

REVISTA

PERSPECTIVAS

UFPS

Original Article

<https://doi.org/10.22463/25909215.4517>

Percepción de imaginarios y caricatura en el contexto colombiano: una propuesta de análisis en el ámbito de la postpandemia

Perception of imaginaries and caricature in the Colombian context: a proposal for analysis in the post-pandemic context.

Johan Andrés Rodríguez-Lugo^{1*}, Pedro Felipe Díaz-Arenas², Félix Joaquín Lozano-Cárdenas³

¹Magíster en Comunicación, rodriguezlugojohan@miugca.edu.co, ORCID: 0000-0003-2598-183X, Director de la revista *El Rollo*, Universidad La Gran Colombia, Armenia, Colombia.

²Doctor en Ciencias de la Educación en el Área Pensamiento Educativo y Comunicación, pdfdiaz@uniquindio.edu.co, ORCID: 0000-0002-6862-7948, Universidad del Quindío, Armenia, Colombia.

³Doctor en Educación, felixlozano@ufps.edu.co, ORCID: 0000-0003-0832-6374, Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta, Colombia.

Cómo citar: Rodríguez-Lugo J.A., Díaz-Arenas P.F., Lozano-Cárdenas F.J., “Percepción de imaginarios y caricatura en el contexto colombiano: una propuesta de análisis en el ámbito de la postpandemia.” *Perspectivas*, vol. 8, no. S1, pp. 433-443, 2023.

Recibido: Agosto 20, 2022; Aprobado: Diciembre 5, 2022

RESUMEN

Palabras Claves:

Caricatura,
Imaginarios,
Postpandemia,
Percepción..

En el presente artículo se presentan los resultados de análisis de percepción ciudadana sobre imaginarios y caricatura realizado en el contexto colombiano, a partir de un proyecto de investigación que busca comprender los imaginarios sociales en el marco de la postpandemia. En este proceso se pretende disertar sobre la caricatura como género periodístico de opinión en donde el uso de su formato permite comprender y visibilizar el acontecer ciudadano en un momento y lugar determinado. Esta investigación es de carácter cualitativo y pretende generar un análisis de percepción a partir del uso de encuestas y entrevistas a ciudadanos del departamento del Quindío. Se pretende revisar el uso periodístico de la caricatura como formato de opinión y analizar los imaginarios que se crearon en un periodo de tiempo determinado, en el marco de la postpandemia. Finalmente se presenta un análisis de resultados que abre el debate sobre el estudio periodístico de la caricatura editorial como género periodístico de opinión que narra hechos y noticias en un contexto social determinado.

ABSTRACT

Key Words:

Caricature,
Imaginaries,
Postpandemic,
Perception.

This article presents the results of the analysis of citizen perception of imaginaries and caricatures carried out in the Colombian context, based on a research project that seeks to understand social imaginaries in the context of the post-pandemic. In this process, the aim is to discuss caricature as a journalistic genre of opinion where the use of its format allows us to understand and make visible the events of citizens at a given time and place. This research is qualitative in nature and aims to generate a perception analysis based on the use of surveys and interviews with citizens of the department of Quindío. The aim is to review the journalistic use of caricature as an opinion format and analyze the imaginaries that were created in a specific period of time, within the framework of the post-pandemic. Finally, an analysis of results is presented that opens the debate on the journalistic study of the editorial cartoon as a journalistic genre of opinion that narrates facts and news in a specific social context.

*Corresponding author.

E-mail address: rodriguezlugojohan@miugca.edu.co (Johan Andrés Rodríguez-Lugo)



Peer review is the responsibility of the Universidad Francisco de Paula Santander.
This is an article under the license CC BY 4.0

Introducción

El periodo de postpandemia es asumido en este proyecto como aquella etapa posterior a la emergencia sanitaria generada por el Covid 19 en el ámbito mundial, considerada como un periodo de vida marcado por situaciones específicas de desinformación, caos y miedo general, en donde se evidenciaron falencias políticas y sociales de los países y se reafirmó la brecha económica, política, social y cultural en el mundo.

Informar sobre un virus de estas características, más todavía en los primeros meses cuando era desconocido para la comunidad científica, supuso a su vez un reto comunicativo a la hora de visualizarlo mediante la interpretación gráfica de un virión apto para su difusión mediática. (García-Ramos et al., 2021, p. 211)

Si bien, en términos de salud, todavía no se puede hablar de una postpandemia total, pues a la fecha se siguen generando casos positivos, variantes y muertes, es necesario mencionar que la situación crítica del fenómeno empezó a decrecer hacia mediados de 2022, generando nuevos escenarios que pueden apreciarse como periodos posteriores a la pandemia.

