y superficial, pero cuando existe de por medio una intención y lo cómico se contrapone a lo lógico con una función crítica, eso indebido o vacío irrumpe con el equilibrio mental del espectador, causándole la risa. En este caso el humor no es destructor sino que busca la reflexión frente a sucesos reales y sociales.

Es importante reconocer entonces que cuando se habla de humor se enfatiza en lo que ha sido elaborado, es este caso, la caricatura. Lo cómico es el efecto de lo divertido o la risa que causa, Pero cuando no surge dicha finalidad, se puede hablar de una obra mal comunicada y por ende es ignorada por ser poco interesante.

Si un caricaturista quiere lograr comicidad con su trabajo debe lograr impactar los esquemas mentales del hombre ofreciéndole imágenes significativas para un buen entendimiento. De esta forma, existirá una percepción activa cuando un espectador reconoce algo que le es familiar.

Por lo tanto, el valor de lo cómico no es la risa, ni la sátira o la ironía, sino que es el producto divertido o la comunicabilidad de un mensaje que la obra entrega.⁴⁸

Según Junco es importante definir que una caricatura no es un chiste gráfico porque este es únicamente un recurso gráfico para hacer reír y generar diversión. En cambio el cartoon (caricatura) es una pieza humorística que genera comicidad, está basada en hechos reales, conocidos con anterioridad por los espectadores y la finalidad es hacer pensar. Pero debe quedar claro que la caricatura para que sea efectiva, debe ser también un chiste.

⁴⁸ IBÍD. P. 33.

2.3.4.1 Teorías sobre el contenido del humor. Desde la antigüedad los filósofos griegos estudiaron y se refirieron al humor en sus obras. Ellos relacionaban este vocablo con la humedad corporal, y por otro lado a cuatro sustancias o fluidos humanos (humores): sangre, la flema, la bilis amarilla o cólera y la bilis negra o melancolía.

Hipócrates o Galeno creía que el equilibrio del humor de la persona definía la salud o la enfermedad y de acuerdo al fluido que presentara desequilibrio, se tenía el tipo de enfermedad: flemáticos, coléricos, melancólicos o sanguíneos.

Dejando a un lado la tradición médica, los griegos relacionaban el humor con la estabilidad vital con que el hombre abordaba las problemáticas sociales. La comedia y la tragedia daban cuenta de esto y en especial la primera aportaba “el sentido de lo que no parecía tener solución y por medio de él se ayudaba a dar salida”⁴⁹.

Para los filósofos socráticos lo cómico era algo orgiástico, generaba éxtasis. Era un recurso que hacía caer al hombre en la promiscuidad moral por reírse o burlarse de lo incorrecto o lo que se oponía a la lógica del pensamiento.

Aristóteles y Platón fueron de los pensadores que más hicieron oposición al humor. En la ética a Nicómaco o en los Diálogos lo cómico era visto como algo indecoroso porque surgía a partir de la desgracia de los demás, la teoría de ellos se fundaba en el efecto de la malicia y la envidia producto de una alegría sobrevenida por la adversidad del otro⁵⁰.

El cristianismo en cabeza de los filósofos patristicos hizo oposición a la función cómica del humor. Consideraban la risa causada como un gesto descomunal y demoniaco, el hombre no podía sentir placer porque caía en el pecado.

⁴⁹ ÁLVAREZ Junco, Manuel. *Op. Cit.*, P.94.

⁵⁰ IBÍD. P. 94.

Thomas Hobbes, filósofo renacentista denominó la risa como la autosuficiencia del hombre ante los fracasos y errores de los demás. Por ello este era el peor atributo del humano porque se alimentaba de la propia autoestima. Por otro lado, el poeta Charles Baudelaire tenía la visión de que el humor desembocaba en expresiones satánicas.

Fue en la modernidad que José Carlos Mainer⁵¹ quien dijo “que el humor se relaciona con una conciencia de insatisfacción vital y genera un reconocimiento de la impotencia”. Y por ello es utilizada para generar crítica cuando algo no funciona bien en la sociedad.

Con Mainer se entiende el concepto moderno del humor y a tener tres corrientes o teorías para abordarlo.

- Teoría del Alivio: el humor en este caso cumple con la función de impactar emocionalmente al ser humano, para este caso Imanuel Kant, decía “nos reímos cuando una amenaza se desvanece”.
- Teoría del conflicto: esta ve al humor como el medio para generar un choque o un impacto en la conducta del hombre, en este caso los impulsos o la visión opuesta de la realidad crea comicidad.
- Teoría de la incongruencia: esta supone que el humor se genera a partir de las consecuencias cognitivas que acarrea un chiste. Es decir, existe comicidad cuando se presta una relación entre dos realidades incompatibles y el espectador cumple la tarea de interpreta el mensaje a medida que reflexiona la realidad.

Sigmund Freud también hizo su aporte a la teoría del humor de los mensajes visuales. El psicoanalista defendió la idea de que una caricatura está cargada de ideas (reprimidas) y son objeto de transformación. “Entonces es el humor el capaz de resolver

⁵¹ MAINER, José Carlos. Los humoristas del 27. Citado por JUNCO A. Manuel. *Op. cit.*, P. 95.

un conflicto dado entre lo lógico y el juego de lo cómico, y así lograr una salida o alivio a la dureza de la vida”⁵²

2.3.4.2 Relación entre humor gráfico y caricatura. Partiendo de que la caricatura es una imagen intencionada que se difunde y tiene la capacidad de ser leída, se debe entender que la función del humor gráfico es clave para que esta pieza visual tenga un valor comunicativo y de una forma lúdica involucre al espectador con el fin de que reflexione y cuestione su posición frente a la realidad.

La materia prima del humor y de la caricatura es la realidad, así el caricaturista debe “conectar lo ya sabido por los demás con sus propios hallazgos mediante una forma creativa” con el fin de romper el orden lógico del espectador y lograr una comunicación entre emisor y receptor.

2.3.4.3 La transgresión causada por el humor gráfico. El mensaje visual de la caricatura lo que busca mediante el humor es asaltar las barreras lógicas y mentales del hombre, con el fin de invadir de manera intelectual su pensamiento e impactar en su orden cognitivo.

Una buena caricatura según Junco⁵³, logra la ruptura del orden lógico de la persona, siempre que el caricaturista presente un hecho verídico y actual de una manera irreverente, incorrecta, exagerada o ridícula. Por ello la palabra normalidad no existe entre el humor, todo es anormal, loco e incluso irreverente.

El humor visto desde la óptica de la transgresión es una estrategia de comunicación efectiva

⁵² ÁLVAREZ JUNCO, Manuel. *Op. Cit.* P. 97.

⁵³ IBÍD. P.118.

2.4 PERIODISMO

2.4.1 La caricatura como género de opinión. Los géneros de opinión son los que le permiten al periodista comentar, discutir, denunciar o reflexionar acerca de cualquier tema importante que impacte la vida del hombre. Estos mediante argumentos de fuerza buscan persuadir a los receptores para que acojan una ideología o la reafirmen.

Los elementos claves de estos géneros, según Jairo Valderrama⁵⁴, son la buena argumentación y la tendencia a la verdad, porque aunque traten de dar una opinión libre y subjetiva están siempre atados a la realidad.

Haciendo una diferenciación de los géneros de opinión se encuentran: el editorial, el artículo o la columna, las caricaturas periodísticas y los dibujos humorísticos. Pero este trabajo solo se centrará en enfatizar el uso de las caricaturas como elementos del periodismo gráfico las cuales son publicadas en las páginas de opinión de periódicos y revistas.

De este modo, Lorenzo Gomis⁵⁵ quién se opone a la teoría identifica al dibujo de humor y a la caricatura como elementos pocos realistas, porque utilizan la técnica de la exageración para ilustrar los chistes sobre el poder y sobre hechos sociales.

Entonces este tipo de deformación ilustrada cambió la manera de hacer opinión en los periódicos y marcó la conquista de una nueva dimensión de libertad humana frente a

⁵⁴ VALDERRAMA, Jairo. El editorial, el artículo y la columna, géneros para convencer. En VELASQUEZ, Mauricio et al. Manual de géneros periodísticos. Bogotá Universidad de la Sabana. 2005. P. 140

⁵⁵ GOMIS, Lorenzo. Funciones y géneros del periodismo de comentario. En _____. Teoría de los géneros periodísticos. Barcelona: UOCpress. 2008. P. 198.

la expresión de ideas. La risa, uno de los elementos característicos de la caricatura y que tomó más fuerza al institucionalizarse, empezó a definirse como la respuesta a un juicio social que hace el caricaturista al denunciar, comentar, reflexionar o criticar un hecho real.

Por lo anterior, Gomis define que “el chiste en la caricatura permite que el grupo de lectores satisfagan una tendencia hostil que causa el poder, para que pueda borrar los efectos depresivos que un hecho real, se yuxtapone a un hecho imaginario (...) el chiste restablece el equilibrio y restaura la sensación social de bienestar”.

2.4.2 Clasificación de la caricatura. Este apartado se centrará en clasificar la caricatura teniendo en cuenta su ideología y configuración, pero de antemano se debe precisar que será abordada desde su uso periodístico

La caricatura es periodística porque hace parte de los géneros de opinión, y por ello, es un mecanismo visual y gráfico que comenta, interpreta, critica, denuncia, exalta y promueve sucesos verídicos que son propios de la esfera pública de un país. Pero es importante resaltar que un caricaturista no informa, sino que como lo expresa Vladdo⁵⁶ (caricaturista colombiano) comenta la realidad reflejada en una noticia.

Por otro lado hay teóricos que denominan a la caricatura periodística como un recurso para ejercer presión mediante la crítica humorística pero reflexiva, entre ellos está Abreu quien dice: "el dibujo satírico (caricatura) se opone a la comicidad pura, que intenta hacer reír a toda costa pero sin hacer pensar. En el dibujo satírico hay víctimas y hay victimarios. El humorista intenta señalar en él, las lacras de la sociedad".⁵⁷

⁵⁶ FLÓREZ, Vladimir *Op. Cit.*, P. 56.

⁵⁷ ABREU, Carlos. Periodismo iconográfico Dibujo satírico, dibujo humorístico, chiste gráfico y caricatura, en Revista Latina de Comunicación Social, número 36, de diciembre de 2000. [On-line] La

Otra apreciación es presentada por Claudio Briceño⁵⁸, y la define como una herramienta del periodismo moderno, porque expresa a viva voz lo que las personas no pueden decir. Además su carácter gráfico permite captar la atención de las personas.

