



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
UNIDAD DE POSGRADO

INFLUENCIA DEL CONTEXTO EN EL DISCURSO DE LA
CARICATURA POLÍTICA EN LA FORMACIÓN DE LA ACTITUD
EN LOS ESTUDIANTES DE LAS UNIVERSIDADES CESAR
VALLEJO Y ESAN - LIMA, 2020

PRESENTADA POR
GLORIA CECILIA BRENNER GALARZA

ASESOR
MANUEL HÉCTOR MONTOYA UGARTE

TESIS
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTORA EN PERIODISMO

LIMA – PERÚ

2021



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SECCIÓN DE POST GRADO**

**INFLUENCIA DEL CONTEXTO EN EL DISCURSO DE LA CARICATURA
POLÍTICA EN LA FORMACIÓN DE LA ACTITUD EN LOS ESTUDIANTES DE
LAS UNIVERSIDADES CESAR VALLEJO Y ESAN - LIMA, 2020**

PRESENTADA POR:

MG. GLORIA CECILIA BRENNER GALARZA

ASESOR:

DR. MANUEL HÉCTOR MONTOYA UGARTE

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE
DOCTORA EN PERIODISMO**

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

A mi madre, porque de ti
aprendí a ser fuerte.

AGRADECIMIENTOS

Esta investigación es un trabajo que, con esfuerzo, horas y días de dedicación, veo por fin culminado, pero esto no hubiera sido posible sin las personas que desinteresadamente me brindaron su apoyo.

Mi agradecimiento al Dr. Miguel A. Cornejo Guerrero, por su orientación constante, sus consejos y paciencia. Mi reconocimiento y agradecimiento al Dr. Víctor Z. Cumpa Gonzales, maestro en todo el sentido de la palabra, su orientación valiosa me dio el camino que debía seguir en esta investigación.

Deseo también agradecer al Dr. Alan Patroni Marinovich quien me guio en los primeros pasos de esta investigación y finalmente a mi asesor, el Dr. Manuel H. Montoya Ugarte, gracias por su paciencia, su orientación constante y buena disposición, las horas juntos durante las asesorías han sido de un valioso aprendizaje.

Finalmente, deseo dar las gracias a mis amigos que con sus palabras de aliento y conocimiento apoyaron esta investigación, y gracias, mil gracias a mi familia por su paciencia y consideración durante estos meses en los que no estuve totalmente para ustedes.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDO	iv
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.1 Descripción de la situación problemática	13
1.2 Formulación del problema	24
Problemas específicos	24
1.3 Formulación del objetivo	24
Objetivos específicos	25
1.4 Justificación de la investigación	25
1.5 Viabilidad de la investigación	26
1.6 Limitaciones de la investigación	27
1.7 Delimitación de la investigación	27
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	28
2.1 Antecedentes de la investigación	28
Antecedentes Internacionales	28
Antecedentes Nacionales	32
2.2 Bases teóricas	34

2.3 Doctrina	51
2.4 Bases conceptuales	75
CAPÍTULO III: SISTEMA DE HIPÓTESIS	88
3.1 Supuestos	88
3.2 Hipótesis general	88
Hipótesis específicas	88
3.3 Hipótesis general nula	89
Hipótesis específicas nulas	89
3.3 Variables y definición operacional	89
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	92
4.1 Tipo de investigación	92
4.2 Diseño de investigación	92
Diseño de investigación experimental	93
Enfoque cuantitativo	93
4.3 Población y muestra	94
4.4 Técnicas de recolección de datos	94
4.5 Procesamiento y análisis	95
Validez	95
4.6 Prueba de confiabilidad	96
4.7 Aspectos éticos	97
CAPÍTULO V: RESULTADOS	98
5.1 Método de análisis de datos	98

5.2 Análisis descriptivo	98
5.3 Análisis inferencial	119
CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN	146
CONCLUSIONES	166
RECOMENDACIONES	169
FUENTES DE INFORMACIÓN	171
ANEXOS	182

RESUMEN

La presente investigación tiene como objeto de estudio dar a conocer la influencia que tiene la caricatura política en la formación de la actitud de los jóvenes universitarios de las universidades Cesar Vallejo y Esan en Lima en el año 2020. Además, comparar si la formación de la actitud brindada por la caricatura es más o menos significativa con la que pueda formar en ellos las notas periodísticas convencionales.

Para esta investigación se realizó un estudio básico, aplicado-explicativo, de tipo cuasi experimental transeccional. Se recurrió a un cuestionario de treinta y tres preguntas, el que fue aplicado a noventa y ocho estudiantes que cursan las asignaturas de Sociología de la Comunicación y Percepción y Comunicación.

De acuerdo con la investigación, se concluyó que la caricatura política influye significativamente en la formación de la actitud de los jóvenes, así como en su cognición o percepción de los acontecimientos que en ella se narran. Sin embargo, los aspectos afectivos y comportamentales no son significativamente influenciados a través de la caricatura.

Palabras claves: caricatura, actitud, contexto, discurso.

ABSTRACT

The objective of this study is to make known the influence that political caricature has on the formation of the attitude of young university students from the Cesar Vallejo and Esan universities in Lima in 2020. In addition, to compare whether the formation of the attitude provided from the caricature is more or less significant than the formation provided by conventional journalistic notes.

For this research, a basic, applied-explanatory study, of a transactional quasi-experimental type, was carried out. A questionnaire of thirty-three questions was used, which was applied to ninety-eight students taking the subjects of Sociology of Communication and Perception and Communication.

According to the research, it was concluded that the political cartoon significantly influences the formation of the attitude of young people, as well as their cognition or perception of the events that are narrated in it. However, the affective and behavioral aspects are not significantly influenced by it.

Keywords: caricature, attitude, context, speech.

INTRODUCCIÓN

“Ningún argumento racional tendrá un efecto racional sobre un hombre que no quiere adoptar una actitud racional”

Karl Popper

El punto de partida de la presente investigación es la reflexión de la investigadora, basada en la observación de los jóvenes universitarios, al consumir información de fuentes no confirmadas, desconocidas o poco fiables y como por medio del consumo de dichos discursos perciben la realidad adoptando una actitud frente a diversos asuntos de interés público.

La posverdad o *post-truth*, es un término que se incorporó en el año 2016 al diccionario de Oxford y que intenta expresar como la verdad pasa a ser irrelevante y carente de importancia para las personas. El reemplazo del análisis objetivo por la manifestación de las emociones es parte de este fenómeno de posverdad. Los receptores no esperan nada del emisor e ingresan a una realidad en donde ya no importa si son manipulados o no, se saben engañados y esto carece de importancia.

Los jóvenes de la generación Z, nativo-digitales, no solo tienen que lidiar con vivir en este mundo de la posverdad en el que la apabullante cantidad de información que se transmite por medio del internet y las redes sociales, les muestran una realidad fabricada o a medias y los aísla del mundo desde un punto de vista social, puesto que la interrelación cara a cara cada vez es

menor. La manera de relacionarse con el otro se hace a través de un entorno virtual que desnaturaliza las formas básicas de las relaciones humanas. Incluso dentro de sus propios hogares, en donde los padres prefieren comunicarse de habitación en habitación por medio de un mensaje de texto a través del teléfono, refleja claramente el cambio dramático que la tecnología ha logrado en nuestras vidas.

Esta deshumanización de la comunicación unida a una estructura familiar que, como núcleo de la sociedad, hoy en día se desintegra, como una vela expuesta al fuego, es parte de la problemática social que los jóvenes viven. No creer en nada y no interesarles los asuntos que tienen relevancia para su vida y futuro, es una realidad, se da más credibilidad a un meme que a un texto académico.

El consumo excesivo de los medios de comunicación se convierte en una práctica que puede ser peligrosa, en el sentido de que el contenido que ellos vierten no siempre se ajusta a la realidad, para los más jóvenes, la exposición a los medios les facilita el enterarse de lo que ocurre, sin embargo, la proliferación de *fake news* y el consumo de las informaciones sin confirmar su origen, desinforma peligrosamente.

La situación actual de la sociedad, en donde las personas viven corriendo de un lugar a otro, tratando de ganarle tiempo al tiempo, en donde los integrantes de las familias están cada vez menos tiempo juntos, repercute en un descontrol de la crianza de los hijos, quienes quedan expuestos a los

medios de comunicación que, como agentes socializadores, les dicen que pensar, como vivir, en que creer, les muestra realidades de sociedades ajenas con formas de vida exageradas para las cámaras y la venta que solo los aliena. Este consumo trastoca la percepción de la realidad y sobre todo de los valores que no son necesariamente inculcados y reforzados en casa, debido a las nuevas conformaciones familiares, quedando la familia tradicional prácticamente obsoleta. Considerando que la familia es el espacio para que los niños se desarrollen socialmente, esta labor ha quedado en manos de los medios de comunicación.

Por lo expuesto, es necesario indagar por medio de esta investigación, de qué manera se forma la actitud de los estudiantes universitarios de Lima, frente a los acontecimientos de relevancia nacional, verificando de qué manera los discursos periodísticos a través de la caricatura política o la nota informativa, tienen mayor relevancia en ellos.

La presente investigación cuenta con cinco capítulos:

- Cap. I Planteamiento del problema, en donde se analiza la realidad problemática del fenómeno a investigar.
- Cap. II Marco Teórico, en donde se hace referencia a los autores y teorías que dan sustento a la presente investigación, así como el marco legal y epistemológico.
- Cap. III Sistema de Hipótesis, en este capítulo se describe el supuesto de la presente investigación y las variables del análisis del fenómeno.

- Cap. IV Metodología de la Investigación, en donde se explica la metodología empleada para el análisis de los datos obtenidos mediante las encuestas.
- Cap. V Resultados, en donde se muestra la información estadística por medio de tablas que contienen la explicación de los hallazgos.
- Cap. VI Discusión, en donde se refrenda los resultados obtenidos en la investigación con los antecedentes encontrados y la posición de diversos autores.

Al final de los capítulos mencionados, se encuentran las conclusiones a las que se llegó y que dan respuesta a los objetivos planteados, las recomendaciones para futuras investigaciones, las fuentes de información consultadas y los anexos necesarios para la comprensión total del tema de investigación.

CAPÍTULO I – PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la situación problemática

El presente trabajo de investigación que lleva por título: INFLUENCIA DEL CONTEXTO EN EL DISCURSO DE LA CARICATURA POLÍTICA EN LA FORMACIÓN DE LA ACTITUD EN LOS ESTUDIANTES DE LAS UNIVERSIDADES CESAR VALLEJO Y ESAN EN LIMA, 2020, parte de la observación y reflexión de la realidad que atraviesa el periodismo en relación con su credibilidad y al poco interés que la población más joven tiene de los asuntos políticos del país. La imagen, a través de la caricatura, se convierte en una forma de comunicación que genera una actitud por parte del lector que a partir de ella forma una opinión de los hechos sociales, económicos o políticos que en ella se manifiestan, pero que, además – y en ello radica su importancia – permite la lectura de un discurso que combina elementos y revela aspectos subyacentes que una nota informativa de estructura tradicional no lo permitiría.

A pesar de que la investigación analiza la problemática peruana, no podemos negar que el discurso en la caricatura política es un fenómeno mundial que siendo divertido también tiene un componente controversial que ocasiona cuestionamientos.

Hace tan solo seis años, en Francia, el semanario satírico *Charlie Hebdo*, que se caracteriza por practicar la sátira antisistema, burlándose de aspectos del catolicismo, el islamismo y la ultraderecha, sufrió un atentado de manos de los hermanos Said y Cherif Kouachi, miembros del

autodenominado Estado Islámico, en el que murieron 12 personas, 8 de ellas conformaban el equipo editorial. La mofa hacia el profeta Mahoma publicada en el semanario, ocasionó que en el año 2011 recibieran las primeras amenazas de muerte y el ataque con una bomba de gasolina en sus oficinas, los miembros del semanario tomaron precauciones, sin embargo, el 7 de enero del 2015, las amenazas se convirtieron en una realidad.

La campaña de solidaridad que llevaba por nombre *Je suis Charlie* (yo soy Charlie), no se hizo esperar y se replicó en todo el mundo como muestra de apoyo a las víctimas del atentado.

La polémica *Charlie*, vuelve a hacer noticia debido a su publicación de la caricatura de la reina Isabel II del Reino Unido y su nuera, la Duquesa de Sussex Meghan Markle. En la portada aparece la reina con una rodilla sobre el cuello de Markle y se lee en el titular "*Porquoi Meghan a quitte Buckingham*" (¿Por qué Meghan dejó Buckingham?), más abajo, la imagen que representa a Markle lleva un texto que dice: *Parce que dene pouvais plus respirer!* (¡Porque no podía respirar!). Esta caricatura hace referencia a la muerte de George Floyd en los Estados Unidos, en manos de la policía del estado de Minnesota, una evidencia clara del exceso policial y el "asolapado" racismo que se vive en ese país. La portada fue publicada después de la entrevista que Meghan Markle y el príncipe Harry dieron a Oprah Winfrey en donde afirmaron que se hicieron comentarios

racistas respecto al color de piel del hijo de ambos. Esta caricatura ha causado indignación en el pueblo británico.

El discurso caricaturesco puede ser más o menos difundido y de mayor o menor impacto dependiendo de los personajes que en él se encuentren representados.

En la última campaña electoral en los Estados Unidos entre Donald Trump y Joe Biden, fueron motivo de múltiples caricaturas por lo accidentado y anecdótico de la contienda electoral. Los caricaturistas del mundo informaron, cada uno a su estilo, los detalles de esta sui generis elección presidencial.

El caricaturista checo Marian Kamensky, inmortalizó en su caricatura el primer debate televisivo entre Trump y Biden, ubicando a ambos candidatos en una pelea de lodo, debido a los insultos que se propinaron. El caricaturista alemán Jens Kricke, muestra a Biden y a su candidata a la vicepresidencia Kamala Harris navegando en un terreno difícil, en clara alusión a la denuncia que hicieron del empleo de “tácticas sucias” por parte del partido republicano. El caricaturista italiano Christi, elabora una caricatura donde muestra a Biden como un anciano somnoliento y a Trump como un títere, esto debido a la referencia que Trump hizo de Biden en el debate y a la respuesta de Biden acusándolo de racista, mentiroso y payaso. Los caricaturistas africanos también dieron su cuota de opinión a través de Damien Glez de Burkina Faso que presenta a un Trump con

pañal, forzando encajar las piezas de un juguete para niños, lo que evidencia que intenta siempre salirse con la suya.

El Perú cuenta con caricaturistas que expresan por medio de sus discursos los constantes problemas de toda índole (sobre todo político) que nos aquejan. El periodismo de los años 90 estuvo envuelto en la corrupción debido a la venta de la línea editorial que algunos medios de comunicación hicieron al gobierno de turno, se priorizó la crónica roja, construyendo un discurso alarmista, una forma de narrar los acontecimientos noticiosos causando zozobra; la exacerbación de las emociones fue (y no han dejado de serlo) parte del discurso periodístico.

Los medios de comunicación forman parte de los grupos de poder del país, están aliados al poder político, lo que ocasiona que pierdan credibilidad ante los ojos de la población. A esta falta de credibilidad de los medios tradicionales se suma la manera en la que la actual generación consume contenido, la web se ha convertido en el medio preferido para el consumo de información y la democratización de la opinión del ciudadano, los medios tradicionales están cada vez más lejanos de la población sobre todo de los jóvenes.

Tal y como indica Sonia Parrat en su artículo *¿Por qué los jóvenes no leen periódicos? Análisis y propuestas*, durante décadas los medios de comunicación han establecido alianzas con el poder político y económico por medio de los anunciantes, como indica Martínez (2005) citada por

Parrat, esta dependencia ha ocasionado que los medios establezcan agendas que se oponen a los intereses del público. El artículo de Parrat también menciona el estudio realizado en los Estados Unidos por Danny Schechter titulado "*Are we reaching da Young*", *Nieman Reports, Winter 2003*, en donde se menciona que el rechazo de los jóvenes hacia los diarios puede deberse al mismo rechazo que los diarios sienten hacia la población joven debido a que las noticias que publican están relacionadas al poder, los criminales y los perdedores o víctimas de alguna desgracia, todas personas mayores o ajenas a la realidad del público joven (2010 p.2).

No cabe duda de que la prensa, considerada durante décadas, el cuarto poder del estado ejerce gran influencia en la formación de la opinión pública, lo que ha llevado a algunos medios de comunicación a plantear fórmulas a través de las cuales el ciudadano se informe, sin cuestionar necesariamente, la credibilidad de la información. El discurso de la caricatura política, empleado desde los inicios del periodismo, adquiere mayor relevancia y alcance cuando su mensaje es difundido a través de un medio de comunicación masivo como las versiones digitales de los diarios, consumidos por gran parte de la población, sobre todo jóvenes nativo-digitales, esto podemos evidenciarlo con los casos mencionados líneas arriba, relacionados a hechos políticos ocurridos en Francia, Reino Unido y Estados Unidos.

En nuestro país los tres medios de comunicación preferidos por la población son la televisión, la radio y el internet, siendo este último al que accede la población joven; tal y como lo informa el Consejo Consultivo de Radio y Televisión – CONCORTV, en un estudio a nivel nacional, efectuado en el año 2019. De un total de 10.000 encuestados, el 99.8% consume contenido televisivo, el 93.6% utiliza la radio y el 92.1% accede a contenido en internet, porcentajes que seguramente han variado dramáticamente debido al confinamiento producto de la pandemia.

Aunque son los jóvenes los principales usuarios del consumo de información por medio de la web, el campo político es aún un terreno árido para ellos, puesto que muestran falta de motivación y apatía, tal y como lo indica la Oficina Nacional de Procesos Electorales - ONPE de acuerdo con el análisis efectuado para las elecciones del 2016. Se determinó que el 30% del padrón electoral estaba conformado por una población cuyas edades oscilaban entre los 18 y 29 años, siendo un porcentaje importante del electorado, este organismo concluyó que, a pesar de los esfuerzos realizados por el estado y los partidos políticos, el porcentaje de jóvenes que participan activamente en política sigue siendo muy bajo.

Sin embargo, debido a los acontecimientos ocurridos en el mes de noviembre del 2020, en el que los diversos colectivos universitarios convocaron por medio de las redes sociales a movilizaciones en todo el país al haber sido vacado el entonces presidente Martín Vizcarra Cornejo luego del segundo pedido de vacancia por parte del Congreso de la

República, el cual nombró presidente interino a Manuel Merino de Lama quien se vio en la obligación de renunciar luego de las manifestaciones que cobraron la vida de dos personas. Estos hechos pueden verse como un despertar político de los jóvenes o más que político como una toma de conciencia cívica, tal y como indica en su artículo de investigación el Dr. Andreu Casero-Ripollés, *Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital* arrojó interesantes resultados como el desgaste que los medios de comunicación tradicionales están sufriendo producto del avance del internet y las redes sociales. Sin embargo, los jóvenes tienen una valoración positiva hacia las noticias, sobre todo en términos cívicos y si están llegan a ellos de forma gratuita.

Otro hallazgo interesante es que existe una brecha de género en el consumo informativo a favor de los hombres y que tiene relación con su edad, a medida que los jóvenes van aumentando en edad se produce un aumento en el consumo de las noticias, producto de la madurez que alcanzan.

La conclusión a la llega el estudio del Dr. Casero-Ripollés es que los jóvenes han cambiado su estándar de consumo de información y el juicio que tienen de ella. (2012. p. 1).

Existe un aspecto adicional que no podemos dejar de mencionar, la crisis familiar que afronta el mundo. Las familias, como núcleo de la sociedad, afrontan dificultades en su estructura debido a que el contexto

internacional ha cambiado, tal y como menciona Yohanka Valdez Jiménez en su artículo escrito para el Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales que titula *El proceso para la transmisión de valores: retos para la familia cubana actual* (2003), la globalización de las culturas, las políticas neoliberales y la creciente diferenciación social, ha ocasionado que el sistema familiar cambie empujando a los padres a producir mayores bienes y servicios para su subsistencia. A partir de este punto, aparece una nueva problemática, la familia considerada el primer agente socializador, responsable de la formación en valores, deja su rol a otros agentes socializadores como la escuela y los medios de comunicación, transmitir valores no es lo *mismo que* inculcarlos:

“La transmisión de valores no implica necesariamente su formación y, por lo tanto, su configuración como unidad psicológica generadora de sentidos subjetivos. Entre la transmisión y la formación de un valor, actúan un conjunto de factores que van a mediatizar la instauración o no de sus contenidos en el individuo y el nivel de estructuración que alcancen en su subjetividad”. (Valdez, 2003, p. 3)

Es la transmisión de valores una problemática real a la que nos enfrentamos a nivel mundial. En nuestro país, la crisis económica, la falta de educación, la existencia de sectores de pobreza y extrema pobreza y todos los factores mencionados líneas arriba, son elementos que impiden reorientar a esta joven población expuesta a contenido muchas veces inapropiado.

La periodista Barbara Yuste, en su artículo *Las nuevas formas de consumir información en los jóvenes* (2020), menciona que el procesamiento de la información y la forma de consumirla ha cambiado, sobre todo en el público joven quienes han dejado de consumir medios tradicionales, sobre todo la prensa escrita y se han abocado a la televisión, pero sobre todo al internet y las redes sociales. Además, indica que el alejamiento se debe a la falta de interés en los contenidos que ofrecen los medios que no cubren sus necesidades y no son atractivos. La tecnología también ha contribuido puesto que el acceso a cualquier tipo de información se puede dar desde cualquier lugar utilizando un teléfono móvil lo que facilita el consumo de contenido en cualquier momento.

Por ello es necesario determinar de qué forma el discurso de las caricaturas frente a las notas informativas pueden ser importantes para la formación de la actitud del público joven al encontrar en ellas formas narrativas más acordes con sus hábitos y preferencias. Si bien es cierto la caricatura compite con el meme, tan consumido entre los jóvenes, se puede considerar a la caricatura como una herramienta comunicativa fiable para ser usada en favor de la transmisión de información, la formación de la actitud y el interés en asuntos relevantes.

Por lo expuesto, la presente investigación tiene como propósito analizar la formación de la actitud en el público joven, específicamente en estudiantes universitarios cuyas carreras tienen relación con los medios de comunicación. Para ello se analizará la influencia que el contexto del

discurso noticioso, a través de la caricatura política versus la información noticiosa convencional, tienen en los adolescentes para la formación de la actitud en cuanto a su percepción y conocimiento de los acontecimientos políticos del país, el caso puntual que se analizará es la información vertida por el diario La República durante el periodo de la crisis política del gobierno del ex presidente Martín Vizcarra Cornejo durante los meses de setiembre y noviembre del año 2020, fecha del primer y segundo pedido de vacancia por parte del Congreso de la República.

La siguiente línea del tiempo contiene la cronología de los acontecimientos que el diario La República informó con relación a los pedidos de vacancia:

CRONOLOGÍA DEL PEDIDO DE VACANCIA DEL EX-PRESIDENTE MARTÍN VIZCARRA CORNEJO

11 DE SEPTIEMBRE 2020

El congresista Edgar Alarcón presenta al pleno del congreso 3 grabaciones que involucran al Presidente Martín Vizcarra en las investigaciones del caso Richard Cisneros.

12 DE SEPTIEMBRE

Sale a la luz que el Presidente del Congreso, Manuel Merino de Lama realiza llamadas a los altos mandos de la fuerzas armadas, antes de ser aceptado el pedido de vacancia del Presidente Vizcarra

13 DE SEPTIEMBRE

El Presidente Vizcarra informa que el gobierno presentará una demanda competencial y medida cautelar ante el TC. Además, denuncia un intento de conspiración en su contra.

14 DE SEPTIEMBRE

El pleno del Congreso fija fecha para el debate de la presunta incapacidad moral del Presidente Vizcarra, tras la denuncia del congresista Edgar Alarcón.

15 DE SEPTIEMBRE

La censura a la Ministra de Economía, María Antonieta Alva no fue aprobada por el Congreso.

16 DE SEPTIEMBRE

El procurador del poder Legislativo Manuel Peña solicita al TC que la demanda competencial y medida cautelar presentada por el gobierno, sea analizada.

18 DE SEPTIEMBRE

El pleno del Congreso no alcanzó los votos necesarios para aprobar la vacancia del Presidente Vizcarra.

04 DE NOVIEMBRE

Ante el nuevo pedido de vacancia al Presidente Vizcarra, éste solicita presentar sus descargos el 06 de noviembre ante el Congreso

05 DE NOVIEMBRE

El Congreso rechaza la solicitud de adelanto de descargos del presidente Vizcarra.

09 DE NOVIEMBRE

El Presidente Vizcarra se presenta ante el Congreso. Tras votación se aprueba la vacancia. El Presidente del Congreso Manuel Merino de Lama asumirá la Presidencia de la República.

Fuente: Elaboración propia

1.2 Formulación del Problema

¿Cuál es la influencia del contexto en el discurso de la caricatura política de la vacancia del presidente Vizcarra en la formación de la actitud en los estudiantes universitarios de Lima, en septiembre y noviembre del 2020?

1.2.1 Problemas específicos

1. ¿En qué medida influye el contexto en el discurso de la caricatura política de la vacancia del presidente Vizcarra en la cognición o percepción de los estudiantes universitarios de Lima en septiembre y noviembre del 2020?
2. ¿En qué medida influye el contexto en el discurso de la caricatura política de la vacancia del presidente Vizcarra en el aspecto emotivo-afectivo de los estudiantes universitarios de Lima, en septiembre y noviembre del 2020?
3. ¿En qué medida influye el contexto en el discurso de la caricatura política de la vacancia del presidente Vizcarra en el aspecto conativo, de acción o comportamental de los estudiantes universitarios de Lima, en septiembre y noviembre del 2020?

1.3 Formulación del Objetivo

Determinar la influencia del contexto en el discurso de la caricatura política de la vacancia del presidente Vizcarra en la formación de la actitud en los estudiantes universitarios de Lima, en septiembre y noviembre del 2020.

1.3.1 Objetivos específicos

1. Determinar la influencia del contexto en el discurso de la caricatura política de la vacancia del presidente Vizcarra en la cognición o percepción de los estudiantes universitarios de Lima, en septiembre y noviembre del 2020.
2. Determinar la influencia del contexto en el discurso de la caricatura política de la vacancia del presidente Vizcarra en el aspecto emotivo-afectivo de los estudiantes universitarios de Lima, en septiembre y noviembre del 2020.
3. Determinar la influencia del contexto en el discurso de la caricatura política de la vacancia del presidente Vizcarra en el aspecto conativo, de acción o comportamental de los estudiantes universitarios de Lima, en septiembre y noviembre del 2020.

1.4 Justificación de la Investigación

La presente investigación de tesis doctoral que lleva por título: Influencia del Contexto en el Discurso de la Caricatura Política en la Formación de la Actitud en los Estudiantes de las universidades César Vallejo y ESAN de Lima, 2020, desea aportar conocimiento que permita orientar los contenidos periodísticos a formas visuales de transmisión de los hechos noticiosos acordes al tipo de lenguaje que los jóvenes nativo-digitales consumen. Se pretende demostrar que las imágenes de los acontecimientos informativos, mostradas por medio de caricaturas políticas, contribuyen a la formación de las actitudes que estos tienen frente a los sucesos de interés nacional.

La investigación permitirá que hombres y mujeres de prensa en ejercicio, responsables de la construcción de contenido periodístico replanteen formas narrativas más cercanas y atractivas para un público consumidor de imágenes, que tiene la necesidad de acceder a contenido mediático y de fácil comprensión. Así mismo, las escuelas de Ciencias de la Comunicación, responsable de la formación de nuevos comunicadores, podrán reconsiderar sus estrategias metodológicas y la transposición de saberes, de una forma visual orientada a la crítica de la realidad por medio de la interpretación. Esta investigación presenta la posibilidad de establecer formas comunicativas acordes a las necesidades de los más jóvenes.

1.5 Viabilidad de la Investigación

La investigación contó con información necesaria para realizar el estudio, se han encontrado artículos de investigación nacionales y extranjeros, así como textos y tesis relacionadas al tema.

La muestra fue de estudiantes universitarios del IV y V ciclo de dos universidades de Lima. Aunque sus perfiles profesionales son distintos los estudiantes cursan materias relacionadas a la comunicación y los medios de comunicación. El plazo para la ejecución de la presente investigación fue de 6 meses durante el 2021 y los recursos financieros fueron cubiertos por el investigador.

1.6 Limitaciones del estudio

Debido al confinamiento por la pandemia del Covid-19, se priorizó información de artículos, revistas electrónicas, *papers* y documentos en general obtenidos a través de la web, puesto que no se tiene acceso a libros físicos debido a que las bibliotecas se encuentran cerradas por disposición del gobierno. Además, las encuestas se realizaron por medio de la web, lo que puede significar una limitación al no tener un contacto directo con los encuestados. Finalmente, los antecedentes de investigaciones relacionados con el fenómeno a analizar son pocos sobre todo las investigaciones relacionadas a la obtención de doctorados.

1.7 Delimitaciones de la investigación

La presente investigación se realizó analizando a una población de estudiantes de dos universidades de Lima. Dicha población corresponde a jóvenes universitarios que oscilan entre los 18 y 20 años y cursan el IV y V ciclo de estudios de las carreras profesionales de Ciencias de la Comunicación y Psicología del Consumidor, además, ambos grupos llevan asignaturas relacionadas al estudio de las comunicaciones.

El hecho que motiva la investigación ocurre entre los meses de septiembre y noviembre del año 2020. Las variables que se relacionan y se consideran para la presente investigación son: contexto del discurso en la caricatura política y formación de la actitud en los estudiantes universitarios.

CAPÍTULO II - MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

De acuerdo con Registro de Trabajos de Investigación RENATI, perteneciente a la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria – SUNEDU, existen treintaidos trabajos de investigación que abordan el análisis de la caricatura política, sin embargo solo uno de ellos, la tesis doctoral de Carlos Rodrigo Infante Yupanqui de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos que lleva por título Poder y humor gráfico durante la crisis de Alberto Fujimori 1996-2000, aborda el tema de la crisis política relacionada a un gobierno.

En cuanto a la opinión pública, se evidencia en RENATI, la existencia de treinta trabajos de investigación (pregrado y postgrado) en donde se aborda la formación de la opinión pública desde la imagen corporativa, la prensa, entre otros.

Las tesis que más abundan en RENATI son las investigaciones acerca del discurso. Estas son a la fecha 1735 trabajos de investigación entre pregrado y posgrado a nivel nacional y abordan el discurso desde el aspecto audiovisual hasta el político.

2.1.1 Antecedentes internacionales

En la tesis presentada por España Ramos, Enrique (2008) para optar el grado de Doctor en la Universidad de Málaga, el autor planteó como

metodología de análisis del fenómeno, el método cualitativo y cuantitativo. En cuanto al recojo de la información, esta se realizó por medio de encuestas, fichas de observación, foros y documentos.

En las conclusiones relacionadas a la presente investigación, el autor menciona que los argumentos brindados por los sujetos de estudio están formados no solo por conocimiento, sino también por actitudes, creencias y valores, expresados en oraciones. También manifiesta que, en los argumentos dados por la muestra, estos están relacionados a la idea de asociar lo bueno con lo natural y lo malo con lo químico lo cual demuestra la relación entre los valores y las creencias, además indica que estas creencias pueden apoyar un proceso de “mitificación” de la naturaleza que tenga como base la idealización, pero la consideren fuera de su propia responsabilidad. En cuanto al valor se destaca un dominio por valorar lo natural, la naturaleza, la ciencia y sus avances y la seguridad. En cuanto al componente afectivo, las actitudes son las que han predominado, existe una posición en contra de las modificaciones genéticas y a favor de lo natural.

En la tesis presentada por Sánchez Garcés, Dayana Lisseth (2015) para optar el grado de Doctor en la Universidad Autónoma de Madrid, la autora plantea como metodología, una investigación de tipo causal con el objetivo de analizar los efectos en el comportamiento de los consumidores. Se empleó el análisis estadístico puesto que el recojo de la información fue por medio de encuestas a una muestra de tipo probabilístico.

Con respecto a las conclusiones a las que llegó y que tienen relación con la presente investigación, se determinó que los consumidores han cambiado su comportamiento desde la incorporación de los medios digitales, además estos desarrollan un comportamiento en el cual a pesar de la información obtenida por medio de la búsqueda on-line, continúan con la búsqueda de más información, esto debido a que para tomar decisiones requieren de una mayor cantidad de alternativas posibles.

En la tesis presentada por Sosa Girón, Andrea Susana (2007) para obtener el título profesional en la Universidad San Carlos de Guatemala, la autora plantea un tipo de estudio experimental, cuyo análisis del fenómeno es cuantitativo y cualitativo, con el recojo de la información por medio de encuestas y fichas de observación.

Las conclusiones a las que llegó la autora indica que las emociones dependen del manejo que los individuos tengan de ellas, puesto que el equilibrio emocional depende del manejo de los impulsos emocionales. Además, el desarrollo de actitudes, conocimientos, técnicas y habilidades permiten empresas más eficaces y trabajadores más creativos, felices y maduros emocionalmente. Otra conclusión a la que llegó es que el manejo correcto y positivo de las emociones unifica lo profesional con lo humano, generando estabilidad, seguridad y confianza, así como una actitud positiva.

Por último, la autora consideró que las personas generan bloques en el proceso del pensamiento y poca o inexistente motivación puesto que sus

emociones influyen en el desempeño laboral y se convierten en vulnerables ante los factores externos llevándolo a una actitud negativa y pesimista debido a la represión de sus emociones.

En la tesis presentada por Bermúdez Bausela, Montserrat (2008) para la obtención del grado de Doctor, en la Universidad Alfonso X el sabio, Madrid, la autora plantea una metodología descriptiva con un método deductivo, además para el análisis y valoración de resultados utilizó los métodos cuantitativo y cualitativo.

Abordaremos las conclusiones que se encuentra mejor relacionadas a la presente investigación. Una de las conclusiones a la que llega la autora es que el texto es una unidad del lenguaje en uso que se determina por el contexto social y es un instrumento comunicativo. La textualidad son las características que presenta un texto y que rigen la producción y recepción del texto, para que estos sean reconocidos y aceptados, deben tener ciertas normas textuales o convenciones que se ajusten a las expectativas del receptor. La autora también considera que la aceptación y adecuación a un texto depende de su género y tipo. Además, el proceso de la traducción se encuentra manipulado por el sistema conceptual de quien procesa la información puesto que el traductor tiende a juzgar, categorizar objetos, ideas, principios, etc. de acuerdo con los conceptos que tiene y a los aspectos socioculturales y lingüísticos en los que se sitúa. Otra conclusión a la que llega es que encontró dificultad en encontrar textos que aborden estudios contrastivos sobre textos jurídicos, probablemente porque se

presupone que lo más importante de un texto es el contenido y no la forma, y que son las palabras las que contienen significado. Por otro lado, considera que la diferencia entre fondo y forma es artificial puesto que el significado depende de las unidades lingüísticas concretas, las que tienen relación con la lengua y la cultura. Por último, considera que los textos no están unificados solo por palabras, sino que existen múltiples elementos textuales que ordenan y codifican el significado.

2.1.2 Antecedentes nacionales

En la tesis presentada por Anastacio Moncada, Leydi Fiorela y Carranza Vélez de Villa, Luis Alejandro (2018) para la obtención del título profesional en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, los autores plantean una metodología de tipo no experimental de corte transversal con enfoque cuantitativo puesto que la información fue recogida por medio de encuestas.

Las conclusiones a las que llegaron es que los pobladores encuestados tienen una opinión positiva del programa radial porque consideran que éste tiene una buena cobertura de información. Consideran que las ideas que se abordan son coherentes por parte de la mesa de conducción lo que genera empoderar ideológicamente al oyente al abrir el debate. Además, manifiestan que la información es clara y positiva, y que el programa radiofónico es un líder de opinión, por ello su sintonía no es esporádica sino recurrente.

En la tesis presentada por Córdova Rojas, Morayma Carolina (2012) para obtener el grado académico de Magister en la Universidad San Ignacio de Loyola, la autora plantea un diseño descriptivo comparativo, no probabilístico y cuantitativo puesto que empleó para el recojo de información encuestas.

Las conclusiones a las que llegó es que tanto niños como niñas presentan un nivel medio de reflexibilidad y pensamiento analógico, sin embargo, en la organización perceptual (ultima conclusión a la que llega y que tiene relación con la presente investigación), existen diferencias significativas entre ambos géneros, siendo mayores y positivas para los niños.