Conviene recordar aquí que, durante el primer semestre de 2020, se mostró un estilo de vida que empezó a cambiar, unas formas sociales de relación que antes no existían y se puede afirmar que la vida cambió completamente. Los documentos históricos y periodísticos narrarán cómo fue esta vida, “Los periodistas son los responsables de estar presentes en las ruedas de prensa y a través de sus redes sociales informan la actualización de las cifras del COVID-19” (Velázquez & Serna-Zamarrón, 2020, p. 191) pero, en este momento, tenemos una expresión que nos permite dimensionar lo vivido durante la época: la caricatura.

Las expresiones artísticas han marcado un hito importante a lo largo de los años en la creación y

construcción del mundo que hoy conocemos. En este tiempo muchos han sido los referentes culturales para comprender de mejor manera la realidad política, económica y social que ha afectado cada momento de la historia reciente. La caricatura ha marcado, desde hace años, un punto referente en los periódicos que las comparten pues acompañan, en muchos casos, la noticia o el hecho más importante que esté ocurriendo en un tiempo y lugar determinado.

“La caricatura existe desde la prehistoria, desde que los hombres supieron y quisieron manifestar sus cualidades gráficas e intelectuales, algunos de ellos tuvieron una visión no realista de sus semejantes; una visión irónica, deformadora o humorística” (Ávila, 2002, p. 1) Reconocemos en la caricatura una opinión que diariamente aparece en los periódicos buscando visibilizar un hecho que está ocurriendo en el instante mismo de un periodo de tiempo.

Muchos teóricos han hablado de la caricatura como la segunda editorial del periódico, pues ambas disertan sobre el cotidiano, la noticia más importante del día o la semana y también sientan posición sobre temas sociales y sobre todo políticos. Se puede establecer una diferencia marcada entre la Caricatura Política y la Caricatura Social, pues aunque ambas muestren lo que pasa en la vida, la primera tiene una intencionalidad de criticar o burlarse del gobierno de turno; la social, además, busca visibilizar el comportamiento de los habitantes de un territorio, sea ciudad, país o incluso el mismo planeta en la medida en que hay acciones que no le son ajenas a muchas zonas en el mismo instante, como, por ejemplo, el mundial de fútbol, los juegos olímpicos y la pandemia, esta última que fue un hecho que nos acercó y mostró que no existía diferencia en el sentido de aislamiento, de incertidumbre y de acciones nuevas en la sociedad. “Los periódicos tienen una carga ideológica que emplea un lenguaje colmado de significados múltiples y juega un papel importante en la construcción de la opinión de las masas” (Loayza-Maturrano, 2021, p. 76).

La ironía, la sátira y la crítica social-política marcan tendencias en cada periodo de tiempo, en donde los sociólogos, antropólogos y quienes se dedican a analizar y conversar sobre lo que sucede en el mundo y el actuar de los habitantes desarrollan diferentes maneras de mostrar el comportamiento.

La clase de control que desarrolla la caricatura, en este sentido, advierte una modalidad de participación social, que comunica a la colectividad con los agentes del sistema político, la invita a asumir tareas de supervisión, fiscalización y evaluación, en cuanto a los asuntos de interés público (Prada et al., 2018, p. 200).

Ahora bien, la caricatura además de su componente artístico -en donde prima el concepto más que la técnica- ha servido para tratar de desestabilizar la gobernabilidad; por ello, se pueden encontrar estudios que se enfocan en mostrar la crítica que se les hace a periodos políticos.

La caricatura es una construcción que une la imagen y el ícono con el texto, con el objetivo de comunicar una tesis, una idea, una posición o denuncia. La caricatura se trata de un recurso agresivo y cordial. Agresivo en la forma de presentar los mensajes alterando la imagen de los personajes y sus características. Cordial porque busca aliviar las cargas de las realidades de muchos contextos humanos. Es un elemento complementario del género periodístico conocido como opinión. (Urrego & Ramírez, 2023, p. 3)

Es así como a través del periodismo y la comunicación encontramos estudios específicos desde el arte y la opinión pública para generar una visión holística de lo que sucede a diario en un país con política dinámica como lo es Colombia.

Este artículo nos refleja un momento fundamental en la historia política, puesto que las dictaduras sin duda marcaron gran parte de los avances en derechos, libertades, deberes y formas

políticas que hoy creemos tener, aunque sabemos que, en ocasiones, ciertas formas nos intentan regresar a este sistema político de represión; por ello, conocerlo resulta fundamental para dimensionar los daños que provocó al desarrollo, por ejemplo, de la academia.