Briceño identifica que la caricatura sirve para representar en trazos sencillos situaciones como: la vida, las costumbres, el pensamiento de una época o de un pueblo y las actividades políticas. Añade también que “la efectividad del mensaje está relacionado con el alto grado de un buen canal para transmitir y en este caso, el humorismo es excelente canal para trasladar el mensaje del comunicador al receptor y producir en él, la reacción que completa el ciclo de la comunicación”⁵⁹

El éxito de la caricatura como elemento pedagógico radica en que ésta sea capaz de generar historia por ser la encargada de difundir hechos que fueron noticia. Por eso después de la carcajada, debe quedar el análisis y la reflexión por parte del receptor. Y el argumento a favor de su sentido educativo está en que “es una fuente de estudio de la memoria histórica y social”⁶⁰ y por esto es estratégica en los procesos de aprendizaje.

Entrando a definir los tipos de dibujos humorísticos, Abreu⁶¹ expone que existen comics, dibujos de humor y caricaturas, sin embargo hay un problema de concepción

Laguna (Tenerife), [Recuperado el 15 de mayo de 2013]. Disponible en <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/u36di/01abreu.htm>>

⁵⁸BRICEÑO A, Claudio. La prensa y la caricatura como fuente de información en el proceso educativo. Revista de teoría y didáctica de las ciencias sociales. Mérida Venezuela. diciembre- enero N° 10. 2005. P. 177

⁵⁹IBÍD. P. 179.

⁶⁰IBÍD. P. 181.

⁶¹ ABREU, Calos. *Op. Cit.*, P.5.

entre los dos últimos, pues una caricatura es un dibujo de humor pero no todo dibujo de humor es caricatura; el elemento común de ambas es el sentido de lo cómico y satírico. Además la caricatura está centrada en partir de la representación de un personaje y el dibujo de humor se inclina en omitir el sujeto para comprar las situaciones con objetos o animales.

La caricatura periodística o también llamada de opinión y el dibujo de humor se pueden clasificar así:

Editoriales: es cuando acompañan en las páginas de opinión al editorial del periódico o revista donde es publicada. Ésta sintetiza la ideología del medio. No necesariamente tiene como tema la realidad política, también puede comentar hechos sociales, económicos, religiosos o lo que esté relacionado con la línea editorial o con la agenda noticiosa.

Políticas: las caricaturas y los dibujos de humor que comentan la realidad política del país tienen una independencia de la línea editorial del medio. Estas permiten que el caricaturista pueda usar su creatividad para opinar, criticar, comentar y satirizar hechos que sucedan en torno al orden político y social.

La forma de presentar estos dibujos es de manera ideológica porque prima la lectura que el autor hace de la realidad y la función concreta es que el espectador o el lector reflexionen acerca de la realidad comentada y asuma una posición crítica frente a la realidad.

Finalmente algunas características estructurales de la caricatura son: la relación con temas noticiosos o coyunturales, la situación planteada puede ser exagerada al igual que los personajes que intervienen; los mensajes expresados están cargados de ironía, por ello son críticas que generan humor, reflexión, denuncia o aprobación.

2.5 INTERCEPTACIONES ILEGALES DE LAS COMUNICACIONES DURANTE EL SEGUNDO PERIODO DE GOBIERNO DEL EXPRESIDENTE ÁLVARO URIBE VÉLEZ

2.5.1 Descripción del hecho noticioso. En el segundo periodo presidencial de Álvaro Uribe Vélez, (2006 – 2010) varios opositores de este expresidente denunciaron ante los medios de comunicación algunas irregularidades cometidas por cuerpos de inteligencia del gobierno. De tal forma el 23 de febrero de 2009 salió a la luz pública un caso de interceptaciones ilegales de comunicaciones “Chuzadas”, las cuales fueron cometidas por el Departamento Administrativo de Seguridad DAS.

Periodistas, magistrados de las altas cortes, políticos de izquierda denunciaron persecución por parte del gobierno de turno y responsabilizaron de estos hechos al expresidente.

2.5.2 Personalidades e instituciones “Chuzadas”

- Presidente de la Corte Suprema de Justicia: Francisco Javier Ricaurte
- Magistrados de las altas cortes: Iván Velásquez (Investigado por parapolítica)
- Gustavo Petro
- Carlos Gaviria Díaz
- Piedad Córdoba
- Periodistas: María Jimena Duzán, Holman Morris,
- Palacio de Miraflores Venezuela

2.5.3 Responsables

- Departamento Administrativo de Seguridad DAS

- Felipe Muñoz: asumió la dirección del DAS después de la salida de María del Pilar Hurtado
- Marta Leal Subdirectora de operaciones del DAS
- María del Pilar Hurtado: directora del DAS durante las chuzadas.

2.5.4 Así vigilaba el DAS. Todo comenzó el 9 de junio de 2006, cuando los magistrados de la Corte Suprema de Justicia asistieron a la designación de Yesid Ramírez como presidente de esta corporación. Este viaje realizado en vuelo chárter y costado por Acensio Reyes fue el pretexto para que el DAS siguiera más de cerca a los integrantes de la corte.

De acuerdo a este hecho, la fiscalía tomó las pruebas necesarias para demostrar que la exdirectora del DAS, María del Pilar Hurtado interceptó las comunicaciones y realizó un seguimiento ilegal a estos magistrados, sin que existiera una orden judicial.

La finalidad del DAS era encontrar alguna relación ilegal entre el empresario Acensio Reyes y los magistrados de la Corte, esto dio pie para que el DAS solicitara la Unidad de Información y Análisis Financiero (UIAF), del Ministerio de Hacienda, reportes sobre las transacciones cambiarias, en efectivo, actos notariales e información sobre los teléfonos celulares de al menos ocho magistrados o ex magistrados de la Corte Suprema⁶².

Con los datos recolectados, los funcionarios del DAS tuvieron acceso a información personal de los magistrados y de sus familias, tales como teléfonos de vivienda, planes de telefonía móvil, y en especial siguieron a: César Julio Valencia Copete, Alfredo Gómez Quintero, Ignacio Jaramillo Jaramillo, Flor Ángela Rodríguez, Mauro Solarte Portilla, Camilo Tarquino Gallego, y los ex magistrados Carlos Isaac Náder y Gustavo Gnecco Mendoza.

⁶² Redacción Judicial. Así Vigilaba el DAS a las cortes. Periódico EL ESPECTADOR. Bogotá. 22 de abril de 2009.

3. DISEÑO METODOLÓGICO.

3.1 PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

Después de analizar el planteamiento del problema y los objetivos, es viable inscribir esta investigación en el paradigma cualitativo, bajo el método de análisis de documentos visuales.

De este modo, la investigación documental permite una lectura de la realidad social, de las acciones humanas y de la influencia de la cultura sobre los individuos, “mediante un análisis tipo hermenéutico de textos o imágenes”⁶³ en el caso de este trabajo, serán tomados los mensajes de las caricaturas políticas de Betto y Mico con el fin de estudiar la configuración de las estrategias educomunicativas.

La lectura de los documentos visuales toma muchos elementos constitutivos del tradicional análisis de contenido, debido a que ambas técnicas de recolección e interpretación de la información buscan develar los significados simbólicos de los mensajes contenidos en textos e imágenes y que representan una realidad.

3.2 DISEÑO PRELIMINAR DE LA INVESTIGACIÓN

Desde la tradición del paradigma cualitativo se obtiene el siguiente proceso para la investigación documental según la metodología planteada por Eumelia Galeano⁶⁴. Y

⁶³ SANDOVAL C., Carlos. Investigación Cualitativa. Programa de especialización en teoría, métodos y técnicas de investigación social. Icfes. Bogotá 1996. P. 91.

⁶⁴GALEANO MARÍN, Eumelia. Estrategias de investigación social cualitativa. Medellín: La Carreta Editores E.U. 2004. P. 66.

más adelante se aclarara el enfoque por el cual se regirá el análisis de los documentos visuales.

Diseño:

- Construir y definir el objeto y tema de investigación.
- Establecer un estado del arte.
- Definir el método bajo el cual se hará el análisis visual de los documentos.

Gestión e implementación:

- Rastrear, inventariar y clasificar las imágenes existentes o disponibles con cuales se trabajará (de acuerdo con la delimitación)
- Seleccionar las imágenes pertinentes de acuerdo con los objetivos y el problema de investigación.
- Elaborar la contextualización socio-histórica de las imágenes.
- Establecer las categorías de análisis de las imágenes.
- Elaborar fichas, esquemas, cuadros o flujogramas que permitan la sistematización de la información.
- Plantear el análisis y la valoración de las imágenes, de acuerdo con las categorías. Recolectar la información o los hallazgos en las fichas.
- Plantear la triangulación y confrontación de la información recolectada con otras fuentes (teóricas) o técnicas (entrevista – observación)

Comunicación de resultados:

- Elaborar el informe: síntesis comprensiva de la realidad o fenómeno investigado, dando respuesta a la pregunta planteada.
- Socializar los hallazgos.

3.3 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Una realidad compartida con los demás investigadores que toman como objeto de estudio la caricatura política es la ausencia o carencia de una metodología abalada por una comunidad científica para poder desarrollar este tipo de investigaciones. Por ello, sin prescindir de las técnicas de recolección e interpretación de la información tradicionales, hay que construir otra técnica con elementos propios del enfoque bajo el cual se aborda la investigación.

Para el caso de esta investigación, no se puede dejar a un lado el enfoque comunicativo y educativo porque este permitirá el desarrollo de los objetivos planteados. Por lo tanto, será tomado el modelo del tradicional análisis de contenido con el fin de implementar un análisis visual con un enfoque semiótico visto desde Roland Barthes, que a su vez será transversal con los conceptos del caricaturista Manuel Álvarez Junco quien aborda los elementos conceptual y formales con los cuales se construye el mensaje de la caricatura.

Según Eumelia Galeano⁶⁵, el análisis visuales es un método nuevo y poco utilizado, por ello las investigaciones de tipo documental y aún más, las de este corte, deben plantear técnicas tradicionales de recolección de información con el fin de complementar y validar la información obtenida. Entonces será indispensable realizar entrevistas semiestructuradas con los caricaturistas seleccionados, no obstante también pueden ser incluidas entrevistas con otros dibujantes.

3.3.1 Análisis de documentos visuales. El análisis visual es una técnica derivada del análisis de contenido y propone descubrir la estructura interna de documentos

⁶⁵ GALEANO MARÍN, Eumelia. *Op. Cit.*, P 134.