En la tesis presentada por Infante Yupanqui, Carlos Rodrigo (2008) para optar el grado de Doctor en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, el autor planteo como metodología de análisis del fenómeno, el método cualitativo, comparativo y semiológico. En cuanto a las técnicas, utilizó la Jerarquización de la Información propuesta por Van Dijk para la selección, análisis e interpretación del discurso humorístico. Se trabajó con entrevistas a profundidad a los humoristas peruanos, encuestas en diferentes sectores sociales para determinar el nivel de consumo de las caricaturas y finalmente se aplicó un *focus group*.

En las conclusiones, al autor menciona que el humor gráfico es por excelencia un espacio en donde se ordenan y reordenan las dinámicas del poder, se establecen alcances y límites en la construcción de la autonomía del humor

gráfico y aparece una capacidad de resignificación entre la población por medio de la construcción de una nueva consciencia social.

En la tesis presentada por Vásquez Farfán, John Max (2017), para optar el grado de Maestro en la Universidad Privada Cayetano Heredia, la metodología empleada por el autor es cuantitativa de diseño cuasiexperimental, el método de muestreo es no probabilístico. Para el procedimiento de recojo de información se utilizó dos evaluaciones escritas: un pretest y un post test.

En cuanto a las conclusiones, el autor indica que existe una relación entre las caricaturas y el desarrollo de habilidades del pensamiento, lo que demuestra que pueden ser utilizadas como recursos didácticos pues estas sirven para que los estudiantes logren identificar, describir, analizar e inferir el contenido que en ellas se muestra.

2.2 Bases Teóricas

Considerando que el tema de la caricatura es bastante amplio y que el fenómeno que se analizará tiene una relación con hechos recientes, la elaboración del marco teórico está centrado en las dos variables de investigación: caricatura y actitud, sin dejar de lado abordar específicamente la caricatura política y la influencia que ejerce en la población de estudio.

2.2.1 Teoría del Análisis Crítico

La Teoría del Análisis Crítico del Discurso (ACD) postulada por Van Dijk, se relaciona estrechamente con la Teoría del Contexto, la que usaremos como base para el análisis del fenómeno que estamos estudiando en la presente investigación.

La Teoría del Análisis Crítico que “es un tipo de investigación analítica sobre el discurso que estudia primariamente el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político” (Van Dijk, p.25). Dicho análisis tiene sus equivalentes en el desarrollo crítico de la psicología y las ciencias sociales. El ACD comprende al discurso como un elemento que es influido por la estructura social y que a su vez es producido por la interacción social, centrando su análisis en discursos relacionados a asuntos políticos y sociales, y considerando una estrecha relación entre el lenguaje, los discursos y la comunicación que permite la relación entre los individuos quienes poseen dimensiones intrínsecas cognitivas, emocionales, sociales, políticas, culturales e históricas. El ACD visto desde una perspectiva funcional, intenta explicar el uso del lenguaje y el discurso desde los procesos sociales, políticos, culturales e históricos.

Según Fairclough y Wodak, citado por Van Dijk, el ACD tiene ocho principios básicos:

1. ACD trata de problemas sociales

2. Las relaciones de poder son discursivas
3. El discurso constituye la sociedad y la cultura
4. El discurso hace un trabajo ideológico
5. El discurso es histórico
6. El enlace entre el texto y la sociedad es mediato
7. El análisis del discurso es interpretativo y explicativo
8. El discurso es una forma de acción social

(p. 24-25)

Además, entre el micro y macro nivel existen mesoniveles o niveles intermedios de análisis. Algunas formas en las que los niveles de análisis social se pueden relacionar son:

- a. Miembros de un grupo: los actores sociales y los usuarios del lenguaje, se involucran en el texto y en el habla, no solo como individuos sino también como miembros del grupo al que pertenecen, es decir, un periodista escribe desde su posición de hombre de prensa, pero también desde su posición de padre de familia, trabajador del medio de comunicación, etc.
- b. Relaciones entre acción y proceso: las acciones de los individuos están relacionadas con los procesos contemplados al elaborar un discurso. Si un periodista escribe una nota para el diario en el que trabaja, él es miembro de dicho medio de comunicación y su acción de elaborar la nota periodística es parte del proceso en el que el medio está involucrado como parte integrante de la sociedad.

- c. Contexto y estructura social: los actores sociales y los usuarios del lenguaje al producir un discurso lo hacen basados en el contexto o situación social en la que se encuentran. Este entorno social les permite expresar a través del lenguaje su posición y les da una relación y posiciona en un lugar en la sociedad, entre los medios de comunicación o con el público.
- d. Representaciones socio mentales: los actores, las acciones y los contextos son constructos mentales y sociales. Por medio del lenguaje los individuos adquieren una posición social que está vinculada a la posición mental que de ellos tienen el resto de la sociedad. De esta relación nace una interacción social que tiene otros componentes como la cultura, el conocimiento, las actitudes y las ideologías.

Sin embargo, Van Dijk considera que es mejor hablar de macroreglas debido a que en algunos textos, dependiendo su estructura, lo que puede ser una microestructura para algunos, pasa a ser una macroestructura, por ello es preferible determinar cómo las proposiciones se relacionan entre sí para darle el sentido al texto.

Además, Van Dijk indica que la relación entre los niveles macro y micro se pueden dar articulando las dimensiones superiores de los acontecimientos de comunicación:

- a. Los actores y sus acciones (reflejado en el discurso)
- b. Mentalidades y sus contextos

Esta relación es de vital importancia porque permitirá explicar cómo los actores sociales y los usuarios del lenguaje, ejercen y reproducen el poder social de los grupos y las instituciones.

2.2.2 La Teoría del Contexto

Para el desarrollo de la presente investigación se requiere abordar la Teoría del Contexto de Teun A. Van Dijk. Para este autor el contexto es el primer paso, vital y necesario, para la estructura y comprensión del discurso, por ello es necesario considerar dicha teoría para el análisis de esta investigación.

Para Van Dijk (2001) el discurso lo compone el conocimiento, la interacción, la sociedad y la cultura, siendo estas dimensiones de la sociedad. El discurso no es necesariamente una situación social objetivo, sino que responde a la subjetividad de los participantes en una situación comunicativa. El contexto y el discurso son componentes que se combinan, construyendo el primero un modelo mental que tiene un doble origen: cognitivo puesto que los individuos almacenan en su memoria a largo plazo las experiencias que están relacionadas al lenguaje, y social porque los individuos están influenciados por las representaciones socioculturales asimiladas a lo largo de su vida y que tienen relación con actitudes, opiniones e ideología. La teoría del contexto explica como los individuos se adaptan a la producción, recepción e interpretación del discurso llevando hacia una situación comunicativa, interpersonal y social.

(p. 71)

Para Van Dijk (2001) la situación social-comunicativa, es una noción sociocultural que se aborda desde una teoría sociológica y que incluye el estudio de participantes, relaciones entre los participantes, grupos, instituciones, poder, etc. visto desde esta perspectiva los actores sociales y el discurso tienen un nivel de interacción, lo que el autor denomina micro nivel, el que abordaremos más adelante. Además, el autor manifiesta que la teoría del procesamiento (producción/comprensión) del discurso y la situación socio-comunicativa no pueden influenciar de manera directa las estructuras verbales/discursivas porque requieren de una experiencia sociocognitiva puesto que son los usuarios del lenguaje quienes desarrollan representaciones mentales gracias a las estructuras antes mencionadas. (p.71)

Los modelos mentales tienen categorías generales como:

1. Escenario (tiempo y lugar)
2. Participantes (y sus roles)
3. Evento o acción

Sin embargo, estos modelos mentales pueden incluir una dimensión evaluativa y una dimensión emotiva.

Cabe señalar que los modelos mentales y el modelo de contexto representan aspectos personales y sociales para los individuos que en un tiempo determinado los consideran relevantes, pudiendo dejar de serlo luego, por esta razón es subjetivo e individual, lo que le da un carácter dinámico por estar en continuo cambio, se va actualizando a medida que

la persona adquiere nueva información o cambia su situación social y su interpretación del discurso. Sin embargo, hay que señalar que el contexto tiene una estructura o esquema más o menos fija porque responde a cogniciones, es decir, las situaciones pueden cambiar, pero el individuo mantiene una estructura mental basado en lo aprendido.

Van Dijk (2001) propone categorías hipotéticas de los modelos de contexto y las divide en:

1. Macro categoría: representa estructuras sociales globales de situaciones comunicativas relevantes. “[...] representa un 'sector' global de la sociedad, como la política, la educación o la salud. La hipótesis es que los participantes en una comunicación siempre tienen que darse cuenta de 'donde' están global y socialmente. [...] el dominio probablemente no tiene un impacto directo sobre (el procesamiento del) discurso, sino que opera solamente como una restricción de las categorías locales” (p.71)
2. Micro categoría: representa estructuras locales de la situación comunicativa interactiva. “Las categorías locales caracterizan la representación mental de las estructuras relevantes de la situación inmediata de la interacción. Hay argumentos para considerar esas categorías como constituyentes del contexto propiamente dicho, pero en mi concepción del contexto los/las participantes también tienen una representación de las categorías globales mencionadas [...]” (p. 77).

Desde el enfoque de la Teoría Crítica del Discurso de Van Dijk, el discurso se involucra en la reproducción del poder social, en donde el macro y micro categoría permiten la interacción entre actores sociales y discurso. La macro categoría relaciona las instituciones y los grupos sociales a los que pertenece el actor identificado en el micro nivel, otorgándole una relación entre éste y el grupo, que se relaciona con el poder social, la micro categoría es el nivel en donde se identifica al actor social dentro de un contexto de tipo social.

Las categorías hipotéticas están subdivididas de la siguiente manera:



Fuente: Elaboración propia

Macro Categoría o Global

1. Dominio: esta categoría representa a un sector global de la sociedad (político, educativo, etc.) no tiene una relación directa con el discurso, pero sirve como elemento restrictivo de los componentes de la micro categoría.

2. Participantes globales: los participantes globales se pueden identificar en la interacción comunicativa por medio de pronombres deícticos de grupo (ellos o nosotros, etc.)
3. Acción global: el control del uso de los conocimientos, la interpretación y los objetivos del discurso se pueden controlar por medio de los proverbios.

Micro Categoría o Local

1. Escenario: esta categoría comprende el tiempo y el lugar que controlan las expresiones del discurso.
2. Acción: es el reconocimiento de lo que los participantes están haciendo y esto se determina por medio del discurso, lo que permite también identificar los objetivos del discurso.
3. Participante: en esta categoría se distinguen tres tipos de participantes: 1. Participante comunicativo, los que se definen por medio de los pronombres deícticos en el discurso. 2. Participantes interactivos, permite la interpretación de los roles de los interlocutores por medio de la forma como se dirigen al otro en el discurso. 3. Participante sociales/políticos, está formado por el contenido y los papeles de los participantes (edad, género, profesión, etc.)
4. Cognición: esta categoría tiene relación con el conocimiento para la producción e interpretación del discurso y con el objetivo de la comunicación

2.2.3 Actitud

Las reacciones positivas o negativas que tienen las personas hacia otras personas, objetos o hechos son lo que se denomina actitud. “Las Evaluaciones globales y relativamente estables que las personas hacen sobre otras personas, ideas o cosas que, técnicamente, reciben la denominación de objetos de actitud” (p.459) tal y como indican Pablo Briñol, Carlos Falces y Alberto Becerra en el libro *Psicología Social*. Así mismo Kassin, S., Fein, S., Rose, H. (2015) en su libro *Psicología Social* mencionan que “Las actitudes son evaluaciones positivas, negativas o mixtas que se hacen respecto a algún objeto y que se expresan con un nivel de intensidad determinado [...]” (p.206)

Por su parte, en el libro *La Opinión Pública - teorías, conceptos y métodos*, el autor Cándido Monzón Arribas citando a Torregrosa, indica que las actitudes son “los modos de orientarse afectiva, cognitiva y activamente hacia aspectos diferenciados de la realidad del sujeto” (p.142). Como menciona Monzón, esta definición contempla elementos como afectos o sentimientos, creencias y tendencias a la acción e indica que los elementos o componentes de la actitud son:

1. El componente cognoscitivo o perceptivo: está conformado por un conjunto de ideas, opiniones, categorías, juicios de valor, creencias, etc. que el hombre utiliza al pensar. Esto nos permite percibir e interpretar el mundo.

2. El componente afectivo: es el aspecto sentimental y emotivo que contienen las ideas, juicios y valoraciones al referirnos a los objetos.
3. El componente conativo: llamado también de acción o comportamental, es la forma en que las personas se manifiestan de forma concreta actuando frente a determinadas circunstancias.

Según Cándido Monzón, estos tres componentes son percibidos en todas actitudes en mayor o menor intensidad. La opinión se hace presente cuando el componente cognitivo y la actitud se verbaliza, dando paso a corrientes de opinión que dialogan y discuten acerca de asuntos de actualidad. Cuando esto ocurre, se dice que existe una opinión pública. Las actitudes que activan a las personas son las actitudes políticas y las actitudes hacia lo público, en ambos componentes se basa la opinión pública. (p.142)

Según Kassin, S., Fein, S., Rose, H., (2015) las actitudes tienen dos componentes que las determinan: el factor genético y el contexto social y cultural, así como las experiencias.

Según Abraham Tesser (1993), citado por los autores mencionados, nuestros gustos, así como la antipatía que sentimos, está configurada por una raíz genética. Diversas investigaciones han demostrado que, en el caso de los gemelos idénticos, ambos sienten similares actitudes

frente a diversas situaciones. Pero al margen de ello, los individuos, suelen desarrollar ciertas actitudes a partir de la exposición a determinados objetos actitudinales, así como al historial de recompensas y castigos, las actitudes de los padres, amigos, el contexto social y cultural en el que viven y a otras experiencias a las que hayan estado expuestos (p.212-213).

2.2.3.1 Actitudes y comportamiento

Estos dos componentes no siempre están correlacionados, puesto que la actitud que se tenga con respecto a diversos temas no es desencadenante de un comportamiento consecuente, existen diversos factores que nos llevan a tener un comportamiento diferente a nuestra actitud y eso depende de que las actitudes están relacionadas a las características que el sujeto que observa asocia con el objeto o con las creencias que tiene de él. Sin embargo, las actitudes si nos permiten pronosticar un comportamiento futuro. Las actitudes son uno de los determinantes en el comportamiento social, el modelo de actitudes mejor conocido, que vincula creencias y evaluaciones, es el propuesto por Fishbein al que llamó la Teoría de la Acción Razonada (1980) en donde una creencia nos lleva a una actitud y a su vez a una intención de conducta, pero para que esta conducta se manifieste existen dos determinantes: la actitud de la persona hacia la conducta y la norma subjetiva de la persona. Es esta última la que está compuesta por las creencias normativas (lo que otras personas importantes para la persona, esperan que haga) y la motivación para adaptarse (referida a

las expectativas generadas por la norma subjetiva). Cabe señalar que la norma subjetiva es: “valoración que hace la persona de la probabilidad de que otras personas relevantes como los compañeros, los amigos o la familia, esperen de ella la conducta mencionada” (Pablo Briñol, Carlos Falces y Alberto Becerra. 2007. p.464)

Ajzen (1991) amplió la Teoría de la Acción Razonada dando origen a la Teoría de la Conducta Planificada en la que se indica que las actitudes tienen influencia en el comportamiento mediante el proceso de toma de decisiones. Además, indica que su impacto está delimitado por cuatro aspectos:

1. Las actitudes específicas influyen más en el comportamiento, que las actitudes generales.
2. El comportamiento es influido por actitudes y por normas subjetivas, es decir, las creencias respecto a lo que los demás creen que el otro hará.
3. Las actitudes se manifestarán en un comportamiento solo si se percibe que este está bajo control y que será aceptado por los otros.
4. Cuando las actitudes, unidas a las normas subjetivas y al control percibido favorecen el comportarse de una manera determinada, muchas veces las personas no llevan esa intención a la realidad.
(p.214-215)

2.2.3.2 La fuerza de la actitud

No todas las actitudes que las personas tienen frente a diversos asuntos de su interés, pueden ser medida bajo un mismo patrón o fuerza, las personas clasifican sus actitudes considerando tres factores, tal y como indica David Boninger y otros (1995). cuando el tema afecta directamente sus intereses personales, 2. cuando el tema tiene una conexión relevante e importante con sus valores filosóficos, políticos y religiosos y 3. si el tema es importante para sus amigos cercanos, familiares y sus endogrupos sociales.

Boringer también considera que la fuerza de la actitud está determinada por, qué tan informada está la persona del hecho o acontecimiento y cómo obtuvo dicha información; por lo que cuando la información se ha obtenido de primera mano, la actitud frente a ella será más fuerte que si se hubiese obtenido de forma indirecta. (p.1)

Otro factor importante es que la actitud puede ser reforzada cuando es atacada mediante un mensaje persuasivo, sin embargo, esta influencia estará relacionada a cuan satisfecha se sienta la persona con su propia resistencia al mensaje, si la persona se siente resistente al mensaje persuasivo, se apegará más a su actitud y estará más predispuesta a un comportamiento consecuente a ella.

Por último, las actitudes fuertes son de más fácil acceso para la conciencia lo que permite que emerjan en la mente de la persona con rapidez y

facilidad; cuando esto ocurre es más fácil que el comportamiento aparezca de manera rápida y espontánea o que el individuo se detenga a reflexionar sobre el comportamiento que debe expresar.

2.2.3.3 Evaluación de una actitud

Para Pablo Briñol, Carlos Falces y Alberto Becerra (2007), las actitudes pueden ser evaluadas considerando la reacción de la persona frente al hecho o situación que le genere una actitud:

1. Valencia positiva o negativa
2. Actitud positiva de extremosidad media: la persona hace una evaluación moderadamente positiva del suceso o fenómeno observado.
3. Actitud positiva de extremosidad alta: la persona considera una evaluación altamente positiva.
4. Actitud negativa de extremosidad alta: la persona hace una medida de evaluación totalmente negativa.
5. Indiferencia y Ambivalencia
 - Ausencia de actitud: la persona considera el hecho irrelevante.
 - Actitud neutra: la persona se siente indiferente ante el hecho observado.
 - Actitud ambivalente: la persona advierte evaluaciones tanto positivas como negativas hacia el hecho observado.

2.2.3.4 Componentes de las actitudes

Constan de tres componentes: cognitivo, afectivo y conductual

1. Componente cognitivo: Incluye los pensamientos y creencias de la persona acerca del objeto de actitud.
2. Componente afectivo: Agrupa los sentimientos y emociones asociados al objeto de actitud.
3. Componente conductual: Recoge las intenciones o disposiciones a la acción, así como los comportamientos dirigidos hacia el objeto de actitud. (Pablo Briñol, Carlos Falces y Alberto Becerra. p.459)

2.2.3.5 Funciones de las actitudes

Los autores mencionan tres tipos de funciones de las actitudes: organización del conocimiento, utilitaria y de expresión de valores:

1. Organización del conocimiento

Los seres humanos tenemos la capacidad de organizar el conocimiento al que accedemos durante nuestra vida, esto permite poder procesar la gran cantidad de información que llega a nosotros y darles una valoración acorde a nuestros intereses. “Las actitudes ayudan a satisfacer esta necesidad básica de conocimiento y control, estructurando la información en términos positivos y negativos. De esta forma, ante situaciones nuevas, nuestras actitudes permiten predecir qué cabe esperar de ellas, aumentando así nuestra sensación de control” (Brehm, 1966; Maslow, 1962; Murray, 1955 citado por Pablo Briñol, Carlos Falces y Alberto Becerra p.460).

Una vez que se forma la actitud en las personas, la información que se adquiera reforzará la actitud validándolo, lo que permitirá ignorar información que no sea coincidente con ella.

2. Función Instrumental o Utilitaria

Esta función indica que las actitudes permiten a las personas alcanzar los objetivos deseados. Si la actitud es positiva, la percepción que se tenga de la persona con buena actitud frente a un hecho o situación también será positiva y lo colocará en una posición adecuada para el logro de los objetivos. Esta función está basada en las teorías del aprendizaje en donde se indica que ante una actitud positiva el resultado es una recompensa y la actitud negativa equivale al castigo. “Dicho de otro modo, a través de las actitudes podemos conseguir lo que queremos y evitar aquello que no nos gusta, contribuyendo de esta forma a crear sensaciones de libertad y competencia (Katz, 1960 citado por Pablo Briñol, Carlos Falces y Alberto Becerra p. 462).

3. Función de identidad y expresión de valores

Las personas tienden a expresar de forma pública su parecer frente a diversos asuntos dejando ver a los demás su actitud y valores, esto permite mostrar cuál es nuestra verdadera identidad, así como acercarnos a quienes comparten con nosotros similar forma de pensar. “[...] la expresión de actitudes sirve para acercarse a otras personas con actitudes similares, contribuyendo de esa forma a satisfacer la necesidad

básica de aceptación y pertenencia grupal (Baumeister y Leary, 1995; Brewer, 1991 citado por Pablo Briñol, Carlos Falces y Alberto Becerra).

2.3 Doctrina

En septiembre del 2020 cuando el Congreso de la República solicita la vacancia del entonces presidente Martín Vizcarra, los medios de comunicación expresaron su opinión a favor y en contra, algunas voces se alzaron manifestando los excesos por parte del Congreso y a pesar de que el pedido no prosperó por no alcanzar los 87 votos como mínimo, la Constitución Política del Perú contempla esta figura legal en el Cap. IV: Poder Ejecutivo, indica lo siguiente:

Artículo 113°. - La Presidencia de la República vaca por:

1. Muerte del Presidente de la República.
2. Su permanente incapacidad moral o física, declarada por el Congreso.
3. Aceptación de su renuncia por el Congreso.
4. Salir del territorio nacional sin permiso del Congreso o no regresar a él dentro del plazo fijado. Y
5. Destitución, tras haber sido sancionado por alguna de las infracciones mencionadas en el artículo 117° de la Constitución.

Artículo 114°. - El ejercicio de la Presidencia de la República se suspende por:

1. Incapacidad temporal del Presidente, declarada por el Congreso, o

2. Hallarse éste sometido a proceso judicial, conforme al artículo 117º de la Constitución

El escándalo de los tres audios en donde el expresidente conversaba con sus asesores respecto al “caso Richard Swing” y las medidas a tomar ante las investigaciones por parte del Ministerio Público y la Comisión de Fiscalización del Congreso relacionados al supuesto delito contra los principios de buena administración y de justicia presupuestal al haber pagado los servicios del cantante Richard Cisneros (conocido como Richard Swing) a través de una contratación directa. Ha este audio se sumó otros en donde la entonces asistente del presidente conversaba con Cisneros y este último mencionaba lo cercano que era al presidente Vizcarra y la influencia que ejercía sobre él en decisiones tomadas cuando era Gobernador Regional de Moquegua y ahora como presidente.

El segundo pedido de vacancia por incapacidad moral permanente solicitado en el mes de octubre del mismo año, tenía como justificación los presuntos actos de corrupción cometidos por el entonces presidente Vizcarra, cuando ejercía el cargo de Gobernador Regional de Moquegua. Un colaborador eficaz del llamado “Club de la Construcción” informó que la empresa Obrainsa pagó a Vizcarra 1 millón de soles y otros tres aspirantes a colaboradores eficaces mencionaron que Vizcarra recibió 1.3 millones de soles del Consorcio Ingenieros Civiles y Contratistas Generales S.A. e Incot para la licitación del proyecto para la construcción del Hospital Regional de Moquegua. Esta información fue determinante para que en el 02 de

noviembre el Congreso de la República aprobara la vacancia de Martín Vizcarra por incapacidad moral permanente, asumiendo la presidencia, el entonces presidente del congreso, Manuel Merino.

La situación de inestabilidad política ocasiona como consecuencia no solo inestabilidad al interior de nuestro país, sino también daña y coloca en serios cuestionamientos al Perú frente a los organismos internacionales. Ante los problemas internos de corrupción, inestabilidad política, económica y social, crisis sanitaria y educativa, cómo puede el Estado avocarse a cumplir con el pacto firmado con la ONU en el 2015.

En septiembre del 2015, 193 Estados que conforman la Organización de las Naciones Unidas, entre los que se encuentra el Perú, firmaron en Asamblea General, la hoja de ruta para el desarrollo sostenible de América Latina y el Caribe. Este documento denominado Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, contempla 17 objetivos que se encuentran enfocados en el desarrollo económico, social y medioambiental de los 193 estados miembros.

La erradicación de la pobreza extrema, la disminución de la desigualdad en todas sus dimensiones, el trabajo decente, el crecimiento económico, el cuidado medioambiental entre otros temas, son a lo que se han comprometido los países miembros y que requiere del compromiso de los gobiernos, sociedad civil, el sector académico y el privado, sin el compromiso

de todos los actores, estos objetivos no se podrán alcanzar en el plazo establecido.

Es importante saber que América Latina y el Caribe, si bien no es la región del mundo más pobre, si es la más desigual en todos los ámbitos, lo que limita su potencialidad. Problemas como la segregación, la desigualdad de oportunidades, la baja calidad de la educación y del servicio de salud, al que no todos tienen acceso y que ha quedado en evidencia a partir de la pandemia del COVID -19, la desigualdad de género, la falta de respeto a las minorías, entre otros, son los problemas que apunta a disminuir estos 17 objetivos y 169 metas. En ese sentido la Comisión para América Latina (CEPAL), se ha comprometido a acompañar y apoyar a los países en la organización, implementación y seguimiento de las acciones tomadas en favor de mejorar las condiciones de vidas de los ciudadanos de los países de la región.

A continuación, veremos los 17 objetivos para el desarrollo sostenible y las metas trazadas para su disminución y a partir de ello como la situación de crisis política del Perú afecta de forma directa no solo a lo que nos comprometimos cumplir, sino a los ciudadanos, sobre todo a lo que se encuentran en situación de pobreza, extrema pobreza o pertenecen a los sectores vulnerables:

Fin de la pobreza

La disminución de la pobreza debe ser considerada en todas sus formas, no solo aquella relacionada a la falta de recursos e ingresos, sino también a sus manifestaciones como el hambre y la desnutrición, el acceso limitado a la educación y a los servicios básicos, la discriminación y la exclusión social así como la falta de participación de los ciudadanos para la toma de decisiones.

Metas

- Erradicar la pobreza extrema (personas que viven con 1.25 dólares al día).
- Reducir a menos de la mitad la proporción de las personas de todas las edades que viven en situación de pobreza.
- Implementar sistemas y medidas de protección social.
- Garantizar que hombres y mujeres pobres y vulnerables tengan igualdad de derechos y acceso a recursos económicos, servicios básicos, a la propiedad y control de la tierra, a la herencia, a los recursos naturales, a las nuevas tecnologías y a servicios financieros.
- Reducir la exposición a la vulnerabilidad relacionada con fenómenos como el clima, desastres económicos, sociales y ambientales, así como fomentar la resiliencia entre los pobres y personas en situación de vulnerabilidad.
- Garantizar la movilización de recursos de países desarrollados para que apoyen a los países en vías de desarrollo con la implementación de programas que disminuyan la pobreza.
- Crear marcos normativos que sirvan de base en la implementación de medidas para erradicar la pobreza y que tengan en cuenta las cuestiones de género.

Hambre cero

Históricamente, el ser humano se ha alimentado de lo que produce la tierra, en ese sentido, el buen funcionamiento del sector agrícola y alimentario son prioritarios para la alimentación de 925 millones de hambrientos que actualmente existen en el mundo. El cambio climático, es en gran medida el responsable de la carencia de recursos por el aumento de las sequías e inundaciones.

Metas

- Erradicar el hambre y la desnutrición en personas vulnerables y pobres.
- Poner fin a todas las formas de malnutrición que provocan el retraso del crecimiento de los niños menores de 5 años, la desnutrición de los adolescentes y mujeres embarazadas, lactantes y personas de la tercera edad.
- Duplicar la producción agrícola y mejorar los ingresos de las mujeres, los pueblos indígenas, los agricultores, ganaderos, pescadores y sus familias.
- Asegurar la producción y sostenibilidad de productos alimenticios aumentando la producción y tomando medidas para el fortalecimiento y adaptación climática.
- Mantener la diversidad genética de las semillas.
- Aumentar la infraestructura rural y por ende la capacidad de producción
- Corregir y prevenir las distorsiones y restricciones comerciales.
- Adopción de medidas que favorezca el buen funcionamiento de los mercados de productos básicos alimenticios para limitar la volatilidad de los precios.

Salud y Bienestar

Para lograr el desarrollo de una sociedad es necesario contar con ciudadanos sanos. A pesar de que los avances en la reducción de enfermedades como la malaria, la tuberculosis, la poliomielitis y la propagación del VIH/SIDA, aún no es suficiente, por ello es necesario que la población cuente con acceso al agua limpia y el saneamiento, de esta manera, las causas de muerte se reducirán.

Metas

- Reducir la tasa de mortalidad materna.
- Reducir la tasa de mortalidad de recién nacidos.
- Poner fin a las epidemias y enfermedades transmitidas por medio del agua.
- Reducir la mortalidad prematura por enfermedades por medio de tratamientos y promoción de la salud mental y bienestar.
- Promover la prevención y tratamiento de sustancias adictivas.
- Reducir el número de muertes ocasionadas por accidentes de tráfico.
- Garantizar el acceso a los servicios de salud sexual y reproductiva.
- Garantizar la cobertura sanitaria protegiendo a los ciudadanos de riesgos financieros, brindar servicios de salud de calidad, acceso a medicamentos y vacunas de calidad.
- Reducir la mortandad a causa del uso de productos químicos que contaminen el aire, agua y suelo.
- Fortalecer las medidas respecto al uso del tabaco.
- Apoyo a las actividades de investigación y desarrollo de medicinas y vacunas para el tratamiento de enfermedades transmisibles y no transmisibles.

- Aumento de la financiación de la salud, contratación y perfeccionamiento del personal sanitario, así como su retención.
- Fortalecer la capacidad de los países en la detección temprana de enfermedades y la gestión para la reducción de riesgos.

Educación de Calidad

A pesar de los avances en la educación dados en diversos países de la región, la pandemia desnudó la realidad del sector educativo en nuestro país. Las medidas tomadas no fueron suficientes para llevar la educación a los sectores menos favorecidos. Se reveló carencia de infraestructura, tecnología y capacidades de los maestros para afrontar el reto de una educación virtual.

Metas

- Asegurar que los niños y niñas culminen la educación primaria y secundaria de forma gratuita y con calidad.
- Asegurar que los niños y niñas accedan a servicio de atención y desarrollo de la primera infancia y de educación preescolar de calidad para facilitar su acceso a la educación primaria.
- Igualdad entre hombres y mujeres para acceder a educación técnica, profesional y superior de calidad.
- Aumentar el número de jóvenes y adultos con capacidades técnicas y profesionales para acceder a empleos.
- Asegurar la igualdad de oportunidades, sin importar el género o la condición, para acceder a educación en todos sus niveles.

- Asegurar que los jóvenes y adultos, sin importar su género o condición, estén alfabetizados y tengan noción básica aritmética.
- Asegurar que todos los alumnos tengan conocimientos teóricos y prácticos para promover el desarrollo sostenible, los derechos humanos, la igualdad, la paz y no violencia. La ciudadanía mundial, la valoración de la diversidad cultural.
- Construir instalaciones educativas que aseguren la comodidad para los alumnos de diferentes géneros y con discapacidad, así como el logro de la educación no violenta e inclusiva.
- Aumentar el número de becas disponibles a todos los niveles de la educación.
- Aumentar la oferta de docentes calificados.

Igualdad de género

A pesar de los avances logrados en la igualdad de género, aún se mantienen las diferencias en diversos ámbitos. La igualdad de género es un derecho fundamental de ser humano y garantiza la sostenibilidad en un mundo pacífico y próspero. El acceso a la educación, la salud, el trabajo, la economía y las decisiones políticas, son necesarias en el marco de la igualdad de oportunidades para todos y todas.

Metas

- Eliminar toda forma de discriminación contra las mujeres y niñas.
- Eliminar la violencia contra mujeres y niñas, así como la explotación sexual y de cualquier otro tipo.

- Eliminar las prácticas que atenten contra la dignidad de las niñas como el matrimonio infantil, precoz y forzado así como la mutilación genital femenina.
- Reconocimiento del trabajo doméstico no remunerado ofreciendo servicios públicos, infraestructura y políticas de protección social, además de promover la responsabilidad compartida en el hogar.
- Asegurar la participación de las mujeres en la vida política, económica y pública, con igualdad de oportunidades.
- Asegurar el acceso a la salud sexual y reproducción.
- Promover reformas que den igualdad de derechos a las mujeres sobre los recursos económicos, accesos a la propiedad, el control de la tierra y bienes, la herencia y recursos naturales.
- Promover el empoderamiento de la mujer con la mejora de la tecnología de la información y la comunicación.
- Fortalecer las políticas que promuevan la igualdad de géneros y empoderamiento de las mujeres y niñas a todos los niveles.

Agua limpia y saneamiento

La escasez de recursos hídricos o la mala calidad de agua, repercute en la calidad y seguridad de la alimentación. Las familias pobres o en situación de pobreza extrema son las más afectadas por esta situación, que unida a problemas de accesos a la economía, salud o medioambientales, incrementa su situación de pobreza.

Metas

- Acceso al agua a precio asequible.

- Accesos a servicios de saneamiento e higiene.
- Mejora de la calidad del agua, con el fin de reducir la contaminación, promoviendo el reciclado y la reutilización.
- Aumento del recurso hídrico y abastecimiento del agua dulce para reducir la cantidad de personas que no cuentan con dicho recurso.
- Promover la gestión integrada de recursos hídricos a todo nivel
- Proteger los ecosistemas relacionados con el agua como: bosques, montañas, ríos, lagos, acuíferos y humedales.
- Ampliar la cooperación internacional con el fin de promover el tratamiento del agua residual, las tecnologías de reutilización, la desalinización y el uso eficiente de recursos hídricos.
- Promover y apoyar a las comunidades para mejorar la gestión del agua y el saneamiento.

Energía asequible y no contaminante

La energía es necesaria para el desarrollo de un país. Ella brinda la posibilidad de que las industrias, que mueven los motores de la economía se fortalezcan, con esto conservados los empleos, se producen bienes y servicios y genera aumento de ingresos para los ciudadanos, es decir, gracias a ella se mueve la rueda de la economía.

Metas

- Garantizar el acceso a los servicios energéticos.
- Aumentar la energía renovable.
- Duplicar la tasa de mejora de la eficiencia energética.

- Promover la cooperación internacional para la realización de estudios de investigación relacionados a la energía limpia.
- Mejorar la infraestructura y tecnología que brinda servicios energéticos

Trabajo decente y crecimiento económico

La brecha de la desigualdad es un problema que se acrecienta más en algunos países, sobre todo en América y el Caribe. Aún muchas personas viven con 2 dólares diarios, y a pesar de contar con un trabajo, este no les garantiza salir de la pobreza puesto que las condiciones laborales no son las adecuadas para la subsistencia.

Metas

- Aumento del crecimiento económico y un crecimiento del producto bruto interno de al menos 7% anual en los países en vías de desarrollo.
- Mayor productividad por medio de la diversificación y modernización de la tecnología y la innovación.
- Promoción de políticas que contribuyan a las actividades productivas, creación de puesto laborales decentes, emprendimiento, creatividad e innovación, con el fin de promover el crecimiento de las microempresas, pequeñas y medianas empresas.
- Mejorar la producción y el consumo a nivel mundial, para el incremento del crecimiento económico.
- Lograr empleo digno para las personas sin importar su género o condición, garantizando igualdad de remuneraciones.
- Reducir la cantidad de jóvenes sin empleo o que no tienen estudios.

- Adoptar medidas para erradicar la esclavitud por medio de trata de personas, el trabajo forzado, el trabajo infantil y el reclutamiento de niños-soldados.
- Proteger los derechos laborales sin importar el género, incluso para las personas migrante.
- Fortalecer a las instituciones financieras para que puedan otorgar créditos bancarios, financieros y de seguros para todos.
- Apoyo en materia de comercio para los países menos desarrollados.
- Desarrollar estrategias a nivel mundial para el empleo de jóvenes.