La caricatura, entonces, nos ofrece una herramienta narrativa e histórica con la cual podemos comprender lo que sucede en un momento o situación determinada y nos explica, de cierta forma, lo que somos como sociedad. Por lo tanto, es necesario disertar sobre lo que son los imaginarios sociales a partir de un hecho puntual como, en este caso, lo es “la vida en postpandemia”, las decisiones políticas y las actuaciones sociales. “Lo misterioso e indeterminado de la COVID-19, la imposibilidad de saber al inicio de la pandemia de qué se trataba exactamente o cómo lograba contagiarse, aumentaba la incertidumbre” (Kostenwein, 2022, p. 454).

Se puede teorizar sobre la caricatura a partir de su aporte al periodismo, la comunicación, la opinión y la historia y, finalmente, diseñar una metodología de análisis semiótico en donde a partir de un universo de caricaturas publicadas en un periodo de tiempo se puedan escoger aquellas que narraron la vida durante marzo y agosto del año 2020, resaltando las acciones políticas y ciudadanas. Este trabajo se proyecta como un análisis de contenido para entendernos como sociedad a partir de la comunicación y los documentos periodísticos.

Metodología

La producción y exposición de discursos de los medios masivos hegemónicos y formas de consumo y resignificación han generado que las llamadas fake news fomenten imaginarios sobre la pandemia, fenómeno que ha provocado una histeria colectiva a partir del supuesto desabastecimiento de productos, bienes y servicios. Estos procesos y formas fueron narrados por las caricaturas y, desde allí, se pretende realizar un análisis de contenido y generar un reconocimiento al documento histórico que es la

caricatura como narrativa editorial que sirve de documento narrativo de una situación específica.

Las noticias falsas relacionadas con la pandemia suponen ahora poco más de la cuarta parte de todos los contenidos falsos identificados por los verificadores. Es decir, casi las tres cuartas partes de los bulos abordan temáticas ajenas a la COVID-19, centrándose en asuntos políticos no relacionados con la crisis sanitaria, phishing o estafas”. (Almansa-Martínez et al., 2022, p. 195)

Se busca recoger un universo de caricaturas publicadas entre marzo y agosto de 2020, de las cuales se escogerá una muestra representativa de publicaciones enfocadas en la forma en que se narró el transcurrir de los inicios de la pandemia. Esta muestra se usará para disertar sobre la forma en que se relató la vida durante este periodo y el quehacer del gobierno para atender la problemática. Posteriormente, se analizará contextualmente cada caricatura y se hará un diagnóstico del ejercicio a partir de los imaginarios ciudadanos que se crearon a partir de dicha caricatura, complementado con encuestas a ciudadanos, en aras de interpretar la percepción durante estos meses de pandemia.

Teniendo en cuenta el tipo de enfoque usado para comprender cuáles son los pasos para seguir en cada momento, se asumió el enfoque cualitativo, puesto que se busca comprender, de cierto modo, la mirada de los artistas sumada al momento de la pieza gráfica: qué se dice, cómo se dice, sobre qué se dice. “Se aborda como estudio de caso a partir de análisis de contenido y entrevista. El análisis de contenido contempla parámetros cuantitativos y cualitativos” (González-López et al., 2024, p. 7).

Resultados y discusión

En el proceso de recopilación de información se realizaron 53 encuestas en las que se incluyeron 10 preguntas sobre imaginarios en pandemia, caricatura y opinión, al igual que el análisis ciudadano de

percepción con algunas caricaturas. Estas encuestas buscaron conocer y reconocer la mirada que, desde la ciudadanía, queda de lo acontecido durante el periodo de aislamiento social y la forma en que la caricatura, de cierta forma, narró, visibilizó o denunció el fenómeno durante este tiempo y también en el periodo correspondiente a la postpandemia.

A continuación, se presentan los resultados y análisis del instrumento y se dejan algunas conclusiones sobre el proceso.

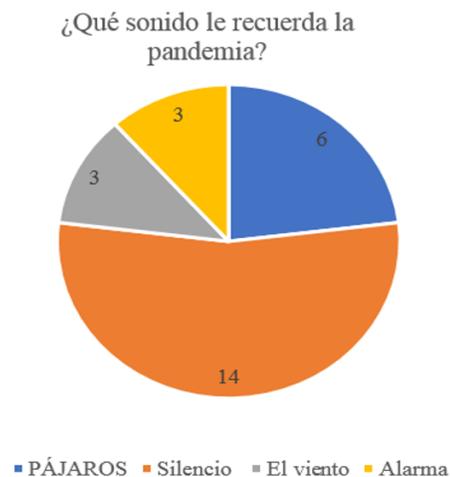


Figura 1. Sonido en pandemia.