(imágenes, videos, fotografías) interviniendo la composición, organización, diseño y dinámica argumentativa del mensaje, con el fin de “proporcionar a la comunidad científica conocimiento nuevo sobre la realidad estudiada”⁶⁶.

Bernad Berelson afirma que esta es una “técnica de investigación objetiva, sistemática y cualitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones, con el fin de interpretarlas”⁶⁷.

Entonces el análisis visual tendrá como fin develar los significados de los mensajes de las caricaturas políticas de Betto y Mico con el fin de identificar las lógicas de configuración las estrategias comunicativas con fines educativos, útiles para formar en los lectores una posición crítica frente a los sucesos de la esfera política, social, cultural, ideológica y económica del hombre.

- Enfoque

Para el investigador Darío Acevedo Carmona, “no es lo mismo trabajar con modelos probados que aventurarse a experimentar”⁶⁸ porque los estudios en caricatura son escasos. Agrega que no existe una metodología especial para analizar estos dibujos de humor, entonces deberá hacerse uso de otras disciplinas de las ciencias sociales para plantear y ejecutar la metodología planteada.

De acuerdo a lo anterior, será importante que este estudio no se quede meramente en el análisis sígnico, sino que debe trascender a interpretar los significados de los mensajes que producen sentido. Por esto el análisis de las caricaturas se hará bajo el

⁶⁶ IBÍD. P. 136.

⁶⁷ BERELSON. Citado por: GALEANO MARÍN, María Eumelia. *Op., Cit.* P. 125.

⁶⁸ ACVEDO CARMONA, Darío. Política y caudillos Colombianos en la caricatura editorial, 1920 – 1950. Medellín: La carreta política. 2009. P.17.

método semiótico que propone Barthes, pero transversalizado y categorizado con la teoría de la configuración del mensaje del Manuel Álvarez Junco.

El enfoque del análisis tiene que ser tomado de la siguiente manera: el enfoque semiótico hace referencia a que todo proceso de comunicación es siempre un proceso cultural donde se intercambian significados, de forma convencional y social. Así que los mensajes que se codifican para ser transmitidos son los objetos de estudio de dicho proceso, estos son estudiando, entre muchos enfoques, bajo la mirada de la retórica de Roland Barthes, quien reconoce que es posible interpretar un elemento sígnico desde la dimensión denotativa y connotativa.

Con el fin de categorizar el estudio de los mensajes y establecer cuáles elementos son denotativo y connotativos, la teoría de la configuración del mensaje de Junco indicará que toda caricatura tiene mensajes con una comprensibilidad conceptual (denotación) y una comprensibilidad formal (connotación) o dicho de otra forma, elementos de forma (física y visual) y fondo (interpretación de los significados intrínsecos del mensaje)

- Muestra

La muestra de caricaturas para analizar debe hacer referencia directa al caso de las interceptaciones ilegales de las comunicaciones “chuzadas”, el cual salió a la luz pública el 21 de febrero de 2009. Para ese entonces el gobierno de Álvaro Uribe Vélez estaba en la recta final del segundo periodo presidencial. Por tanto, serán tenidas en cuenta las piezas que circularon a partir del 22 de febrero de 2009 hasta el 21 de junio del mismo año.

Los caricaturistas tenidos en cuenta serán Betto quien publica a diario y Mico quien publica los domingos. El tamaño de la muestra universal se desconoce debido a que no todas las caricaturas son del tema seleccionado, por esto se tendrán que revisar uno por uno los periódicos e identificar cuales cumplen con el tema escogido.

La muestra será aleatoria, siempre y cuando el número de caricaturas sobrepasen las 30. De lo contrario podrán ser incluidas las que se hayan encontrado en el análisis y así tener una selección que posibilite un trabajo más profundo.

Si es el caso de hallar un número alto de caricaturas entre los dos sujetos, el muestreo aleatorio tendrá que implementarse y reducir la cantidad de una manera equitativa, con el fin de estudiar 11 caricaturas de cada uno.

- Supuesto

La implementación del análisis visual permitirá verificar o negar el supuesto hipotético que surge al plantear este problema:

La caricatura política es un género periodístico de opinión que puede educar en valores, e incentivar a los lectores para que asuman una postura crítica frente a la realidad, mediante el uso de estrategias comunicativas con fines educativos en la construcción de los mensajes.

- Instrumentos para la sistematización de la información

Ficha de análisis: El instrumento para sistematizar la información obtenida del análisis semiótico de las caricaturas serán dos fichas que permitan descomponer cada aspecto a interpretar de las caricaturaras y por ende se pueda examinar la parte denotativa y connotativa.

La ficha estará construida a partir de las categorías de análisis, estas están delimitadas en el marco teórico, específicamente en el punto donde se abarca la configuración del mensaje de la caricatura según el teórico Manuel Álvarez Junco. Esta será transversal con el enfoque semiótico de la teoría de la retórica de la Imagen.

Por lo anterior, en la primera ficha se organizarán los datos generales de la caricatura, estos son informativos y permiten tener contexto del suceso comentado. De este modo

las categorías de esta son: Nombre del caricaturista, fecha de publicación, título de la caricatura, tema, personajes, lugar, tiempo y contexto coyuntura.

La segunda ficha consta de los diferentes aspectos que son posibles analizar en las caricaturas, por ello esta herramienta de sistematización está construida con elementos denotativos y connotativos de las piezas visuales.

En el orden denotativo las categorías de análisis se agrupan en examinar: texto o soporte lingüístico, personajes, lugares, tiempo de la caricatura, elementos visuales, símbolos signos y señales, comunicación no verbal, onomatopeyas y elementos especiales; globos y viñetas, tipos de caricatura, elementos retóricos de la imagen, y función didáctica.

En el orden connotativo se busca dar explicación de ¿por qué el caricaturista utilizó x recurso? YCuál es el significado que tiene cada elemento denotativo por separado. Al final, este aspecto de análisis obliga a elaborar una interpretación de la caricatura involucrando cada elemento más el contexto.

3.3.2 Entrevistas semiestructuradas. Estas entrevistas estarán dirigidas en un primer momento a Betto y Mico, quienes residen en Bogotá y publican sus caricaturas en el diario el Espectador. También Se tendrá en cuenta la viabilidad de entrevistar a otros caricaturistas con el fin de recoger diferentes opiniones y aportes relacionados con el problema de investigación.

La finalidad de implementar la entrevista recae en que es necesario aplicar esta técnica tradicional para complementar la información hallada con el análisis visual y recolectar más datos que permitan ver el problema de estudio desde otras ópticas.

Entonces las preguntas estarán direccionadas para conocer de primera mano la opinión de los caricaturistas sobre la pertinencia de hablar sobre mensajes visuales

con funciones educomunicativas. (Ver anexo 4: Batería de preguntas y anexo 5: consentimiento informado)

Es de resaltar que la entrevista será realizada a partir de las categorías y subcategorías que dan cuenta de las funciones del humor gráfico y como este como la caricatura puede inscribirse bajo los postulados de la escuela latinoamericana de la educomunicación.

De antemano el entrevistado leerá y firmará el consentimiento informado, donde se especifica la finalidad de la entrevista y la manera como será usada la información. Además se anunciará que será grabada y posteriormente transcrita.

3.3.3 Técnicas para el análisis de la información. Para el análisis de la información se diseñaran matrices para dar cuenta de los patrones educativos y comunicativos de la caricatura, el uso de elementos contextualizadores y conceptuales, reconociendo la tendencia, convergencia, recurrencia; también se tendrán en cuenta aspectos formales que evidencian la construcción de mensajes didácticos. Se levantaran categorías y lectura cruzada y comparativa de la información hallada.

La validación de la información se hará por triangulación de: los referentes teóricos que sustentan las categorías y subcategorías, y el cruce del análisis de la información adquirida en cada una de las técnicas de registro de la información aplicadas.

3.3.4 Participantes

Las entrevistas semiestructuradas están direccionadas para los informantes clave, específicamente los caricaturistas Alberto Martínez (Betto) y Mico. Con el fin de recoger más impresiones y convalidar la información, se podrán abordar otros caricaturistas

3.3.5 PLAN DE TRABAJO Y PRESUPUESTO

PLAN DE TRABAJO																			
ACTIVIDADES	OCTAVO SEMESTRE							NOVENO SEMESTRE						DECIMO SEMESTRE					
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Revisión y ajuste del proyecto	x																		
Revisión de los instrumentos de recolección, sistematización, y análisis de información	x																		
Pilotaje de los instrumentos de recolección de información		X																	
Trabajo de campo			x	x	x	X													
Informe de avance octavo semestre							X												
Ajuste del trabajo de campo								X											

Análisis e interpretación de la información recolectada										x	x	x	x							
Informe de avance del noveno semestre														X						
Ajuste del análisis e interpretación de la información recolectada														x						
Elaboración del producto final del trabajo de investigación															x	x	x	X		
Entrega y socialización final de la investigación																				x

PRESUPUESTO			
RUBROS	DESCRIPCION	COSTO POR UNIDAD	COSTO TOTAL
Personal y servicios técnicos		\$ 0.0	\$ 0.0
Transcripción de audios	Trascripción de dos entrevistas de 1 hora	\$ 60.000 Transcripción de la hora de entrevistas	\$ 120.000
Corrección de estilo	130 páginas en Arial 12, 1.5 de interlineado	\$500.000	\$500.000
Aplicación de instrumentos	Desplazamiento hasta Bogotá para la aplicación de las entrevistas Desplazamiento hasta el archivo de la Universidad de Antioquia.	\$ 120.000 Tiquetes aéreos. \$ 300.000 viáticos en Bogotá \$ 20.000 buses o taxis dentro de Medellín	\$ 440.000

Impresos y publicaciones	Impresión y empastado de tres copias del trabajo Fotocopias Impresión de 12 caricaturas	\$ 50.000 impresión del trabajo \$ 20.000 Fotocopias \$ 5.000 Impresión de caricaturas en opalina \$ 40.000 Empastado	\$ 115.000
Papelería	4 CD	\$ 4.000	\$ 16.000
Otros gastos	Bibliografía, Fotocopia de 2 libros. Compra del libro Ensayo de la comicidad de Henry Bergosn.	\$ 16.000 \$ 32. 000 libro	\$ 48.000
TOTAL			\$ 1.400.000

4. TRABAJO DE CAMPO

4.1 INFORME DE LA BITÁCORA DEL PROCESO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

El trabajo de campo de este proyecto de grado está compuesto por dos instrumentos de recolección de la información. El más importante es el análisis de documentos visuales (Caricaturas) y el otro son las entrevistas a los caricaturistas involucrados en el planteamiento del problema (Betto y Mico).