Industria, innovación e infraestructura

El logro del desarrollo sostenible se alcanza promoviendo la mejora de transporte, energía, tecnología de la información, riego y comunicaciones, sobre todo considerando el acelerado crecimiento de las ciudades, las que requieren la implementación eficiente de estos servicios teniendo en cuenta los efectos del cambio climáticos y el crecimiento de económico, así como la estabilidad social.

Metas

- Desarrollo de infraestructura de calidad a nivel regional y transfronteriza que permita el tránsito seguro de los ciudadanos.
- Promover la industrialización sostenible e inclusiva.
- Promover el acceso de las pequeñas empresas a financiamiento.
- Modernizar la infraestructura de las industrias, así como su tecnología y promover procesos industriales medioambientales limpios.

- Aumentar la investigación científica para el desarrollo de las industrias y la mejora de vida de los habitantes.
- Facilitar el desarrollo de infraestructura y tecnología en los países en vías de desarrollo, sobre todo en el continente africano.
- Promover normativas adecuadas para el desarrollo de la tecnología e infraestructura.
- Aumentar el acceso a las tecnologías de la información y comunicaciones de manera significativa.

Reducción de las desigualdades

A pesar de que la reducción de la pobreza a nivel global se ha reducido y que una significativa cantidad de países han experimentado índices de crecimiento económico, esto no es necesariamente un factor determinante para la reducción o erradicación de la pobreza al interior de los países. Este problema requiere ser analizado desde tres dimensiones: económico, social y ambiental.

Metas

- Aumento de tasas de crecimiento per cápita de ingresos o egresos en los hogares, en un 40%.
- Promover y potenciar la inclusión social, política y económica sin importar el género, edad, raza, etnia, condición, etc.
- Garantizar la igualdad de oportunidades promoviendo leyes en contra de la discriminación.
- Promover políticas fiscales, salariales y de protección social con el objetivo de lograr una mayor igualdad.
- Fortalecer la vigilancia de las instituciones y de los mercados financieros.

- Incrementar la participación de los países en vías de desarrollo en las decisiones adoptadas por los organismos internacionales.
- Promover políticas migratorias y facilitar la migración ordenada, segura y responsable.
- Promover un trato especial y diferenciado para los países en vías de desarrollo por parte de los organismos internacionales.
- Promover la asistencia financiera y la inversión extranjera para los países en vías de desarrollo.
- Los costos de las remesas enviadas por los migrantes a sus países de origen deben tener un costo de transacción reducido.

Ciudades y comunidades sostenibles

El crecimiento desmesura y desordenado de muchas ciudades ha generado dificultades en la generación de empleos, la distribución de los recursos, el bienestar general del ciudadano al no tener acceso o un acceso limitado a salud, agua, saneamiento, transporte, entre otros. La mejora y aprovechamiento de los recursos se reflejará en condiciones de vida dignas, en un desarrollo social y económico.

Metas

- Asegurar el acceso a la vivienda, agua, luz y saneamiento de las personas que habitan en ciudades, así como la mejora de los barrios marginales.
- Acceso a transporte y seguridad vial, poniendo especial cuidado en las personas más vulnerables, niños, mujeres y personas con discapacidad.
- Aumentar y promover la urbanización de los asentamientos humanos.
- Aplicar medidas para reforzar el cuidado del patrimonio cultural y natural.

- Reducir las pérdidas de vidas y de personas afectadas por desastres naturales, protegiendo a los más pobres y personas vulnerables.
- Reducir el impacto ambiental poniendo especial cuidado en el aire y los desechos.
- Proporcionar espacios públicos y zonas verdes para los habitantes, en especial para niños, mujeres, ancianos y personas con discapacidad.
- Asegurar y promover los vínculos económicos entre la zona urbana, periurbana y rural.
- Aumento de ciudades y zonas periurbanas cuyas políticas contemplen la mejora de la inclusión, disminuyan los efectos del cambio climático y promuevan la resiliencia ante los desastres naturales.
- Promover la construcción de edificaciones sostenibles con materiales naturales y brindar apoyo financiero para este fin.

Producción y consumo responsable

El uso eficiente de los recursos, la eficiencia energética, así como el acceso a empleos decentes y el contar con servicios básicos, es parte de los planes de desarrollo que apuntan a reducir la pobreza, los costos económicos, ambientales y sociales, como el lograr el aumento de la competitividad económica.

Metas

- Promover los programas de consumo y producción sostenible.
- Promover la gestión sostenible y el uso eficiente de recursos naturales.
- Reducir la pérdida de alimentos per cápita y aquellos correspondientes a la cadena de producción, incluso las pérdidas posteriores a la cosecha.

- Lograr que los desechos químicos y los de los productos a lo largo de su ciclo de vida, se gestión de forma eficiente a fin de evitar la contaminación de agua, suelo o atmosfera.
- Promover el reciclado mediante la generación de actividades de prevención, reducción y reutilización.
- Promover que las empresas incorporen prácticas sostenibles en su cadena de producción.
- Promover prácticas sostenibles de adquisición pública.
- Difundir entre las personas información para que tengan conocimiento del desarrollo sostenible y los incorporen en su estilo de vida.
- Lograr que los países en vías de desarrollo fortalezcan su capacidad científica y tecnológica relacionada al consumo y producción sostenible.
- Promover el turismo sostenible que genere puestos de trabajo y promueva la cultura y el consumo de productos locales.
- Racionalizar los subsidios ineficientes a los combustibles fósiles tomando medidas tributarias y así minimizar los efectos que puedan afectar a las personas vulnerables.

Acción por el clima

El cambio climático tiene consecuencias devastadoras no solo para la naturaleza, sino también para el ser humano y los animales que se encuentran expuestos a las emisiones de gases de efecto invernadero. Esta situación afecta a los más pobres y vulnerables, es por ello que, en los últimos años, diversos gobiernos han tomado medidas drásticas a fin de revertir esta situación, sin embargo, aún hay mucho por hacer.

Metas

- Fortalecer en las personas la adaptación y resiliencia ante los desastres naturales.
- Promover políticas y estrategias para reducir el impacto del cambio climático.
- Promover desde las escuelas la cultura de mitigación, adaptación y reducción de efectos contaminantes.
- Cumplimiento por parte de los países desarrollados en movilizar fondos para que los países en vías de desarrollo adopten medidas para mitigar el impacto medioambiental.
- Promover la capacidad de planificación y gestión en reducir el impacto medioambiental.

Vida submarina

El futuro sostenible, se encuentra en los océanos, quienes no solo contienen vida que es parte de la cadena alimenticia del hombre, sino que también nos provee de oxígeno y es usado para el transporte y el comercio mundial.

Metas

- Prevenir y reducir la contaminación marina debido a las actividades realizadas en tierra.
- Gestionar y proteger el ecosistema marino y costero para restablecer su salud y productividad.
- Minimizar los efectos de acidificación de los océanos.
- Reglamentar la pesca a fin de poner fin a la pesca excesiva o ilegal, que ocasiona la depredación de las especies marinas.

- Promover zonas marinas protegidas.
- Eliminar las subvenciones a la pesca que ocasionan la sobre capacidad y la disminución de las especies.
- Apoyo económico a los países en vías de desarrollo para gestionar la pesca sostenible, la acuicultura y el turismo.
- Desarrollo del conocimiento científico e investigativo, así como la tecnología marina.
- Promover y facilitar que los pescadores artesanales accedan a los recursos marinos y a los mercados.
- Promover la conservación sostenible de los recursos oceánicos.

Vida de ecosistemas terrestres

Los bosques cubren el 30% del planeta y son el hábitat de muchas especies que encuentran en ellos no solo refugio, sino también alimentación. Cada año desaparecen 13 millones de hectáreas debido a la deforestación producto de las actividades humanas y el cambio climático, por ello es importante tomar medidas que reviertan esta situación.

Metas

- Asegurar la conservación de los ecosistemas en bosques, humedales, montañas y zonas áridas.
- Promover la gestión sostenible de bosques, recuperar los bosques degradados y aumentar la forestación y reforestación, así como detener la deforestación.
- Rehabilitar tierras y suelos degradados para reducir la desertificación.

- Promover la conservación de los ecosistemas montañosos y su diversidad biológica.
- Adoptar medidas para reducir la degradación de los hábitats naturales y proteger las especies para evitar su extinción.
- Promover la distribución justa y equitativa de los recursos.
- Adoptar medidas para evitar la caza furtiva y la demanda de flora y fauna silvestre.
- Promover medidas para la prevención y control de las especies exóticas invasoras.
- Integrar los valores de ecosistemas y biodiversidad en las estrategias de planificación y reducción de la pobreza.
- Aumentar los recursos financieros para conservar la biodiversidad y los ecosistemas.
- Promover que parte del gasto público se destine a la conservación de la biodiversidad y los ecosistemas.
- Aumento de la lucha contra la caza furtiva y el tráfico de especies protegidas.

Paz, justicia e instituciones sólidas

No existe desarrollo sostenible sin sociedades pacíficas e inclusivas. La justicia para todos y todas es esencial para la construcción de un mundo mejor, equitativo y civilizado. Por ello se requiere de instituciones sólidas que vigilen y respeten a los seres humanos.

Metas

- Reducir toda forma de violencia y mortalidad por dicha causa.

- Erradicar el maltrato, la explotación, la violencia y tortura contra niños.
- Promover el estado de derecho con acceso a una justicia igualitaria.
- Luchas contra toda forma de delincuencia organizada y promover la reducción de armas ilícitas.
- Reducir los actos de corrupción y soborno.
- Promover la creación de instituciones transparentes y eficaces.
- Garantizar la adopción de medidas inclusivas y participativas a todo nivel sin importar género, edad o condición.
- Permitir el acceso a la identidad jurídica a los niños menores de 5 años.
- Permitir el acceso público a la información.
- Fortalecer a las instituciones para que tengan la capacidad de prevenir la violencia y combatir la delincuencia y el terrorismo.
- Aplicar leyes no discriminatorias y a favor del desarrollo sostenible.

Alianzas para lograr los objetivos

Todas las medidas que se requieren para el desarrollo sostenible del mundo no pueden ser posibles sin las alianzas entre los países, los que sientan las bases para este crecimiento de acuerdo con una visión compartida de principios y valores. El tomar estas medidas requiere de esfuerzo, decisión y apoyo económico de los países desarrollados a los países en vías de desarrollo.

Metas

- Movilizar recursos internos con apoyo de los países desarrollados, de esta manera se mejorará la capacidad de recaudar ingresos fiscales nacionales.

- Velar porque los países cumplan si compromiso.
- Movilizar recursos financieros para apoyar a los países en vías de desarrollo.
- Promover la ayuda a los países en vías de desarrollo para lograr una sostenibilidad económica que les permita cumplir con sus compromisos de pago de su deuda externa.
- Aplicar sistemas de promoción de las inversiones.
- Mejorar y aumentar el intercambio de conocimiento entre los países.
- Promover el desarrollo de las tecnologías.
- Promover el banco de tecnología, así como mejorar la capacidad en materia de ciencia, tecnología e innovación, en particular en tecnologías de la información y las comunicaciones.
- Aumento de la asistencia financiera y técnica de los países desarrollados a los países en vías de desarrollo.
- Promover el comercio multilateral con normativas, equitativas no discriminatorias.
- Aumento de las exportaciones de los países en vías de desarrollo.
- Promover aranceles acordes a la realidad y situación de los países en vías de desarrollo.
- Aumentar la estabilidad macroeconómica.
- Mejorar las políticas de desarrollo sostenible.
- Respetar la normativa de cada país y promover la erradicación de la pobreza y el desarrollo sostenible.

- Mejorar las alianzas entre los países para el desarrollo sostenible, promoviendo el intercambio de conocimiento, tecnología, recursos financieros y especialización.
- Promover las alianzas públicas y privadas, así como entre la sociedad civil con el fin de obtener o mejorar los recursos.
- Mejorar el apoyo prestado a los países en vías de desarrollo y que estos puedan disponer de datos estadísticos oportuno y fiables para la toma de decisiones.
- Implementar indicadores que permitan la medición de los progresos alcanzados en diversas materias de acuerdo con las políticas y medidas implementadas.

La percepción de inestabilidad que tiene la población acerca del país por responsabilidad de las acciones de sus representantes y que los medios de comunicación informan, ponen a estos últimos en el ojo de la tormenta, sin embargo, los medios de comunicación son, como decía Marshal McLuhan, la extensión de las personas para acceder a información a la que no podrían acceder sin ellos.

La Constitución Política del Perú en su Cap. I: Derecho Fundamentales de las personas, dice lo siguiente:

Artículo 1: toda persona tiene derecho

Inciso 3: A la libertad de conciencia y de religión, en forma individual o asociada.

No hay persecución por razón de ideas o creencias. No hay delito de opinión.

El ejercicio público de todas las confesiones es libre, siempre que no ofenda la moral ni altere el orden público.

Inciso 4: A las libertades de información, opinión, expresión y difusión del pensamiento mediante la palabra oral o escrita o la imagen, por cualquier medio de comunicación social, sin previa autorización ni censura ni impedimento algunos, bajo las responsabilidades de ley. [...] Es delito toda acción que suspende o clausura algún órgano de expresión o le impide circular libremente. Los derechos de informar y opinar comprenden los de fundar medios de comunicación.

Inciso 7: Al honor y a la buena reputación, a la intimidad personal y familiar, así como a la voz y a la imagen propias.

Toda persona afectada por afirmaciones inexactas o agraviada en cualquier medio de comunicación social tiene derecho a que éste se rectifique en forma gratuita, inmediata y proporcional, sin perjuicio de las responsabilidades de ley.

La Constitución de nuestro país defiende no solo el derecho a informar, también el derecho a opinar. Estos derechos fundamentales de la persona son la base en donde se sostiene nuestra democracia. El rechazo que algunos políticos tienen a los medios de comunicación no es más que el reflejo de su temor a ser cuestionados.

2.4 Bases Conceptuales

2.4.1 Antecedentes Históricos

La palabra caricatura proviene de los términos italianos “*carico* o *caricare*” que significa cargar o exagerar, acuñada por el pintor italiano Annibal Carracci en el siglo XVI, quien junto con su hermano Agostino y su primo hermano Ludovico, dieron nombre a este género “que implica una observación atenta de los rasgos más característicos de la personalidad humana individual”. (Pérez, A.). Sin embargo, la caricaturización de personajes data de las civilizaciones más antiguas como Egipto, Mesopotamia y las culturas Precolombinas, tal y como indica Carlos Abreu en su artículo Periodismo Iconográfico (IV). La caricatura: historia y definiciones, las manifestaciones caricaturescas se pueden encontrar en muros, cerámicas y papiros -en el caso de Egipto- con representaciones antropomorfas y de animales que reflejan comportamientos humanos, tales como los papiros del *British Meseum* en donde aparecen animales tocando instrumentos.

Esta investigación no pretende realizar un recuento histórico de la caricatura puesto que no es parte del objetivo que se persigue, sin embargo haremos un breve recuento de los inicios de esta manifestación mencionando a Grecia y Roma quienes también experimentaron representaciones caricaturescas más evolucionadas que Egipto, siendo las más importantes las griegas debido a que aparece la idea de lo “cómico” y se relaciona a la filosofía ocupándose de investigar la esencia y el valor moral de lo cómico desde su aspecto estético. Por su parte Roma

no solo recurre a la caricaturización por medio de manifestaciones culturales como la cerámica o las estatuillas grotescas, sino que también hace su aparición el *Graffiti* como medio de expresión del pueblo romano.

En algunos dibujos precolombinos se han encontrado algunas características de la caricatura. Lo mismo ocurre en Japón, cuyas evidencias datan del siglo IX, tal y como indica Martínez de Sousa (1992) citado por Abreu (2000). Diversas representaciones que datan de la edad antigua y edad media pueden ser consideradas, por sus características, figuras caricaturescas, a pesar de que su elaboración no haya sido con un objetivo satírico o humorístico por parte de sus autores. (Abreu, C. 2000 párrafo 6)

La religión, tanto católica como la considerada de los paganos, también utilizó la caricatura para burlarse de las prácticas religiosas de unos y otros, luego de la caída del Imperio Romano, las manifestaciones caricaturescas pasan al medioevo sin ser difundidas abiertamente, aparecen algunas manifestaciones satíricas relacionadas con la religión, como por ejemplo la colocación de gárgolas en algunas catedrales además de la llegada de lo satírico al tema político: “es sabido que el primer cuerpo de caricaturas políticas impresas, cuyo contenido desconocemos, apareció en panfletos en Florencia, durante la última década del siglo XV (Ivins, citado por Abreu, C. 2000 párrafo 8).

Una vez llegado el renacimiento se vuelve a una práctica más abierta de este género y adquiere un discurso de tipo social y político que es el que se mantiene hasta la actualidad como indica Marta Aguirre citada por Carlos Abreu: “[...] la caricatura es una forma de comunicar opinión sobre un hecho de actualidad, utilizando el dibujo humorístico, con o sin palabras, "que explique su mensaje". (párrafo 23).

2.4.2 La Caricatura

Según el Diccionario de la Real Academia Española, la palabra caricatura tiene cinco acepciones, dos de ella relacionadas con el empleo de la palabra en países como México y El Salvador. Tomaremos las dos primeras definiciones que están más acorde con la naturaleza de esta investigación: “1. f. Dibujo satírico en que se deforman las facciones y el aspecto de alguien. 2. f. Obra de arte que ridiculiza o toma en broma el modelo que tiene por objeto”.

El termino caricatura hace su aparición oficial en la versión del Diccionario de la Real Academia Española en el año 1933: “CARICATURA. (Del Ital, caricatura, *cerge*.) f. Figura que remeda exagerando y ridiculizando las facciones y aspecto de alguna persona /2. Persona o cosa que se asemeja a otra desmereciendo de ella.”

A esta definición es necesario agregar lo que indica Mariano Cebrián Herreros (1992 p. 394) citado por Abreu quien asegura que la caricatura es el retrato de una persona (de cuerpo entero o solo de su rostro), en el

que se destaca algún aspecto físico o se tratar de resaltarlo. Tiene un carácter hiperbólico y esta estructura bajo la visión del dibujante o caricaturista. La interpretación de quien lo elabora es personal y lleva una carga humorística con la intención de causar un efecto de burla. Estas caricaturas tienen una función “editorializante” relacionada al protagonista de la caricatura. Cabe señalar que la caricatura puede representar no solo a un personaje, sino a un grupo de individuos que el caricaturista desea destacar sus relaciones. (párrafo 29 y 30)

Esta definición es importante porque la función “editorializante” de la que nos habla Cebrián Herreros, es el motivo por el cual esta investigación hace un análisis de las caricaturas difundidas a través de un medio de comunicación y no aborda la nueva forma de expresión gráfica que son los Memes, que se han vuelto populares por su lenguaje de interpretación fácil y la rapidez de su difusión por medio de la web. Para la RAE un meme es: “1. m. Rasgo cultural o de conducta que se transmite por imitación de persona a persona o de generación en generación. 2. m. Imagen, video o texto, por lo general distorsionado con fines caricaturescos, que se difunde principalmente a través de internet”. Los memes son expresiones gráficas que, al ser difundidos a través de un medio de comunicación como la internet, cobra fuerza e inmediatez, pero la diferencia sustancial con la caricatura está en la democratización de la creación y difusión de la imagen con componentes satíricos y caricaturescos, lo que la hace peligrosa al no poder determinar el origen del meme. La caricatura lleva el aval del medio de comunicación que lo difunde y la firma del

caricaturista lo que permite no solo que el público tenga la certeza de quien es el autor, sino también comprender la posición del medio de comunicación frente al personaje o fenómeno caricaturizado, como se verá más adelante en la definición de caricatura editorial.

Para Tamayo (1988 p.52) citado por Abreu, “De por sí, hay quienes [...] consideran que ella crea más opinión pública en la población [...] que los textos de los periodistas” (párrafo 27). Es basado en esta afirmación, que la presente investigación intentará demostrar la fuerza que la comunicación gráfica, en su género de caricatura, tiene en la formación de la actitud de las personas frente a los hechos de interés.

2.4.2.1 Clasificación de la caricatura

Para este apartado se ha considerado la clasificación propuesta por Carlos Abreu en su artículo de investigación titulado Periodismo Iconográfico (IX). Clasificaciones sobre la caricatura.

El autor clasifica a las caricaturas en dos grandes grupos, de acuerdo con su finalidad (editorial, personal, política, costumbrista y de ilustración) y según el medio técnico empleado (impresa, fotográfica, escultórica, radiofónica y televisiva). Cabe señalar que las caricaturas pueden encerrar varias clasificaciones como, por ejemplo, caricaturas políticas de ilustración impresas.

2.4.2.1.1 Caricaturas de acuerdo con su finalidad

1. Caricatura editorial

La caricatura editorial es la forma gráfica de expresión del medio impreso a través de cual expresa su opinión frente a un hecho o acontecimiento que considera de importancia. Tal y como menciona Abreu con respecto a la definición de la autora Evora Tamayo, la caricatura es una expresión artística gráfica que se enmarca en la opinión del periódico con respecto a acontecimientos de actualidad y relevancia.

Adquiere un carácter editorial que se expresa en el dibujo, ampliando la información, interpretándola, pero también simplificándola. Esto permite ver aspectos del hecho noticioso que desde la nota informativa convencional podrían ser pasados por alto por parte del lector, la caricatura los hace visibles, los revela y permite que el lector pueda interpretar y juzgar con mayor objetividad. Este tipo de información de los hechos le da un aspecto dinámico y ágil a la noticia y al periódico. (párrafo 6-9)

Tal y como menciona Abreu, algunos diarios consideran colocar la caricatura como parte de la editorial, otros le dan un espacio en la sección de opinión debido a que la caricatura es un género propiamente de opinión, además la caricatura es el reflejo del punto de vista del autor, pero en el caso de la caricatura editorial, esta se encuentra condicionada por la política editorial del medio de comunicación.

2. Caricatura personal

Es la interpretación de un personaje real de forma gráfica, que permite al receptor observar sus múltiples caras. Esta representación suele enfocarse en exagerar rasgos físicos del rostro; aunque no son los únicos elementos que se alteran puesto que también se recurre a movimientos del personaje y aspectos psicológicos que van más allá de lo físico, lo que genera la llamada caricatura psicológica: “el caricaturista trata de reflejar los rasgos psíquicos que transmitan algún aspecto de la verdadera personalidad del individuo, en busca de su vida interior, y presenta su visión interpretativa a partir de los detalles que detecte en él” (Abreu, C. párrafo 47).

Otro aspecto importante en la caricatura personal es la exageración de elementos como la indumentaria, gustos y costumbres de los personajes, lo que lleve a identificarlo por un detalle que permita al receptor la simplificación en la interpretación. Además, actitudes como forma de reír, de hablar, de caminar, su educación, gustos, etc. forman parte de los elementos utilizados para el mensaje caricaturesco.

3. Caricatura política

Las caricaturas políticas son una forma de expresión gráfica que expresa una crítica social y una lucha ideológica sobre todo en momentos de crisis. Es una forma irreverente de expresión que tiene como objeto burlarse de los poderosos, motivo por el cual resulta atractivo y liberador para el ciudadano y desagradable y molesto para aquellos que ejercen el poder.

Para el Dr. Humberto Cuenca citado por Abreu, la caricatura política tiene dos corrientes: “caricaturas tremendas” y “caricaturas palaciegas”, la diferencia entre estas dos está en que las primeras se basan en la denuncia de los hechos sin miramientos, y las segundas son adulantes y sinuosas. Cabe señalar que son las primeras, las “tremendas” las preferidas por los caricaturistas, las más empleadas como forma de crítica a los políticos y gobiernos de turno.

Para Valmore Agelvis citado por Graciela Sánchez, en su artículo *La caricatura política: sus funcionamientos retóricos*: “Los caricaturistas mediante los textos humorísticos como prácticas semiótico-discursivas ponen en juego diversos códigos: verbales y visuales (gráficos: líneas y formas de rasgos finos y grotescos también) que permiten la producción de sentido para poner “[...] en entredicho los discursos oficiales” (2012. p.2).

Sánchez Guevara también indica que “La caricatura política tiene una función crítica hacia problemas sociales, y tiende a hacer reír a los lectores para menguar en cierta medida el sufrimiento del drama nacional en el que se vive día a día” (2012, p. 2). El abordar problemas de tipo social es una fórmula a la que apela el caricaturista debido a que se encuentra relacionada con la manera como los políticos dirigen un país, dejando a la luz pública, sus desaciertos o limitaciones.

4. Caricatura costumbrista

Tal y como su nombre lo indica, es la expresión gráfica en donde se plasma las costumbres, hábitos, modas, creencias, valores, supersticiones, tradiciones, en general, gormas de vida de una población de un país o región.

5. Caricatura de ilustración

Su función principal es la de ilustrar una nota informativa, siendo el complemento del texto en cualquiera de sus géneros: artículo, crónica, editorial, etc.

Sin embargo, no solo es empleada con fines estéticos complementando la nota informativa, también se utiliza para que el caricaturista plasme ideas o conceptos relacionados al tema tratado en la noticia. A diferencia de la caricatura editorial, la caricatura de ilustración no se circunscribe al editorial, esta puede acompañar a cualquier tipo de información: policías, espectáculos, deporte, etc.

2.4.2.1.2 Según el método técnico empleado

6. Caricatura impresa

Es la caricatura más antigua empleada en medios impresos como diarios, revistas, semanarios o magazines que sirven para ilustrar notas periodísticas o a manera de editorial. Este tipo de caricatura puede ser más o menos elaborada dependiendo del estilo del caricaturista.

7. Caricatura fotográfica

Es aquella caricatura desarrollada gracias a recursos técnicos fotográficos, pero no debe confundirse con la inclusión de fotografías en la caricatura, es una modalidad que emplea diversos objetos o materiales que el caricaturista considere necesarios para ilustrar mejor al personaje.

8. Caricatura escultórica

Es el uso de la expresión artística de la escultura para elaborar imágenes de personajes de forma satírica o ridiculizar algún aspecto.

9. Caricatura radiofónicas y televisivas

Con la llegada de los medios electrónicos, la caricatura pasó a formar parte de ellos adaptándose a estas nuevas herramientas que exigían nuevas formas de narrativa.

Las características principales de la caricatura para radio y televisión son:

1. Tiene un argumento o trama, que puede ser diferente en cada programa, tener carácter de serie o mantener la misma escena o personajes con temática variable.
2. El personaje o los personajes protagónicos aparecen en todos los espacios, aunque cambien las circunstancias. Al igual que en la caricatura de prensa, cada personaje es estereotipo de una clase social o de una personalidad.
3. Cada emisión tiene como centro argumental una crítica a algún aspecto económico, político, social o cultural aun cuando puedan

formularse otras de manera accidental o casual. El planteamiento produce hilaridad o tristeza en el público.

La temática suele ser amplia, pese a que se desarrolle sobre un solo ángulo como, por ejemplo, las peripecias de un desempleado. (Cabello, 1986: 80 citado por Abreu)

2.5.1 Influencia

Para poder definir con claridad el término Influencia, partimos de la definición de la RAE, que indica:

1. f. Acción y efecto de influir.
2. f. Poder, valimiento, autoridad de alguien para con otra u otras personas [...]
3. f. Persona con poder o autoridad con cuya intervención se puede obtener una ventaja, favor o beneficio. U. m. en pl.

El psicólogo Gordon Allport define la influencia o influencia social desde lo que él llamó Facilitación Social, tomando como punto de partida las investigaciones realizadas por Norman Triplett al observar el comportamiento de las personas que realizan trabajos o deportes grupales, su rendimiento es más óptimo que cuando lo realizan de manera solitaria. Esto indicaría la influencia de tienen algunos individuos sobre otros. Sin embargo, la influencia no siempre es deliberada, es posible influenciar en las personas sin la intención de querer hacerlo, por ejemplo, cuando se toma a una persona como modelo de la conducta –

como en el caso planteado -. La influencia, deliberada o no, permite configurar las creencias, actitudes o conductas de las personas.

Para Robert Cialdini, la influencia está relacionada con una serie de principios psicológicos que son las características básicas del ser humano y que se manifiestan en su conducta social dependiendo de la situación en la que se encuentre. Por ello clasificó en seis principios de influencia:

1. Principio de reciprocidad: el convencimiento de una persona es más fácil cuando previamente se le ha favorecido con algún regalo o favor.
2. Principio de compromiso y consistencia: la coherencia es un factor primario basado en el impulso para ser o conseguir lo que se busca.
3. Principio de prueba social: es la tendencia a pensar que una acción es apropiada si existen otros que la están realizando.
4. Principio de simpatía: es una técnica de adulación, es decir, a las personas les es difícil negarse a una petición de alguien que les causa simpatía o los adula.
5. Principio de autoridad: es la influencia que ejerce aquel que consideramos ocupa una posición de autoridad y creemos tiene mayor conocimiento.
6. Principio de escasez: es la valoración de aquello que consideramos difícil de conseguir.

Por lo visto, la influencia no es más que los mecanismos psicológicos que se activan en el individuo y que lo lleva a pensar u opinar de una manera, movido por las características de aquel que ejerce influencia sobre él y los

pensamientos o percepciones que el influenciado tiene del mundo que lo rodea. Como manifestaba Elizabeth Noelle Neumann en su teoría del Espiral del Silencio, los individuos tienen temor al aislamiento social, lo que los lleva a callar su opinión prevaleciendo así la opinión de las mayorías.

CAPÍTULO III – SISTEMA DE HIPÓTESIS

3.1 Supuestos

Esta investigación pretende probar que el consumo de caricaturas de tipo política tiene relevancia en la formación de la actitud de los estudiantes universitarios de Lima. Esta situación puede deberse a:

- El avance de la tecnología y su uso excesivo por parte de los más jóvenes.
- La necesidad de consumo de información mediática y de forma rápida.
- Los mensajes llegan más rápido a través de la imagen.
- La falta de interés de los jóvenes en consumir contenido informativo por métodos tradicionales.

3.2 Hipótesis General

H1. El contexto en el discurso de la caricatura política tiene una influencia significativa en la formación de la actitud de los estudiantes universitarios.

3.2.1 Hipótesis Específicas

- H1.1 El contexto en el discurso de la caricatura política influye significativamente en la cognición o percepción de los estudiantes universitarios.
- H1.2 El contexto en el discurso de la caricatura política influye significativamente en el aspecto emotivo-afectivo de los estudiantes.

- H1.3 El contexto en el discurso de la caricatura política influye significativamente en el aspecto conativo, de acción o comportamental de los estudiantes.

3.3 Hipótesis General Nula

H0. El contexto en el discurso de la caricatura política no tiene una influencia significativa en la formación de la actitud de los estudiantes de universitarios.

3.3.1 Hipótesis Específicas Nulas

- H0.1 El contexto en el discurso de la caricatura política no influye significativamente en la cognición o percepción de los estudiantes universitarios.
- H0.2 El contexto en el discurso de la caricatura política no influye significativamente en el aspecto emotivo-afectivo de los estudiantes.
- H0.3 El contexto en el discurso de la caricatura política no influye significativamente en el aspecto conativo, de acción o comportamental de los estudiantes.

3.3 Variables y definición operacional

Según los autores Hernández, Fernández y Baptista (2010), en su libro Metodología de la Investigación una variable es una propiedad que puede variar o fluctuar y que es posible medir y observar.

En el caso de esta investigación las variables son Discurso y Actitud, pertenecen a una escala nominal porque las unidades de análisis serán catalogadas dependiendo las características o atributos de las personas que forman parte de la muestra:

Variable	Según su naturaleza	Escala
Discurso	Cuantitativa	Nominal
Actitud	Cuantitativa	Nominal

Fuente: Elaboración propia

3.3.1 Variable: Discurso

“Desde mi perspectiva, una teoría adecuada del lenguaje/discurso incluye una teoría de las estructuras verbales/discursivas, una teoría del contexto, y una teoría que establece relaciones entre las estructuras del `texto' y las estructuras del contexto.

La teoría del contexto explica cómo los participantes son capaces de adaptar (la producción y la recepción/interpretación) del discurso a la situación comunicativa interpersonal-social” (Van Dijk, 2001 p.71)

3.3.2 Variable: Actitud

Las actitudes son “los modos de orientarse afectiva, cognitiva y activamente hacia aspectos diferenciados de la realidad del sujeto” (Torregrosa citado por Monzón, 1987. p.142).

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DIMENSIONES OPERACIONALES	INDICADORES	REACTIVOS	SI	NO
V1: Contexto en el discurso de la caricatura política (Van Dijk, T. 2001)	El discurso es una manifestación de las dimensiones de la sociedad. El discurso no es necesariamente una situación social objetivo, responde a la subjetividad de los participantes en una situación comunicativa. El contexto y el discurso son componentes que se combinan, construyendo el primero un modelo mental que tiene un doble origen: lo cognitivo y lo social. Para un tratamiento más explícito se requiere sistematizar el contexto del discurso en categoría hipotéticas llamadas: macro nivel y micro nivel. (Van Dijk, p. 71-76)	Macro nivel	Representa estructuras sociales globales de situaciones comunicativas relevantes. Relaciona las instituciones y los grupos sociales a los que pertenece el actor identificado, otorgándole una relación con el grupo de poder que representa. Está dividido en subcategorías: dominio, participantes globales, acción global. (Van Dijk, p. 75-76)	<ul style="list-style-type: none"> • Dominio (Van Dijk, 2001. p.76) • Participantes globales (Van Dijk, 2001. p.76) • Acción Global (Van Dijk, 2001. p.76) 	1 2, 3 y 4 5, 6, y 7		
		Micro nivel	Son estructuras locales de la comunicación interactiva. Se caracterizan por ser estructuras mentales en donde se identifica al actor dentro de un contexto de tipo social. Está dividido en subcategorías: escenario, acción local, participantes y cognición. (Van Dijk. p.75) (Van Dijk, p.77-79)	<ul style="list-style-type: none"> • Escenario (Van Dijk, 2001. p.77) • Acción local (Van Dijk, 2001. p.77) • Participantes (Van Dijk, 2001. p.78) • Cognición (Van Dijk, 2001. p.79) 	8 y 9 10 y 11 12, 13 y 14 15, 16 y 17		
V2: Formación de la actitud en los estudiantes universitarios de Lima, 2020. (Monzón, C. 1985)	"Cuando predomina el elemento cognitivo y la actitud se verbaliza, suele hablarse de opinión, y cuando estas actitudes forman corrientes de opinión dialogan y discuten públicamente sobre temas de actualidad, entonces se habla de opinión pública" (Monzón, C. 1985 p.142)	Componente cognoscitivo o perceptivo	Se encuentra conformado por un conjunto de ideas, juicios de valor, opiniones, categorías, creencias, etc. usadas por el hombre para pensar. (Monzón, C. p.142)	<ul style="list-style-type: none"> • Ideas (Monzón, 1985 p. 142) • Valoración (Monzón, 1985 p. 142) • Opinión (Monzón, 1985 p. 142) • Creencia (Monzón, 1985 p. 142) • Categoría (Monzón, 1985 p. 142) 	18 y 19 20 y 21 22 y 23 24 y 25 26 y 27		
		Componente afectivo	Es el aspecto sentimental y emocional que llevan las ideas de las personas cuando nos referimos a los objetos. (Monzón, C. p.142)	<ul style="list-style-type: none"> • Sentimiento (Monzón, 1985 p. 142) • Emoción (Monzón, 1985 p. 142) 	28 y 29 30 y 31		
		Componente conativo, de acción o comportamental	Es la predisposición que tienen los individuos a realizar una acción o manifestarse de determinada manera. (Monzón, C. p.142)	<ul style="list-style-type: none"> • Positivo (Monzón, 1985 p. 142) • Negativo (Monzón, 1985 p. 142) 	32 33		

CAPÍTULO IV – METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Tipo de Investigación

La presente investigación es de tipo Básica Aplicada – Explicativa, porque aplica los conocimientos de los autores y explica el rol que juega la caricatura en la actitud de los estudiantes universitarios.

4.2 Diseño de Investigación

Según los autores Hernández y Mendoza (2018), en su libro Metodología de la Investigación – Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas, el diseño de investigación es “Plan o estrategia concebida para obtener la información que deseas con el propósito de responder al planteamiento del problema.” (p.186).

Los diseños de investigación pueden ser de dos tipos: No experimentales, que comprenden los Longitudinales o Evolutivos y los Transeccionales o Transversales, y los Experimentales que tienen relación con los estímulos y tratamientos de fenómeno a analizar.