En este sentido, la encuesta presenta tres momentos que fueron desarrollados a partir de preguntas abiertas y cerradas. En la primera parte se realizó un análisis contextual y referencial que pretendía aterrizar la discusión a lo que sucede en el departamento del Quindío. Se indagó sobre la percepción ciudadana con respecto a la caricatura, lo vivido en pandemia y lo narrado a través de este producto periodístico. Los imaginarios y las percepciones ciudadanas son fundamentales para los resultados, en tanto que permiten generar un contexto y unas opiniones específicas que se contrastarán con los resultados y con lo analizado en cada una de las caricaturas. El imaginario auditivo permite, adicionalmente, comprender la forma en que las personas habitaron la pandemia, entendiendo que el aislamiento nacional obligatorio cambió la

cotidianidad individuos y comunidades y el habitar 100% en casa hizo que muchas personas reconocieran y percibieran los lugares de otra manera.

Ante la pregunta sobre el sonido que recuerda la pandemia, los resultados se ubican en el contexto vivido por los habitantes del Quindío, evidenciando que las palabras que más se repiten son: *pájaros*, *silencio*, *el viento* y *alarma*.

Los participantes mencionaron sonidos como el de *las alarmas de bomberos*, *el de los aplausos* en las noches cuando las personas salían y aplaudían al equipo médico que se dedicaba a cuidar a los enfermos del virus y otros como el uso de los electrodomésticos. Desde los imaginarios, se encontró que el sonido hace referencia a un recuerdo específico que coincide con sucesos vividos en un momento determinado.

Así, el sonido “*pájaros*” se repitió 6 veces y redonda con el hecho de que la naturaleza “se benefició” de la ausencia de las personas en las calles, playas y ciudades. Durante el periodo de aislamiento, muchos se detuvieron a escuchar los pájaros y reportaron que incluso veían distintas especies que antes no se escuchaban.

Es interesante reconocer el sonido “*silencio*”, el cual aparece mencionado 14 veces, pues la zozobra se sintió fuertemente durante la época de aislamiento, sobre todo cuando se hablaba de las personas que estuvieron viviendo solas, aisladas o que no pudieron irse de sus sitios de trabajo y les tocó habitar la pandemia en soledad: el silencio fue la compañía y fue tangible también en la narrativa

¿Qué olor le recuerda la pandemia?

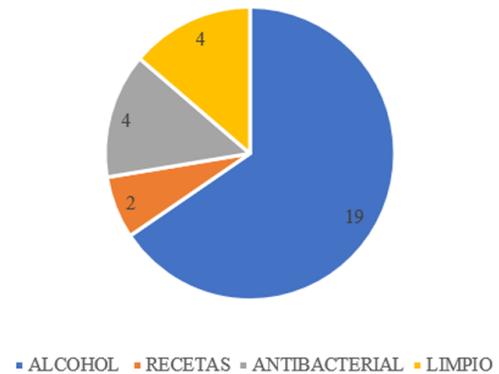


Figura 2. Olores en pandemia.

El sonido “*viento*” también se repite tres (3) veces y deja un atisbo de interpretación que coincide con el silencio, pues al no haber carros en las calles, personas y la cotidianidad, la naturaleza tuvo comportamientos específicos y el viento soplaba constantemente, lo que nos reafirma la discusión sobre que el aislamiento, para muchos, fue completamente en soledad y en silencio, resaltando los sonidos externos por encima de los del hogar.

El sonido *Alarma* nos hace alusión, de cierto modo, a la monotonía que se volvió para algunos hogares el levantarse y trabajar desde casa; el hecho de habitar el hogar 24/7 trajo consigo distintas acciones desde la violencia, el conflicto o la resiliencia y las alarmas ya no solamente eran para despertar, sino también para jugar, para comer, para encontrarse con personas, para las videollamadas que aumentaron durante este tiempo y, claro, las alarmas laborales de las reuniones que durante esta época aumentaron. Los resultados de las palabras fueron los siguientes:

Tabla 1. Sonidos Que Más Se Repiten

Pájaros	6
Silencio	14
El viento	3
Alarma	3

Al revisar los resultados de la Gráfica 2, se seleccionaron las palabras que más se repitieron, en donde el olor a *alcohol* (19 menciones) fue el más recordado de distintas formas, desde el cuidado y la salubridad que se tenía en los hogares, hasta la acción de las bebidas alcohólicas que algunos hogares reportaron durante el aislamiento.