El análisis visual de las caricaturas ha sido de mucha importancia para poder realizar esta investigación porque a partir de la información obtenida, será posible establecer las estrategias educ comunicativas que utilizan los caricaturistas en la configuración de los mensajes de las caricaturas.

Por lo anterior, la sistematización de la información en la ficha permitió tener una descripción detallada de todos los elementos que constituyen el mensaje de la caricatura. Esto permitió separar cada aspecto sígnico para su respectiva interpretación y luego elaborar una descripción e interpretación de la caricatura en su totalidad.

Otra de las técnicas de recolección de información utilizada fue las entrevistas a los caricaturistas, que para este caso son los expertos que permiten confrontar la información recolectada en el análisis, entonces ellos gozan de gran importancia porque según Eumelia Galeano, cuando un investigador elabora un análisis de contenido, debe plantear otros instrumentos de recolección de información, los cuales son complementarios.

Con la entrevista se busca aportarle fuerza a los resultados encontrados y además, nutrir con más datos la triangulación de toda la información que se llevará a cabo el próximo semestre.

Entonces el experto más consultado ha sido Alberto Martínez o Betto, él se graduó como diseñador gráfico y actualmente es caricaturista del periódico El Espectador. También es catedrático y dirige el curso humor gráfico y caricatura en la Universidad Jorge Tadeo Lozano, ofertado por el programa de Comunicación Social.

El otro experto fue el Comunicador Social y humorista Carlos Mario Gallego (Mico), él es caricaturista del periódico El Espectador y además es el creador, guionista e integrante del grupo Tola y Maruja.

En septiembre de 2014 fue entrevistado el ilustrador y diseñador gráfico chileno, Alberto Montt, quien visitó Medellín con motivo del 5° Festival Entreviñetas.

- Desarrollo

El trabajo de campo comenzó a ser realizado desde Marzo del presente año. La primera acción fue contactar a las fuentes que residen en Bogotá. Ellas pudieron atender las entrevistas entre el 18 y 19 de ese mes, por esta razón fue necesario el desplazamiento hasta la capital para acudir a la cita pactada.

Existía la posibilidad de realizarlas por skype, sin embargo para mejores resultados las entrevistas se realizaron presenciales para lograr mejores resultados y poder tener contacto físico con los personajes.

Las entrevistas fueron programadas en marzo porque Betto en el mes de abril viajó al exterior, entonces entre más rápido se hiciera, rendiría más el tiempo, por ello fue obligatorio agilizar la recolección de la información documental y comenzar el análisis de las caricaturas, estas fueron recolectadas en cuatro visitas a la hemeroteca de la Biblioteca principal de la Universidad de Antioquia.

En total fueron 4 visitas a la hemeroteca de la Universidad, las cuales se realizaron a partir del viernes 7 de marzo, y permitieron consultar el archivo histórico de El Espectador. Según la delimitación de esta investigación, las caricaturas para seleccionar debían hacer referencia al escándalo de las interceptaciones ilegales por parte del DAS y que salió a la luz pública en febrero de 2009, por ello fue necesario hacer una revisión detallada de los periódicos que circularon entre el 21 de febrero de 2009 hasta el 31 de diciembre del mismo año.

En total fueron encontradas 12 caricaturas que tratan directamente el tema delimitado, 2 de Mico y 10 de Betto. De estas se tiene apoyo fotográfico con la fecha de publicación. Entonces con esta muestra se elaboró el análisis de los elementos denotativos y connotativos que configura el mensaje visual.

Durante el viaje a Bogotá no hubo inconvenientes, antes fue posible despejar las dudas con el caricaturista Betto, quien además recomendó bibliografía y extendió la invitación a conocer el Museo de la caricatura. Por otro lado, en la visita al archivo histórico tampoco se presentaron problemas porque se tramitó los permisos requeridos con la Facultad de Comunicación Social de la Funlam y en la Universidad prestaron todo el apoyo posible para consultar los periódicos requeridos.

- Cumplimiento de Objetivos

Hasta el momento los objetivos se han cumplido a la perfección. Desde el inicio se planteó estudiar las estrategias educomunicativas de la caricatura de Betto y Mico. Hasta la fecha ya se analizaron y lo que sigue es interpretar la información recolectada para hallar las estrategias.

A medida que se abordó cada caricatura se develaron posibles estrategias que luego serán confrontadas en la triangulación de la información. Pero debe quedar claro que la identificación total de las estrategias educomunicativas será cuando se analice la información en la siguiente etapa de esta investigación.

Por otro lado la entrevista permitió evaluar la validez y aplicación de las estrategias educacionales más usadas por Betto y Mico en la construcción de los mensajes de sus caricaturas políticas, por eso es tomada como un instrumento complementario del análisis visual. Además, cuando se triangule la información recopilada en las entrevistas, y el análisis visual con el marco teórico, se resolverá el último objetivo que propone plantear un argumento de fuerza que respalde la función educativa de la caricatura política.

- Cumplimiento del diseño metodológico

El trabajo de campo se realizó bajo el siguiente esquema planteado en el diseño metodológico según la teoría de Eumelia Galeano:

- Planteamiento de los objetivos del trabajo de campo: se definió qué tipo de información será recolectada, dónde será recolectada y quiénes permitirán recolectar la información.
- Rastreo, inventario y clasificación las imágenes existentes o disponibles con cuales se trabajará (Caricaturas de acuerdo con la delimitación)
- Selección de las imágenes pertinentes de acuerdo con los objetivos y el problema de investigación: en este caso se tuvo en cuenta los siguientes aspectos:

Criterios para definir las caricaturas sobre el escándalo de las chuzadas:

- Uso explícito de palabras o imágenes que hagan referencia al escándalo.
- Uso de referencias gráficas que hagan referencia al escándalo.
- Análisis del contexto: si no se tiene información explícita, se entra a identificar los personajes, situaciones o lugares que aporten información para seleccionar la caricatura.
- Seleccionar el mismo número de caricaturas de Betto y Mico.

- Contextualización socio-histórica de las imágenes: fue necesario leer los artículos periodísticos que hablaban sobre el tema de las caricaturas con el fin de comprender la situación.
- categorías de análisis de las imágenes: de acuerdo con la teoría de Juan Manuel Álvarez Junco, se establecieron los criterios de análisis y bajo el método semiótico de Barthes se descompuso cada caricatura para comprender los elementos denotativos y connotativos.
- Elaboración de fichas, esquemas, cuadros que permitan la sistematización de la información.
- Entrevistas con los expertos y realizar una batería de preguntas que den respuesta a los objetivos planteados.
- Ejecución de las entrevistas, tomar nota y grabar en audio ese momento. Luego transcribir todo el diálogo.

Hasta el momento los planes del trabajo de campo se han cumplido en su totalidad en las siguientes fechas.

Recolección de las caricaturas en el archivo histórico de la U de A

Durante marzo de 2014 (en especial viernes 7, 14 y 28)

Entrevistas en Bogotá (1 vez)

Mico: 18 de marzo

Betto: 19 de marzo

Análisis de las caricaturas

Desde el 14 de marzo hasta el 17 de mayo

- Participación del público objetivo

Se puede decir que la colaboración del público ha sido positiva, debido a que todos los caricaturistas que he contactado se han prestado para realizar las entrevistas. Sin embargo Betto ha sido quien mejor se ha comportado desde que comenzó este trabajo de grado, porque ha puesto a disposición material bibliográfico, sus caricaturas y me ofrecido contactar a los demás caricaturistas. Por ello ha sido un apoyo incondicional.

Por otro lado Mico fue amable y atendió a la entrevista en el tiempo establecido, pero fue disperso y el nivel de profundidad en la entrevista fue mínimo, a comparación del diálogo con Betto que fue provechoso y con más confianza.

En la entrevista con Mico parecía haber un hielo que nunca se rompió, pues este personaje no entendía las preguntas, pedía que se las repitiera varias veces; se mostró distraído y poco interesado. En ese momento creí que el cuestionario era complejo o estaba mal construido, pero cuando se lo realicé a Betto obtuve resultados contrarios, este sí respondió atento y enriqueció el diálogo con citas, recomendaciones y ejemplos.

La conclusión es que no todos los personajes son iguales y esto debe ser un elemento para tener en cuenta en la lectura del fenómeno. Mientras que Mico no ve necesario educar con sus caricaturas, Betto cree que ese es uno de los valores agregados de su trabajo.

Sin embargo, no puedo desmeritar que la información recogida en la entrevista de Mico sea menos importante que la de Betto, en este caso ambas aportan a la lectura de este fenómeno de investigación y permitirán tener unas conclusiones interesantes al momento de la triangulación de los datos. (Resultados de contraste)

Pero creo conveniente recoger más información, no porque la que obtuve con mis dos primeras fuentes sea desconfiable, sino que entre más puntos de vista o percepciones se tengan sobre este estudio será mejor, ya que se podrá tener datos contrastados y diferentes impresiones.

4.2 VERSIÓN FINAL DE LAS TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Las técnicas finales fueron la entrevista semiestructurada, dirigida en primera medida Betto y Mico, quienes son los caricaturistas involucrados en el planteamiento del problema, y con el fin de recolectar información complementaria, a terceros como Montt, Chócolo o Garzón. Y por otro lado, el análisis de las caricaturas bajo el enfoque semiótico de Roland Barthes, transversalizado con la teoría de la configuración del mensaje de Manuel Álvarez Junco.

4.2.1 Batería de preguntas de la entrevista semiestructurada

- ¿Cómo define usted la caricatura? ¿Puede existir caricatura periodística? ¿De opinión? ¿Política?
- ¿Qué quiere lograr usted con la caricatura?
- Desde la teoría ¿qué debe lograr la caricatura?
- ¿Cómo llegó a ser caricaturista? ¿Qué quiso o quiere lograr?
- ¿Cuál es la función de la caricatura en general?
- ¿La caricatura que usted hace tiene una función adicional a las ya mencionadas?
- ¿Cree usted que existen otras funciones no mencionadas antes para denominar la caricatura?
- Si yo le dijera que otra función es la de educar a los lectores ¿cree usted que esto sea posible?
- ¿Qué conoce usted acerca de la educomunicación o la comunicación-educación?