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo y diseño de investigación cuasi experimental, transversal - comparativo. Se aplicó un cuestionario con el que se comparó la actitud de los estudiantes frente al hecho noticioso caricaturizado con la narración del hecho periodístico de forma convencional. El cuestionario fue anónimo y solo se solicitó los datos necesarios para la realización de las tabulaciones.

4.2.1 Diseño de Investigación Experimental

Según Hernández y Mendoza (2018), la investigación experimental requiere la manipulación intencional de una acción con el objetivo de analizar los posibles resultados. Este tipo de diseños suelen utilizarse cuando el investigador desea demostrar el efecto de una causa que se manipula. Este tipo de diseño se clasifica en:



Elaboración propia

Para la presente investigación se utilizó el tipo cuasi experimental transeccional, debido a que los sujetos de estudio se encuentran conformados, es decir, identificados y establecidos previamente. El cuestionario fue respondido tanto por los sujetos del grupo experimental como por los del grupo control quienes presentan similares características: estudiantes universitarios con edades que oscilan entre los 18 y 20 años y que cursan asignaturas relacionadas al estudio de la comunicación.

4.2.2 Enfoque Cuantitativo

De acuerdo con lo que indica Hernández y Mendoza (2018), el diseño de investigación con un enfoque cuantitativo utiliza “muestras probabilísticas (que) son esenciales en diseños de investigación por encuestas, en los que se pretende generalizar los resultados a una población” (218), es decir, el enfoque cuantitativo es un proceso secuencial y probatorio que parte de una idea del investigador que dará paso al planteamiento de la

problemática que es materia del estudio. La revisión de la literatura y el marco teórico es la etapa que da sustento a la realidad que se investigará, esto permite visualizar el alcance del estudio, elaborar la hipótesis y definir las variables, determinar el diseño de investigación, definir y seleccionar la muestra, recolectar datos, analizarlos y finalmente elaborar el reporte de los resultados.

4.3 Población y Muestra

Hernández y Mendoza (2018), la población "es una unidad muestral" (p. 219). El objetivo de definir una población es el de proyectar los datos de la muestra a un grupo mayor de personas. Así mismo, los autores indican que la muestra es el involucramiento de los sujetos de la investigación, que basados en los resultados que se obtenga de ellos permitirá la generalización

La mejor muestra es aquella que se acerca a su población. Durante el transcurso de la investigación, los estudiantes que conformaban la población eran de 119, sin embargo, debido a la situación de emergencia sanitaria y la crisis económica que afronta el país, se presentó una deserción de 21 estudiantes, por lo que se consideró el total de la población (98) para realizar el estudio, por ello no hay muestra.

4.4 Técnicas de recolección de datos

La recolección de datos está basada en instrumentos elaborados según el fenómeno a analizar, los instrumentos que se suelen utilizar para dicha

recolección se encuentran estandarizados. En la recolección de datos se puede utilizar uno o varios instrumentos de medición que se ajusten a medir las variables de la investigación. Esta recolección de datos requiere de un plan en el que se detalle el procedimiento a seguir para el cumplimiento del propósito. Hernández y Mendoza (2018), “Toda medición o instrumento de recolección de datos cuantitativos debe reunir tres requisitos esenciales: confiabilidad, validez y objetividad” (p.302).

La información fue recopilada por medio de un cuestionario con 33 preguntas, las caricaturas y el *Lead* de la noticia relacionada a estas. La herramienta informática que se utilizó para la recolección de la información fue *Google Form*. Dicho formulario fue enviado a los correos de los estudiantes que representan la muestra. Se aplicó un análisis de datos mixto.

4.5 Procesamiento y Análisis

Para la presente investigación se utilizó un cuestionario con 33 ítems, que se aplicó al grupo experimental y al grupo control. Para el análisis descriptivo de los datos se empleó porcentajes e histogramas y para el análisis inferencial se utilizó *Rho Spearman* y *Pearson*.

4.4.1 Validez:

Para Hernández y Mendoza (2018), la validez: “se refiere al grado en que un instrumento de medición mide realmente las variables que pretende medir. La validez es un estándar del cual pueden tenerse diferentes tipos

de evidencia: 1) evidencia relacionada con el contenido, 2) evidencia vinculada con el criterio, 3) evidencia relacionada con el constructo, 4) evidencia asociada con la opinión de expertos y 5) evidencia vinculada a la comprensión del instrumento.” (p.302).

La validez del instrumento estuvo a cargo de profesionales con grado académico de Doctor que con su conocimiento y crítica contribuyeron a obtener un instrumento confiable.

4.6. Prueba de Confiabilidad

Hernández et al (2014) señala que la confiabilidad se refiere al nivel en que la aplicación repetida de una herramienta de medición genera resultados equivalentes. Por lo tanto, el instrumento será confiable mientras más se acerque a uno, y menos confiable mientras más se acerque al cero. La fiabilidad del instrumento de recolección de datos se determinó mediante el coeficiente de “*Kuder Richardson*” (KR20), debido a que trabaja con ítems dicotómicos y que requiere una sola medición del instrumento.

Entonces, aplicando la formula KR20:

$$r_n = \frac{n}{n-1} * \frac{Vt - \sum pq}{Vt}$$

Donde:

rn = coeficiente de confiabilidad

n = número de ítems del instrumento

Vt = varianza total de la prueba

$\sum pq$ = sumatoria de la varianza individual de los ítems

$$r_n = \frac{33}{(33 - 1)} * \frac{(14,65) - (4,17)}{(14,65)} = 0,738$$

Por consiguiente, según los resultados del análisis de fiabilidad del KR20, el instrumento tiene una confiabilidad de 0,738, por lo tanto, el instrumento tiene una aceptada confiabilidad. Resultado que es secundado por Lauriola (citado por Hernández et al, 2014), quien “sugiere un valor mínimo de 0.70 para la comparación entre grupos y 0.90 para escalas”.

4.5. Aspectos éticos

La presenta investigación se fundamenta en el respeto de los aspectos éticos como son la idoneidad de la información, el respeto del derecho de autor, la veracidad de los datos obtenidos, el rechazo de incurrir en plagio o manipulación de los datos y el respeto estricto a las normas APA.

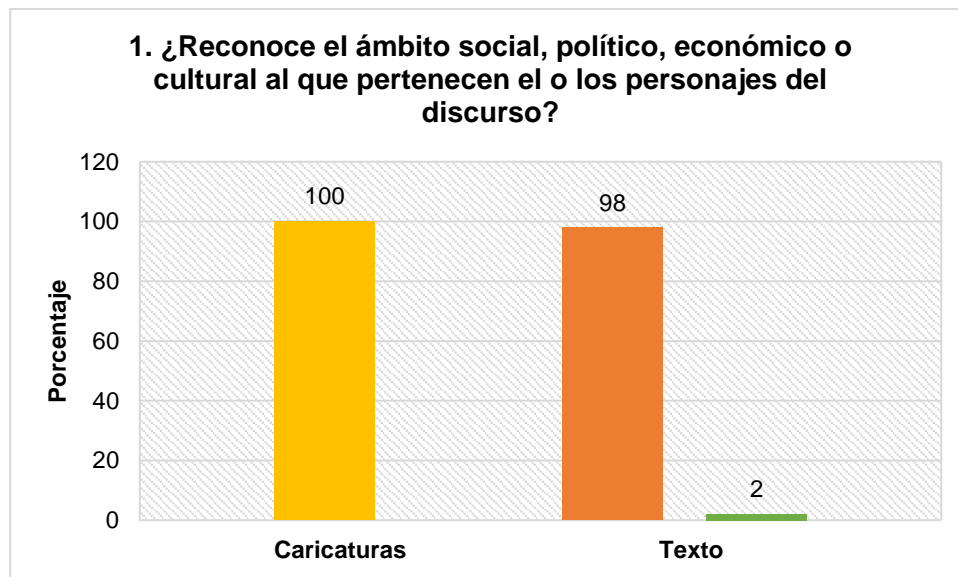
CAPÍTULO V - RESULTADOS

5.1 Métodos de análisis de datos

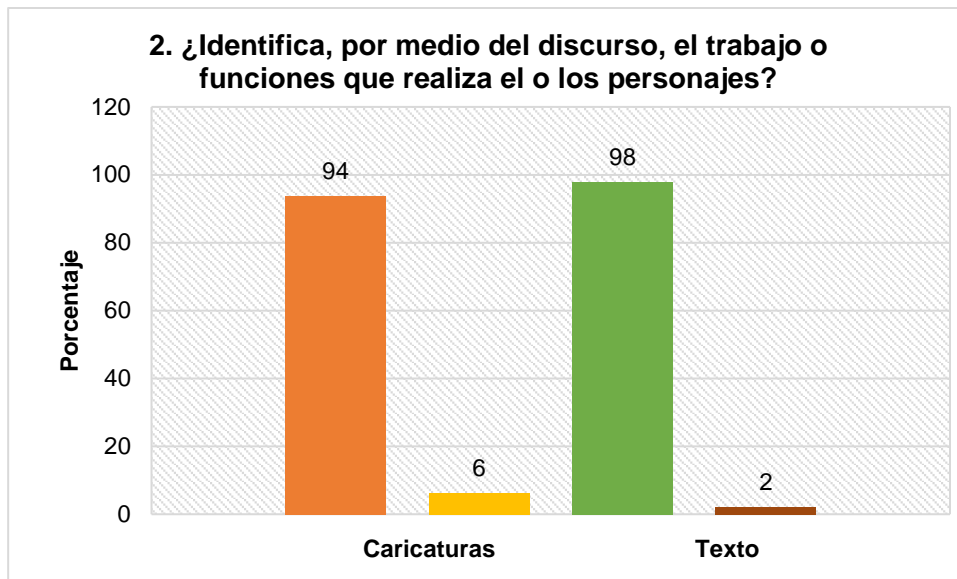
Se utilizó el programa SPSS, versión 26 y Excel 2010, para describir los datos de los ítems consignados en la matriz, así mismo la contratación de hipótesis fueron obtenidas a través del método de Spearman y Pearson.

5.2 Análisis Descriptivo

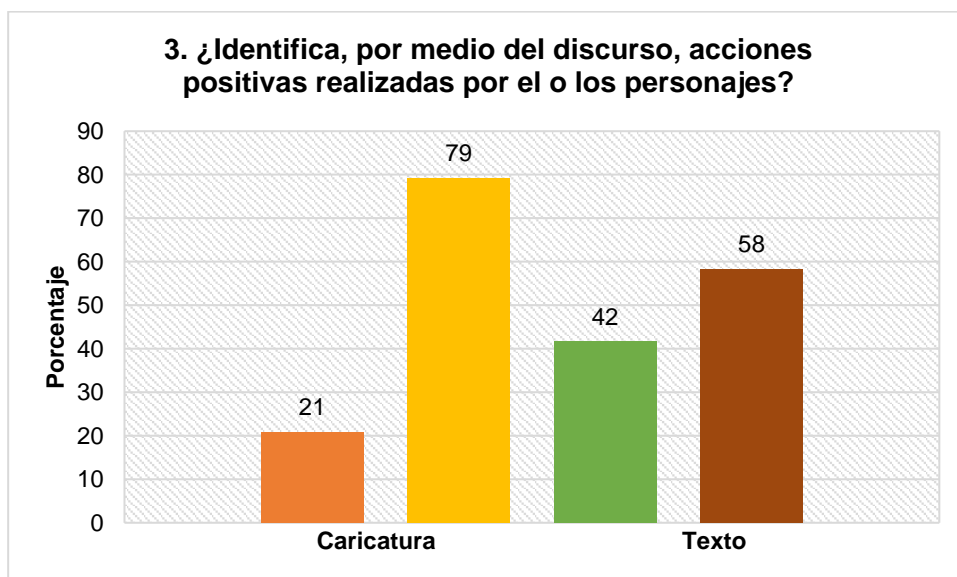
Variable 1 - Contexto en el discurso de la caricatura política



Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 100% logró reconocer a los personajes dentro del ámbito social, político o cultural al que pertenecen, mientras que en el grupo control (texto) fue del 98%. Quienes no reconocieron los personajes fueron el 0% en el grupo experimento (caricatura) y 2% en el grupo control.

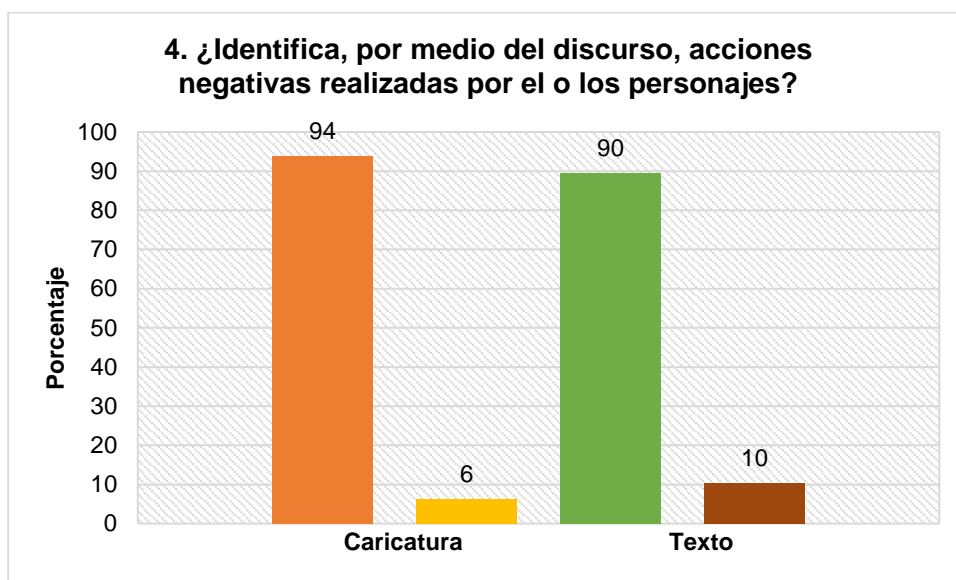


Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 94% logró reconocer por medio del discurso el trabajo o funciones que realizan los personajes, mientras que en el grupo control (texto) fue del 98%. Quienes no reconocieron el trabajo o funciones de los personajes fueron el 6% en el grupo experimento (caricatura) y 2% en el grupo control.

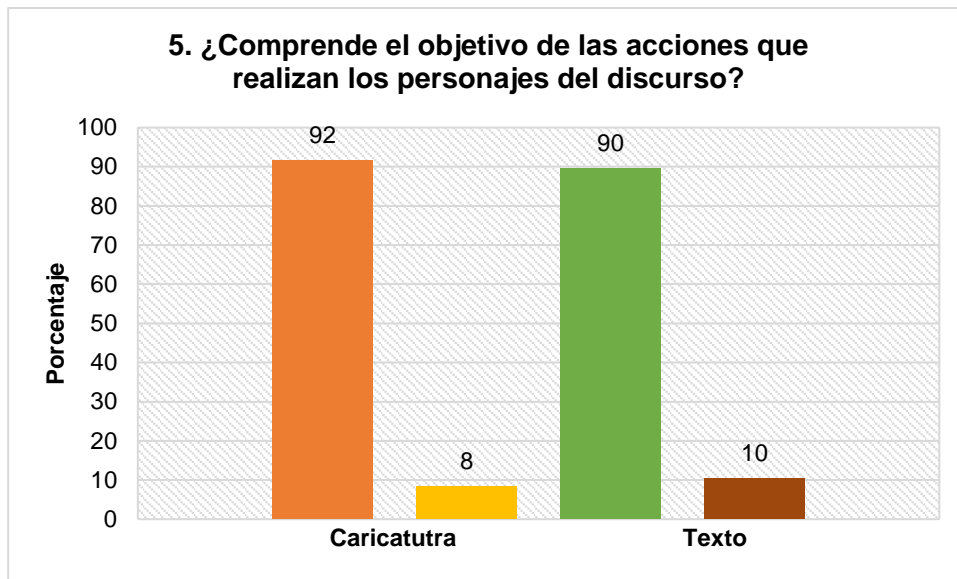


Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 21% logró reconocer por medio del discurso

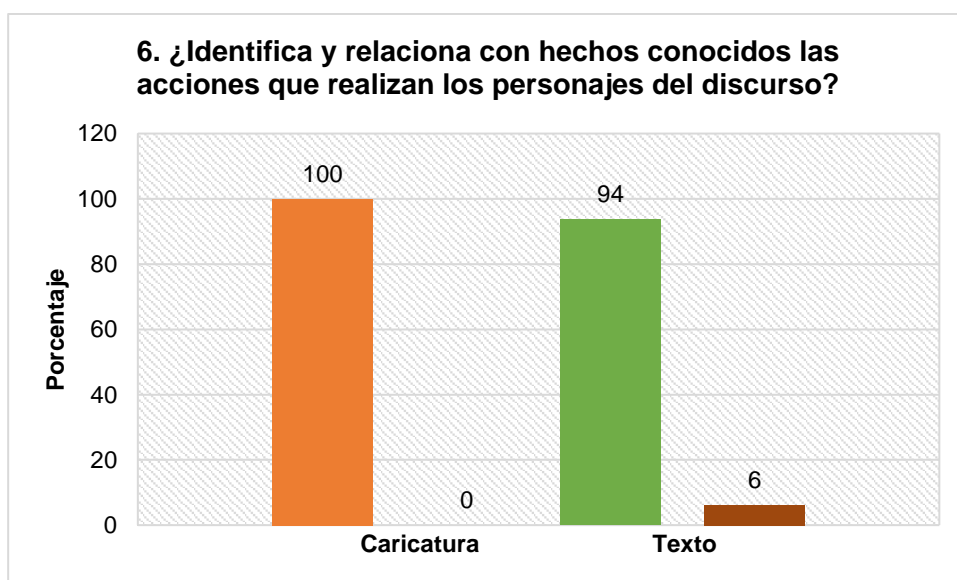
acciones positivas realizadas por los personajes, mientras que en el grupo control (texto) fue del 42%. Quienes no reconocieron acciones positivas de los personajes fueron el 79% en el grupo experimento (caricatura) y 58% en el grupo control.



Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 94% logró reconocer por medio del discurso acciones negativas realizadas por los personajes, mientras que en el grupo control (texto) fue del 90%. Quienes no reconocieron acciones negativas de los personajes fueron el 6% en el grupo experimento (caricatura) y 10% en el grupo control.

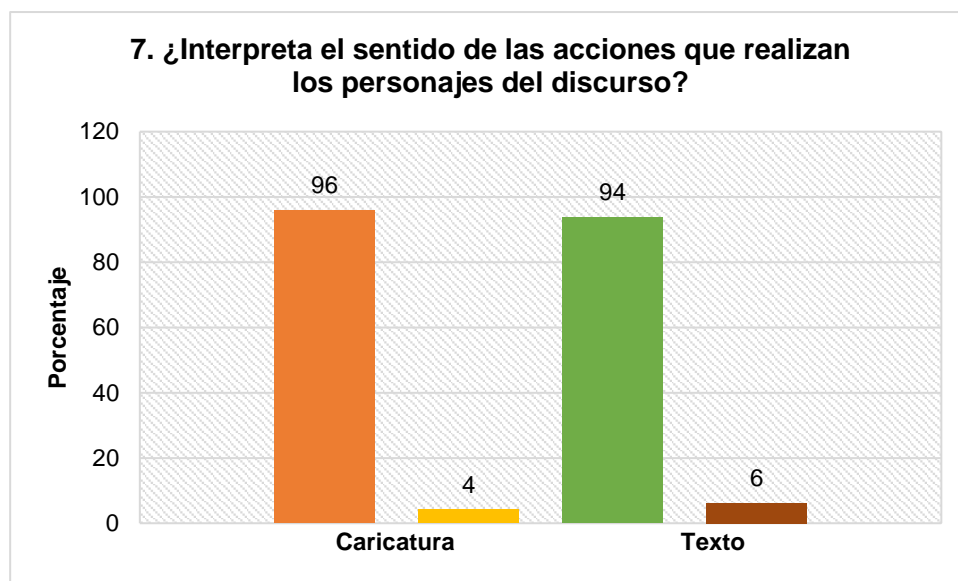


Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 92% logró comprender el objetivo de las acciones que realizan los personajes, por medio del discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 90%. Quienes no comprendieron el objetivo de las acciones realizadas de los personajes fueron el 8% en el grupo experimento (caricatura) y 10% en el grupo control.

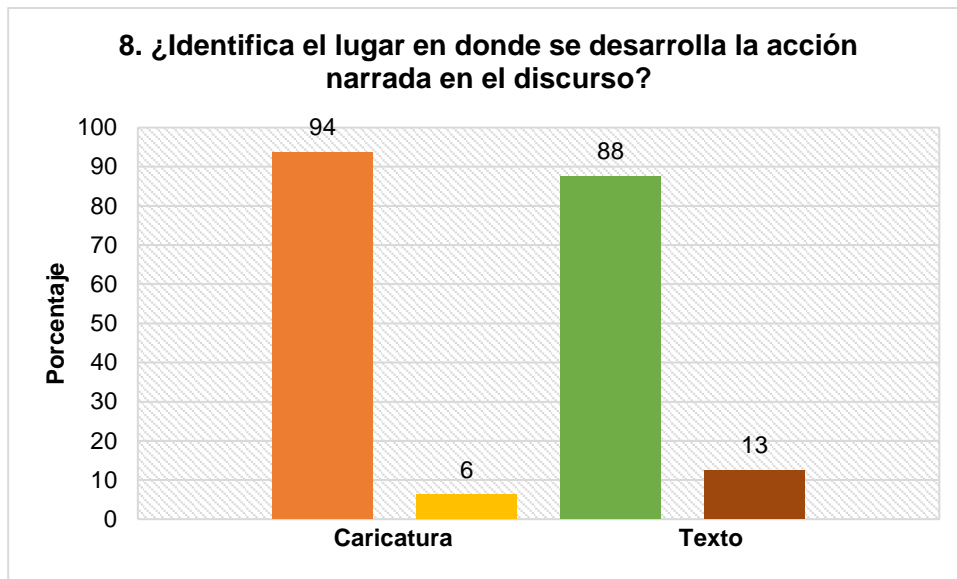


Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 100% logró identificar y relacionar con hechos

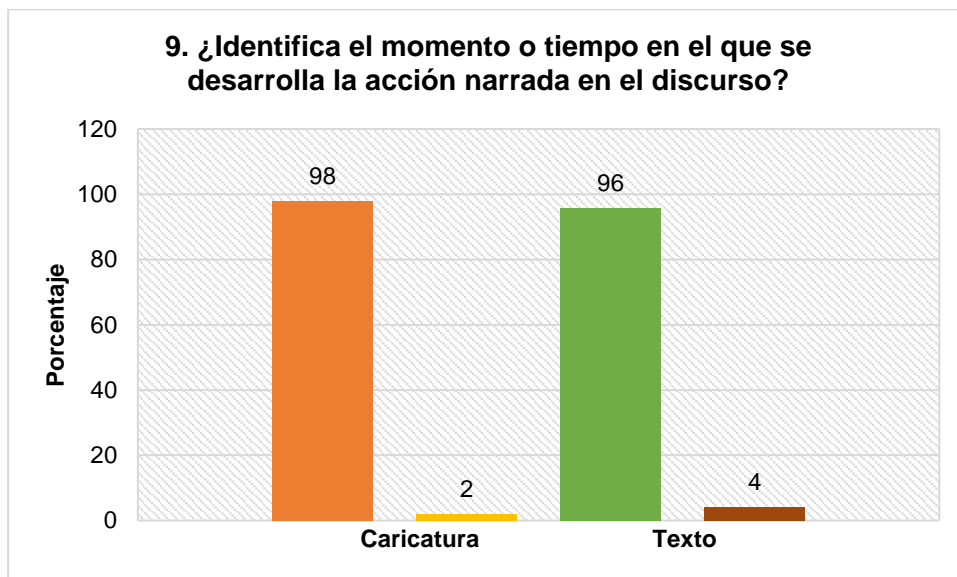
conocidos, las acciones que realizan los personajes por medio del discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 94%. Quienes no identificaron y relacionaron con hechos conocidos las acciones de los personajes fueron el 0% en el grupo experimento (caricatura) y 6% en el grupo control.



Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 96% logró interpretar el sentido de las acciones que realizan los personajes del discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 94%. Quienes no interpretaron el sentido fue el 4% en el grupo experimento (caricatura) y 6% en el grupo control.

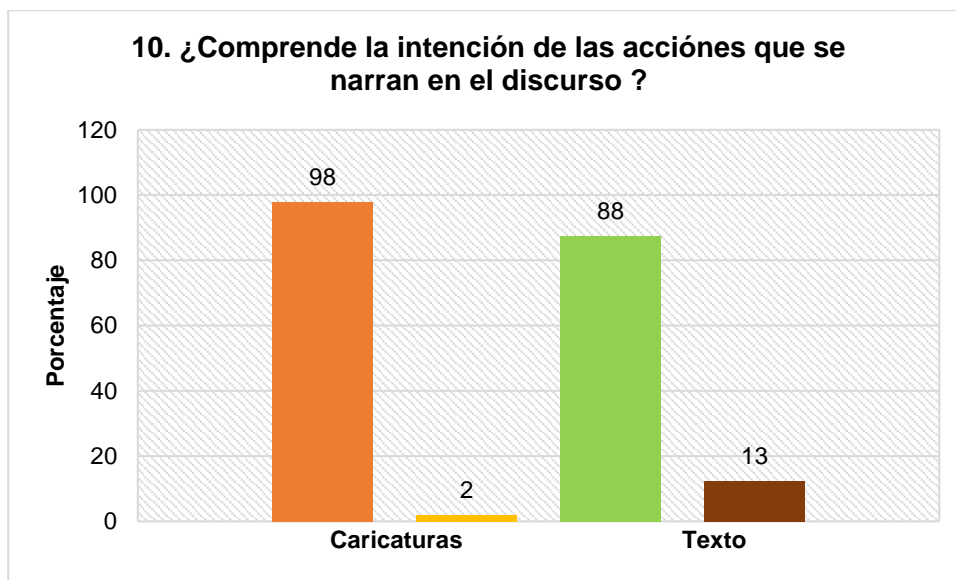


Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 94% logró identificar el lugar en donde se desarrolla la acción narrada en el discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 88%. Quienes no identificaron el lugar fue el 6% en el grupo experimento (caricatura) y 12% en el grupo control.

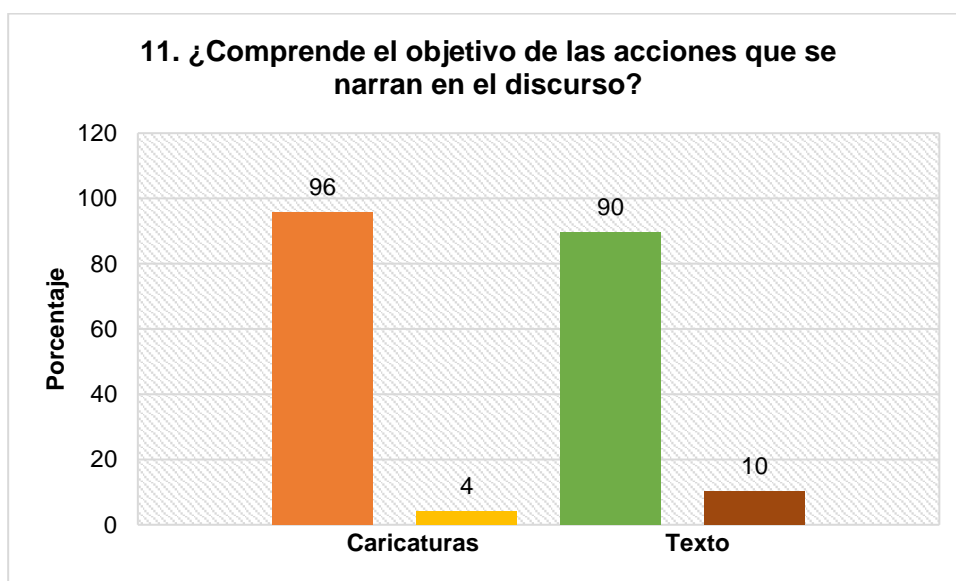


Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 98% logró identificar el momento o tiempo en el que se desarrolla la acción narrada en el discurso, mientras que en el grupo control

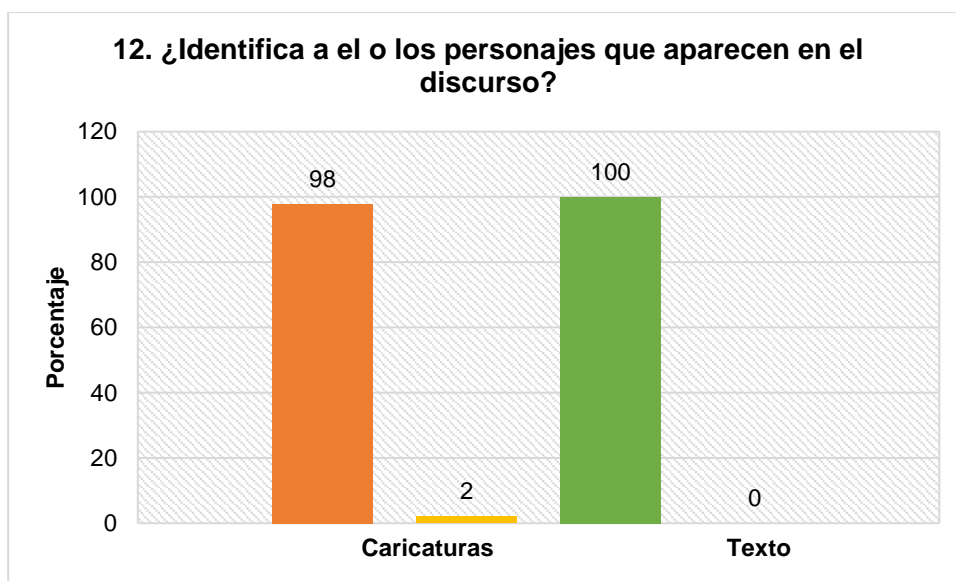
(texto) fue del 96%. Quienes no identificaron el momento o tiempo fue el 2% en el grupo experimento (caricatura) y 4% en el grupo control.



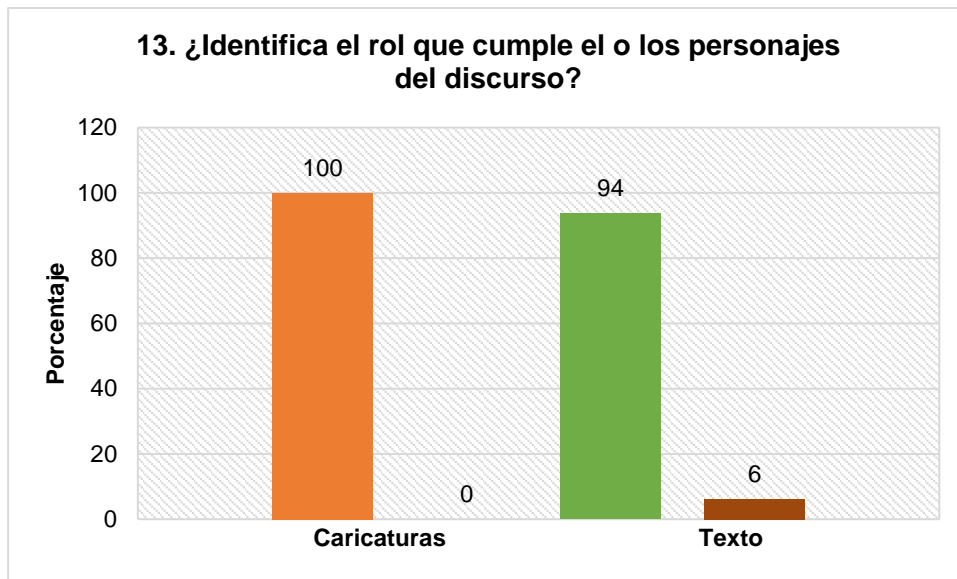
Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 98% comprende la intención de las acciones que se narran en el discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 88%. Quienes no comprenden la intención fue el 2% en el grupo experimento (caricatura) y 12% en el grupo control.



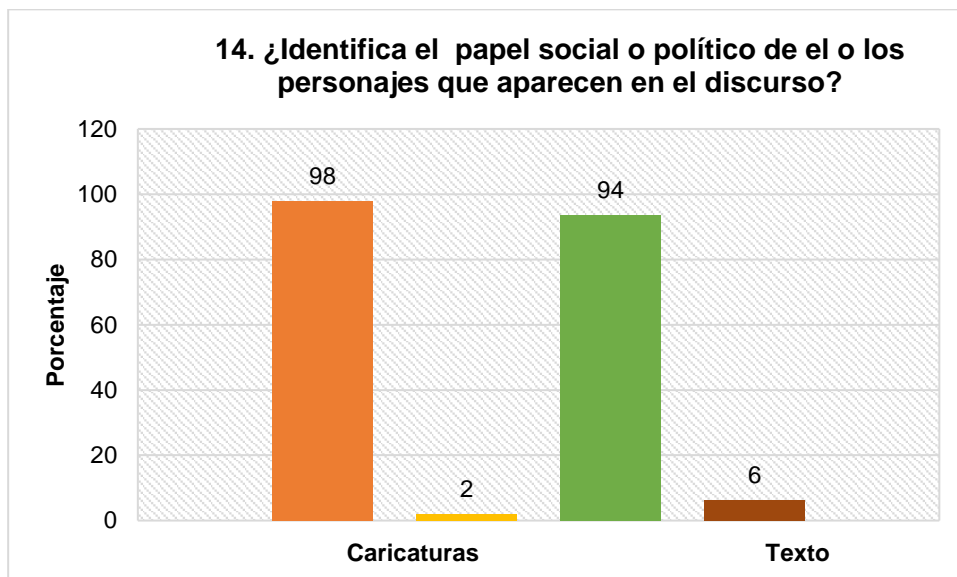
Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 96% comprende el objetivo de las acciones que se narran en el discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 90%. Quienes no comprenden el objetivo fue el 4% en el grupo experimento (caricatura) y 10% en el grupo control.



Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 98% identifican los personajes que aparecen en el discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 100%. Quienes no identificaron a los personajes fue el 2% en el grupo experimento (caricatura) y 0% en el grupo control.

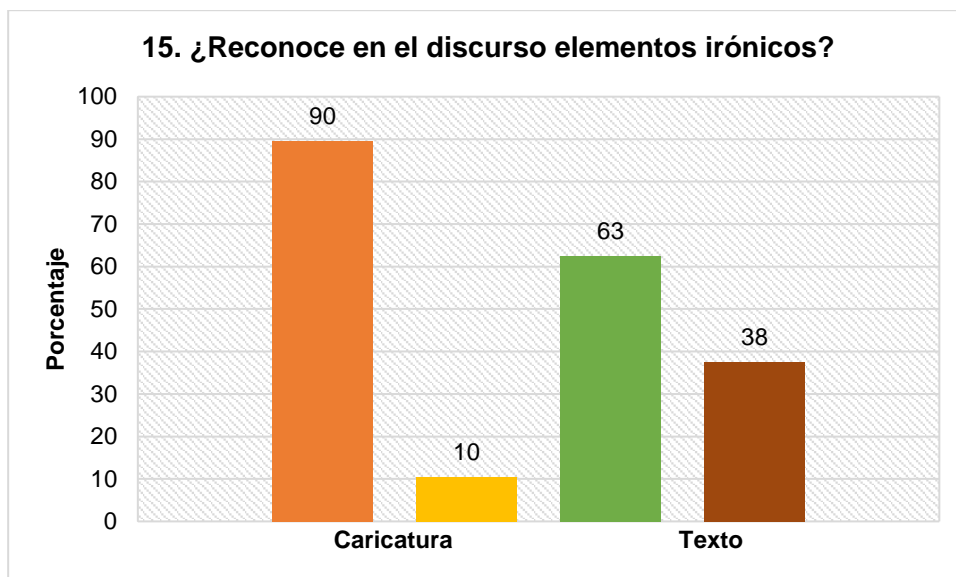


Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 100% identifican el rol que cumplen los personajes que aparecen en el discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 94%. Quienes no identificaron el rol que cumplen los personajes fue el 0% en el grupo experimento (caricatura) y 6% en el grupo control.