De igual manera, el olor a *recetas* (2 menciones) es curioso en la medida de que la acción de cocinar en el hogar se volvió el método de escape durante la pandemia. Muchas personas, acosadas por el encierro, iniciaron recetas, comieron de más, aumentaron de peso y la reunión a desayunar, almorzar o cenar se volvió rutina en distintos hogares en donde antes no se tenía por costumbre encontrarse en la mesa a departir los alimentos, a causa de cuestiones labores y académicas.

El olor *Antibacterial* (4 menciones) redonda de cierto modo con el olor a *alcohol*, en la medida en que las recomendaciones de salud aumentaron durante la pandemia y trajeron como consecuencia que las personas compraran más de estos productos; por ende, resulta razonable que sea un olor recurrente en las respuestas de los participantes, al igual que el olor a Limpio, pues el temor al virus estuvo relacionado con la contaminación de los espacios, del afuera y de las mismas personas, por lo que mantener las casas limpias fue mandato de salubridad durante el aislamiento.

La caricatura

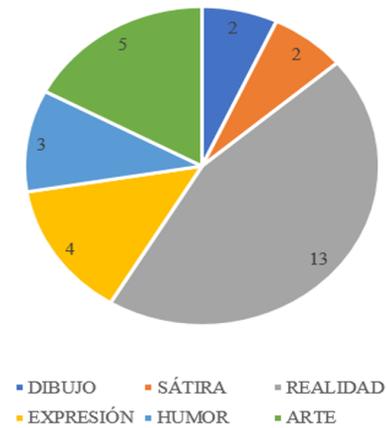


Figura 3. Concepto de caricatura.

Otros de los olores reportados en las encuestas fueron: olor a comida en general, a gasolina, a polvo y a aromatizantes.

Cuando se les pregunta a los participantes sobre la referencia que tienen al concepto *caricatura*, se encuentra que este formato es entendido desde diferentes perspectivas como lo muestra Gráfico 3, pues las respuestas estuvieron divididas. Así, se evidenció que, de las respuestas obtenidas, la palabra *Realidad* aparece 13 veces, al momento de explicar, mediante un dibujo, el contexto de situaciones cotidianas.

Se interpreta también como una *expresión* (4 veces) que produce referencias a situaciones políticas y sociales que ocurren a diario y que se publican en los periódicos; de igual manera, aparecen las palabras *dibujo* (2 veces), *arte* (5 veces) y *sátira* (2 veces) como refuerzos al concepto mismo que ofrece la caricatura como esa expresión gráfica de un hecho llevado a la exageración para provocar risa y hacer pensar.

Si volviera a presentarse una pandemia ¿Confiaría en los medios de comunicación para informarse?

53 respuestas



Gráfico 4. Confiaría en medios de comunicación.

En la pregunta “*Si volviera a presentarse una pandemia, ¿confiaría en los medios de comunicación para informarse* (Gráfico 4), se buscaba reconocer el nivel de confianza en los medios de comunicación con respecto a su papel durante la época de pandemia. Se encontró que el 43 % afirma que no confiaría en los medios para volverse a informar puesto que durante este proceso hubo muchas fake news y el manejo irregular de los datos en donde se mencionaba constantemente el número de muertos.

El 32 % coincide en que Tal Vez sí confiaría en los medios, puesto que cada persona tiene su forma de informarse y escoge el medio que mejor coincide con el gusto, lo que se demuestra en las respuestas posteriores en donde se deja claro que los participantes confiarían dependiendo del medio de donde venga esta información, lo cual resalta esa crisis de desinformación que también se encuentra dentro de los propios canales o medios de comunicación. Finalmente, solamente un 13 % sí confiaría en los medios para informarse.

Ante la pregunta: ¿Cómo considera que se tomaron las decisiones políticas durante la pandemia? (Gráfico 5) se reconoce el nivel de satisfacción con el gobierno del presidente Iván Duque, quien estuvo al frente del tema de salud que habitó el mundo durante el año 2020. Así pues, vemos que el 35 % de las respuestas coinciden en que las decisiones fueron tomadas de manera normal, puesto que muchos afirmaron que era lo mínimo que

debía hacer un gobierno durante una situación de carácter mundial.