Esta investigación tiene como objetivo estudiar las características educomunicativas de la caricatura a partir de dos elementos: la imagen como instrumento didáctico y el humor gráfico como estrategia de enganche.

- ¿Cree usted posible que la caricatura sea un medio efectivo para transmitirle un conocimiento contundente a los lectores mediante un proceso educomunicativo?
- ¿Cree usted que la imagen (la configuración visual de la caricatura) sea un instrumento didáctico para que los lectores se informen, se entretengan y ante todo se eduquen? ¿por qué lo cree?

Desde la teoría que presenta Luis Ernesto Medina acerca de la configuración del dibujo de humor, (incluyendo la caricatura) la imagen es vista como un elemento altamente didáctico para involucrar al receptor en un proceso educativo mediante la comunicación de un mensaje.

- ¿Alguna vez desde su oficio de caricaturista ha pensado en lo que le estoy comentando?

Si lo ha pensado, ¿qué opina al respecto, cree que por medio de la caricatura se puede educar al lector en valores?

Desde la teoría del español Manuel Junco, se encuentra que el humor gráfico es un vehículo excepcional para enganchar a un público, es decir, de motivarlo mediante el entretenimiento para que se pueda establecer un proceso de comunicación mediante el uso de la caricatura.

- ¿Qué opina acerca de esto? ¿cree que usted como caricaturista puede o logra este efecto?

- ¿Cree usted importante el factor educación-comunicación a la hora de elaborar una teoría de la caricatura política, periodística o de opinión?
- ¿Tiene algún referente o sabe de un colega caricaturista que utilice este medio para educar a los lectores?

4.2.2 Ficha de análisis de las caricaturas.

La ficha de análisis se divide en dos. La primera permite encontrar información general de la caricatura con el fin de comprender el contexto y los elementos básicos que brinden datos para su ubicación e identificación.

La primera ficha está planteada a partir de:

Microsoft Excel (Error de activación de productos) - versión final de la ficha de análisis.													
INFORMACIÓN GENERAL DE CONOCIMIENTO DE LAS CARICATURAS													
Información general				Información de contexto									
Número	Caricaturista	Fecha	Tipo: (Caricatura o dibujo de humor)	Título	¿Hag soporte fotográfico de la caricatura?	¿Cuál es el tema de la caricatura?	¿Cuáles son los personajes?	¿Cuál es el tiempo?	¿Cuál es el espacio?	Palabras claves de la caricatura	Situación del momento	Comentarios	
1	BETTO	25 de febrero de 2009	Dibujo de humor	Eredados		Salen a la luz pública las chuzadas del DAS		0	0	0	Chuzadas del DAS, cassetes, cinta para grabar	El 24 de febrero de 2009 explotó el escándalo de que el DAS había interceptado ilegamente a varias personalidades Colombiana, opositoras al gobierno del entonces presidente, Álvaro Uribe Vélez.	
2	BETTO	26 de febrero de 2009	Dibujo de humor	Culebrón		El CTI se encargará de investigar las "chuzadas" del DAS		0	0	0	Chuzadas, CTI, Investigación	La fiscalía general de la nación designo a una comisión del CTI para que investigue judicialmente a los funcionarios del DAS, y encuentre los responsables de las interceptaciones ilegales.	
3	BETTO	27 de febrero	Dibujo de humor	Chuzadas		La policía está hallando y vigilando los funcionarios e inmuebles del DAS		0	0	0	DAS, Policía, seguimiento	0La policía Nacional fue el ente que hizo el seguimiento y los respectivos hallazamientos para poder iniciar las investigaciones al DAS.	confirmar el contenido. No esto seguro.
4	BETTO	28 de febrero	Caricatura		0	Santos no cayó en la trampa del DAS	Juan Manuel Santos, ministro de Defensa		0	0	Juan Manuel Santos, DAS, chuzadas.	Al parecer Santos evadió toda trampa del Das y no cayó dentro de los chuzados.	
5	BETTO	3 de marzo	Dibujo de humor		0	EL CTI se estaba haciendo interceptaciones ilegales.		0	0	0	Estudio de grabación, DAS, Chuzadas.	Las investigaciones por parte de la fiscalía y los hallazgos apuntan a que el DAS tiene toda la responsabilidad en el caso de las Chuzadas.	
6	BETTO	4 de mayo	Caricatura		0	La muerte piensa en todos los males del primer semestre de 2009.	La muerte		0	0	Escándalos gobierno de Uribe, Muerte, DAS	En mayo de 2009 habían estallado bastantes escándalos del gobierno de Álvaro Uribe Vélez. Entre ellos los Falsos Positivos o NN. Las chuzadas del DAS y para acabar de ajustar el mundo afrontaba la epidemia del virus AH1N1.	
7	BETTO	19 de agosto	Caricatura	Deseos		En agosto de 2009 estalló el escándalo de que en el territorio Colombiano habían bases militares de Estados Unidos	Uribe y el tío Sam				deseos, TLC, Uribe Tío Sam, escándalos, bases militares	En agosto de 2009 Venezuela denunció que Colombia había accedido a que Estados Unidos instalara bases áreas militares en la frontera de los dos países vecinos. En esa época Uribe tenía muy buenas relaciones con Norteamérica y por otro lado, había una crisis diplomática con Venezuela y una rivalidad con el expresidente.	
8	Betto	23 de septiembre	Caricatura	desaparición forzada		En septiembre sale a la luz pública otro escándalo del gobierno de Álvaro Uribe y es el de las desapariciones	Alvaro Uribe y el tío Sam		0	0	Desaparición forzada, Das, Uribe	En septiembre de 2009 salió a la luz otro escándalo del gobierno de Álvaro Uribe, la desaparición forzada o falsos positivos. Este nuevo episodio revivió los hechos de las interceptaciones ilegales o chuzadas.	
9	BETTO	SIN FECHA	Dibujo de humor		0	Escándalo de las interceptaciones ilegales del DAS a periodistas y políticos		0	0	0	Concierto para delinquir, DAS, Chuzadas.	En febrero de 2009 explota el escándalo de las interceptaciones ilegales a periodistas y políticos por parte del Departamento Administrativo de Seguridad, DAS, el cual dependía directamente de la presidencia de la República. El delito que fue imputado, entre muchos, a los implicados fue concierto para delinquir. Esto significa que la organización del DAS, mediante una estrategia organizada estaba llevando a cabo actividades delictivas que pusieron en riesgo la seguridad pública de	

Elementos generales: nombre del caricaturista, fecha de publicación, título de la caricatura y tipo de caricatura.

Información de contexto: tema, personajes, lugar, tiempo, palabras claves y situación coyuntural.

La segunda ficha es el análisis completo de las caricaturas abordado desde una mirada denotativa y connotativa de las caricaturas.

PERSONAJES				LUGARES			Comunicación no verbal			Elementos visuales	
Análisis denotativo		Análisis connotativo		Análisis denotativo	Análisis connotativo		Análisis denotativo		Análisis connotativo	Análisis denotativo	
¿Cuáles son los personajes utilizados?	¿El personaje es un estereotipo social? ("Imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable". RAE)	¿Qué parte del cuerpo está cargada de significado? (Manos, pies, posición del cuerpo)	¿Qué expresa el cuerpo del personaje?	¿Qué representa el personaje de la caricatura?	¿Cuál es el lugar o tópico donde se desarrolla la caricatura?	¿Qué representa el lugar en la caricatura?	¿Cuáles son las señas o gestos kinésicos que los personajes? (Según la clasificación de HANN)	¿Cuales son los códigos proxémicos del personaje?	¿Cuál es la interpretación de los códigos proxémicos o kinésicos?	¿El elemento visual puede remplazar o cumplir el papel de personaje?	¿Cuántos elementos visuales?
0	0	0	0	Betto no utiliza personajes en esta caricatura.	0	0	0	0	0	1	Un caso
0	0	0	0	Betto no utiliza personajes en esta caricatura.	0	0	0	0	0	1	Una palabra

Esta ficha está construida a partir de:

Elementos denotativos: soporte lingüístico, personajes, lugares, comunicación no verbal, elementos visuales, convenciones sígnicas, globos de diálogo, onomatopeyas, códigos cinéticos, planos visuales, tipo de caricatura y tácticas didácticas.

Elementos connotativos: desarrollo de la interpretación de cada elemento denotativo de la caricatura.

(VER LA FICHA COMPLETA EN EL ARCHIVO DE EXCEL)

4.3 TABULACIÓN INICIAL DE DATOS CUANTITATIVOS Y/U ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS PARA EL ANÁLISIS

Las entrevistas fueron transcritas en su totalidad, esto permite tener organizados los datos para poder analizar la información. (Ver en anexos la transcripciones)

Los datos recolectados en el análisis de las caricaturas se organizaron al mismo tiempo que se examinaba las caricaturas.

4.4 PLANTEAMIENTO DE LAS TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN RECOLECTADA

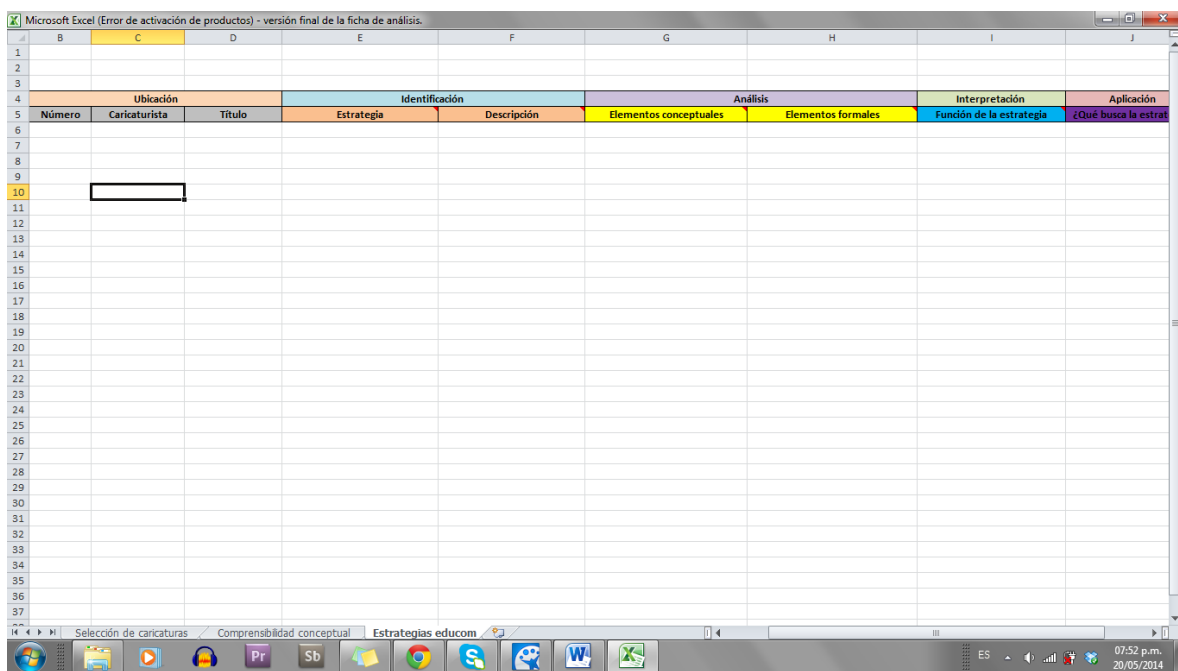
Para el análisis de la información se diseñaran matrices para dar cuenta de los patrones educativos y comunicativos de la caricatura, el uso de elementos contextualizadores y conceptuales, reconociendo la tendencia, convergencia, recurrencia; también se tendrán en cuenta aspectos formales que evidencian la construcción de mensajes didácticos. Se levantarán categorías y lectura cruzada y comparativa de la información hallada.