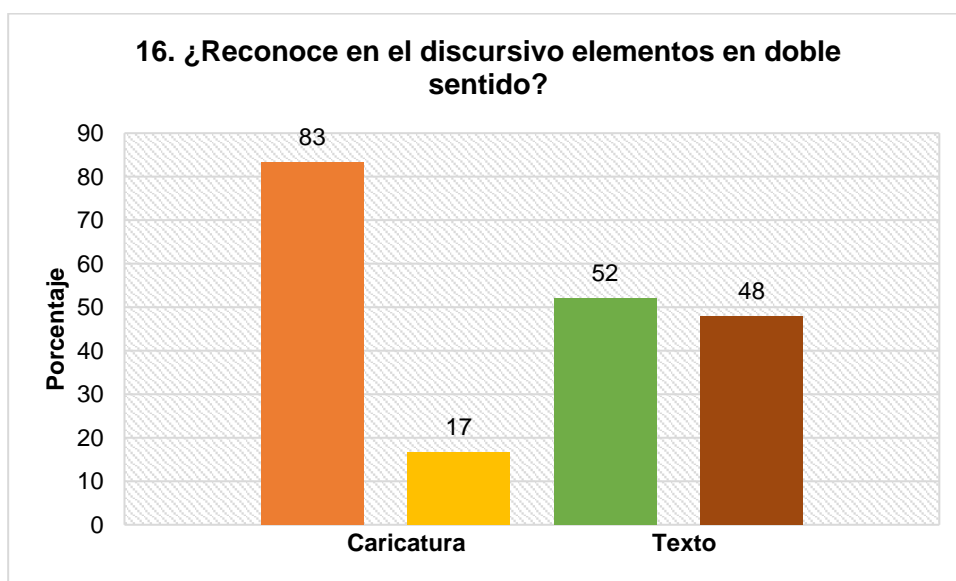


Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 98% identifican el papel social o político de los personajes que aparecen en el discurso, mientras que en el grupo control (texto)

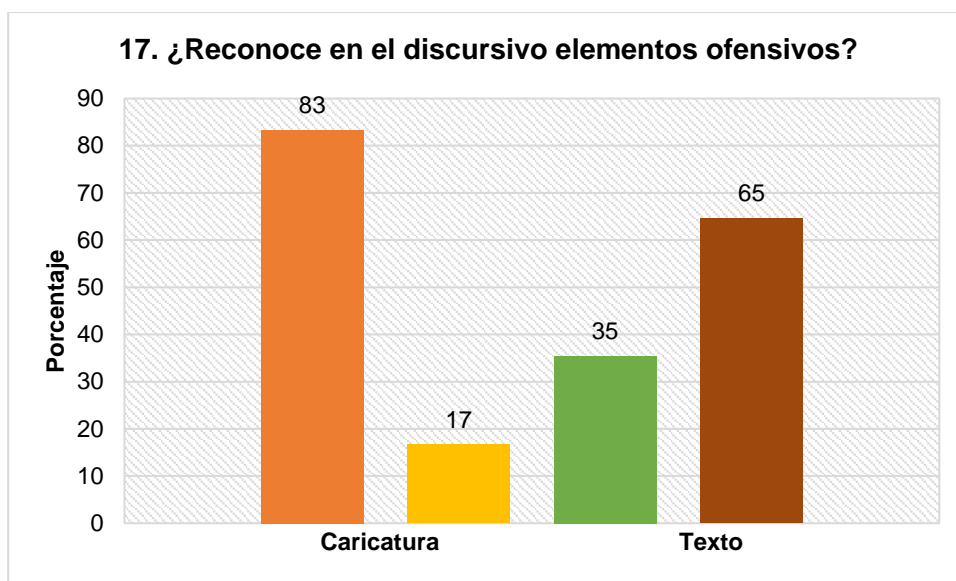
fue del 94%. Quienes no identificaron el papel social o político de los personajes fue el 2% en el grupo experimento (caricatura) y 6% en el grupo control (texto).



Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 90% reconocen en el discurso elementos irónicos, mientras que en el grupo control (texto) fue del 63%. Quienes reconocen elementos irónicos fue el 10% en el grupo experimento (caricatura) y 37% en el grupo control.

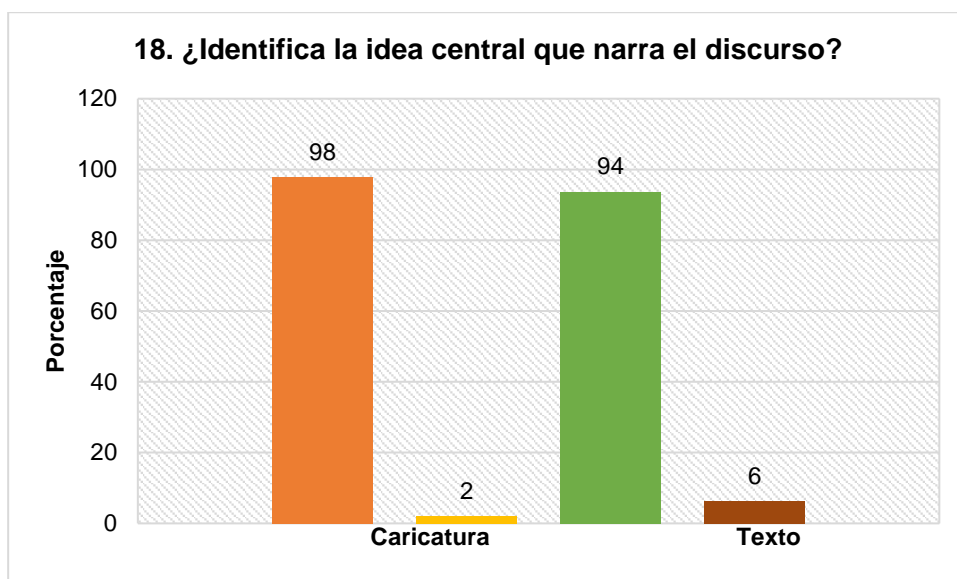


Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 83% reconoce en el discurso elementos en doble sentido, mientras que en el grupo control (texto) fue del 52%. Quienes no reconocen elementos en doble sentido fue el 17% en el grupo experimento (caricatura) y 48% en el grupo control.

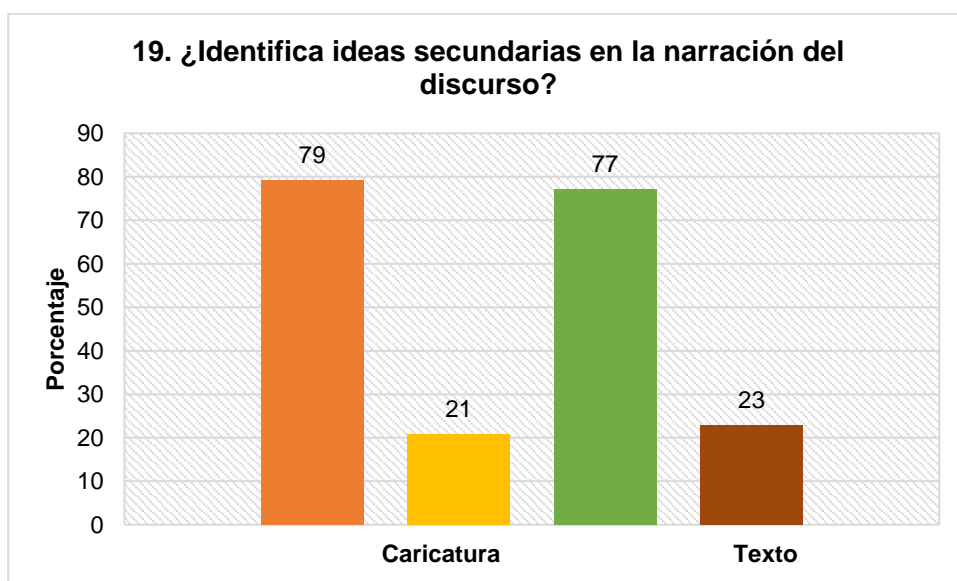


Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 83% reconoce elementos ofensivos en el discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 35%. Quienes no reconocen elementos ofensivos fue el 17% en el grupo experimento (caricatura) y 65% en el grupo control.

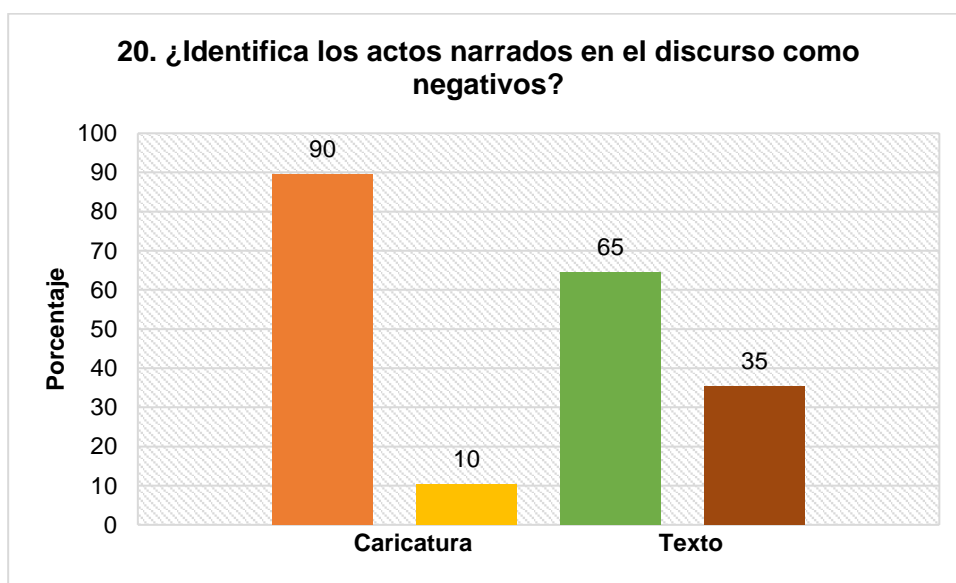
VARIABLE 2 - Formación de la actitud en los estudiantes universitarios de Lima, 2020



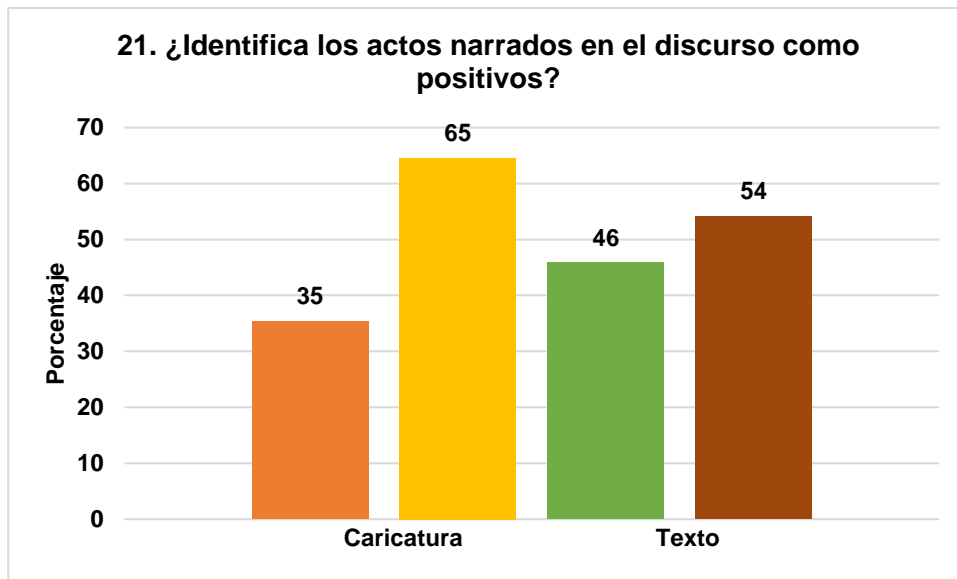
Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 98% identifica la idea central que narra el discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 94%. Quienes no identificaron la idea central fue el 2% en el grupo experimento (caricatura) y 6% en el grupo control.



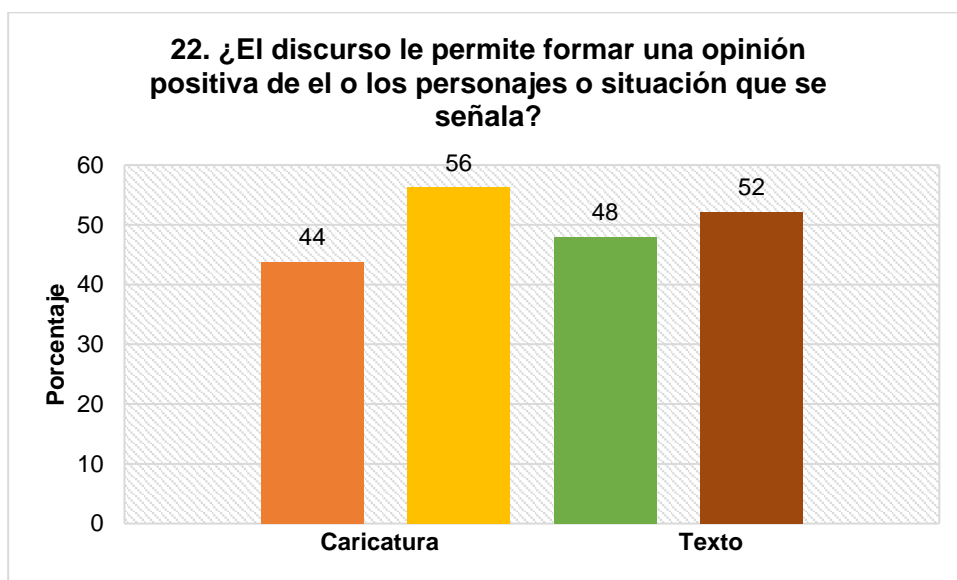
Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 79% identifica las ideas secundarias que narra el discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 77%. Quienes no identificaron las ideas secundarias fue el 21% en el grupo experimento (caricatura) y 23% en el grupo control.



Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 98% identifica los actos narrados en el discurso como negativos, mientras que en el grupo control (texto) fue del 65%. Quienes no identificaron los actos como negativos fue el 2% en el grupo experimento (caricatura) y 35% en el grupo control.

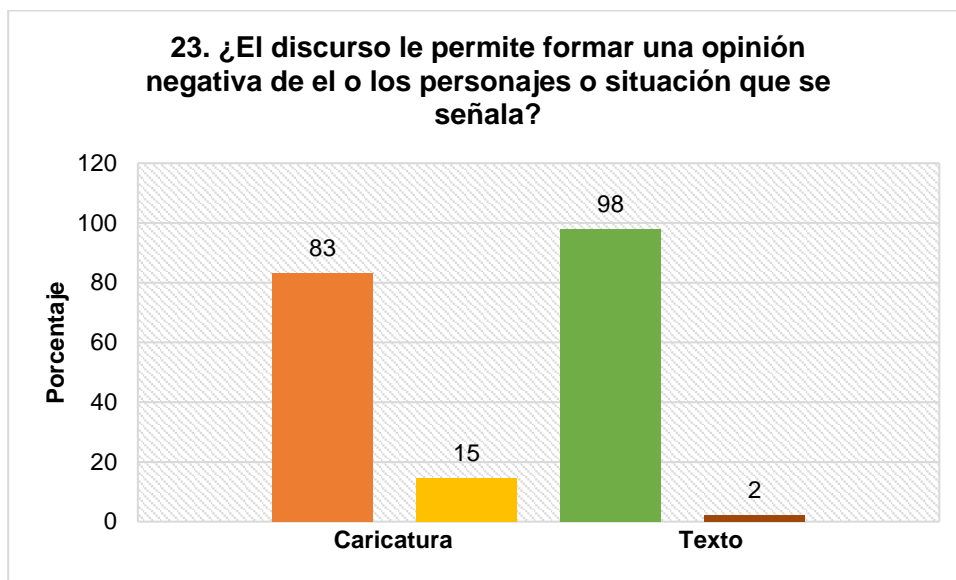


Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 35% identifica los actos narrados en el discurso como positivos, mientras que en el grupo control (texto) fue del 46%. Quienes no identificaron los actos como positivos fue el 65% en el grupo experimento (caricatura) y 54% en el grupo control.

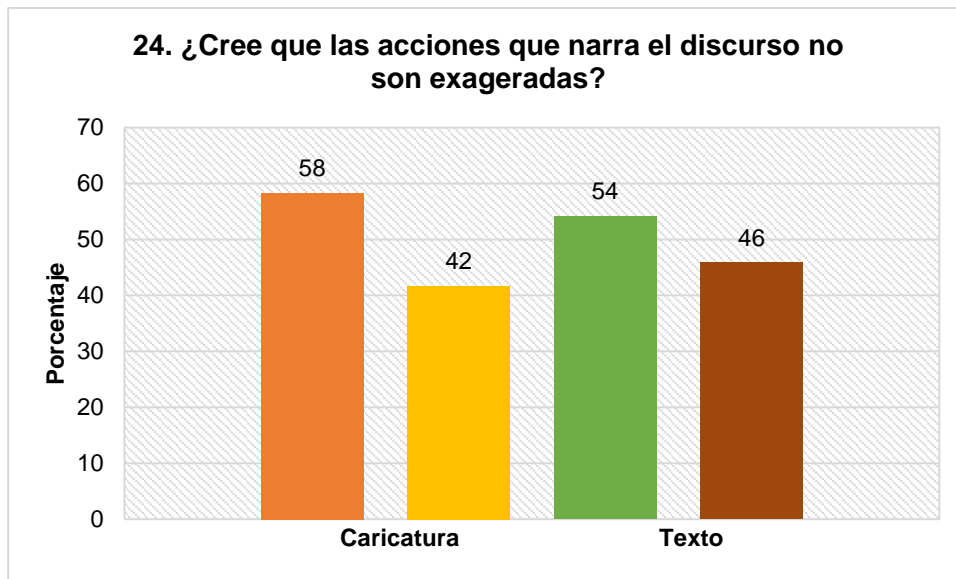


Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 44% indica que el discurso le permite formar una opinión positiva de los personajes o situación que se señalan, mientras que en

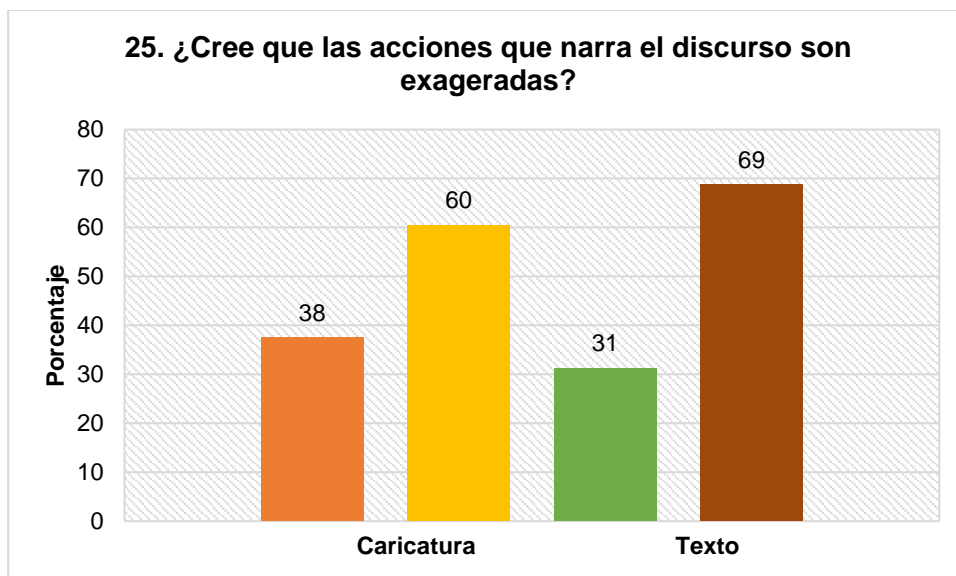
el grupo control (texto) fue del 48%. Quienes indican que el discurso no les permite formar una opinión positiva fue el 56% en el grupo experimento (caricatura) y 52% en el grupo control.



Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 83% indica que el discurso le permite formar una opinión negativa de los personajes o situación que se señalan, mientras que en el grupo control (texto) fue del 98%. Quienes indican que el discurso no les permite formar una opinión positiva fue el 15% en el grupo experimento (caricatura) y 2% en el grupo control.

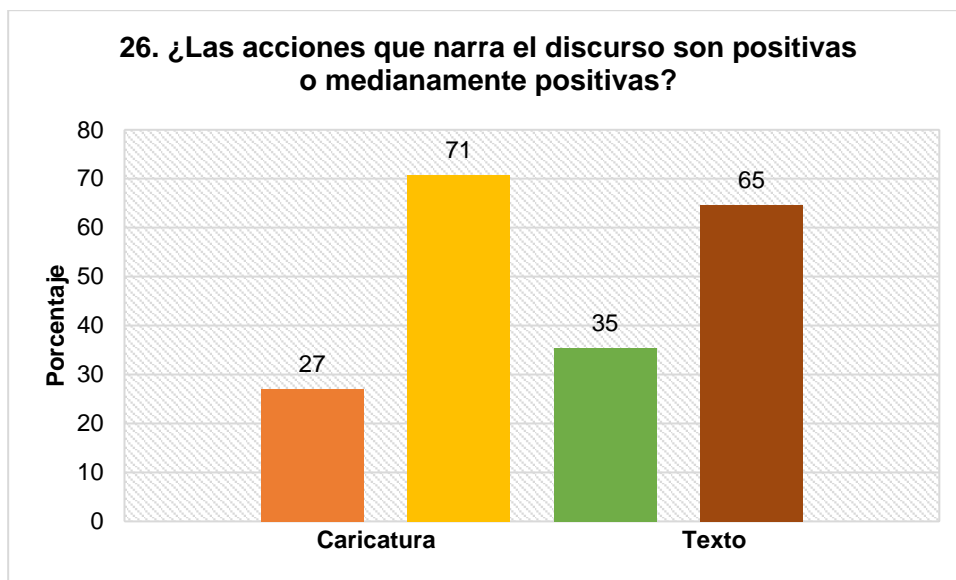


Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 58% cree que las acciones que se narran en el discurso no son exageradas, mientras que en el grupo control (texto) fue del 54%. Quienes consideran que las acciones son exageradas fue el 42% en el grupo experimento (caricatura) y 46% en el grupo control.

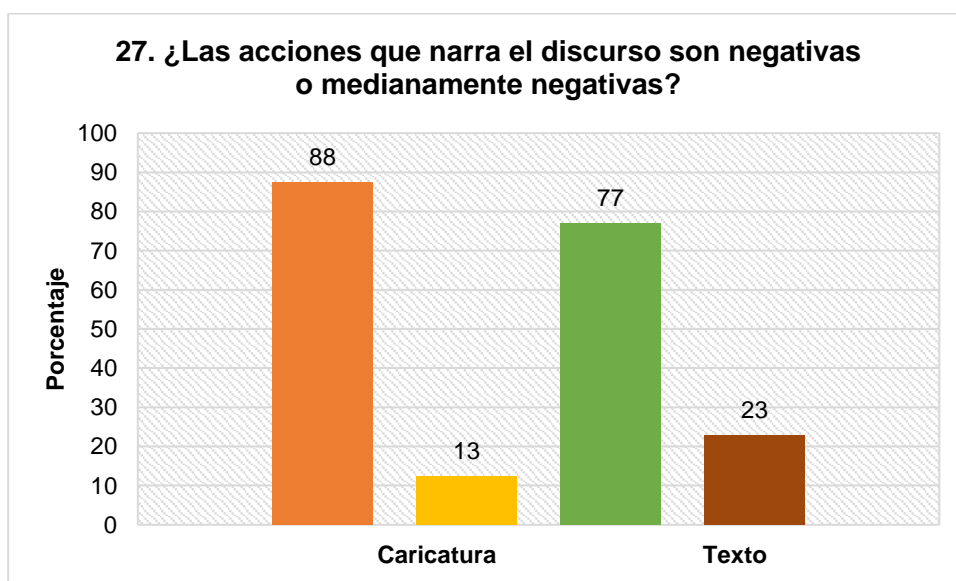


Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 38% cree que las acciones que se narran en el discurso son exageradas, mientras que en el grupo control (texto) fue del 31%.

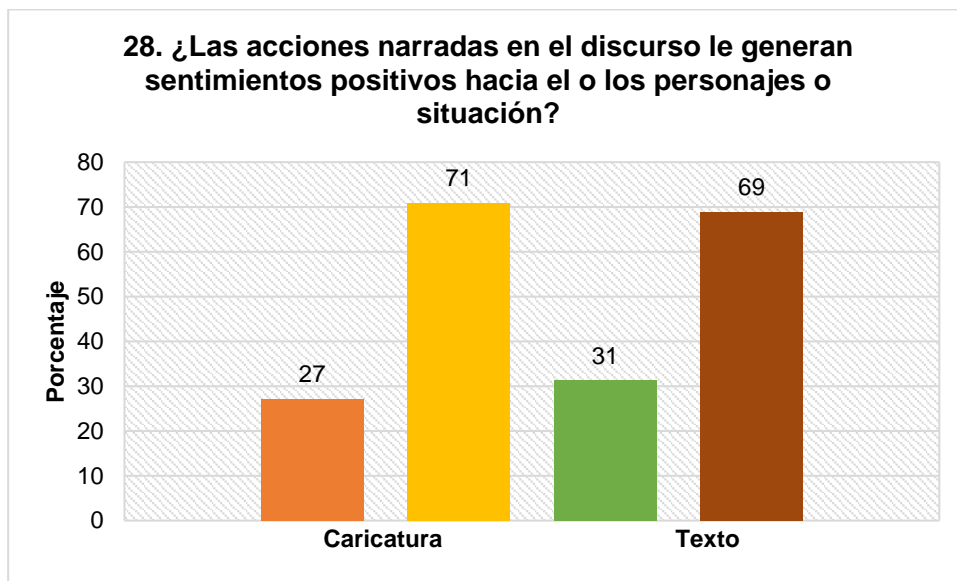
Quienes consideran que las acciones no son exageradas fue el 62% en el grupo experimento (caricatura) y 69% en el grupo control.



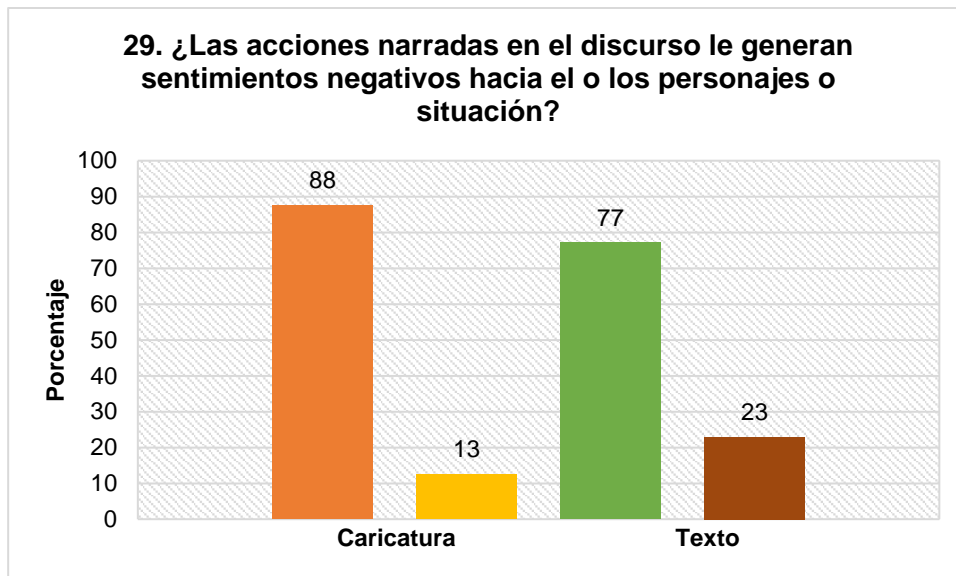
Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 27% cree que las acciones que se narran en el discurso positivas o medianamente positivas, mientras que en el grupo control (texto) fue del 35%. Quienes consideran que las acciones no son positivas fue el 71% en el grupo experimento (caricatura) y 65% en el grupo control.



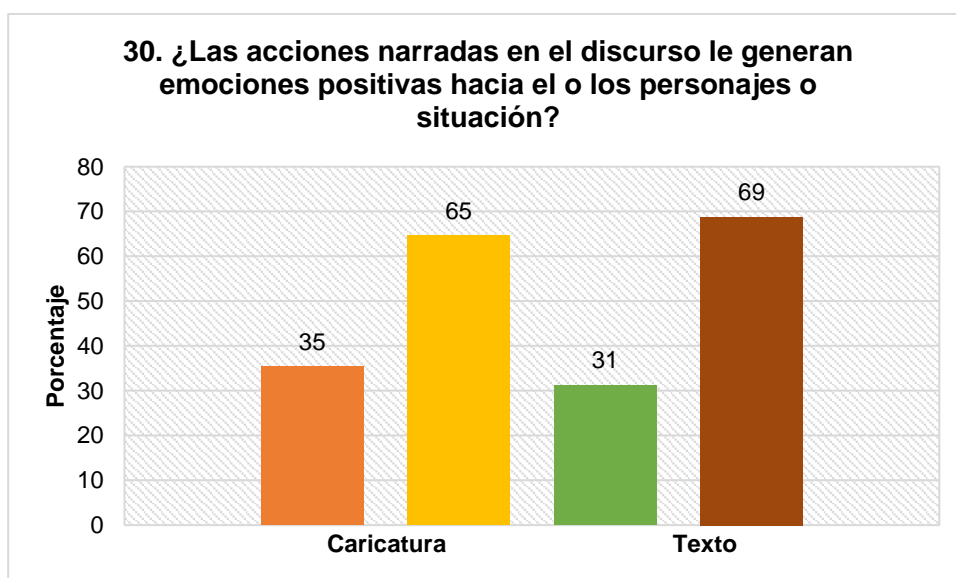
Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 88% cree que las acciones que se narran en el discurso son negativas o medianamente negativas, mientras que en el grupo control (texto) fue del 77%. Quienes consideran que las acciones no son negativas fue el 13% en el grupo experimento (caricatura) y 28% en el grupo control.



Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 27% las acciones que se narran en el discurso le generan sentimientos positivos hacia los personajes o situación, mientras que en el grupo control (texto) fue del 31%. Quienes consideran que no les generan sentimientos positivos fue el 71% en el grupo experimento (caricatura) y 69% en el grupo control.

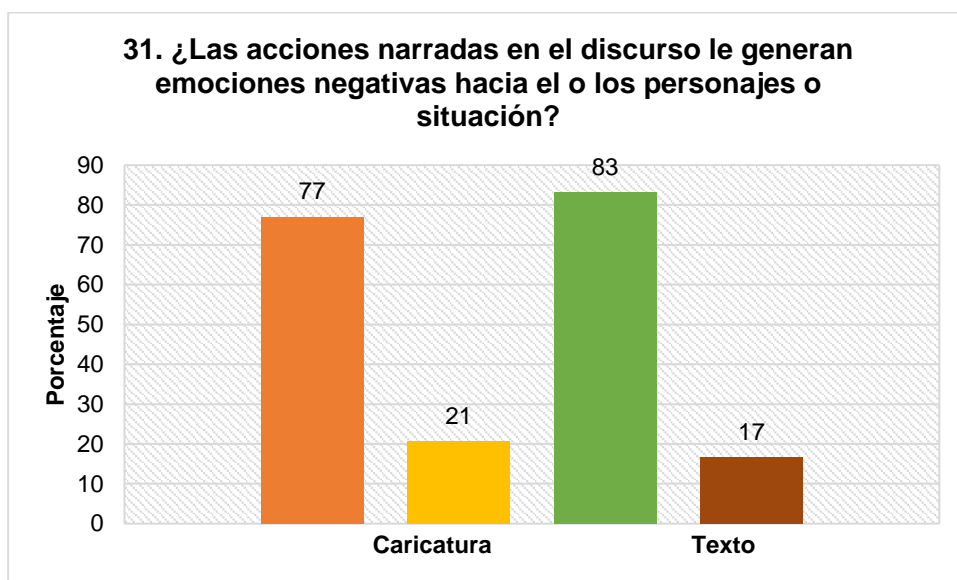


Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 88% las acciones que se narran en el discurso le generan sentimientos negativos hacia los personajes o situación, mientras que en el grupo control (texto) fue del 77%. Quienes consideran que no les generan sentimientos negativos fue el 13% en el grupo experimento (caricatura) y 23% en el grupo control.

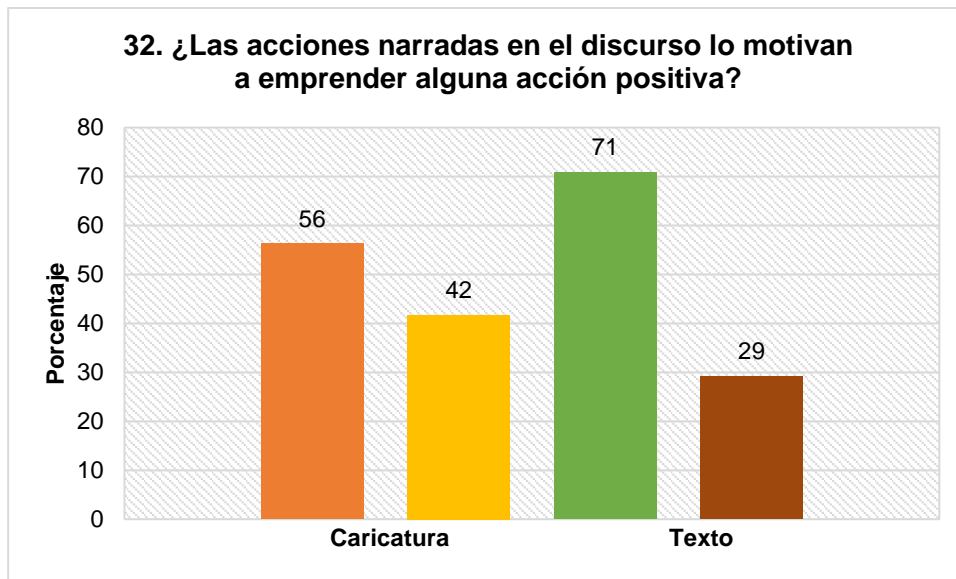


Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 35% las acciones que se narran en el discurso le

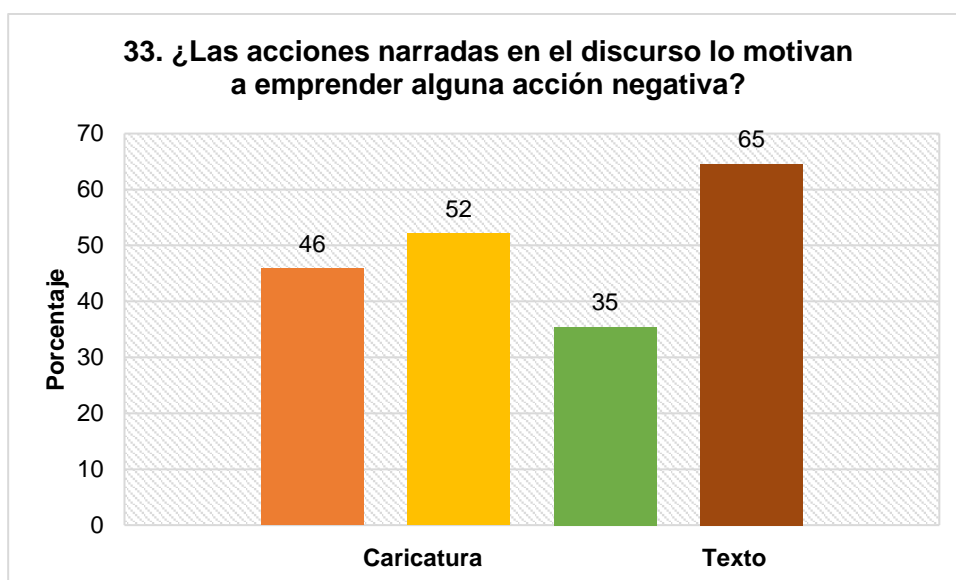
generan emociones positivas hacia los personajes o situación, mientras que en el grupo control (texto) fue del 31%. Quienes consideran que no les generan emociones positivas fue el 65% en el grupo experimento (caricatura) y 69% en el grupo control.



Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 77% las acciones que se narran en el discurso le generan emociones negativas hacia los personajes o situación, mientras que en el grupo control (texto) fue del 83%. Quienes consideran que no les generan emociones negativas fue el 29% en el grupo experimento (caricatura) y 17% en el grupo control.



Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 56% las acciones que se narran en el discurso lo motivan a emprender alguna acción positiva, mientras que en el grupo control (texto) fue del 71%. Quienes consideran que no los motivan a emprender una acción positiva fue el 44% en el grupo experimento (caricatura) y 29% en el grupo control.



Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 46% las acciones que se narran en el discurso lo

motivan a emprender alguna acción negativa, mientras que en el grupo control (texto) fue del 35%. Quienes consideran que no los motivan a emprender una acción negativa fue el 54% en el grupo experimento (caricatura) y 65% en el grupo control.

5.2 Análisis Inferencial

Para poder contrastar las hipótesis planteadas, se medirá las dos variables y sus respectivas dimensiones.

La presente investigación plantea la siguiente hipótesis general:

H1: El contexto en el discurso de la caricatura política tiene una influencia significativa en la formación de la actitud de los estudiantes universitarios.

H0: El contexto en el discurso de la caricatura política no tiene una influencia significativa en la formación de la actitud de los estudiantes de universitarios.

Para poder contrastar la hipótesis general, se realizó la prueba de normalidad, la cual permitió comprender el tipo de análisis estadístico (paramétricos y no paramétricos) a realizarse para la prueba de hipótesis.

Tabla 1. Prueba de normalidad – Hipótesis general

Pruebas de normalidad				
	Grupo	Estadístico	Shapiro-Wilk gl	Sig.
V1_Discurso	Grupo control	,938	48	,014
	Grupo experimental	,733	48	,000
V2_Actitud	Grupo control	,958	48	,087
	Grupo experimental	,898	48	,001

Fuente: Elaboración Propia

En ese sentido, al tener muestras menores a 50 en ambos grupos (control y experimental), se trabaja con Shapiro-Wilk. Al aplicarse la prueba de normalidad a ambas variables y ambos grupos, se puede observar que la significancia de la primera variable tanto en el grupo control como experimental (0.014 y 0.000) es menor a 0.05, por lo tanto, se le debe aplicar pruebas no paramétricas. Lo mismo sucede con la significancia del grupo experimental de la segunda variable (0.001) es menor a 0.05 por lo tanto, se aplican pruebas no paramétricas. Con respecto al grupo control de la segunda variable presenta una significancia (0.087) mayor a 0.05, por lo tanto, se aplica pruebas paramétricas.

De tal forma, ambas variables y grupos de investigación no presentan una distribución normal, por lo tanto, se debe aplicar la prueba estadística no paramétrica, coeficiente de correlación de Spearman.

Tabla 2. Coeficiente de correlación de Spearman – Hipótesis general

Correlaciones			V1_Discurso	V2_Actitud
Rho de Spearman	V1_Discurso	Coeficiente de correlación	1,000	,243*
		Sig. (bilateral)	.	,017
		N	96	96
	V2_Actitud	Coeficiente de correlación	,243*	1,000
		Sig. (bilateral)	,017	.
		N	96	96

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en la tabla 2, la correlación es de 0.243, por lo que presenta una correlación positiva débil entre ambas variables. Así mismo, el valor de la significancia obtenida ($p = 0,017$) es menor a 0.05, por lo tanto, con 95% de confianza y 5% de probabilidad de error, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Es decir, el contexto en el discurso de la caricatura política tiene una influencia significativa en la formación de la actitud de los estudiantes universitarios.

Con respecto a la primera hipótesis específica:

H_{1.1}: El contexto en el discurso de la caricatura política influye significativamente en la cognición o percepción de los estudiantes universitarios.

H_{0.1}: El contexto en el discurso de la caricatura política no influye significativamente en la cognición o percepción de los estudiantes universitarios.

Tabla 3. Prueba de normalidad – Hipótesis específica 1

		Pruebas de normalidad		
Grupo		Estadístico	Shapiro-Wilk	
			gl	Sig.
V1_Discurso	Grupo control	,938	48	,014
	Grupo experimental	,733	48	,000
V2_D1_Cognoscitivo	Grupo control	,954	48	,056
	Grupo experimental	,885	48	,000

Fuente: Elaboración Propia

Al aplicarse la prueba de normalidad en ambos grupos, se puede observar que la significancia de la primera variable tanto en el grupo control como experimental (0.014 y 0.000) es menor a 0.05, por lo tanto, se le debe aplicar pruebas no paramétricas. Lo mismo sucede con la significancia del grupo experimental de la dimensión cognoscitivo (0.000) es menor a 0.05 por lo tanto, se aplican pruebas no paramétricas. Con respecto al grupo control de la dimensión cognoscitivo presenta una significancia (0.056) mayor a 0.05, por lo tanto, se aplica pruebas paramétricas.

De tal forma, la variable discurso, la dimensión cognoscitivo y grupos de investigación no presentan una distribución normal, por lo tanto, se debe aplicar la prueba estadística no paramétrica, coeficiente de correlación de Spearman.

Tabla 4. Coeficiente de correlación de Spearman – Hipótesis específica 1

			V1_Discurso	V2_D1_Cognoscitivo
Rho de Spearman	V1_Discurso	Coeficiente de correlación	1,000	,277**
		Sig. (bilateral)	.	,006
		N	96	96
	V2_D1_Cognoscitivo	Coeficiente de correlación	,277**	1,000
		Sig. (bilateral)	,006	.
		N	96	96

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en la tabla 4, la correlación es de 0.277, por lo que presenta una correlación positiva débil entre la variable discurso y la dimensión cognoscitiva. Así mismo, el valor de la significancia obtenida ($p = 0,006$) es menor a 0.05, por lo tanto, con 99% de confianza y 1% de probabilidad de error, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. En tal sentido, se puede afirmar que el contexto en el discurso de la caricatura política influye significativamente en la cognición o percepción de los estudiantes universitarios.

Con respecto a la segunda hipótesis específica:

H_{1.2}: El contexto en el discurso de la caricatura política influye significativamente en el aspecto emotivo-afectivo de los estudiantes.

H_{0.2}: El contexto en el discurso de la caricatura política no influye significativamente en el aspecto emotivo-afectivo de los estudiantes.

Tabla 5. Prueba de normalidad – Hipótesis específica 2

		Pruebas de normalidad		
Grupo		Estadístico	Shapiro-Wilk	
			gl	Sig.
V1_Discurso	Grupo control	,938	48	,014
	Grupo experimental	,733	48	,000
V2_D2_Afectivo	Grupo control	,854	48	,000
	Grupo experimental	,804	48	,000

Fuente: Elaboración Propia

Al aplicarse la prueba de normalidad en ambos grupos, se puede observar que la significancia de la primera variable tanto en el grupo control como experimental (0.014 y 0.000) es menor a 0.05, por lo tanto, se le debe aplicar pruebas no paramétricas. Lo mismo sucede con la significancia de la dimensión afectivo tanto en el grupo control como experimental (0.000 y 0.000) es menor a 0.05 por lo tanto, se aplican pruebas no paramétricas.

De tal forma, la variable discurso, la dimensión afectivo y grupos de investigación presentan una distribución normal, por lo tanto, se debe aplicar la prueba paramétrica, coeficiente de correlación de Pearson.

Tabla 6. Coeficiente de correlación de Pearson – Hipótesis específica 2

		Correlaciones	
		V1_Discurso	V2_D2_Afectivo
V1_Discurso	Correlación de Pearson	1	,168
	Sig. (bilateral)		,101
	N	96	96
V2_D2_Afectivo	Correlación de Pearson	,168	1
	Sig. (bilateral)	,101	
	N	96	96

Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en la tabla 6, la correlación es de 0.168, por lo que presenta una correlación positiva muy débil entre la variable discurso y la dimensión afectiva. Así mismo, el valor de la significancia obtenida ($p = 0,101$) es mayor a 0.05, por lo tanto, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis de investigación. En tal sentido, se puede afirmar que el contexto en el discurso de la caricatura política no influye significativamente en el aspecto emotivo-afectivo de los estudiantes.

Con respecto a la tercera hipótesis específica:

H_{1.3}: El contexto en el discurso de la caricatura política influye significativamente en el aspecto conativo, de acción o comportamental de los estudiantes.

H_{0.3}: El contexto en el discurso de la caricatura política no influye significativamente en el aspecto conativo, de acción o comportamental de los estudiantes.

Tabla 7. Prueba de normalidad – Hipótesis específica 3

		Pruebas de normalidad		
Grupo		Estadístico	Shapiro-Wilk	
			gl	Sig.
V1_Discurso	Grupo control	,938	48	,014
	Grupo experimental	,733	48	,000
V2_D3_Compportamental	Grupo control	,733	48	,000
	Grupo experimental	,763	48	,000

Fuente: Elaboración Propia

Al aplicarse la prueba de normalidad en ambos grupos, se puede observar que la significancia de la primera variable tanto en el grupo control como experimental

(0.014 y 0.000) es menor a 0.05, por lo tanto, se le debe aplicar pruebas no paramétricas. Lo mismo sucede con la significancia de la dimensión comportamental tanto en el grupo control como experimental (0.000 y 0.000) es menor a 0.05 por lo tanto, se aplican pruebas no paramétricas.

De tal forma, la variable discurso, la dimensión comportamental y grupos de investigación presentan una distribución normal, por lo tanto, se debe aplicar la prueba paramétrica, coeficiente de correlación de Pearson.

Tabla 8. Coeficiente de correlación de Pearson – Hipótesis específica 3

		Correlaciones	
		V1_Discurso	V2_D3_Comportamental
V1_Discurso	Correlación de Pearson	1	,172
	Sig. (bilateral)		,093
	N	96	96
V2_D3_Comportamental	Correlación de Pearson	,172	1
	Sig. (bilateral)	,093	
	N	96	96

Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en la tabla 8, la correlación es de 0.172, por lo que presenta una correlación positiva muy débil entre la variable discurso y la dimensión comportamental. Así mismo, el valor de la significancia obtenida ($p = 0,093$) es mayor a 0.05, por lo tanto, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis de investigación. En tal sentido, se puede afirmar que el contexto en el discurso de la caricatura política no influye significativamente en el aspecto conativo, de acción o comportamental de los estudiantes.

Resultados

A continuación, se da a conocer los resultados de la información recolectada por medio del cuestionario aplicado a los estudiantes universitarios de las universidades César Vallejo y ESAN.

Ítem 1: Ante la pregunta planteada ¿Reconoce el ámbito social, político, económico o cultural al que pertenecen el o los personajes del discurso?, se comprobó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 100% reconoció a los personajes dentro del ámbito social, político o cultural al que pertenecen, mientras que en el grupo control (texto) fue del 98% y el 2% no reconoció a los personajes que mencionaba la nota informativa. Esto deja en evidencia la facilidad de comprensión que los estudiantes experimentan ante la imagen puesto que les es fácil reconocer las características de las personas públicas y relacionarlas a los ámbitos a los que pertenecen, sin embargo la nota periodística menciona tanto al personaje como su función o cargo y frente a esto el estudiante no requiere procesar la información infiriendo quién puede ser a quien se hace mención, a pesar de ello existe un porcentaje que no reconoce el ámbito al que pertenecen los personajes, esto puede deberse a la falta de interés en asuntos políticos tal y como informó la ONPE en su estudio del año 2016 en donde mencionaba que los jóvenes mostraban falta de motivación y apatía, se llegó a esta conclusión luego del análisis de los padrones electorales en donde el 30% de los votantes eran jóvenes entre 18 y 29 años, sin embargo la participación de los jóvenes en asuntos políticos es muy bajo.

Ítem 2: Ante la pregunta ¿Identifica, por medio del discurso, el trabajo o funciones que realiza el o los personajes? se comprobó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 94% logró reconocer por medio del discurso el trabajo o funciones que realizan los personajes, mientras que en el grupo control (texto) fue del 98%. Quienes no reconocieron el trabajo o funciones de los personajes fueron el 6% en el grupo experimento (caricatura) y 2% en el grupo control. Ante este resultado, los estudiantes logran reconocer por medio de las imágenes al personaje, debido a las características físicas y acciones que se muestran en ellas, sin embargo, existe un porcentaje que no reconoce el trabajo o funciones que realiza. El porcentaje de quienes reconocen las funciones o trabajo de los personajes es mayor en la nota informativa que no requiere de inferir ni relacionar las imágenes con el conocimiento de la realidad, sin embargo, existe un porcentaje que a pesar de ello no logra reconocer las funciones o trabajo que realizan los personajes, esto puede deberse a la falta de interés en asuntos políticos, tal y como se mencionó en el estudio de la ONPE al que se hizo referencia en el ítem 1.

Ítem 3: ante la pregunta ¿Identifica, por medio del discurso, acciones positivas realizadas por el o los personajes? los estudiantes del grupo experimental (caricatura) respondieron solo el 21% el reconocimiento de acciones positivas por medio del discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 42%. Quienes no reconocieron acciones positivas de los personajes fueron el 79% en el grupo experimento (caricatura) y 58% en el grupo control. A pesar de que el porcentaje de jóvenes fue mayor al no reconocer acciones positivas en la caricatura y nota informativa, el porcentaje que reconoce las acciones de los

personajes como positivas es preocupante, esta situación se debe a que el sistema de valores de los encuestados no se encuentra cimentado, tal y como indica la Valdez con respecto a crisis que afrontan las familias al inculcar valores a los niños y jóvenes, responsabilidad que han entregado a los medios de comunicación

Ítem 4: ante la pregunta ¿Identifica, por medio del discurso, acciones negativas realizadas por el o los personajes? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 94% logró reconocer acciones negativas realizadas por los personajes, mientras que en el grupo control (texto) fue del 90%. Quienes no reconocieron acciones negativas de los personajes fueron el 6% en el grupo experimento (caricatura) y 10% en el grupo control. En el mismo sentido del ítem 4, a pesar del alto porcentaje de estudiantes que reconocen las acciones negativas de los personajes de la caricatura y nota informativa, aún existe un porcentaje que no las reconoce como tal, indicando a través de esto, la carencia en el sistema de valores y la permisividad ante acciones negativas.

Ítem 5: ante la pregunta ¿Comprende el objetivo de las acciones que realizan los personajes del discurso? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 92% logró comprender el objetivo de las acciones que realizan los personajes, mientras que en el grupo control (texto) fue del 90%. Quienes no comprendieron el objetivo de las acciones realizadas por los personajes fueron el 8% en el grupo experimento (caricatura) y 10% en el grupo control. Ante esta situación, tal y como indica Van Dijk, el discurso está compuesto por conocimiento, sociedad y cultura lo que forma un modelo mental

conformado por todas las acciones socioculturales a lo largo de la vida. Al ser el mayor porcentaje de estudiantes quienes reconocen el objetivo de las acciones que informa el discurso, se puede considerar positivo dicho reconocimiento, sin embargo, existe un porcentaje que no logra identificar el objetivo de dichas acciones.

Ítem 6: ante la pregunta ¿Identifica y relaciona con hechos conocidos las acciones que realizan los personajes del discurso? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 100% logró identificar y relacionar con hechos conocidos, las acciones que realizan los personajes por medio del discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 94% y 6% no identificó ni relacionó el discurso con hechos conocidos. El resultado a esta pregunta va en el mismo sentido que el ítem 6, de acuerdo con Van Dijk, se requiere de conocimiento social y cultural para poder relacionar la información con los hechos. Es interesante ver que, por medio de la caricatura, todos los encuestados lograron identificar y relacionar el discurso con acontecimientos políticos ocurridos, lo que no se consiguió con la nota informativa convencional.

Ítem 7: ante la pregunta ¿Interpreta el sentido de las acciones que realizan los personajes del discurso? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 96% logró interpretar el sentido de las acciones que realizan los personajes del discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 94%. Quienes no interpretaron el sentido fue el 4% en el grupo experimento (caricatura) y 6% en el grupo control. Van Dijk indica que a partir de la producción y comprensión del discurso unido a la acción socio-comunicativa, los usuarios

desarrollan representaciones mentales. En el caso de los encuestados se evidencia que a pesar de que la mayoría comprende el sentido de las acciones de los personajes, aún existe un porcentaje que no encuentra el sentido de dichas acciones.

Ítem 8: ante la pregunta ¿Identifica el lugar en donde se desarrolla la acción narrada en el discurso? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 94% logró identificar el lugar en donde se desarrolla la acción narrada en el discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 88%. Quienes no identificaron el lugar fue el 6% en el grupo experimento (caricatura) y 12% en el grupo control. El porcentaje que logro identificar el lugar donde se desarrollan los acontecimientos narrados por la caricatura es bastante representativo en comparación con los estudiantes expuestos a la nota informativa. La imagen es, en definitiva, un elemento importante en la comprensión del discurso. El reconocimiento del espacio o lugar pertenece a la categoría del modelo mental que postula Van Dijk, por ello las imágenes en la caricatura, ayudan a una mejor comprensión del lugar de los acontecimientos.

Ítem 9: ante la pregunta ¿Identifica el momento o tiempo en el que se desarrolla la acción narrada en el discurso? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 98% logró identificar el momento o tiempo en el que se desarrolla la acción narrada en el discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 96%. Quienes no identificaron el momento o tiempo fue el 2% en el grupo experimento (caricatura) y 4% en el grupo control. La categoría de tiempo, que es parte del modelo mental, según Van Dijk, no se evidencia en el

100% de los encuestados. Sin embargo, el mayor porcentaje de quienes identifican el momento o tiempo está en la caricatura. Lo que reafirma la fuerza de la imagen, tal y como se mencionó en el ítem 8.

Ítem 10: ante la pregunta ¿Comprende la intención de las acciones que se narran en el discurso? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 98% comprende la intención de las acciones que se narran en el discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 88%. Quienes no comprenden la intención fue el 2% en el grupo experimento (caricatura) y 12% en el grupo control. Comprender la intención del discurso requiere de la abstracción del receptor y de su conocimiento. Tal y como indica Mariano Cebrián, citado por Abreu, la caricatura encierra la intención de quien la elabora, por ello cuando un porcentaje significativo logra comprender el discurso que subyace en las imágenes acompañadas de textos, podemos reconocer la fuerza comunicativa de la caricatura.

Ítem 11: ante la pregunta ¿Comprende el objetivo de las acciones que se narran en el discurso? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 96% comprende el objetivo de las acciones que se narran en el discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 90%. Quienes no comprenden el objetivo fue el 4% en el grupo experimento (caricatura) y 10% en el grupo control. Esta pregunta va en el mismo sentido de la considerada en el ítem 11, el objetivo de los personajes que aparecen en el discurso se interpreta de forma más precisa con ayuda de la imagen, de acuerdo a Cebrián, el objetivo del caricaturista al utilizar la caricatura como herramienta comunicativa permite

que el receptor no solo comprenda el sentido del mensaje sino también el objetivo.

Ítem 12: ante la pregunta ¿Identifica a el o los personajes que aparecen en el discurso? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 98% identifican los personajes que aparecen en el discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 100%. Quienes no identificaron a los personajes fue el 2% en el grupo experimento (caricatura) y 0% en el grupo control. De acuerdo con Van Dijk los participantes y sus roles, forman parte de la categoría de los modelos mentales. En este sentido, en la caricatura se requiere el conocimiento del aspecto físico de los personajes públicos que ahí aparecen, en el caso de la nota informativa, los nombres y cargos facilitan la identificación de los personajes.

Ítem 13: ante la pregunta ¿Identifica el rol que cumple el o los personajes del discurso? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 100% identifican el rol que cumplen los personajes que aparecen en el discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 94%. Quienes no identificaron el rol que cumplen los personajes fue el 0% en el grupo experimento (caricatura) y 6% en el grupo control. De acuerdo con Van Dijk y en el mismo sentido que el ítem 12, los participantes y sus roles, forman parte de la categoría de los modelos mentales. En este sentido, en la caricatura muestra a personajes que posiblemente los encuestados no reconozcan físicamente, si pueden reconocer a quienes se refiere el discurso cuando relacionan diversos elementos

que acompañan a los personajes como la vestimenta, algún accesorio conocido, el diálogo que se establece, entre otros.

Ítem 14: ante la pregunta ¿Identifica el papel social o político de el o los personajes que aparecen en el discurso? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 98% identifican el papel social o político de los personajes que aparecen en el discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 94%. Quienes no identificaron el papel social o político de los personajes fue el 2% en el grupo experimento (caricatura) y 6% en el grupo control (texto). El papel social o político esta relacionado a los roles o funciones que cumplen los personajes, como indica Van Dijk dentro de las categorías de modelos mentales. Por ello, tal como se vio en el ítem 13, los diversos elementos que componen la caricatura permiten la identificación del papel de los personajes.

Ítem 15: ante la pregunta ¿Reconoce en el discurso elementos irónicos? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 90% reconocen en el discurso elementos irónicos, mientras que en el grupo control (texto) fue del 63%. Quienes reconocen elementos irónicos fue el 10% en el grupo experimento (caricatura) y 37% en el grupo control. De acuerdo con lo que indica Cebrián citado por Abreu, la caricatura tiene como elemento característico que el dibujante interpreta y elabora una situación con el fin de causar un efecto de burla. En ese sentido los elementos que se consignan en la caricatura son agrupados de tal manera que el receptor encuentre en ellos lo contrario de lo

que se quiere dar a entender, así la ironía de los hechos y personajes queda en evidencia ante los ojos del público.

Ítem 16: ante la pregunta ¿Reconoce en el discurso elementos en doble sentido? Como se puede observar en el gráfico, se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 83% reconoce en el discurso elementos en doble sentido, mientras que en el grupo control (texto) fue del 52%. Quienes no reconocen elementos en doble sentido fue el 17% en el grupo experimento (caricatura) y 48% en el grupo control. Evidentemente la nota periodística, de acuerdo con su estructura formal, no debería contar con ningún elemento que pueda ser interpretado en doble sentido, sin embargo, los encuestados encontraron doble sentido en el texto, este es un interesante hallazgo a pesar de que en la caricatura el porcentaje fue mayor. Tal y como indica Cebrián citado por Abreu, la caricatura destaca algún aspecto físico, pero también moral que se exagera o ridiculiza y deja a libre interpretación al receptor.

Ítem 17: ante la pregunta ¿Reconoce en el discurso elementos ofensivos? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 83% reconoce elementos ofensivos en el discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 35%. Quienes no reconocen elementos ofensivos fue el 17% en el grupo experimento (caricatura) y 65% en el grupo control. El reconocimiento de elementos ofensivos en la caricatura obedece a la característica propia del texto de exagerar a los personajes y la situación desde una visión del dibujante, pero también a la interpretación de los que el público considere como ofensivo. De acuerdo con Van Dijk, la acción social-comunicativa desarrollan modelos

mentales, por ello el reconocer en la caricatura la ofensa hacia personajes y situaciones cuestionables, no está en desmedro de su aceptación o no.

Ítem 18: ante la pregunta ¿Identifica la idea central que narra el discurso? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 98% identifica la idea central que narra el discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 94%. Quienes no identificaron la idea central fue el 2% en el grupo experimento (caricatura) y 6% en el grupo control. Van Dijk indica que todo texto tiene una estructura relacionada al contexto, en el caso de la caricatura y el reconocimiento de la idea central, el porcentaje de los encuestados que identificó la idea central fue mayor a quienes estuvieron expuestos a la nota periodística, lo que indica que los elementos visuales permitieron reconocer con mayor facilidad la idea central de acuerdo con la contextualización.

Ítem 19: ante la pregunta ¿Identifica ideas secundarias en la narración del discurso? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 79% identifica las ideas secundarias que narra el discurso, mientras que en el grupo control (texto) fue del 77%. Quienes no identificaron las ideas secundarias fue el 21% en el grupo experimento (caricatura) y 23% en el grupo control. Siguiendo la misma idea del ítem 19, y de acuerdo a lo indicado por Van Dijk, la contextualización por medio de la caricatura permite reconocer ideas secundarias, sin embargo, en este caso, el porcentaje de los encuestados que reconoció las ideas secundarias fue menor. Con muy poco margen de diferencia de aquellos expuestos a la nota informativa.

Ítem 20: ante la pregunta ¿Identifica los actos narrados en el discurso como negativos? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 98% identifica los actos narrados en el discurso como negativos, mientras que en el grupo control (texto) fue del 65%. Quienes no identificaron los actos como negativos fue el 2% en el grupo experimento (caricatura) y 35% en el grupo control. El porcentaje de encuestados expuestos a la caricatura que identificaron los actos que expresa el discurso como negativos, fue considerablemente mayor a la opinión de los encuestados expuestos a la nota informativa. De acuerdo con lo que indica Cándido Monzón citando a Torregrosa, las actitudes están compuestas por afectos, creencias y tendencias a la acción. En el caso de que los encuestados identifiquen los actos narrados como negativos o no, esto depende de sus creencias y afectos hacia los personajes o las situaciones narradas.

Ítem 21: ante la pregunta ¿Identifica los actos narrados en el discurso como positivos? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 35% identifica los actos narrados en el discurso como positivos, mientras que en el grupo control (texto) fue del 46%. Quienes no identificaron los actos como positivos fue el 65% en el grupo experimento (caricatura) y 54% en el grupo control. En el mismo sentido que el ítem 20, los encuestados consideraron actos positivos aquellos narrados en la nota periodística, siendo en un menor porcentaje los que consideraron actos positivos los expuestos en la caricatura, a pesar del poco porcentaje, esto es preocupante debido a que la percepción de lo positivo estaría trastocada debido a que la caricatura muestra actos de corrupción y revanchismo político.

Ítem 22: ante la pregunta ¿El discurso le permite formar una opinión positiva de el o los personajes o situación que se señala? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 44% indica que el discurso le permite formar una opinión positiva de los personajes o situación que se señalan, mientras que en el grupo control (texto) fue del 48%. Quienes indican que el discurso no les permite formar una opinión positiva fue el 56% en el grupo experimento (caricatura) y 52% en el grupo control. De acuerdo con lo indicado por Kassin, S., Fein, S., Rose, H., las actitudes son evaluaciones que las personas hacen de manera positiva, negativa o mixta en relación a otras personas o situaciones, en ese sentido a pesar de que la opinión positiva de los encuestados expuestos a la caricatura es menor que aquellos expuestos a la nota periodística, es preocupante la percepción positiva que se tiene de actos de corrupción y problemas políticos.

Ítem 23: ante la pregunta ¿El discurso le permite formar una opinión negativa de el o los personajes o situación que se señala? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 83% indica que el discurso le permite formar una opinión negativa de los personajes o situación que se señalan, mientras que en el grupo control (texto) fue del 98%. Quienes indican que el discurso no les permite formar una opinión positiva fue el 15% en el grupo experimento (caricatura) y 2% en el grupo control. Siguiendo el mismo sentido del ítem 22, y en contraste con el resultado de éste, la opinión negativa de los encuestados es mayoritaria en los expuestos a la nota informativa en comparación con los expuestos a la caricatura, lo que puede ser interpretado como una dificultad en la percepción e interpretación de los hechos.

Ítem 24: ante la pregunta ¿Cree que las acciones que narra el discurso no son exageradas? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 58% cree que las acciones que se narran en el discurso no son exageradas, mientras que en el grupo control (texto) fue del 54%. Quienes consideran que las acciones son exageradas fue el 42% en el grupo experimento (caricatura) y 46% en el grupo control. Según indica Pérez, caricatura significa cargar o exagerar, por lo tanto, esto es un rasgo característico de la caricatura. Llama la atención que el porcentaje de quienes consideran una exageración lo que tanto la caricatura y la información periodística muestran sea con un margen tan estrecho, considerando que la nota periodística es la narración del hecho noticioso de manera objetiva, por lo que la exageración no cabe en ella.

Ítem 25: ante la pregunta ¿Cree que las acciones que narra el discurso son exageradas? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 38% cree que las acciones que se narran en el discurso son exageradas, mientras que en el grupo control (texto) fue del 31%. Quienes consideran que las acciones no son exageradas fue el 62% en el grupo experimento (caricatura) y 69% en el grupo control. Siguiendo el sentido del ítem, 24, el porcentaje de encuestados que considera exagerada las acciones que se narran en la caricatura es medianamente significativo, lo que es preocupante debido a que se vuelve a notar permisividad en la percepción de hechos de corrupción y problemas políticos por parte de los jóvenes.

Ítem 26: ante la pregunta ¿Las acciones que narra el discurso son positivas o medianamente positivas? se identificó que los estudiantes del grupo

experimental (caricatura), el 27% cree que las acciones que se narran en el discurso positivas o medianamente positivas, mientras que en el grupo control (texto) fue del 35%. Quienes consideran que las acciones no son positivas fue el 71% en el grupo experimento (caricatura) y 65% en el grupo control. De acuerdo con lo que indica Valmore Agelvis citado por Graciela Sánchez, las acciones semiótico-discursivas del discurso, dejan en entredicho los discursos oficiales, en ese sentido el que los encuestados reconozcan aspectos positivos en las acciones narradas, a pesar de ser un porcentaje menor, deja evidencia la permisividad de los jóvenes ante hechos políticos cuestionables.

Ítem 27: ante la pregunta ¿Las acciones que narra el discurso son negativas o medianamente negativas? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 88% cree que las acciones que se narran en el discurso son negativas o medianamente negativas, mientras que en el grupo control (texto) fue del 77%. Quienes consideran que las acciones no son negativas fue el 13% en el grupo experimento (caricatura) y 28% en el grupo control. Siguiendo el mismo sentido del ítem 26, a pesar de que un porcentaje significativo considera que las acciones que se narran tanto en la caricatura como en la nota periodística son negativas, aún se ve un porcentaje de los encuestados que considera que dichas acciones no son negativas, evidenciando nuevamente la permisividad ante los hechos.

Ítem 28: ante la pregunta ¿Las acciones narradas en el discurso le generan sentimientos positivos hacia el o los personajes o situación? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 27% las acciones que se

narran en el discurso le generan sentimientos positivos hacia los personajes o situación, mientras que en el grupo control (texto) fue del 31%. Quienes consideran que no les generan sentimientos positivos fue el 71% en el grupo experimento (caricatura) y 69% en el grupo control. A pesar de que el porcentaje de los encuestados cuyo discurso les genera sentimientos positivos es minoritaria en comparación de aquellos que el discurso no les genera sentimientos positivos, sigue siendo preocupante la existencia de un porcentaje de encuestados con sentimientos positivos ante los personajes y situación que se narra. De acuerdo con lo que indica Cándido Monzón, el componente afectivo o sentimental, está compuesto por ideas, juicios y valores hacia el objeto.

Ítem 29: ante la pregunta ¿Las acciones narradas en el discurso le generan sentimientos negativos hacia el o los personajes o situación? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 88% las acciones que se narran en el discurso le generan sentimientos negativos hacia los personajes o situación, mientras que en el grupo control (texto) fue del 77%. Quienes consideran que no les generan sentimientos negativos fue el 13% en el grupo experimento (caricatura) y 23% en el grupo control. En el mismo sentido de lo indicado en el ítem 28 y de acuerdo con lo expuesto por Cándido Monzón, a pesar de que el porcentaje de encuestados indica que lo narrado en el discurso les genera sentimientos negativos, aún existe un porcentaje que indica lo contrario. Esto puede interpretarse como permisividad o falta de interés por parte de los encuestados.

Ítem 30: ante la pregunta ¿Las acciones narradas en el discurso le generan emociones positivas hacia el o los personajes o situación? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 35% las acciones que se narran en el discurso le generan emociones positivas hacia los personajes o situación, mientras que en el grupo control (texto) fue del 31%. Quienes consideran que no les generan emociones positivas fue el 65% en el grupo experimento (caricatura) y 69% en el grupo control. De acuerdo con lo indicado por Cándido Mozón, las emociones son parte del componente afectivo. Los encuestados reconocen emociones positivas en un menor porcentaje de aquellos que no reconocen dichas emociones. A pesar de que el porcentaje de quienes manifiestan emociones positivas, esto es preocupante debido a que el discurso narrado tanto en la caricatura como en la nota periodística esta referido a hechos políticos cuestionables.

Ítem 31: ante la pregunta ¿Las acciones narradas en el discurso le generan emociones negativas hacia el o los personajes o situación? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 77% las acciones que se narran en el discurso le generan emociones negativas hacia los personajes o situación, mientras que en el grupo control (texto) fue del 83%. Quienes consideran que no les generan emociones negativas fue el 29% en el grupo experimento (caricatura) y 17% en el grupo control. En el mismo sentido del ítem 30, el porcentaje de encuestados que indican que las acciones narradas en el discurso le generan emociones negativas, es mayor en la nota periodística que en la caricatura, esto puede deberse a que la caricatura muestra una sola visión

desde el punto de vista del caricaturista, por lo tanto, se requeriría de más información para generar emociones negativas.

Ítem 32: ante la pregunta ¿Las acciones narradas en el discurso lo motivan a emprender alguna acción positiva? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 56% las acciones que se narran en el discurso lo motivan a emprender alguna acción positiva, mientras que en el grupo control (texto) fue del 71%. Quienes consideran que no los motivan a emprender una acción positiva fue el 44% en el grupo experimento (caricatura) y 29% en el grupo control. El componente conductual es parte integrante de la actitud y tiene como elemento fundamental la acción de acuerdo con lo que indican Pablo Briñol, Carlos Falces y Alberto Becerra. En este caso el porcentaje de encuestados cuyo discurso lo motiva a emprender una acción positiva ante los hechos narrados es menor en la caricatura que en la nota periodística, lo que indica que si bien los encuestados pueden formarse una opinión de los hechos y personajes, no necesariamente esta opinión la convierten en acción.

Ítem 33: ante la pregunta ¿Las acciones narradas en el discurso lo motivan a emprender alguna acción negativa? se identificó que los estudiantes del grupo experimental (caricatura), el 46% las acciones que se narran en el discurso lo motivan a emprender alguna acción negativa, mientras que en el grupo control (texto) fue del 35%. Quienes consideran que no los motivan a emprender una acción negativa fue el 54% en el grupo experimento (caricatura) y 65% en el grupo control. Siguiendo la misma lógica del ítem 32, el porcentaje de los encuestados que realizarían una acción negativa frente a los hechos narrados

es menor en comparación a quienes no lo harían. Se evidencia poco involucramiento en cuanto a realizar acciones para un cambio.

Acerca de la hipótesis general de la investigación, es necesario explicar que las caricaturas analizadas corresponden a un hecho concreto, los dos pedidos de vacancia del expresidente Martín Vizcarra en el año 2020 y las notas periodísticas que se seleccionaron corresponden a hechos noticiosos relacionados con las caricaturas. De estas notas se extrajeron el lead por ser la parte de la nota periodística que da respuesta a las cinco interrogantes del hecho noticioso. Entonces, después de realizado el experimento se observó que los resultados entre el grupo experimento y el grupo control presenta una correlación positiva débil entre ambas variables, Discurso y Actitud. Así mismo, el valor de la significancia obtenida ($p = 0,017$) es menor a 0.05, por lo tanto, con 95% de confianza y 5% de probabilidad de error, lo que indica que la hipótesis nula se rechaza y se acepta la hipótesis de investigación. Es decir, el contexto en el discurso de la caricatura política tiene una influencia significativa en la formación de la actitud de los estudiantes universitarios.

En cuanto a la hipótesis específica 1, la correlación es de 0.277, por lo que presenta una correlación positiva débil entre la variable discurso y la dimensión cognoscitiva. Así mismo, el valor de la significancia obtenida ($p = 0,006$) es menor a 0.05, por lo tanto, con 99% de confianza y 1% de probabilidad de error, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. En ese sentido, se puede afirmar que el contexto en el discurso de la caricatura política

influye significativamente en la cognición o percepción de los estudiantes universitarios.

En cuanto a la hipótesis específica 2, la correlación es de 0.168, por lo que presenta una correlación positiva muy débil entre la variable discurso y la dimensión afectiva. Así mismo, el valor de la significancia obtenida ($p = 0,101$) es mayor a 0.05, por lo tanto, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis de investigación. En tal sentido, se puede afirmar que el contexto en el discurso de la caricatura política no influye significativamente en el aspecto emotivo-afectivo de los estudiantes.

En cuanto a la hipótesis específica 3, la correlación es de 0.172, por lo que presenta una correlación positiva muy débil entre la variable discurso y la dimensión comportamental. Así mismo, el valor de la significancia obtenida ($p = 0,093$) es mayor a 0.05, por lo tanto, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis de investigación. En tal sentido, se puede afirmar que el contexto en el discurso de la caricatura política no influye significativamente en el aspecto conativo, de acción o comportamental de los estudiantes.