Muy cerca de esta respuesta, con el 30 %, los encuestados resaltan que las decisiones se tomaron mal y redundan en decir que faltó mucho control durante el proceso, por ejemplo, en la asignación de vacunas. Luego encontramos, con un 24 %, que las decisiones se tomaron bien, mientras que apenas un 7 % considera que estas fueron muy mal tomadas y solamente un 1 % refiere que las decisiones se tomaron muy bien, lo que arroja como conclusión que el gobierno pudo haber manejado esta situación de otra forma, lo que, a su vez, como se verá más adelante, queda retratado en algunas caricaturas.

¿Cómo considera que se tomaron las decisiones políticas durante la pandemia?

53 respuestas

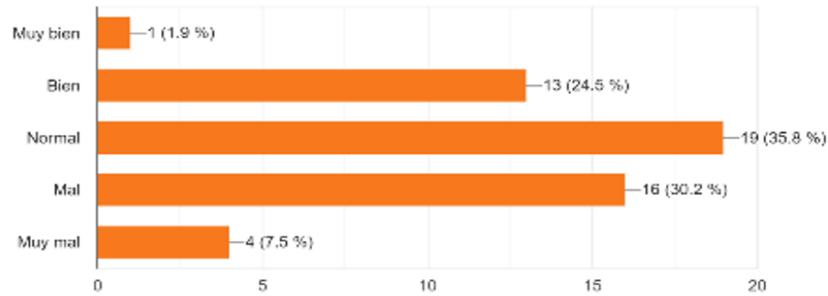


Gráfico 5. Decisiones políticas.

Cuando se preguntó a los encuestados: *¿Cree que la caricatura narra la realidad política?* (Gráfica 6), se dieron distintas opciones, pues la diferencia con una pregunta similar era cerrar el espectro y revisar si era reconocida la caricatura como un dibujo o simplemente como algo que acompaña las columnas de opinión en los periódicos, o los dibujos que aparecen en distintas redes sociales. Así, entonces, se encuentra que el 45 % coincide en que la caricatura es una *expresión satírica* en donde se deja claro que narra lo cotidiano y, a veces, presenta hechos noticiosos. El 34 % la reconoce como una *crítica*, lo que deja en claro que es más que un dibujo o un mamarracho y totalmente diferente a un *meme*, el cual no tuvo algún porcentaje de selección, pues, aunque *dibujo* e *ilustración* son similares, los encuestados reconocieron la diferencia, pues la segunda tuvo una votación de 17 %.

¿Piensa que la caricatura es?

53 respuestas

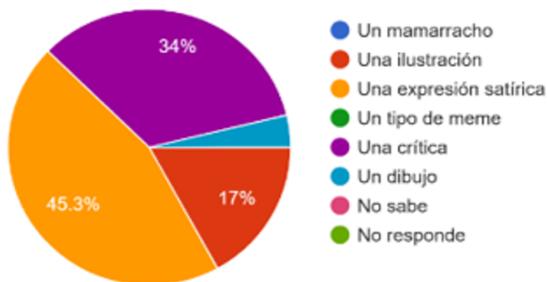


Gráfico 6. La caricatura.

En los resultados de la Gráfica 7 se buscó conocer la percepción sobre el papel de los medios

de comunicación durante el periodo de aislamiento, evidenciando que 13 de las respuestas coinciden en que lo más visto fueron los muertos, mientras que 9 de los participantes señalan la costumbre que dichos medios acogieron de realizar un recuento diario del número de fallecidos según los datos que iba entregando Medicina Legal en las capitales y ciudades relevantes de Colombia. De igual manera, aparece la palabra *Vacunas* mencionada 5 veces durante el proceso que el gobierno inició para vacunar a la población y se encuentra, además, la palabra *fake news* como otro de los fenómenos que se observaron durante la pandemia.



Gráfico 7. Publicaciones en medios de comunicación.

Aquí se buscaba conocer el propósito de la caricatura para los entrevistados. Al momento de responder sobre si la caricatura narraba la realidad,

el 58 % afirma que esta es una de las razones de ser de la caricatura, pues como se ha descrito en el documento, aunque el 30 % afirme que tal vez sí narra un poco lo que sucede a diario en temas políticos y sociales, apenas un 9 % afirma que no hay relación entre la caricatura y su narrativa de la realidad. Un bajo porcentaje mencionó no saber ni poder responder a la pregunta propuesta.