La validación de la información se hará por triangulación de: los referentes teóricos que sustentan las categorías y subcategorías, y el cruce del análisis de la información adquirida en cada una de las técnicas

Para el análisis será implementado un archivo en Excel que permite categorizar los elementos cruciales para elaborar una estrategia educomunicativa. Estas categorías son extraídas del marco teórico y tendrán comprobación al cruzar las entrevistas, el análisis semiótico de las caricaturas y la teoría sobre la configuración del mensaje de la caricatura.

La teoría del marco teórico esta propuesta desde cuatro pilares, el primero es el estudio de la imagen desde la comunicación, el segundo la exposición de la caricatura política, el tercero, el humor como factor comunicativo y el cuarto la teoría educomunicativa.

La utilidad del primer, tercer y cuarto pilar es argumentar el valor educomunicativo de la caricatura y el segundo pilar presenta los factores gráficos que deben ser tenidos en cuenta para diseñar una caricatura. Entonces es de esta manera que está construida la ficha para analizar las estrategias educomunicativas.



5. CONCLUSIONES

Es importante reconocer que las conclusiones presentadas a continuación permiten evidenciar la función educomunicativa de los mensajes de las caricaturas políticas de Betto y Mico. Aunque en el análisis y en el marco teórico se evidencian elementos que hacen parte de un nivel conceptual o denotativo, y que aquí no fueron tenidos en cuenta en su totalidad, si es de reconocer que son relevantes para poder tener ideas claras sobre el significado de los mensajes de las caricaturas, las cuales dieron luces para determinar lo siguiente.

- **Funciones y generalidades de la caricatura**

La caricatura política hace parte de los géneros gráficos de opinión y esta permite que el dibujante comente, discuta, denuncie o reflexione acerca de cualquier tema importante, siempre y cuando sea de la esfera pública del hombre. La argumentación es un factor determinante a la hora de generar un juicio, por tal motivo, la caricatura siempre será la visión crítica de un sujeto que tiene cierta percepción sobre el entorno político, económico, social y cultural.

El caricaturista chileno Alberto Montt reafirma lo anterior al referenciar que un motivante para dibujar es “comunicar su forma de ver y de pensar el mundo, si eso si eso resulta humorístico, triste, depresivo o violento depende es de quien esté utilizando este lenguaje”⁶⁹.

⁶⁹ GARCÍA PATIÑO, Andrés Mauricio. El cómic, una oportunidad para comunicar y educar. En: El Taller. Prensa Escuela El Colombiano. Medellín, noviembre de 2014, P. 28.

Desde la teoría de los géneros periodísticos, la caricatura hace parte del género de opinión porque brinda argumentos de fuerza al presentar una visión sobre la realidad, con el fin persuadir a los receptores para acojan una ideología o la reafirmen.

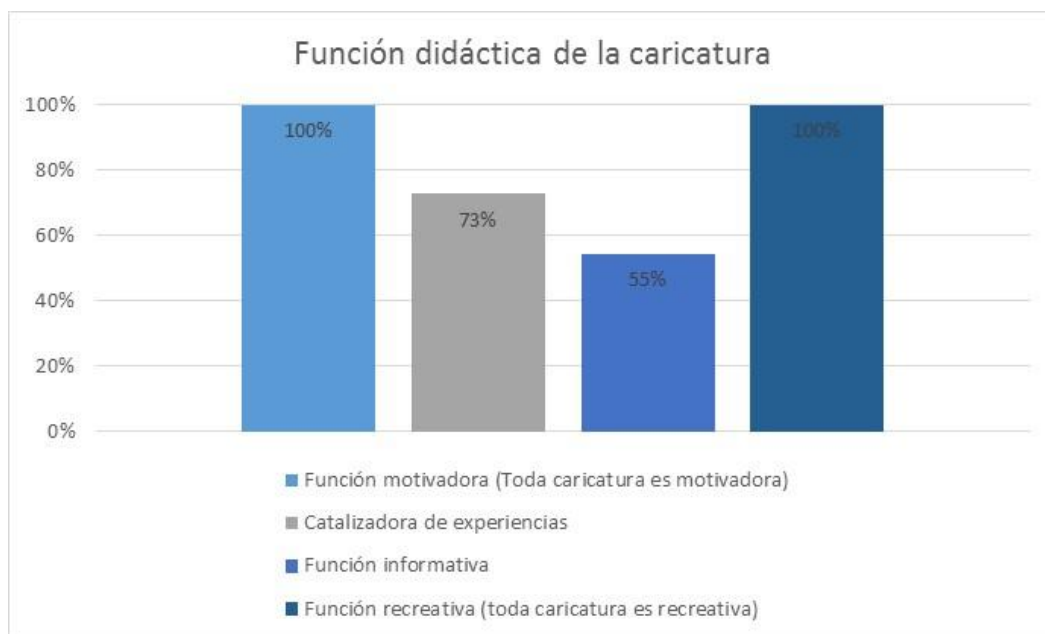
Mico, caricaturista de El Espectador tiene claro que él dibuja porque reconoce en su labor una manera de ejercer el periodismo, especialmente el periodismo de opinión.

Para constatar lo anterior es importante tener como referencia el análisis de las 11 caricaturas seleccionadas, y en la categoría función didáctica de José Luis Rodríguez Diéguez⁷⁰, se encuentra que: en un 100 % las caricaturas cumplen con una función recreativa, esto significa que dichas piezas gráficas están diseñadas para divertir al lector, causando comicidad. En un 100 % cumplen con la función motivadora, porque la imagen invita al lector para que al menos lea la pieza gráfica, sin embargo se espera que la interprete y reflexione con ella.

En un 73 % las caricaturas cumplen con una función catalizadora de experiencias porque la pieza gráfica presenta información que es puede ser abordadas desde diferentes puntos de vista, el emisor presenta su punto de vista sobre la realidad con el fin de que el perceptor logre comprender de manera efectiva la reflexión o crítica de la pieza comunicativa.

En un 55% las caricaturas cumplen con la función informativa, esto representa que de una forma general la caricatura busca contarle al perceptor lo que sucede en torno a un hecho, un personaje o un objeto.

⁷⁰ RODRÍGUEZ DIÉGUEZ, José Luis. Las funciones de la imagen en la enseñanza: semántica y didáctica. Citado por: MEDINA, Luis Ernesto. Comunicación humor e imagen: funciones didácticas del dibujo humorístico. México: Trillas, 1992. P. P. 139.



De acuerdo a lo anterior se reconoce que los mensajes de las caricaturas recrean a los lectores primero porque el humor que genera estas piezas gráficas, según el caricaturista Alberto Martínez Betto, “es un bálsamo para los problemas”, así entre risa y risa se tratan temas difíciles. Por otro lado, la imagen es recreativa porque la composición gráfica puede llegar a ser atractiva por caricaturizar personajes, por el uso del color o el uso de recursos simbólicos.

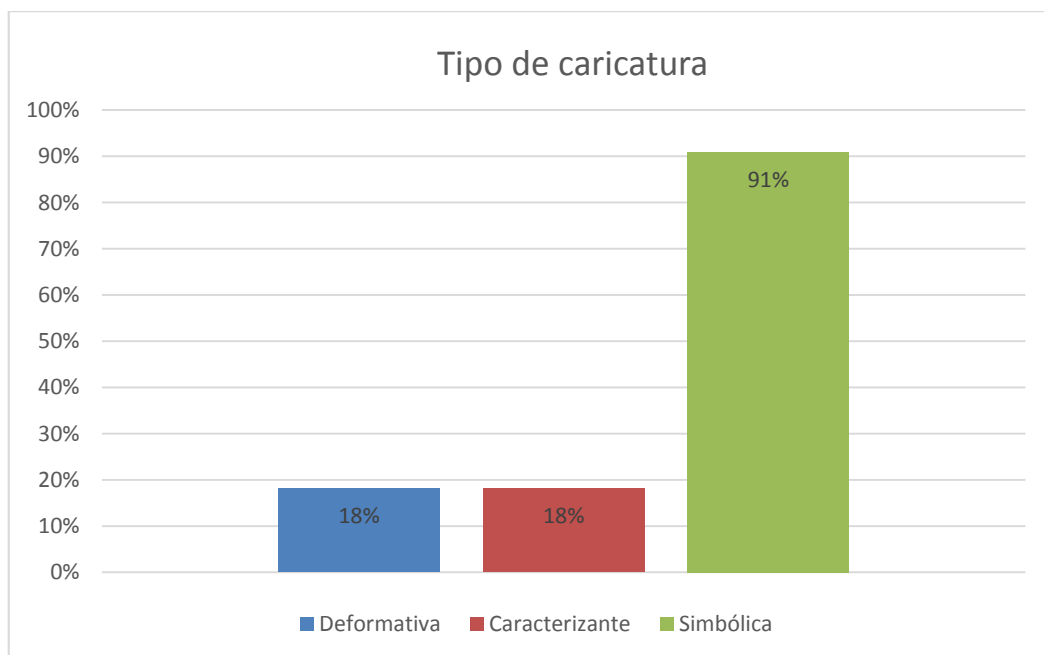
Como todo mensaje también cumple con la función motivadora, es posible entender a la luz de la teoría de la Función didáctica de la imagen de Luis Ernesto Medina que la imagen es un motivante que establece un proceso de comunicación y educación entre unos sujetos, porque ésta tiene la capacidad de ser didáctica, de lograr la atención sostenida del lector, de permitir memorizar la información (memoria fotográfica). Además cuando alguien está aprendiendo debe estar en contacto con la realidad y la imagen se construye con base en las realidades humanas.