En los resultados de la Gráfica 8 encontramos una percepción literaria de lo que significó para los entrevistados la pandemia. Desde el concepto de los imaginarios, darle nombre a lo acontecido aterriza la percepción de lo que se piensa del hecho, para nombrar o designar el aislamiento nacional obligatorio. De todas las propuestas, la palabra *miedo* tuvo un resultado de 54 %, en donde los encuestados coincidieron en afirmar que eso fue lo que más se provocó durante el periodo de pandemia. Luego aparece la palabra *angustia* muy cerca de la anterior, pues fueron situaciones que ninguna persona había vivido, que se puede considerar como

normal encontrarla desde la incertidumbre. También la palabra *manipulación* tiene un porcentaje de 19 %, pues esto se ve reflejado en el hecho de que las redes enviaron mucha información falsa con respecto a la pandemia. Finalmente, la palabra *soledad* aparece con el 32 %, seguida por la palabra *desorden* con 37 % en las respuestas de los participantes.

En esta pregunta se buscó reconocer lo cercana que es la caricatura a los encuestados en el momento de comprender la realidad del país; esto, partiendo del hecho del reconocimiento de la caricatura como narrativa periodística, lo que nos expresa que el 47 % de los encuestados coincide en que sí encuentra en la caricatura un entendimiento de lo que ocurre diariamente. Sin embargo, la negativa del 32 % nos muestra, de cierto modo, la división respecto a lo efectivo que resulta informarse solamente con caricaturas, pues el 20 % afirma que tal vez lo hace, quizás, cuando una de estas caricaturas está totalmente contextualizada en un hecho de alto impacto en la opinión pública.

De las siguientes palabras cuál resume la pandemia (puede escoger varias)
53 respuestas

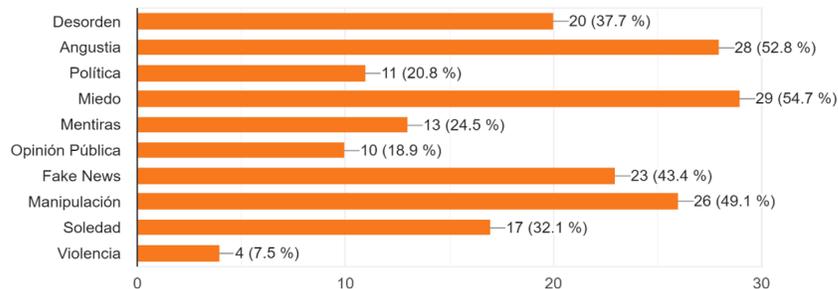


Gráfico 8. Palabras pandemia.

¿Frecuenta las caricaturas para entender la realidad del país?
53 respuestas

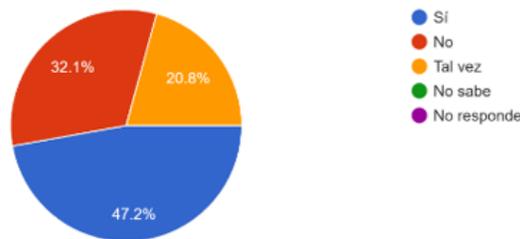


Gráfico 9. Frecuencia ed uso de caricaturas.

En concordancia con la pregunta anterior, en esta se busca reconocer si la caricatura es referente de opinión en la sociedad o si es argumento para dar opiniones políticas y sociales. Aquí notamos que el 32 % afirma que las usa a veces, mientras que otro 32 % lo hace pocas veces, puesto que, como se mencionó anteriormente, se reconoce de forma puntual como un dibujo satírico del acontecer cotidiano y, por ello, podría ocurrir que el porcentaje de 11 % a la respuesta nunca sea más alto con respecto a la expresión siempre, que solo tiene el 7% de las respuestas.

¿Tiene en cuenta las caricaturas para expresar sus opiniones políticas o sociales?

53 respuestas

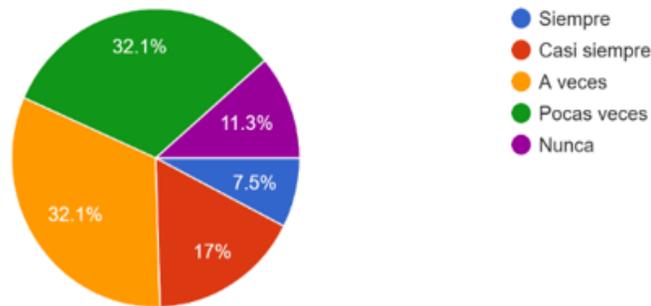


Gráfico 10. Caricaturas y Opinión.