Que los mensajes sean más catalizadores de experiencias que informativos refleja de manera evidente que las caricaturas son piezas de opinión y están presentando una visión crítica frente a determinada situación. El lector para poder leer la caricatura debe

estar informado, debe saber qué sucede y así le será fácil determinar el contexto e interpretar el mensaje.

Frente a esto el caricaturista Mico opina que las caricaturas se dirigen a personas que tienen una información previa, entonces en general ya tienen una opinión formada. Entonces el lector de caricaturas debe ser una persona que está informada, que es consumidora de noticias y ante todo debe ser un sujeto activo y participativo, porque según Betto, la función de la caricatura es “comunicar, generar reflexión y educar”

- **Proceso comunicativo según el tipo de caricatura**



El análisis de las caricaturas arrojó otro elemento particular y es que en un 91% las caricaturas estudiadas son simbólicas, en un 18% son Caracterizante y en otro 18 % son deformativas. Esto significa que en una mayor cantidad los caricaturistas

utilizan elementos complementarios para configurar el mensaje que quieren comunicar.

El hecho de que el 91 % de las piezas analizadas sean simbólicas dan pie para pensar que existe una carga considerable de elementos que son convencionales y que constituyen el mensaje que se comunica. En este punto es interesante conocer el modelo comunicativo por el cual se sostiene esta investigación, porque presenta elementos para definir el proceso de interacción de los sujetos a través de los mensajes de las caricaturas.

Así que según la teoría semiótica de Umberto Eco "La comunicación funciona como emisión de mensajes basados en códigos establecidos por los sujetos, los cuales pertenecen a un sistema de símbolos que por convención previa representan y transmiten la información".⁷¹

El hecho de que en el proceso exista un sistema de símbolos convencionales y las caricaturas examinadas sean simbólicas y representen la mayoría hace referencia a que:

1. El proceso comunicativo en el cual se trasmite un mensaje mediante las caricaturas acepta que los sujetos son activos, hacen parte de un contexto cultural y son capaces de emitir ideas y completar procesos de significación.
2. El lenguaje de los mensajes visuales es en un 91% convencional, es decir, las ideas que están codificadas en caricaturas están mediadas por un sistema lingüístico determinado de antemano por una sociedad. En este caso el

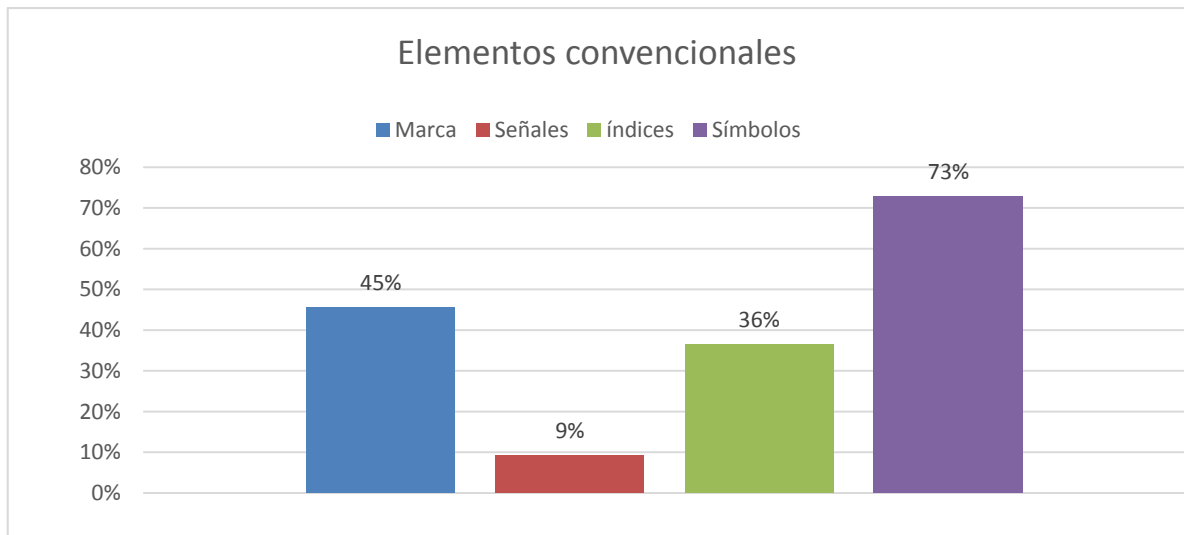
⁷¹ ECO, Umberto. La estructura ausente, introducción a la semiótica. Barcelona: Lumen. 1968. P. 24.

ilustrador Alberto Montt determinó que el lenguaje de lo visual puede ser una segunda lengua madre y una herramienta esencial de comunicación.

3. En el proceso los sujetos son capaces de recibir los códigos y complementar los procesos de significación siempre y cuando dominen el lenguaje por el cual está codificado el mensaje.
4. El hecho de que exista un sistema convencional concertado previamente por una sociedad hace referencia a que el proceso comunicativo también es un proceso cultural, porque está de por medio el contexto de los sujetos y estos generan sistemas convencionales para referirse o para nombrar lo que sucede en sus entornos.
5. Los sujetos de este proceso comunicativo son activos porque existe un emisor que inicia el proceso y existe un receptor que genera un proceso de significación, el cual determina según Abraham Moles⁷² que después de la transmisión de un mensaje, se construye en la conciencia del receptor un comportamiento nuevo, condicionado por la recepción, por la ideología del emisor, por la conciencia del receptor y la influencia de ambos contextos culturales.

El análisis de los elementos convencionales arrojó que en un 73 % los caricaturistas utilizan símbolos para poder representar situaciones puntuales de la realidad, de tal forma el proceso comunicativo explicado anteriormente se cumple de nuevo en este caso, queriendo decir que la forma más usual de generar piezas gráficas es empleando los recursos simbólicos para representar la realidad.

⁷² MOLES, Abraham A. La imagen: comunicación funcional. México: Trillas. Sigma, 2009. P.23.



- **Función educomunicativa de la caricatura**

Después de haber conocido los puntos relevantes sobre la caricatura como género de opinión y el proceso comunicativo la rige, es pertinente hacer énfasis en la función educomunicativa de dichas piezas gráficas, pues es evidente y contundente que sí es posible decir que las caricaturas cumplen con la labor de educar a los lectores mediante un acto de comunicación.

El investigador Darío Carmona se preguntó en su investigación *La caricatura editorial como fuente para la investigación de la historia de los imaginarios políticos* si “¿es posible hallar en los contenidos de la caricatura algo que trascienda el apunte jocoso y la ridiculización de un personaje o una situación?”⁷³ Precisamente es posible encontrar algo más, y es una invitación por parte de un caricaturista para ver de una

⁷³ CARMONA ACEVEDO, Darío. *La caricatura editorial como fuente para la investigación de la historia de los imaginarios políticos*. En, *Historia y sociedades*. N° 9. marzo 2003. P 151.

forma crítica el entorno en el cual nos desenvolvemos, como también a tomar decisiones de una forma crítica frente al devenir político, social, económico y cultural.

Sin embargo, para que esa invitación a pensar de forma más crítica (la cual llamaremos a partir de este momento función educomunicativa) suceda, se necesita que los sujetos del proceso comunicativo sean activos y tengan la intención de generar algo más que risa con los mensajes de las caricaturas.

Frente al papel de los sujetos en la función educomunicativa, Alberto Montt señala que hay cómics o caricaturas que sirvan para educar, quizá otras no sirvan para nada, pero esto depende única y exclusivamente de lo que quiera lograr el emisor. Y esto lo tiene claro Mico, pues de forma abierta expresa que él no pretende educar, que esa no es su misión, más bien quiere hacer reír un rato a los lectores.

Frente al papel de sujeto, Betto va más allá y reconoce que sus caricaturas no necesariamente hacen reír, y aunque algunas generen humor la mayoría son reflexiones gráficas. Así él se sirve del dibujo y de la imaginación para poner en una caricatura el tema que quiere tratar y reconoce que sabe que genera piezas reflexivas y educativas cuando el lector se pregunta o se cuestiona por el significado de la pieza gráfica que está leyendo.

Ahora, entrando a reflexionar acerca de los elementos teóricos de la función educomunicativa de la caricatura, habiendo establecido que tanto el emisor (caricaturista) y receptor (lector) son sujetos activos porque hacen parte del proceso de comunicación y significación, debe quedar claro el concepto que permite la fusión de la comunicación y la educación.

De tal forma se tiene que la educomunicación puede ser vista según Paulo Freire⁷⁴ como un acto de creación cognoscitivo y político, el cual busca el cambio social, mediante procesos de difusión de la información en los medios masivos (imagen, sonido, fotografía), permitiendo establecer un diálogo que modifique la estructura cognitiva de los receptores.

Entonces se cumple la función cuando la caricatura representa en trazos sencillos situaciones como: la vida, las costumbres y el pensamiento de una época o de un pueblo.

De acuerdo a todo lo anterior, es posible entender que la función educomunicativa sucede cuando los sujetos entablan procesos de comunicación basados en la transmisión de mensajes codificados en sistemas convencionales, y para constatarlo se pueden ver los resultados que arrojó el análisis en cuanto al tipo de caricatura. Siendo así, en un 73% las caricaturas fueron catalizadoras de experiencias, frente a un 55% que fueron informativas; esto da a entender que dichas piezas gráficas, en su mayoría, son elementos comunicativos mediante los cuales el emisor pretende presentar una reflexión o una crítica de la realidad y que cumpla con la condición educativa.

No obstante el término educación no puede entenderse como escuela o escolaridad, sino como el motor para formular y ejecutar pedagogías didácticas que solucionen todo tipo de problemas sociales. Es aquí cuando los medios de comunicación, la familia, la

⁷⁴ FREIRE, Paulo. Citado por: MARTÍNEZ, Enrique. Educomunicación. En Portal Educomunicación. [en línea]. [consultado: 14 de mayo de 2013]. Disponible en <http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0016educomunicacion.htm>

iglesia forman el grupo de los agentes educadores, pues hacen parte de la propuesta no formal de la educación.⁷⁵

Los efectos del proceso comunicativo de la caricatura, y de la función educadora según Ismar de Oliveira se ve en cuando a estas piezas gráficas permiten “la democratización del acceso a la información, utilizando su actuación profesional como medio para la formación de valores solidarios y democráticos, anhelando la transformación del entorno o el ambiente en el que vive el hombre.”⁷⁶

Frente a lo anterior, Betto sostiene que su objetivo al dibujar no siempre será el mismo, pero hay momentos en que elabora caricaturas a partir de un sentimiento de indignación, buscando transmitir su visión frente a los hechos que se oponen al desarrollo de la sociedad. Admite que no busca generar protestas pero comparte que sí sus lectores también se indignan con los hechos es porque se identificaron con lo sucedido y aceptan el mensaje de la caricatura.