Conclusiones

Cuando se realiza un acercamiento a la caricatura como formato periodístico, se puede resaltar la visibilización de la percepción ciudadana a partir de la mirada del artista. Dentro de la caricatura se retratan hechos, noticias, situaciones y pensamientos generales, es decir, de acuerdo con lo que se pretende reflejar en el presente artículo, la caricatura narra los imaginarios sociales que ocurren en un hecho y lugar determinado. Cuando materializamos en la sociedad los resultados de la discusión, podemos dimensionar que, en este caso, la pandemia afectó sustancialmente la percepción ciudadana con respecto a las decisiones políticas, a lo que sucede en el mundo y sobre la forma en que habitamos el planeta. “El caricaturista cierra la lectura de este cartón abordando la pandemia de covid, la aparición de las primeras vacunas y la crítica al actuar del gobierno actual” (Castelli, 2023, p. 121).

La caricatura, entonces, debe ser comprendida como un género periodístico para dimensionar el aporte histórico, contextual y perceptivo que permita

hacer un análisis de contenido eficiente a partir de las categorías seleccionadas como lo fueron Fake News, pandemia y medios de comunicación, pues los ciudadanos encuestados, aunque no frecuentaran las caricaturas permanentemente, comprendían que en estas se podrían visibilizar los problemas y los acontecimientos ciudadanos que ocurren a diario. “Medios de comunicación y profesionales del periodismo no han sido ajenos a esta problemática y, como respuesta a esta crisis de confianza, se han sumado a iniciativas como The Trust Project, un proyecto internacional de verificación informativa” (Alonso, 2021, p. 5).

Finalmente, se deja abierta la discusión sobre el concepto de caricatura editorial, en donde se continúa trabajando en la comprensión de este formato como un género periodístico de opinión, pues al revisar sus características y la forma en que narra lo cotidiano, es posible concluir que este es un formato que debería ser estudiado más a fondo desde una perspectiva periodística. Por ello, este estudio no termina aquí y se amplía, en aras de comprender que, aunque demos por hecho la participación de la caricatura editorial

en periódicos o medios de comunicación, esta puede ser estudiada individualmente.

Referencias

- Almansa-Martínez, A., & Fernández-Torres, M. J., & Rodríguez-Fernández, L. (2022). Desinformación en España un año después de la Covid-19. Análisis de las verificaciones de Newtral y Maldita. *Revista Latina de Comunicación Social*, (80), 183–200. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1538>
- Alonso, M. (2021). Desinformación y coronavirus: el origen de las fake news en tiempos de pandemia. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 26, 1–25 <https://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e139>
- Ávila, M. X. (2002). La caricatura, en el periodismo gráfico del nuevo siglo, (57), 4–8. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2002/02>
- Castelli, A. K. (2023). Monitos y pandemia. Representaciones del Covid-19, en la caricatura política de dos diarios mexicanos en 2020. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, (198). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi198.9812>
- García-Ramos, F.-J., Bonales G., Jiménez-Gómez, I., & López, J. (2021). Imaginario colectivo y representación gráfica del virión del SARS-Cov-2 en los medios españoles en el comienzo de la pandemia. *Revista Prisma Social*, (34), 208–235.
- González-López, R., & Negreira-Rey, M. C., & Vázquez-Herrero, J. (2024). Periodismo en Twitch: Análisis exploratorio de las primeras iniciativas informativas. *Revista de Comunicación*, 23(1), 221–258. <https://doi.org/10.26441/RC23.1-2024-3433>
- Kostenwein, E. (2022). La reinención judicial de lo cotidiano. El trabajo de la justicia penal argentina en el marco de la Covid-19. *Opinión Jurídica*, 21(45), 439-468. <https://doi.org/10.22395/ojum.v21n45a20>
- Loayza-Maturrano, E. F. (2021). Análisis lingüístico-semiótico de las viñetas humorísticas sobre la Covid-19. *Lengua y sociedad*, 20(2), 57-79. <https://doi.org/10.15381/lengsoc.v20i2.22242>
- Prada, J. E., Ramírez, J. L., & Pinzón Mejía, D. C. (2018). Articulación de la caricatura política como fuente para la investigación social en Colombia: estado del arte y perspectivas a comienzos del siglo XXI. *Reflexión Política*, 20(40), 195–207.
- Urrego, C., & Ramírez, J. (2023). Análisis de las lecturas de caricaturas periodísticas por parte de estudiantes universitarios. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 21(42), 1-22. <https://doi.org/10.22395/angr.v21n42a13>
- Velázquez Tamez, L. E., & Serna - Zamarrón, A. (2020). Cobertura informativa de la pandemia por Covid-19 en Nuevo León: Liderazgo y periodismo con misión de servicio. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 186-209. <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5453>