Esto es un precedente para demostrar que los lectores, mediante el acto de significación de la caricatura, hacen parte de un proceso educador que busca generar reflexión y promover valores para asumir una postura crítica frente a la realidad.

El proceso de la función educadora converse en los siguientes aspectos conceptuales que Oliveira⁷⁷ determina:

⁷⁵ HUERGO, Jorge Alberto y FERNÁNDEZ, María Belén. Cultura escolar, cultura mediática e interacciones. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional. 1999. P. 25.

⁷⁶ OLIVEIRA Soares, Ismar. Caminos de la educación: utopías, confrontaciones, reconocimientos. En: Revista Nómadas Revista Nómadas. No. 30 abril 2009. Bogotá.

⁷⁷ IBÍD. P. 196.

1. **Recepción calificada:** existe un perceptor que construye conocimiento, tiene la capacidad de emitir o recibir información y está inmerso en un contexto donde influyen los aspectos políticos, sociales, económicos y culturales.

2. **Educación popular:** es necesario que la autonomía de los humanos y la libertad de expresión, permitan plantear procesos que construyan, expliquen y cuestionen las problemáticas del hombre desde un sentido político y cultural.

3. **Educación para el cambio social:** Según Huergo, la comunicación/educación se ubica entre la política y la cultura para impactar el orden social del hombre, de una manera pedagógica, creativa, y dónde se incluyan las tecnologías de la información y la comunicación para lograr el fin deseado: educar al hombre, haciéndolo crítico y autónomo.

4. **Medios como educación no formal:** Guillermo Orozco plantea una relación entre educación y medios, argumentando que estos no educan en un sentido intencional y tradicional, pero debido a los contenidos, transmiten mensajes que impactan el esquema cognitivo de las personas y de alguna manera aprenden algo, sea bueno o malo pero modifican su comportamiento.

Estos cuatro elementos conceptuales se pueden soportar de acuerdo a la visión que tienen los caricaturistas sobre esta labor. Mico por ser periodista lo que busca es comentar y caricaturizar hechos que suceden en la esfera pública del hombre, y aunque él no reconoce que puede estar educando a los lectores, sus piezas gráficas transmiten mensajes que opinan o generan reflexiones en torno temas cruciales.

Esto se puede constatar en el análisis que se realizó de sus caricaturas, pues de forma irónica presenta una interpretación del caso de las interceptaciones ilegales de comunicaciones por parte del DAS. De tal forma emite un mensaje con un contenido político que puede lograr la reflexión de los sujetos, no obstante, como él no busca educar, el proceso de educomunicativo no goza de sentido porque no hay disposición por parte del caricaturista de plantear mensajes que, expliquen y cuestionen las problemáticas del hombre desde un sentido político y cultural.

Por otro lado, Betto sí es consciente de que puede generar mediante formas creativas y pedagógicas, mensajes que impacten el esquema cognitivo de las personas y de alguna manera aprenden algo, sea bueno o malo pero modifican su comportamiento.

6. PRODUCTO FINAL

6.1. Artículo de divulgación científica

Para comunicar de manera formal los resultados de esta investigación se entregará al final de este semestre un artículo de divulgación científica, el cual tenga presente los hallazgos del análisis de las caricaturas, las conclusiones y los supuestos teóricos en los cuales se soportó dicho estudio.

El hecho de plantear en principio un artículo responde a que aún son mínimos los estudios y publicaciones científicas sobre caricatura política, de acuerdo a que esta área del conocimiento es usualmente abordada desde lo técnico y poco desde lo teórico.

Desde que se planteó el problema de esta investigación se reconoció que son mínimos los estudios sobre caricatura abordados desde la comunicación, pues los que predominan son abordajes realizados desde las ciencias políticas, desde la psicología y desde la historia. Entonces presentar este artículo es una oportunidad para dejar un precedente teórico que permita definir la caricatura política desde la educomunicación y así mismo, para determinar diferentes fenómenos que son posibles estudiar bajo el enfoque comunicativo.

Los resultados que arrojó esta investigación están en función de reconocer la validez y de la función educomunicativa de los mensajes de la caricatura política, por ello el punto de partida y el insumo principal del artículo será reconocer los aspectos que determinan dicha función.

Finalmente, lo que permitirá este artículo será brindar un argumento de fuerza que sustente la función educomunicativa de la caricatura y a su vez, se genere más

conocimiento que permita resolver problemas a fenómenos relacionados con la caricatura política y la comunicación.

Cronograma de trabajo

Elaboración del producto final: Artículo de difusión científica																
Fase	Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Planteamiento Y argumentación Del producto final (aprobación)	x	x														
Estructuración Y planeación			x	x												
Escritura					x	x	x									
Presentación del borrador							x									
Ajustes del borrador								x								
Corrección de estilo									x	x						
Última revisión											x					
Entrega final												x				

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Carlos. Periodismo iconográfico Dibujo satírico, dibujo humorístico, chiste gráfico y caricatura, en Revista Latina de Comunicación Social, número 36, de diciembre de 2000. [On-line] La Laguna (Tenerife), [Recuperado el 15 de mayo de 2013]. URL <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/u36di/01abreu.htm>>

_____. Periodismo iconográfico (VI). La caricatura: historia y definiciones. Revista Latina de Comunicación Social, 38 2001. [On-line]), [Recuperado el 15 de mayo de 2013].URL <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina38feb/124abreu6.htm>

ACEVEDO, Carmona, Darío. La caricatura editorial como fuente para la investigación de la historia de los imaginarios políticos. En, Historia y sociedades. N° 9. Marzo 2003. P. 151-173.

_____. Política y caudillos Colombianos en la caricatura editorial, 1920 – 1950. Medellín: La carreta política. 2009. P. 281.

ÁLVAREZ JUNCO, Manuel. El diseño de lo incorrecto, la configuración del humor gráfico. Argentina: La crujía. 2009. P. 143.

BARTHES, Roland. Retórica de la imagen. En _____ Lo obvio y lo obtuso, imágenes, gestos y voces. Barcelona: Paidós. 1992. P. 381.

BERGSON, Henry. La risa: Ensayo sobre el significado de lo cómico. Buenos Aires: Losada. 2009. P. 146.

BEATRIZ, González & SEGURA, Martha. La caricatura y el periodismo. En Revista Lámpara. N° 114. Bogotá. 1991. P. 34-45.

BRICEÑO A, Claudio. La prensa y la caricatura como fuente de información en el proceso educativo. Revista de teoría y didáctica de las ciencias sociales. Mérida Venezuela. diciembre- enero N° 10. 2005. P. 175- 183

DEFLEUR, Melvin y BALL-ROAEACH, Sandra. Teoría de la comunicación de masas. España: Paidós, 1982. P. 377.

ECO, Umberto. La estructura ausente, introducción a la semiótica. Barcelona: Lumen. 1968. P. 375.

ESPITIA Vásquez, Uriel y VALDERRAMA, Carlos Eduardo. Hacia una apertura política del campo comunicación educación. En: Revista Nómadas. No. 30 abril 2009. Bogotá. P. 164- 179.

FLÓREZ, Vladimir. La caricatura del poder. En, SEMANA, Medios y poder. Bogotá: Aguilar. 2004. P. 55-69.

GALEANO MARÍN, Eumelia. Estrategias de investigación social cualitativa. Medellín: La Carreta Editores E.U. 2004. P. 240.

GOMIS, Lorenzo. Funciones y géneros del periodismo de comentario. En _____, Teoría de los géneros periodísticos. Barcelona: UOCpress. 2008. P. 197-199.

GUERRERO, Juan Carlos. Caricatura y performance en los diálogos interculturales. Revista de estudios Sociales N° 30 agosto 2008. Bogotá. P. 46-57.

HUERGO, Jorge Alberto y FERNANDEZ, María Belén. Cultura escolar, cultura mediática e intercesiones. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional. 1999. P. 320.

JOLY, Martine. Introducción al análisis de la imagen. Argentina: Biblioteca de la Mirada. 1999. P. 169.

MARTÍNEZ, Enrique. Educomunicación. En Portal Educomunicación. [en línea]. [consultado: 14 de mayo de 2013]. Disponible en <http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0016educomunicacion.htm>

MESA URIBE, Ana Catalina. La desobediencia hecha dibujo : el proceso 8000 visto desde la caricatura periodística / Ana Catalina Mesa Uribe, Liliana María Torres Martínez. Medellín. 2000. P. 312. Título Obtenido Comunicadora Social y periodista.

Universidad Pontificia Bolivariana. Escuela de Ciencias Sociales. Facultad de Comunicación Social y periodismo.

MEDINA, Luis Ernesto. Comunicación humor e imagen: funciones didácticas del dibujo humorístico. México: Trillas, 1992. P. 273.

MORALES, Benítez, Otto. El suplemento literario Generación de Medellín, la caricatura de Hernán Merino y sus respuestas a la cultura colombiana. En _____. Periodistas de Antioquia y de Colombia el suplemento generación el ilustrador merino la prensa y la corrupción. (Manuscrito). Medellín, 1991. P. 204-250.

OLIVEIRA S., Ismar. Caminos de la educomunicación: utopías, confrontaciones, reconocimientos. En: Revista Nómadas. No. 30 Abril 2009. Bogotá. P. 194 – 207.

OROZO, Guillermo. Travesías de la recepción en América Latina. En: _____ et al. Recepción y mediaciones, casos de investigación en América Latina. Buenos Aires, Argentina: Grupo Editorial Norma. 2002, P. 168.

PANOFSKY, Erwin. Estudios sobre iconología. 12° edición. Madrid: Alianza universidad. 2001 P. 339

VALDERRAMA, Jairo. El editorial, el artículo y la columna, géneros para convencer. En Mauricio Velázquez et al. Manual de géneros periodísticos. Bogotá: Universidad de La Sabana. 2005. P. 181.