CAPÍTULO VI - DISCUSIÓN

La presente investigación, tiene como objetivo determinar la influencia del contexto en el discurso de la caricatura política de la vacancia del presidente Vizcarra en la formación de la actitud en los estudiantes de las universidades Cesar Vallejo y ESAN en Lima, entre septiembre y noviembre del 2020. Luego de realizar el análisis estadístico descriptivo e inferencial damos paso a los siguientes hallazgos:

Acerca de la **dimensión dominio**, que es el reconocimiento de los personajes o situaciones que se plantean en los discursos de la caricatura, así como en la nota periodística, se obtuvo que, en ambos grupos, Experimental (100%) y Control (98%), lograron identificar a los personajes y situaciones planteadas. Los estudiantes que no pudieron identificar a los personajes o situaciones por medio del discurso, es decir que no cumplieron con el dominio fueron el 2% del grupo control. Esto se debió a la falta de interés por los temas políticos tratados en las notas periodísticas.

De acuerdo con Bermúdez (2008), considera que los textos no están unificados únicamente por palabras, sino que existen variedad de elementos que ordenan y codifican el significado, esta conclusión a la que llega la podemos abordar desde la perspectiva de los sujetos de estudio que fueron expuestos a textos compuestos por un lenguaje verbal y no verbal (a través de las imágenes) y que reconocieron al 100% los personajes y situación planteada.

Para darle fuerza a esta posición, mencionaremos el artículo de Sonia Parrat *¿Por qué los jóvenes no leen periódicos?* la autora cita a Martínez (2005) quien indica que este distanciamiento entre los diarios y los jóvenes se debe a que los diarios establecen su propia agenda que no está de acuerdo con los intereses de la población joven. Sin embargo, también indica el Dr. Andreu Casero-Ripollés, en su artículo, *Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital* existe un despertar de los jóvenes hacia el consumo de noticias de tipo cívica y gratuita por internet, dejando de lado los medios tradicionales.

Por lo tanto, se puede determinar que la mayor parte de los encuestados tienen dominio de los hechos noticiosos y de la relación de los personajes en los ámbitos social, político, económico o cultural que se narran en el discurso y que esta comprensión se facilita con la exposición a las imágenes.

En el caso de la **dimensión participantes globales**, que corresponde a la identificación de las funciones que realizan los personajes por medio del discurso, así como si las acciones que realizan son positivas o negativas, se obtuvo que, en el grupo Experimental, el 94 % reconoció el trabajo o funciones que realizan los personajes por medio del discurso mientras que el 6% no las reconoció. En cuanto al grupo Control, el 98% reconoció el trabajo y funciones que realizan los personajes y el 2% no las reconoció.

En cuanto a si las acciones realizadas por los personajes son positivas, en el grupo Experimental el 21% las identificó como positivas y el 79% no, en el grupo Control el 42% las reconoce como positivas mientras que el 58% no.

En cuanto a si las acciones realizadas por los personajes son negativas, en el grupo Experimental el 94% las identificó como negativas y el 6% no, en el grupo Control el 90% las reconoce como negativas y el 10% no.

Tal y como hemos mencionado en el análisis de la dimensión de Dominio, de acuerdo con lo que indica Bermúdez (2008) la textualidad representa las características de un texto y se manifiestan en su producción y recepción del texto, pero para ser aceptadas requiere que los receptores reconozcan y acepten las normas textuales o convenciones de las que está formada. En el caso de la presente investigación, los sujetos de estudio identificaron las funciones y acciones de los personajes, sin embargo, el porcentaje fue mayor en el grupo Control, posiblemente porque en la caricatura no todos los sujetos pudieron identificar las características físicas de los personajes y relacionarlas con sus funciones o acciones.

De acuerdo con lo que indica Cándido Monzón en su libro *La Opinión Pública - teorías, conceptos y métodos*, el componente cognoscitivo o perceptivo está conformado por un conjunto de ideas, opiniones, categorías, juicios de valor, creencias, etc. que el hombre utiliza al pensar, esto permite a las personas percibir e interpretar el mundo. Así mismo el Dr. Abreu, citando a Evora Tamayo, indica que la caricatura es una expresión artística gráfica relacionada a los

acontecimientos de actualidad y relevancia, esta amplía la información, la interpreta, pero también la simplifica.

Por lo tanto, se puede destacar que es más fácil para los estudiantes el reconocer las funciones que realizan los personajes, por medio de la nota informativa y no de la caricatura, esto se debe al desconocimiento del aspecto físico del personaje y su relación con el trabajo que realiza o incluso a que la caricatura, por su característica simplificadora puede tener, para algunos estudiantes, cierta dificultad de interpretación por la necesidad de abstracción que demanda. En cuanto a los aspectos positivos y negativos de sus acciones, el porcentaje que percibe las acciones negativas de los personajes por medio del discurso es significativamente mayor en el grupo Experimental.

Con respecto a la **dimensión acción global** que corresponde al objetivo de las acciones que realizan los personajes, la identificación y relación con hechos conocidos que realizan los personajes, así como la interpretación del sentido de las acciones que realizan los personajes, se obtuvo que en el grupo Experimental el 92% comprende los objetivos de las acciones realizadas por los personajes, mientras que el 8% no. En cuanto al grupo Control, el 90% comprende las acciones realizadas por los personajes mientras que el 10% no. Si nos referimos a la identificación de los hechos, en el grupo Experimental el 100% logra identificar y relacionar lo que indica el discurso con hechos conocidos, mientras que el grupo Control, el 94% identifica los hechos y los relaciona y el 6% no. En cuanto a la interpretación del sentido de las acciones que los personajes realizan

por medio del discurso, en el grupo Experimental el 96% interpreta el sentido y el 4% no, y en el grupo Control el 94% interpreta el sentido y el 6% no.

De acuerdo con Bermúdez (2008), el texto se determina por el contexto social y es un instrumento comunicativo por lo que la coherente estructura de los elementos del discurso ya sea en la caricatura o en la nota informativa, dan como resultado la posibilidad de identificación de acciones y personajes e interpretación del texto por parte de los sujetos de estudio, tal y como se evidencia en el alto porcentaje en el dominio de acción global.

Según Valmore Agelvis citado por Graciela Sánchez, en su artículo *La caricatura política: sus funcionamientos retóricos*, la caricatura pone en práctica un discurso semiótico-discursivas que por medio de elementos verbales y visuales permiten la producción de sentido por parte del público, permitiendo que estos interpreten el texto, además, como indica Van Dijk (2001) el discurso está compuesto por el conocimiento, interacción, sociedad y cultura, todas ellas dimensiones de la sociedad. El discurso responde a la subjetividad de los participantes en una situación comunicativa.

Por lo tanto, se puede determinar que, en la dimensión de acción global, el grupo Experimental tiene un porcentaje más significativo en los tres aspectos que se evaluaron, en relación con el grupo Control.

En el caso de la **dimensión escenario**, este comprende el lugar de las acciones narradas en el discurso, así como el momento o tiempo de dichas acciones. En

cuanto al grupo Experimental, el 94% logro identificar los lugares donde se producía la narración de los hechos y el 6% no los identificó. En cuanto al grupo Control, el 88% logró identificar los lugares y el 12% no. En relación con el momento o tiempo narrado en el discurso, en el grupo Experimental el 98% logro determinar el momento de la narración, mientras que el 2% no lo logró, en cuanto al grupo Control, el 96% identificó el momento o tiempo y el 4% no.

De acuerdo con Bermúdez (2008) el fondo y la forma es artificial para el tipo de documentos que son parte de su estudio porque estos requieren de unidades lingüísticas concretas, sin embargo, por la naturaleza de nuestra investigación, el fondo y la forma adquiere importancia puesto que es parte necesaria para la interpretación de los hechos y personajes, sobre todo en la caricatura, en ese sentido existe una diferencia entre la investigación de la autora y la presente investigación.

Para Van Dijk (2001), los individuos consideran los hechos relevantes dependiendo del tiempo y los aspectos personales y sociales, esto tiene un carácter individual y subjetivo, y son parte determinante en la conformación del contexto que es una estructura mental basada en lo aprendido.

Por lo tanto, se puede determinar que el grupo Experimental logró identificar con claridad el lugar y momento de la narración del discurso de la caricatura en un mayor porcentaje, en comparación con el grupo Control.

En relación con la **dimensión acción local**, esta comprende la intención de las acciones y el objetivo de dichas acciones, en donde en el grupo Experimental el 98% comprende la intención de las acciones y el 2% no la comprende y en el grupo Control el 88% comprende la intención de las acciones y el 12% no.

En cuanto a comprender el objetivo de las acciones que se narran en el discurso, en el grupo Experimental el 96% comprende el objetivo de las acciones y el 4% no lo comprenden, y en el grupo Control, el 90% comprende el objetivo de las acciones y el 10% no.

En la misma línea vista en la dimensión de Escenario, Bermúdez (2008) la importancia del contexto social, así como la adecuación del receptor al género y tipo de texto, por ello se puede evidenciar la interpretación de los sujetos de estudio en un porcentaje significativamente mayoritario en cuanto a la comprensión de las acciones que realizan los personajes y su intención. Por lo tanto, los estudiantes del grupo Experimental, reconocen en un mayor porcentaje el objetivo e intención del discurso, en comparación con el grupo Control.

Para Van Dijk (2001), el discurso es una situación local que responde a la subjetividad de los participantes de una situación comunicativa, tal y como hemos visto en la presente investigación, los sujetos de estudio comprenden la intención de los personajes y sus acciones de forma mayoritaria, es pequeño el porcentaje de sujetos de estudio que no logran interpretar el discurso.

En cuanto a la **dimensión participantes**, esta comprende la identificación de los personajes que aparecen en el discurso, el rol estos que cumplen y la identificación del papel social y político.

En cuanto a la identificación de los personajes, en el grupo Experimental, el 98% identificó a los personajes del discurso y un 2% no los identificó, en el grupo Control, el 100% logró identificar a los personajes.

En relación con la identificación de los roles que cumplen los personajes en el discurso, en el grupo Experimental el 100% identificó los roles que cumplen y en el grupo Control el 94% identificó los roles y el 6% no los identificó.

En el grupo Experimental el 98% identificó el papel social o político de los personajes mientras que el 2% no lo identificó, en el grupo Control un 94% identificó el papel social o político de los personajes y el 6% no.

Según la autora Bermúdez (2008) la traducción de los textos se encuentra manipulada por quien procesa la información puesto que el traductor tiende a juzgar, categoriza objetos, principios, ideas, etc. Esto mismo se puede evidenciar en la producción de textos periodísticos como las notas informativas y las caricaturas, sobre todo en estas últimas en las que el caricaturista utiliza su interpretación de los hechos y personajes, exagerando características ya sean físicas o de personalidad.

Según lo que indica el Dr. Abreu con relación a la caricatura y su esencia en la que resalta la exageración de elementos que permiten que el público identifique a los personajes ya sea por sus actitudes, indumentaria o cualquier otro elemento, simplificando así la comprensión del mensaje, esto facilita al público la identificación y comprensión del discurso.

Por lo tanto, cuando en el grupo Experimental existe un porcentaje de público que no identifica a los personajes, esto tiene relación con el desconocimiento de sus características físicas, sin embargo, cuando los personajes están acompañados de algún elemento (puede ser vestimenta, fajín, banda presidencial, medalla, etc.), el público puede determinar con claridad el rol que dicho personaje cumple en el discurso, lo que permite en consecuencia adoptar una postura al identificar a los personajes con un rol social o político.

En cuanto a la **dimensión cognición**, esta comprende el reconocimiento de elementos irónicos en el discurso, así como de elementos en doble sentido y elementos ofensivos. En cuanto al reconocimiento de los elementos irónicos, en el grupo Experimental el 90% reconoció dichos elementos, mientras que un 10% no, en el grupo Control un 63% reconoció elementos irónicos y un 37% no.

En relación con los elementos en doble sentido, en el grupo Experimental el 83% identificó dichos elementos y el 17% no, en cuanto al grupo Control, el 52% identificó en el discurso elementos en doble sentido y el 48% no los identificó.

En cuanto a los elementos ofensivos en el grupo Experimental el 83% reconoce los elementos ofensivos y el 17% no los reconoce, en cuanto al grupo Control, el 35% reconoce elementos ofensivos y el 65% no.

De acuerdo con Bermúdez (2008), quien indica que el texto es una unidad del lenguaje que determina el contexto social y que este se encuentra manipulado por quien produce el texto, además del carácter socio-cultural que el texto posee, entonces podemos decir que en la dimensión de cognición, estos factores son esenciales para que los sujetos de estudio comprendan e interpreten no solo el discurso verbal, sino las imágenes en donde los personajes y acciones, de acuerdo a como fueron organizados en la caricatura, sean interpretados por los receptores y se identifiquen en ellos y sus acciones un discurso ofensivo o en doble sentido, en donde el lenguaje verbal adquiere fuerza para su comprensión.

Además, como indica Vásquez (2017) las caricaturas tienen una relación directa con el desarrollo de habilidades del pensamiento, por ello pueden ser utilizadas como materiales didácticos porque permite la adquisición de conocimiento, así como el análisis y la inferencia del contenido.

Para Van Dijk (2001), el discurso tiene un papel social y su reproducción le confiere un poder en donde se da la interacción entre actores sociales y discurso.

Los elementos incluidos en la caricatura permiten que el grupo Experimental no solo comprendan el papel social o político de los personajes, sino también la forma en la que este discurso pretende comunicar el mensaje con el uso de

elementos irónicos, en doble sentido y ofensivos, con lo que el mensaje transmitido, adquiere en el público una interpretación acorde a lo que el productor del mensaje pretende transmitir.

En cuanto a la **dimensión ideas en el discurso**, estas se componen de la identificación de la idea central del discurso y de las ideas secundarias.

Con relación a determinar la idea central en el discurso, en el grupo Experimental el 98% localizó la idea central mientras que el 2% no lo hizo, en cuanto al grupo Control, el 94% localizó la idea principal mientras que el 6% no lo hizo.

En relación con determinar las ideas secundarias, en el grupo Experimental el 79% identificó ideas secundarias y el 21% no. En cuanto al grupo Control el 77% identificó ideas secundarias y el 23% no.

En la tesis de España (2008), concluyó que el grupo de estudio manifestó sus ideas por medio de argumentos en donde señalaban los aspectos buenos y malos que los productos a los que fueron expuestos, productos naturales y químicos. Estas ideas están relacionadas con las creencias, la valoración e idealización que los sujetos tienen del entorno percibido. En cuanto a esta investigación, los sujetos de estudio identificaron mayoritariamente la idea central e ideas secundarias en la caricatura en un mayor porcentaje que en la nota periodística, esto debido a que la caricatura tiene elementos como la imagen y los diálogos, que facilita la comprensión del discurso.

Tal y como señala Cándido Monzón, uno de los componentes de la actitud es el componentes cognoscitivo o perceptivo el cual alberga como uno de sus elementos a las ideas, utilizadas por el hombre para pensar y percibir e interpretar el mundo que lo rodea.

En relación con la **dimensión valoración del discurso**, esta se compone de actos narrativos negativos y actos narrativos positivos del discurso.

La información que arrojó la investigación en cuanto al grupo Experimental es que el 98% de los encuestados identificó actos negativos en el discurso y el 2% no los identificó, mientras que en el grupo Control el 65% identificó actos negativos y el 35% no los identificó.

En relación con la identificación de actos positivos, el grupo Experimental identificó el 35% de los actos narrados como positivos mientras que el 65% no, en el grupo Control el 46% identificó los actos como positivos y el 54% no.

España (2008) a través de su tesis llegó a la conclusión de que las personas desarrollan la valoración a partir de conocimiento, actitudes y creencias, basadas en argumentos que relacionan lo bueno con lo natural y lo malo con lo artificial debido a que dicha investigación está relacionada con la argumentación de tipo socio-científica, cabe señalar que se evidencia la relación entre valoración positiva o negativa expresada por medio del discurso. Además, como indica Infante (2008) el humor gráfico permite reordenar las dinámicas de poder y que

la población resignifique la construcción de su conciencia social lo que indicaría un cambio de actitud frente a los hechos de relevancia.

Así mismo, de acuerdo con lo señalado por Cándido Monzón, indica que uno de los componentes de la actitud es el componente afectivo que tiene como uno de sus elementos a las valoraciones, además de los juicios de valor que se encuentran como uno de los elementos que componen el aspecto cognoscitivo o perceptivo, estos permiten al hombre relacionar la percepción e interpretación del mundo que lo rodea con aspectos sentimentales y emotivos.

En relación con la **dimensión de opinión**, esta se compone de la conformación de opinión positiva o negativa de los personajes que intervienen en el discurso.

De acuerdo con la opinión positiva de los personajes se identificó que los estudiantes del grupo Experimental, el 44% indica que el discurso le permite formar una opinión positiva de los personajes o situación que se señalan, mientras que el 48% no, en el grupo Control el 48% tiene una opinión positiva de los personajes o situación y el 52% no.

En cuanto a la opinión negativa, en el grupo Experimental el 83% indica que el discurso le permite formar una opinión negativa de los personajes o situación que se señalan y el 15% no, mientras que en el grupo Control del 98% quienes indican que el discurso no les permite formar una opinión positiva y 2% no.

De acuerdo con la tesis de Anastacio (2018), la opinión de los encuestados es positiva cuando se percibe que el discurso es coherente, empodera al público ideológicamente y está relacionado a un líder de opinión que puede ser el medio de comunicación. Bajo estas premisas podemos indicar que los sujetos de estudio de esta investigación tienen un porcentaje de opinión tanto positiva como negativa con un poco margen de la opinión contraria, lo que se debe a factores como la necesidad de más información unida a el poco interés en asuntos de ámbito político, tal y como se verá en la dimensión positiva y negativa referente al componente Comportamental.

Para Monzón, la opinión es la suma del componente cognoscitivo y la actitud verbalizada, que dan origen a corrientes de opinión que se discuten y entablan temas de actualidad e interés general, cuando esto ocurre entonces se habla de opinión pública.

En cuanto a la **dimensión creencia**, estas se forman de la exageración o no de las acciones que narra el discurso.

Con respecto al grupo Experimental, el 58% cree que las acciones que se narran en el discurso no son exageradas y el 42% no lo considera exagerado, mientras que en el grupo Control fue del 54% considera una narración exagerada y el 46% no.

En relación con si las acciones narradas en el discurso son exageradas, en el grupo Experimental 38% cree que las acciones que se narran en el discurso son

exageradas y el 62% no, mientras que en el grupo Control el 31% las considera exageradas y el 69% no.

De acuerdo con lo que indica en su tesis España (2008), las creencias pueden ser apoyadas por la “mitificación”, es decir, la idealización de aquello en lo que se cree y que permite que los sujetos desarrollen un esquema mental del mundo que los rodea. Sin embargo, el autor también indica que los sujetos no se consideran responsables por la idealización que ellos u otros tengan de ciertos temas o fenómenos. Esto puede explicar la acción comportamental que veremos en otro punto de esta tesis.

Esto se reafirma con lo que señala Cándido Monzón, quien indica que uno de los componentes de la actitud es el componentes cognoscitivo o perceptivo el cual alberga como uno de sus elementos a las creencias, utilizadas por el hombre en el desarrollo de su esquema de pensamiento y percepción e interpretar el mundo que lo rodea.

De acuerdo con la **dimensión de categoría**, esta se compone de si las acciones que narra el discurso son positivas o medianamente positivas o son negativas o medianamente negativa.

Se identifica que de los estudiantes del grupo Experimental el 27% cree que las acciones que se narran en el discurso son positivas o medianamente positivas y el 71% no, mientras que en el grupo Control el 35% las considera positivas o medianamente positivas y el 65% no.

En cuanto a si las acciones que se narran en el discurso son negativas o medianamente negativas, en los estudiantes del grupo Experimental, el 88% cree que las acciones que se narran en el discurso son negativas o medianamente negativas y el 13% no, mientras que en el grupo Control el 77% las considera negativas o medianamente negativas y el 28% no.

De acuerdo con la tesis de Córdova (2012) en donde indica que identificó que los niños tienen una mayor organización perceptual que las niñas, esto puede deberse a diversos factores que la autora no indica, sin embargo, en comparación con la presente tesis, no se considera un aspecto relevante el comparar ambos géneros, pero sí la organización o jerarquización de la información percibida para poder categorizarla de acuerdo a los conocimientos que los sujetos de estudio tengan del entorno, esto nos lleva a comprobar que las acciones narradas en la caricatura son mayoritariamente negativas en un mayor porcentaje que los sujetos del grupo control.

Según Van Dijk, los modelos mentales están compuestos por categorías que se dividen en escenario (tiempo y lugar), participante (roles) y evento o acción, por lo tanto, a acción o acciones entendidas por los sujetos de estudio como positivas o negativas están vinculadas a sus modelos mentales de percepción de la realidad. Estos modelos dados por Van Dijk también pueden incluir dos modelos adicionales: evaluativo y emotivo.

De acuerdo con la **dimensión de sentimientos**, estos se componen de sentimiento positivos y sentimientos negativos.

En relación con componente de sentimientos positivos se identificó que los estudiantes del grupo Experimental, el 27% considera que las acciones que se narran en el discurso le generan sentimientos positivos hacia los personajes o situación y el 71% no, mientras que en el grupo Control el 31% le genera sentimientos positivos y el 69% no.

Con respecto al componente de sentimiento negativos se identificó que los estudiantes del grupo Experimental, el 88% considera las acciones que se narran en el discurso le generan sentimientos negativos hacia los personajes o situación y el 13% no, mientras que en el grupo Control el 77% le genera sentimientos negativos y el 13% no.

Según la tesis de Sosa (2017), el desarrollo de actitudes, conocimientos, técnicas y habilidades permiten que los sujetos sean más creativos, felices y maduros emocionalmente. Considerando que los sentimientos son el resultado de las emociones y la cognición o pensamiento, podemos evidenciar que las emociones influyen en los sentimientos que los individuos perciban de los fenómenos observados y de la idea que de estos tengan, tal y como vemos en el resultado de esta investigación en donde los sentimientos negativos hacia los acontecimientos narrados sobrepasaron en un porcentaje significativo a los sentimientos positivos

De acuerdo con el autor Monzón, el afecto o sentimientos es uno de los elementos que compone la actitud y es el que permite al individuo contemplar diferentes aspectos de la realidad, dándoles una carga sentimental y emotiva.

De acuerdo con la **dimensión de emoción o afecto**, estos se componen de emociones positivas y emociones negativas.

Se identificó que los estudiantes del grupo Experimental, el 35% considera que las acciones que se narran en el discurso le generan emociones positivas hacia los personajes o situación y el 65% no, mientras que en el grupo Control el 31% considera que le genera emociones positivas y el 69% no.

En cuanto a la generación de emociones negativas, en el grupo Experimental el 77% de los estudiantes indica que las acciones narradas en el discurso le generan emociones negativas y el 29% no, mientras que en el grupo Control el 83% le genera emociones negativas y el 17% no.

De acuerdo con la tesis de Sosa (2007), las emociones dependen del manejo que los individuos tengan de ellas, es decir, el equilibrio emocional depende del manejo de los impulsos emocionales. Un manejo positivo de las emociones relaciona lo profesional con lo humano, en el caso de los sujetos de esta investigación, debemos considerar que el aspecto profesional se encuentra en etapa de formación, por lo que sus emociones frente al discurso están relacionadas con su aspecto humano que a su vez se encuentra influenciado por el entorno y el conocimiento que de este tengan.

De acuerdo con los autores Pablo Briñol, Carlos Falces y Alberto Becerra (2007), la actitud alberga tres componentes: cognitivo, afectivo y conductual. Dentro del componente afectivo se encuentran los sentimientos y las emociones, estas últimas se generan a través de estímulos externos que pueden o no llevar al

sujeto a la acción, como veremos más adelante, el discurso al que han sido expuestos los sujetos de estudio no llega a concretarse en acción.

En cuanto a la **dimensión positiva**, esta se relaciona con la predisposición de los individuos para emprender una acción positiva.

Se identificó en los estudiantes del grupo Experimental, para el 56% las acciones que se narran en el discurso lo motivan a emprender alguna acción positiva y el 44% no, mientras que en el grupo Control el 71% consideran que el discurso le genera el emprender una acción positiva y el 29% no.

Según la tesis de Sánchez (2015), el comportamiento de los sujetos está relacionado a la información que obtengan, a mayor cantidad de información, más seguros están de la acción que deben tomar. Esto podría explicar por qué el porcentaje de sujetos en el grupo Experimental que no muestran interés en realizar una acción positiva frente a los hechos que narran las caricaturas no es mayoritario, puesto que pueden considerar que requieren de más información para manifestar una acción.

De acuerdo con lo que indica Monzón, el componente de acción o comportamental, está relacionado a la actitud. Este componente puede ser tanto positivo como negativo, esto dependerá de la posición que adopte el individuo frente al discurso o hechos que en él se narren, por ello se puede determinar que la actitud se evidencia, pero no al punto de llevarla a una acción.

En cuanto a la **dimensión negativa**, esta se relaciona con la predisposición de los individuos para emprender una acción negativa.

Se identificó que los estudiantes del grupo Experimental, para el 46% las acciones que se narran en el discurso lo motivan a emprender alguna acción negativa y el 54% no, mientras que en el grupo Control el 35% consideran que el discurso le genera el emprender una acción negativa y el 65% no.

Tal y como hemos visto en el punto anterior referido a la dimensión positiva, de igual forma se da en la dimensión negativa. De acuerdo con lo que indica Sánchez (2015) los sujetos requieren de más información para realizar una acción. Ya sea una acción positiva o negativa, como en este caso, esto no se da de forma mayoritaria debido a la poca información con la que cuenta la caricatura e incluso la nota informativa. Además. Como hemos visto en el desarrollo del marco conceptual, existe poco involucramiento de los jóvenes con temas relacionados al ámbito político.

De acuerdo con lo que indica Monzón, la actitud tiene un componente de acción o comportamental que se manifiesta como respuesta a determinadas circunstancias a las que está expuesta el individuo. Tal y como se mencionó en la dimensión positiva, este comportamiento puede ser también negativo, esto dependerá de la actitud que tome el individuo frente al discurso o los hechos.

CONCLUSIONES

1. La presente investigación comprueba que existe una influencia significativa (correlación de 0.243) en la formación de la actitud de los estudiantes, con lo que se comprueba la hipótesis general.

La actitud se encuentra conformada por tres componentes: el componente cognoscitivo, el componente afectivo-emotivo y el componente comportamental.

2. De acuerdo con el componente cognoscitivo, la investigación comprueba que existe una influencia significativa (correlación de 0.277) en los estudiantes, con lo que se demuestra la hipótesis específica 1.
3. De acuerdo con el componente afectivo – emotivo, la investigación comprueba que no existe una influencia significativa (correlación de 0.168) en los estudiantes, por lo que se rechaza la hipótesis específica 2 y se valida la hipótesis nula.
4. De acuerdo con el componente comportamental, la investigación comprueba que no existe una influencia significativa (correlación de 0.172) en los estudiantes, por lo que se rechaza la hipótesis específica 3 y se valida la hipótesis nula.
5. De las conclusiones obtenidas, se reafirma lo que Infante (2008) concluía en su trabajo de investigación, la caricatura permite una resignificación

social. Mediante la confirmación de la hipótesis general y la hipótesis específica 1 se puede concluir que para los estudiantes es más fácil o sencillo comprender el mensaje mediante imágenes, tal y como sucede con la caricatura. Esta comprensión también guarda relación con los conocimientos que de la realidad y el entorno tienen, lo que les permite la ampliación o modificación de su conocimiento adquiriendo una nueva visión social, política, cultural, etc.

6. De acuerdo con las hipótesis específicas 2 y 3 en donde los estudiantes demuestran que los componentes afectivo-emotivo y comportamental tienen mayor significado por medio de las notas periodísticas y no por las caricaturas, esto puede deberse a la forma como la generación actual consume imágenes por medio de las redes sociales. Los memes han desvirtuado la manera de procesar la información, su fin es el entretenimiento la burla o mofa, lo que aleja al receptor del análisis de las imágenes de forma crítica, así como de comprender su real intención comunicativa. Es por ello por lo que no se evidencia algún tipo de afecto o emoción ni una conducta que los lleve a la acción. También podríamos entender esta situación como una consecuencia del poco involucramiento de los jóvenes en los asuntos políticos, tal y como arrojó el estudio hecho por la ONPE en el año 2016.
7. Es importante recordar que la conducta está comprendida por la personalidad y el entorno social, por lo que aspectos como la herencia, el grupo, la cultura, el medio físico entre otros factores, influye en su formación. Considerando que los jóvenes analizados pertenecen, en su

mayoría, a una clase social emergente, siendo 2da o 3era generación de migrantes, sus intereses no están necesariamente enfocados en aspectos políticos o de interés nacional, para ellos su sobrevivencia económica (aprendida de sus padres) tiene un rol fundamental. Otro factor determinante es la edad, puesto que oscilan entre los 18 y 20 años y se encuentran en etapa de formación.

8. Por último, la posición del caricaturista en cuando a la organización de los elementos de la caricatura y su reinterpretación de los hechos, unida a la carencia de valores en los jóvenes, puede ser, en gran medida, la razón de que el público analizado, no muestre ningún afecto y esto motive una acción en ellos. Al ser la caricatura considerada dentro del género de opinión, en su construcción se encuentra inmersa la opinión del caricaturista y la línea del medio de comunicación, situación que puede ser contraproducente para acercar la información a los jóvenes al considerarla sesgada.

RECOMENDACIONES

Luego de realizar la investigación y de acuerdo con los resultados obtenidos se recomienda:

1. Considerar la caricatura como una herramienta en la formación de la actitud de los jóvenes frente a asuntos de interés. La información mostrada desde un aspecto lúdico permite una mayor disposición del receptor a aceptar el mensaje. Los medios de comunicación, sobre todo la prensa, deben acercarse a los más jóvenes hablándoles en sus propios códigos.
2. Considerar la caricatura como una herramienta didáctica para explicar asuntos de la realidad. Su uso en las aulas universitarias permitirá acercar a los estudiantes al conocimiento de asuntos de interés, por medio de las imágenes y podrán desarrollar su capacidad inferencial y crítica.
3. Es necesario buscar estrategias para sensibilizar a la juventud frente a los aspectos importantes no solo para el país, sino también para sus vidas. La falta de emoción-afecto frente a asuntos tan importantes como los narrados en las caricaturas, materia de esta investigación, nos demuestran no solo una falta de sensibilización, sino una carencia de valores.

4. La acción que demuestran las personas está movida por actitudes que forman la opinión. El involucramiento de los más jóvenes en asuntos de interés nacional debe ser parte de la política de estado del gobierno. Considerar aspectos cívicos y éticos desde los colegios y proyectarlos en la formación universitaria, es una necesidad que puede contribuir a generar valores, sentimiento de patriotismo, involucramiento en temas de interés y una mayor participación en asuntos políticos.

5. Se recomienda ampliar la presente investigación aplicándola a un grupo humano con características diferentes como la edad, ocupación, nivel socioeconómico, etc. esto permitirá tener una visión más amplia de la real situación en la que se encuentra la sociedad peruana frente a asuntos de interés nacional.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Abreu, C. (2000). Periodismo iconográfico (VI). La caricatura: historia y definiciones. *Revista Latina de Comunicación Social* (38). Recuperado de: <https://mdc.ulpgc.es/utills/getfile/collection/rldcs/id/224/filename/78.pdf>
- Abreu, C. (2001): Periodismo iconográfico (IX). Clasificaciones sobre la caricatura (1). *Revista Latina de Comunicación Social*, 42. Recuperado de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina42junio/43cabreu9.htm>
- Academia de la Lengua Española. (1936). *Diccionario Histórico* (1933-1936). [Diccionario en línea]. Recuperado de: <http://web.frl.es/DH1936.html>
- BBC News Mundo. (01 septiembre 2020). Charlie Hebdo: la revista vuelve a publicar las caricaturas de Mahoma que motivaron el ataque de 2015 y que dejó 12 muertos. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-53990765>
- Bretones, M.T. (2007). *Los procesos de opinión pública: Propuesta de una tipología para el análisis*. Universidad de Barcelona. Recuperado de: [www. http://diposit.ub.edu](http://diposit.ub.edu)
- Briñol, P., Falces, C., y Becerra, A. (2007). Actitudes. En J.F. Morales, C. Huici, M. Moya y E. Gaviria (Eds.): *Psicología Social* (3rd ed., pp. 457-490). Madrid: McGraw-Hill

- Carlincaturas (2020). Diario La República. Recuperado de: <https://larepublica.pe/carlincatura/2020/09/11/carlincatura-del-viernes-11-de-septiembre-de-2020/>
- Carlincaturas (2020). Diario La República. Recuperado de: <https://larepublica.pe/carlincatura/2020/09/12/carlincatura-del-sabado-12-de-septiembre-de-2020/>
- Carlincaturas (2020). Diario La República. Recuperado de: <https://larepublica.pe/carlincatura/2020/09/12/carlincatura-del-sabado-12-de-septiembre-de-2020/>
- Carlincaturas (2020). Diario La República. Recuperado de: <https://larepublica.pe/carlincatura/2020/09/13/carlincatura-del-domingo-13-de-septiembre-de-2020/>
- Carlincaturas (2020). Diario La República. Recuperado de: <https://larepublica.pe/carlincatura/2020/09/14/carlincatura-del-lunes-14-de-septiembre-de-2020/>
- Carlincaturas (2020). Diario La República. Recuperado de: <https://larepublica.pe/carlincatura/2020/09/15/carlincatura-del-martes-15-de-septiembre-de-2020/>

- Carlincaturas (2020). Diario La República. Recuperado de: <https://larepublica.pe/carlincatura/2020/09/16/carlincatura-del-miercoles-16-de-septiembre-de-2020/>
- Carlincaturas (2020). Diario La República. Recuperado de: <https://larepublica.pe/carlincatura/2020/09/18/carlincatura-del-viernes-18-de-setiembre-de-2020/>
- Carlincaturas (2020). Diario La República. Recuperado de: <https://larepublica.pe/carlincatura/2020/11/04/carlincatura-del-miercoles-4-de-noviembre-de-2020/>
- Carlincaturas (2020). Diario La República. Recuperado de: <https://larepublica.pe/carlincatura/2020/11/07/carlincatura-del-sabado-7-de-noviembre-de-2020/>
- Carlincaturas (2020). Diario La República. Recuperado de: <https://larepublica.pe/carlincatura/2020/11/10/carlincatura-de-hoy-martes-10-de-noviembre-de-2020/>
- CNN (14 de marzo de 2021). Caricatura de Charlie Hebdo sobre Meghan Markle y la reina Isabel II causa indignación. Recuperado de: <https://cnnespanol.cnn.com/2021/03/14/>
- Casero-Ripollés, A. (2012). Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital. Comunicar, XX (39), 151-158. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/>

- Cialdini, R. (2017). *Influencia: la psicología de la persuasión*. México. Editorial Sapiens.
- Consejo Consultivo de Radio y Televisión (2019). 2019 estudio sobre consumo televisivo y radial. Recuperado de: <http://www.concortv.gob.pe/investigacion/estudios-cuantitativos/2019-estudio-sobre-consumo-televisivo-y-radial/>
- Concejo, E. (2018). Descubre a qué generación perteneces según tu fecha de nacimiento. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/vivo/20180408/442342457884/descubre-que-generacion-perteneces.html>
- Constitución Política del Perú (1993). Recuperado de: <http://www.pcm.gob.pe>
- Real Academia Española (2020). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado de: <https://dle.rae.es/>
- Deutsche Welle. (2021) Elecciones 2020, bajo la lupa de los caricaturistas. Recuperado de: <https://www.dw.com/es/elecciones-estadounidenses-bajo-la-lupa-de-los-caricaturistas/g-55378830>
- EcuRed (s.f.). *Caricatura*. Recuperado de: <https://www.ecured.cu/Caricatura>
- Hernández, R., Fernández, C & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6.ª ed.). México: McGraw-Hill
- Hernández R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGrawHill

- La República (11 de septiembre de 2020). Congreso en vivo: Hoy pleno debate pedido de vacancia presidencial tras audios de Martín Vizcarra por caso Richard Swing, noticias de último minuto. Recuperado de: <https://larepublica.pe/politica/>
- La República (11 de septiembre de 2020). Audios Martín Vizcarra: lo que se sabe sobre las grabaciones que involucran al presidente. Recuperado de: <https://larepublica.pe/politica/>
- La República (12 de septiembre de 2020). Manuel Merino dio cabida a las pretensiones de Edgar Alarcón para promover la vacancia presidencial. Recuperado de: <https://larepublica.pe/politica/>
- La República (13 de septiembre de 2020). Merino admite que sí le tocó la puerta al Almirante Cerdán. Recuperado de: <https://larepublica.pe/politica/>
- La República (14 de septiembre de 2020). Martín Vizcarra: Salen audios y el gobierno presenta hoy demanda competencial. Recuperado de: <https://larepublica.pe/politica/>
- La República (13 de septiembre de 2020). Congreso debatirá censura contra ministra María Antonieta Alva el lunes 14 de septiembre. Recuperado de: <https://larepublica.pe/politica/>

- La República (16 de septiembre de 2020). Procurador del Congreso planteó su oposición ante el TC sobre demanda competencial. Recuperado de: <https://larepublica.pe/politica/>
- La República (18 de septiembre de 2020). Martín Vizcarra en vivo hoy: Congreso de las República rebate moción de vacancia presidencial vía canal del Congreso últimas noticias. Recuperado de: <https://larepublica.pe/politica/>
- La República (04 de noviembre de 2020). Vacancia Presidencial: Martín Vizcarra solicita al Congreso presentarse este viernes 6. Recuperado de: <https://larepublica.pe/politica/>
- La República (04 de noviembre de 2020). Manuel Merino rechaza solicitud del presidente Vizcarra para adelantar debate de vacancia. Recuperado de: <https://larepublica.pe/politica/>
- Loriente, C. (2007). Crítica teórica y práctica de la Teoría de la Facilitación Social. Revista Athenea Digital – núm.12: 130-143 Recuperado de: <https://raco.cat/index.php/Athenea/article/view/74432/94622>
- Mañas, B. (2016). El recorrido conceptual de la “opinión pública”: de ideal político a objeto de control institucional. Cuadernos de Historia Contemporánea. Revistas ucm.es Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/CHCO/article/view/54297>

- Melgar, J. (s/f). Las imágenes y la memoria: cómo el cerebro procesa lo que vemos. Recuperado de: <https://neuromarketing.la/2018/07/las-imagenes-y-la-memoria-como-el-cerebro-procesa-lo-que-vemos/>
- Monzón, C. (1987) La Opinión Pública – Teorías, conceptos y métodos. España Edit Tecnos.
- Molini, E. & Torrijos, R. (2014) Influencia y Persuasión. Marketing y Ventas (Núm. 129) Recursos humanos diciembre 2014. Revista Harvard Deusto. Recuperado de: <https://www.harvard-deusto.com/influencia-y-persuasion>
- Morales, J. F., Moya, M., Gaviria, E. & Cuadrado, I. (2007). Psicología social (3a. ed.). Madrid: Mc Graw-Hill.
- Müller-Thyssen, J. (2018). La posverdad somos nosotros. Recuperado de: <https://ethic.es/2018/05/la-posverdad-somos-nosotros/>
- Naciones Unidas (2018), La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe (LC/G.2681-P/Rev.3), Santiago
- Otaola, C. (s/f) El Análisis del Discurso, Introducción Teórica. Revista U.N.E.D. Recuperado de: <https://revistas.uned.es>

- Parrat, S. (2010). ¿Por qué los jóvenes no leen periódicos? Análisis y propuestas. Nuevos medios, Nueva comunicación. II Congreso Internacional Comunicación 3.0 – Universidad de Salamanca. Recuperado de: <http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/080.pdf>
- Pérez, A. (s.f.) Carraci, Annibale. Enciclopedia del Museo del Prado. Recuperado de: <https://www.museodelprado.es/aprende/enciclopedia>
- Radio Programas del Perú (2018). RPP Consolida y mantiene su liderazgo como la radio con más audiencia en el Perú. Recuperado de: <https://rpp.pe/peru/actualidad/>
- Sánchez, G. (2012). La caricatura política: sus funcionamientos retóricos. Revista Razón y Palabra. Nro.78 Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/>
- Sopena, J. (2008). El fenómeno de la opinión pública: líneas de investigación en Europa. Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es>
- SUNEDU (2020). Registro Nacional de Trabajo de Investigación – RENATI. Recuperado de: <http://renati.sunedu.gob.pe/>
- Valdez, Y. (2003). El Proceso para la Transmisión de Valores: Retos para la Familia Cubana Actual. Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociales. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Recuperado de: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar>
- Van Dijk, T. (1992). La Ciencia del Texto. Barcelona: Editorial Paidós Comunicación

- Van Dijk, T. (1999). El Análisis Crítico del Discurso. *Anthropos* (Barcelona), 186, septiembre-octubre, pp. 23-36.
- Van Dijk, T. (2001). Algunos principios de una teoría del contexto. *ALED, Revista latinoamericana de estudios del discurso* 1(1), pp. 69-81.
- Van Dijk, T. (2012). *Discurso y contexto, un enfoque cognitivo*. Barcelona: Editorial Gedisa. 350 pp.
- Vilanova, N. (s/f). Generación Z: los jóvenes que han dejado viejos a los Millennials. Recuperado de: https://www.cemad.es/wp-content/uploads/2019/05/07_NuriaVilanova-1.pdf
- Kassin, S., Fein, S., Rose, H. (2015). *Psicología social*. (9a. ed.) Cengage. Tomado de <http://www.ebooks7-24.com/?il=1312>
- Yuste, B. (2020). Las nuevas formas de consumir información de los jóvenes. *Revista Jóvenes y Generación 2020*. Instituto de la Juventud. España. Recuperado de: <http://www.injuve.es>

Tesis

- Anastacio, L. y Carranza, L. (2019). La opinión pública de los pobladores del distrito de Santa María sobre el programa radiofónico “El Tribunal del Pueblo” en el 2018. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión (Tesis para título profesional). Recuperado de: <http://repositorio.unjfsc.edu.pe>
- Bermúdez, M. (2008). El valor de los “documentos iguales” elaborados por UNCITRAL: estudio de la macroestructura y microestructura –

Universidad Nacional de Educación a Distancia – España (Tesis de Doctor). Recuperado de: <https://e-espacio.uned.es>

- Córdova M. (2012). Procesos cognitivos básicos según género de estudiantes del cuarto grado de primaria de una institución educativa de ventanilla – Universidad San Ignacio de Loyola – Perú (Tesis de Magister). Recuperado de: <http://repositorio.usil.edu.pe>
- España, E. (2008). Conocimiento, actitudes, creencias y valores en los argumentos sobre un tema socio-científico relacionado a los alimentos - Universidad de Málaga – España (Tesis de Doctor). Recuperado de: <https://www.biblioteca.uma.es>
- Infante, C. (2008). Poder y humor gráfico durante el período de crisis del régimen de Alberto Fujimori, 1996-2000 - Universidad Nacional Mayor de San Marcos, en el año 2008 – Perú (Tesis de Doctor). Recuperado de: <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/291>
- Sánchez, C. (2015). Comportamiento del consumidor en la búsqueda de información de precios on-line. Universidad Autónoma de Madrid – España (Tesis de Doctor). Recuperado de: <http://repositorio.uam.es>
- Sosa, A. (2007). Influencia de las emociones en el desempeño laboral, Universidad San Carlos de Guatemala. Recuperado de: <https://biblioteca.usac.edu.gt>

- Vásquez, J. (2017). Las caricaturas como recurso para el desarrollo de aprendizajes (habilidades del pensamiento) en el curso de historia en alumnos de 4to de secundaria en una institución educativa de Lima, 2017 – Universidad Privada Cayetano Heredia – Lima, Perú. Recuperado de: https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/RPCH_a761b9266823203c9738c43c2baee873

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>PG: ¿Cuál es la influencia del contexto en el discurso de la caricatura política de la vacancia del presidente Vizcarra en la formación de la actitud en los estudiantes universitarios en septiembre del 2020?</p> <p>PE 1: ¿En qué medida influye el contexto en el discurso de la caricatura política de la vacancia del presidente Vizcarra en la cognición o percepción de los estudiantes universitarios en septiembre del 2020?</p> <p>PE 2: ¿En qué medida influye el contexto en el discurso de la caricatura política de la vacancia del presidente Vizcarra en el aspecto emotivo-afectivo de los estudiantes universitarios en septiembre del 2020?</p> <p>PE 3: ¿En qué medida influye el contexto en el discurso de la caricatura política de la vacancia del presidente Vizcarra en el aspecto conativo, de acción o comportamental de los estudiantes universitarios en septiembre del 2020?</p>	<p>OG: Determinar la influencia del contexto en el discurso de la caricatura política de la vacancia del presidente Vizcarra en la formación de la actitud en los estudiantes universitarios en septiembre del 2020</p> <p>OE 1: Determinar la influencia del contexto en el discurso de la caricatura política de la vacancia del presidente Vizcarra en la cognición o percepción de los estudiantes universitarios en septiembre del 2020</p> <p>OE 2: Determinar la influencia del contexto en el discurso de la caricatura política de la vacancia del presidente Vizcarra en el aspecto emotivo-afectivo de los estudiantes universitarios en septiembre del 2020</p> <p>OE 3: Determinar la influencia del contexto en el discurso de la caricatura política de la vacancia del presidente Vizcarra en el aspecto conativo, de acción o comportamental de los estudiantes universitarios en septiembre del 2020</p>	<p>H1. El contexto en el discurso de la caricatura política tiene una influencia significativa en la formación de la actitud de los estudiantes universitarios.</p> <p>H1.1 El contexto en el discurso de la caricatura política influye significativamente en la cognición o percepción de los estudiantes universitarios.</p> <p>H1.2 El contexto en el discurso de la caricatura política influye significativamente en el aspecto emotivo-afectivo de los estudiantes.</p> <p>H1.3 El contexto en el discurso de la caricatura política influye significativamente en el aspecto conativo, de acción o comportamental de los estudiantes.</p> <p>H0. El contexto en el discurso de la caricatura política no tiene una influencia significativa en la formación de la actitud de los estudiantes de universitarios.</p> <p>H0.1 El contexto en el discurso de la caricatura política no influye significativamente en la cognición o percepción de los estudiantes universitarios.</p> <p>H0.2 El contexto en el discurso de la caricatura política no influye significativamente en el aspecto emotivo-afectivo de los estudiantes.</p> <p>H0.3 El contexto en el discurso de la caricatura política no influye significativamente en el aspecto conativo, de acción o comportamental de los estudiantes.</p>	<p>V1: Contexto en el Discurso de la Caricatura Política.</p> <p>Dimensiones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Macro nivel 2. Micro nivel <p>Indicadores:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dominio 2. Participantes globales 3. Acción global 4. Escenario 5. Acción local 6. Participantes 7. Cognición <p>V2: Formación de la Actitud en los estudiantes universitarios.</p> <p>Dimensiones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Componente cognoscitivo o perceptivo 2. Componente afectivo 3. Componente conativo, de acción o comportamental <p>Indicadores:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ideas 2. Valoración 3. Opinión 4. Creencias 5. Categoría 6. Sentimiento 7. Emoción 8. Positivo 9. Negativo 	<p>Diseño Metodológico: Experimental</p> <p>Tipo de Diseño: Cuasi experimental</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Población: 119 estudiantes matriculados en las asignaturas de Sociología de la Comunicación y Percepción y Comunicación, pertenecientes a las Carreras de Ciencias de la Comunicación y Psicología del Consumidor.</p> <p>Muestra: debido a la deserción de 21 estudiantes, se aplicó el cuestionario al total de la población, 98 estudiantes, por ello no hay muestra en la presente investigación.</p> <p>Técnica de recolección de datos: Cuestionario de 33 preguntas en formato <i>Google Form</i>. Se aplicará un análisis de datos mixto.</p> <p>Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información: Se utilizará un sistema estadístico basado en el análisis de variables.</p>

INFLUENCIA DEL CONTEXTO EN EL DISCURSO DE LA CARICATURA POLÍTICA EN LA FORMACIÓN DE LA ACTITUD EN LOS ESTUDIANTES DE LAS UNIVERSIDADES CESAR VALLEJO Y ESAN - LIMA, 2020

CUESTIONARIO

Estimado participante: El siguiente cuestionario contiene 33 preguntas relacionadas con la información periodística que verá a continuación. Lea cada pregunta atentamente y marque con un aspa (X) la alternativa que considere adecuada.

N°	VARIABLES	INDICADORES	REACTIVOS	ALTERNATIVAS	
				SI	NO
1	VI: DISCURSO	Dominio	¿Reconoce el ámbito social, político, económico o cultural al que pertenecen el o los personajes del discurso?		
2		Participantes globales	¿Identifica, por medio del discurso, el trabajo o funciones que realiza el o los personajes?		
3			¿Identifica, por medio del discurso, acciones positivas realizadas por el o los personajes?		
4			¿Identifica, por medio del discurso, acciones negativas realizadas por el o los personajes?		
5			Acción global	¿Comprende el objetivo de las acciones que realizan los personajes del discurso?	
6		¿Identifica y relaciona con hechos conocidos las acciones que realizan los personajes del discurso?			
7		¿Interpreta el sentido de las acciones que realizan los personajes del discurso?			
8		Escenario	¿Identifica el lugar en donde se desarrolla la acción narrada en el discurso?		
9			¿Identifica el momento o tiempo en el que se desarrolla la acción narrada en el discurso?		
10		Acción local	¿Comprende la intención de las acciones que se narran en el discurso?		

11			¿Comprende el objetivo de las acciones que se narran en el discurso?		
12		Participantes	¿Identifica a el o los personajes que aparecen en el discurso?		
13			¿Identifica el rol que cumple el o los personajes del discurso?		
14			¿Identifica el papel social o político de el o los personajes que aparecen en el discurso?		
15		Cognición	¿Reconoce en el discurso elementos irónicos?		
16			¿Reconoce en el discurso elementos en doble sentido?		
17			¿Reconoce en el discurso elemento ofensivos?		
18	V2: ACTITUD	Ideas	¿Identifica la idea central que narra el discurso?		
19				¿Identifica ideas secundarias en la narración del discurso?	
20		Valoración	¿Identifica los actos narrados en el discurso como negativos?		
21				¿Identifica los actos narrados en el discurso como positivos?	
22		Opinión	¿El discurso le permite formar una opinión positiva de el o los personajes o situación que se señala?		
23				¿El discurso le permite formar una opinión negativa de el o los personajes o situación que se señala?	
24		Creencia	¿Cree que las acciones que narra el discurso no son exageradas?		
25				¿Cree que las acciones que narra el discurso son exageradas?	
26		Categoría	¿Las acciones que narra el discurso son positivas o medianamente positivas?		
27				¿Las acciones que narra el discurso son negativas o medianamente negativas?	

28	Sentimiento	¿Las acciones narradas en el discurso le generan sentimientos positivos hacia el o los personajes o situación?		
29		¿Las acciones narradas en el discurso le generan sentimientos negativos hacia el o los personajes o situación?		
30	Emoción	¿Las acciones narradas en el discurso le generan emociones positivas hacia el o los personajes o situación?		
31		¿Las acciones narradas en el discurso le generan emociones negativas hacia el o los personajes o situación?		
32	Positivo	¿Las acciones narradas en el discurso lo motivan a emprender alguna acción positiva?		
33	Negativo	¿Las acciones narradas en el discurso lo motivan a emprender alguna acción negativa?		

1ER PEDIDO DE VACANCIA

11 DE SEPTIEMBRE



12 DE SEPTIEMBRE



13 DE SEPTIEMBRE



14 DE SEPTIEMBRE



15 DE SEPTIEMBRE



16 DE SEPTIEMBRE



18 DE SEPTIEMBRE



2DO PEDIDO DE VACANCIA

04 DE NOVIEMBRE



7 DE NOVIEMBRE



10 DE NOVIEMBRE



SÍNTESIS DE NOTAS INFORMATIVAS

11 de septiembre	16 de septiembre
El congresista Edgar Alarcón presenta ante el pleno del congreso 3 audios que involucran al presidente Martín Vizcarra con las instigaciones que se siguen al cantante Richard Cisneros o Richard "Swing". Diversas bancadas firman el pedido de vacancia.	El procurador del poder Legislativo Manuel Peña, envía carta al Tribunal Constitucional (TC) solicitando que la demanda competencial y medida cautelar presentada por el poder Ejecutivo, sea analizada sin apresuramientos indebidos.
12 de septiembre	18 de septiembre
El presidente del Consejo de Ministros, Walter Martos expresa el rechazo del gobierno al intento de comunicación del presidente del Congreso con los altos mandos de las Fuerzas Armadas.	El Congreso vota para aprobar la vacancia presidencial. El pedido no prospera.
13 de septiembre	04 de noviembre
En conferencia de prensa el presidente Vizcarra se pronuncia sobre los audios y denuncia un intento de conspiración en su contra e informa que el gobierno ha presentado una demanda competencial y medida cautelar ante el Tribunal Constitucional (TC).	Ante el nuevo pedido de vacancia al presidente Vizcarra, éste solicita presentarse ante el Congreso el viernes 06 de noviembre para dar sus descargos y no el día 09 como se había programado.
14 de septiembre	05 de noviembre
El Congreso define como fecha de debate para la moción de vacancia el 18 de septiembre. El gobierno presenta una demanda competencial ante el Tribunal Constitucional (TC).	El Congreso rechaza el pedido del presidente Vizcarra de adelantar la fecha de la presentación de sus descargos ante el Congreso.
15 de septiembre	09 de noviembre
Las bancadas del Congreso votan para aprobar la censura contra la ministra de Economía María Antonieta Alva. La censura no prospera.	El presidente Vizcarra se presenta ante el Congreso para dar sus descargos. El Congreso inicia la votación y el presidente es vacado.

**INFLUENCIA DEL CONTEXTO EN EL DISCURSO DE LA CARICATURA
POLÍTICA EN LA FORMACIÓN DE LA ACTITUD DE LOS ESTUDIANTES DE
LAS UNIVERSIDADES CESAR VALLEJO Y ESAN - LIMA –
2020**

CUESTIONARIO

Estimado participante: el siguiente cuestionario contiene 33 preguntas relacionadas con la información periodística que verá a continuación. Lea cada pregunta atentamente y marque con un aspa (X) la alternativa que considere adecuada.

Nº	Variable	Indicador	Reactivo	Alternativas	
				Si	No
1	VI: DISCURSO	Dominio	¿Reconoce el ámbito social, político, económico o cultural al que pertenecen el o los personajes del discurso?		
2		Participantes globales	¿Identifica, por medio del discurso, el trabajo o funciones que realiza el o los personajes?		
3			¿Identifica, por medio del discurso, acciones positivas realizadas por el o los personajes?		
4			¿Identifica, por medio del discurso, acciones negativas realizadas por el o los personajes?		
5		Acción global	¿Comprende el objetivo de las acciones que realizan los personajes del discurso?		
6			¿Identifica y relaciona con hechos conocidos las acciones que realizan los personajes del discurso?		
7			¿Interpreta el sentido de las acciones que realizan los personajes del discurso?		
8		Escenario	¿Identifica el lugar en donde se desarrolla la acción narrada en el discurso?		
9			¿Identifica el momento o tiempo en el que se desarrolla la acción narrada en el discurso?		
10		Acción local	¿Comprende la intención de las acciones que se narran en el discurso?		
11			¿Comprende el objetivo de las acciones que se narran en el discurso?		
12		Participantes	¿Identifica a el o los personajes que aparecen en el discurso?		
13			¿Identifica el rol que cumple el o los personajes del discurso?		
14			¿Identifica el papel social o político de el o los personajes que aparecen en el discurso?		

15		Cognición	¿Reconoce en el discurso elementos irónicos?		
16			¿Reconoce en el discurso elementos en doble sentido?		
17			¿Reconoce en el discurso elementos ofensivos?		
18	V2: Actitud	Ideas	¿Identifica la idea central que narra el discurso?		
19			¿Identifica ideas secundarias en la narración del discurso?		
20		Valoración	¿Identifica los actos narrados en el discurso como negativos?		
21			¿Identifica los actos narrados en el discurso como positivos?		
22		Opinión	¿El discurso le permite formar una opinión positiva de el o los personajes o situación que se señala?		
23			¿El discurso le permite formar una opinión negativa de el o los personajes o situación que se señala?		
24		Creencias	¿Cree que las acciones que narra el discurso no son exageradas?		
25			¿Cree que las acciones que narra el discurso son exageradas?		
26		Categoría	¿Las acciones que narra el discurso son positivas o medianamente positivas?		
27			¿Las acciones que narra el discurso son negativas o medianamente negativas?		
28		Sentimiento	¿Las acciones narradas en el discurso le generan sentimientos positivos hacia el o los personajes o situación?		
29			¿Las acciones narradas en el discurso le generan sentimientos negativos hacia el o los personajes o situación?		
30		Emoción	¿Las acciones narradas en el discurso le generan emociones positivas hacia el o los personajes o situación?		
31			¿Las acciones narradas en el discurso le generan emociones negativas hacia el o los personajes o situación?		
32		Positivo	¿Las acciones narradas en el discurso lo motivan a emprender alguna acción positiva?		
33	Negativo	¿Las acciones narradas en el discurso lo motivan a emprender alguna acción negativa?			

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS JUICIO DE EXPERTO

Estimado Especialista:

Siendo conocedores de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de nombrarlo JUEZ EXPERTO para revisar a detalle el contenido del instrumento de recolección de datos:

1. Cuestionario (X) 2. Guía de entrevista () 3. Guía de focus group ()
 4. Guía de observación () 5. Otro _____ ()

Presento la matriz de consistencia, la matriz de operacionalización de variables y el instrumento, los cuales solicito revisar cuidadosamente, además le informo que mi proyecto de tesis tiene un enfoque:

1. Cualitativo () 2. Cuantitativo (X) 3. Mixto ()

Los resultados de esta evaluación servirán para determinar la validez de contenido del instrumento para mi Proyecto de Tesis de Doctorado.

Título del Proyecto de Tesis Doctoral:	INFLUENCIA DEL CONTEXTO EN EL DISCURSO DE LA CARICATURA POLÍTICA EN LA FORMACIÓN DE LA ACTITUD EN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LIMA, 2020.
--	---

De antemano le agradezco sus aportes. Estudiante autor del Proyecto de

Tesis Doctoral:

Apellidos y Nombres	Firma
Brenner Galarza, Gloria Cecilia	

Asesor del Proyecto de Tesis Doctoral:

Apellidos y Nombres	Firma
Patroni Marinovich, Alan Antonio	


Lima, 19 de abril del 2021

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Criterios	Escala de Valoración			
	1	2	3	4
1. SUFICIENCIA: Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador, pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
2. CLARIDAD: El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
3. COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
4. RELEVANCIA: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Fuente: Adaptado de: www.humana.unal.co/psicometria/files/7113/8574/5708/articulo3_juicio_de_experto_27-36.pdf

INFORMACIÓN DEL ESPECIALISTA:

Apellidos y Nombres:	CUBAS ROMERO TANIHT LISSETH
Sexo:	M () F (X) Edad: 40
Profesión:	PSICÓLOGA
Institución donde labora:	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ
Firma:	

FORMATO DE VALIDACIÓN

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que según su evaluación corresponda de acuerdo con la rúbrica.

Nombre del instrumento motivo de evaluación	Cuestionario
Autor del instrumento	Brenner Galarza, Gloria Cecilia
Variables	V1: Contexto en el discurso de la caricatura política V2: Formación de la actitud en los estudiantes universitarios de Lima, 2020.
Definición conceptual	Serie de preguntas con respuestas dicotómicas para medir la actitud frente al discurso de la caricatura política
Población	Estudiantes que cursan las asignaturas de Sociología de la Comunicación y Percepción y Comunicación de las carreras de Ciencias de la Comunicación y Psicología del Consumidor.

Nº	DIMENSIÓN	INDICADOR	REACTIVOS	SUFICIENCIA	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES
1	Macro nivel	Dominio	¿Reconoce el ámbito social, político, económico o cultural al que pertenecen el o los personajes del discurso?	4	4	4	3	
2		Participantes globales	¿Identifica, por medio del discurso, el trabajo o funciones que realiza el o los personajes?	4	4	4	3	
3			¿Identifica, por medio del discurso, acciones positivas realizadas por el o los personajes?	4	4	4	4	
4			¿Identifica, por medio del discurso, acciones negativas realizadas por el o los personajes?	4	4	4	4	
5		Acción global	¿Comprende el objetivo de las acciones que realizan los personajes del discurso?	4	4	4	3	
6			¿Identifica y relaciona con hechos conocidos las acciones que realizan los personajes del discurso?	4	4	4	3	
7			¿Interpreta el sentido de las acciones que realizan los personajes del discurso?	4	4	4	3	
8	Micro nivel	Escenario	¿Identifica el lugar en donde se desarrolla la acción narrada en el discurso?	4	4	4	3	
9			¿Identifica el momento o tiempo en el que se desarrolla la acción narrada en el discurso?	4	4	4	3	
10		Acción local	¿Comprende la intención de las acciones que se narran en el discurso?	4	4	4	4	
11			¿Comprende el objetivo de las acciones que se narran en el discurso?	4	4	4	4	
12		Participantes	¿Identifica a el o los personajes que aparecen en el discurso?	4	4	4	3	
13			¿Identifica el rol que cumple el o los personajes del discurso?	4	4	4	3	

14			¿Identifica el papel social o político de el o los personajes que aparecen en el discurso?	4	4	4	3		
15		Cognición	¿Reconoce en el discurso elementos irónicos?	4	4	4	3		
16	¿Reconoce en el discurso elementos en doble sentido?		4	4	4	4			
17	¿Reconoce en el discurso elementos ofensivos?		4	4	4	4			
18	Componente Cognoscitivo o perceptivo	Ideas	¿Identifica la idea central que narra el discurso?	4	4	4	3		
19			¿Identifica ideas secundarias en la narración del discurso?	4	4	4	3		
20		Valoración	¿Identifica los actos narrados en el discurso como negativos?	4	4	4	3		
21			¿Identifica los actos narrados en el discurso como positivos?	4	4	4	3		
22		Opinión	¿El discurso le permite formar una opinión positiva de el o los personajes o situación que se señala?	4	4	4	4		
23			¿El discurso le permite formar una opinión negativa de el o los personajes o situación que se señala?	4	4	4	4		
24		Creencia	¿Cree que las acciones que narra el discurso no son exageradas?	4	4	4	4		
25			¿Cree que las acciones que narra el discurso son exageradas?	4	4	4	4		
26		Categoría	¿Las acciones que narra el discurso son positivas o medianamente positivas?	4	4	4	4		
27			¿Las acciones que narra el discurso son negativas o medianamente negativas?	4	4	4	4		
28		Componente afectivo	Sentimiento	¿Las acciones narradas en el discurso le generan sentimientos positivos hacia el o los personajes o situación?	4	4	4	4	
29				¿Las acciones narradas en el discurso le generan sentimientos negativos hacia el o los personajes o situación?	4	4	4	4	
30			Emoción	¿Las acciones narradas en el discurso le generan emociones positivas hacia el o los personajes o situación?	4	4	4	4	
31				¿Las acciones narradas en el discurso le generan emociones negativas hacia el o los personajes o situación?	4	4	4	4	
32	Componente conativo, de acción o comportamental	Positivo	¿Las acciones narradas en el discurso lo motivan a emprender alguna acción positiva?	4	4	4	4		
33		Negativo	¿Las acciones narradas en el discurso lo motivan a emprender alguna acción negativa?	4	4	4	4		

Apellidos y Nombres del especialista: CUBAS ROMERO TANIHT

LISSETH Firma del especialista:





FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS JUICIO DE EXPERTO

Estimado Especialista:

Siendo conocedores de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de nombrarlo JUEZ EXPERTO para revisar a detalle el contenido del instrumento de recolección de datos:

1. Cuestionario (**X**) 2. Guía de entrevista () 3. Guía de focus group ()
4. Guía de observación () 5. Otro _____ ()

Presento la matriz de consistencia, la matriz de operacionalización de variables y el instrumento, los cuales solicito revisar cuidadosamente, además le informo que mi proyecto de tesis tiene un enfoque:

1. Cualitativo () 2. Cuantitativo (**X**) 3. Mixto ()

Los resultados de esta evaluación servirán para determinar la validez de contenido del instrumento para mi Proyecto de Tesis de Doctorado.

Título del Proyecto de Tesis Doctoral:	INFLUENCIA DEL CONTEXTO EN EL DISCURSO DE LA CARICATURA POLÍTICA EN LA FORMACIÓN DE LA ACTITUD EN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LIMA, 2020.
--	---

De antemano le agradezco sus aportes.

Estudiante autor del Proyecto de Tesis Doctoral:

Apellidos y Nombres	Firma
Brenner Galarza, Gloria Cecilia	

Asesor del Proyecto de Tesis Doctoral:

Apellidos y Nombres	Firma
Patroni Marinovich, Alan Antonio	


Lima, 19 de abril del 2021

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Criterios	Escala de Valoración			
	1	2	3	4
1. SUFICIENCIA: Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador, pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
2. CLARIDAD: El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
3. COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
4. RELEVANCIA: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Fuente: Adaptado de: www.humana.unal.co/psicometria/files/7113/8574/5708/articulo3_juicio_de_experto_27-36.pdf

INFORMACIÓN DEL ESPECIALISTA:

Apellidos y Nombres:	CORNEJO GUERRERO, Miguel Antonio
Sexo:	M (X) F () Edad: 62
Profesión:	Arqueólogo
Institución donde labora:	Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Firma:	

FORMATO DE VALIDACIÓN

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que según su evaluación corresponda de acuerdo con la rúbrica.

Nombre del instrumento motivo de evaluación	Cuestionario
Autor del instrumento	Brenner Galarza, Gloria Cecilia
Variables	V1: Contexto en el discurso de la caricatura política V2: Formación de la actitud en los estudiantes universitarios de Lima, 2020.
Definición conceptual	Serie de preguntas con respuestas dicotómicas para medir la actitud frente al discurso de la caricatura política
Población	Estudiantes que cursan las asignaturas de Sociología de la Comunicación y Percepción y Comunicación de las carreras de Ciencias de la Comunicación y Psicología del Consumidor.

N°	DIMENSIÓN	INDICADOR	REACTIVOS	SUFICIENCIA	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES
1	Macro nivel	Dominio	¿Reconoce el ámbito social, político, económico o cultural al que pertenecen el o los personajes del discurso?	4	4	4	4	
2		Participantes globales	¿Identifica, por medio del discurso, el trabajo o funciones que realiza el o los personajes?		4	4	4	
3			¿Identifica, por medio del discurso, acciones positivas realizadas por el o los personajes?		4	4	4	
4			¿Identifica, por medio del discurso, acciones negativas realizadas por el o los personajes?		4	4	4	
5		Acción global	¿Comprende el objetivo de las acciones que realizan los personajes del discurso?		4	4	4	
6			¿Identifica y relaciona con hechos conocidos las acciones que realizan los personajes del discurso?		4	4	4	
7			¿Interpreta el sentido de las acciones que realizan los personajes del discurso?		4	4	4	
8	Micro nivel	Escenario	¿Identifica el lugar en donde se desarrolla la acción narrada en el discurso?	4	4	4		
9			¿Identifica el momento o tiempo en el que se desarrolla la acción narrada en el discurso?	4	4	4		
10		Acción local	¿Comprende la intención de las acciones que se narran en el discurso?	4	4	4		
11			¿Comprende el objetivo de las acciones que se narran en el discurso?	4	4	4		
12		Participantes	¿Identifica a el o los personajes que aparecen en el discurso?	4	4	4		
13			¿Identifica el rol que cumple el o los personajes del discurso?	4	4	4		

14			¿Identifica el papel social o político de el o los personajes que aparecen en el discurso?	4	4	4	
15		Cognición	¿Reconoce en el discurso elementos irónicos?	4	4	4	
16	¿Reconoce en el discurso elementos en doble sentido?		4	4	4		
17	¿Reconoce en el discurso elementos ofensivos?		4	4	4		
18	Componente Cognoscitivo o perceptivo	Ideas	¿Identifica la idea central que narra el discurso?	4	4	4	
19			¿Identifica ideas secundarias en la narración del discurso?	4	4	4	
20		Valoración	¿Identifica los actos narrados en el discurso como negativos?	4	4	4	
21			¿Identifica los actos narrados en el discurso como positivos?	4	4	4	
22		Opinión	¿El discurso le permite formar una opinión positiva de el o los personajes o situación que se señala?	4	4	4	
23			¿El discurso le permite formar una opinión negativa de el o los personajes o situación que se señala?	4	4	4	
24		Creencia	¿Cree que las acciones que narra el discurso no son exageradas?	4	4	4	
25			¿Cree que las acciones que narra el discurso son exageradas?	4	4	4	
26		Categoría	¿Las acciones que narra el discurso son positivas o medianamente positivas?	4	4	4	
27			¿Las acciones que narra el discurso son negativas o medianamente negativas?	4	4	4	
28	Componente afectivo	Sentimiento	¿Las acciones narradas en el discurso le generan sentimientos positivos hacia el o los personajes o situación?	4	4	4	
29			¿Las acciones narradas en el discurso le generan sentimientos negativos hacia el o los personajes o situación?	4	4	4	
30		Emoción	¿Las acciones narradas en el discurso le generan emociones positivas hacia el o los personajes o situación?	4	4	4	
31			¿Las acciones narradas en el discurso le generan emociones negativas hacia el o los personajes o situación?	4	4	4	
32	Componente conativo, de acción o comportamental	Positivo	¿Las acciones narradas en el discurso lo motivan a emprender alguna acción positiva?	4	4	4	
33		Negativo	¿Las acciones narradas en el discurso lo motivan a emprender alguna acción negativa?	4	4	4	

Apellidos y Nombres del especialista: **CORNEJO GUERRERO, Miguel Antonio**

Firma del especialista: _____





FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS JUICIO DE EXPERTO

Estimado Especialista:

Siendo conocedores de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de nombrarlo JUEZ EXPERTO para revisar a detalle el contenido del instrumento de recolección de datos:

1. Cuestionario (X)
2. Guía de entrevista ()
3. Guía de focus group ()
4. Guía de observación ()
5. Otro _____ ()

Presento la matriz de consistencia, la matriz de operacionalización de variables y el instrumento, los cuales solicito revisar cuidadosamente, además le informo que mi proyecto de tesis tiene un enfoque:

1. Cualitativo ()
2. Cuantitativo (X)
3. Mixto ()

Los resultados de esta evaluación servirán para determinar la validez de contenido del instrumento para mi Proyecto de Tesis de Doctorado.

Título del Proyecto de Tesis Doctoral:	INFLUENCIA DEL CONTEXTO EN EL DISCURSO DE LA CARICATURA POLÍTICA EN LA FORMACIÓN DE LA ACTITUD EN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LIMA, 2020.
--	---

De antemano le agradezco sus aportes.

Estudiante autor del Proyecto de Tesis Doctoral:

Apellidos y Nombres	Firma
Brenner Galarza, Gloria Cecilia	

Asesor del Proyecto de Tesis Doctoral:

Apellidos y Nombres	Firma
Patroni Marinovich, Alan Antonio	


Lima, 19 de abril del 2021

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Criterios	Escala de Valoración			
	1	2	3	4
1. SUFICIENCIA: Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador, pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
2. CLARIDAD: El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
3. COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
4. RELEVANCIA: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Fuente: Adaptado de: www.humana.unal.co/psicometria/files/7113/8574/5708/artículo3_juicio_de_experto_27-36.pdf

INFORMACIÓN DEL ESPECIALISTA:

Apellidos y Nombres:	RODRIGUEZ MELGAR SILVIA
Sexo:	M (X) F () Edad: 46
Profesión:	Docencia
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Firma:	

FORMATO DE VALIDACIÓN

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que según su evaluación corresponda de acuerdo con la rúbrica.

Nombre del instrumento motivo de evaluación	Cuestionario
Autor del instrumento	Brenner Galarza, Gloria Cecilia
Variables	V1: Contexto en el discurso de la caricatura política V2: Formación de la actitud en los estudiantes universitarios de Lima, 2020.
Definición conceptual	Serie de preguntas con respuestas dicotómicas para medir la actitud frente al discurso de la caricatura política
Población	Estudiantes que cursan las asignaturas de Sociología de la Comunicación y Percepción y Comunicación de las carreras de Ciencias de la Comunicación y Psicología del Consumidor.

Nº	DIMENSIÓN	INDICADOR	REACTIVOS	SUFICIENCI	CLARIDAD	COHERENC	RELEVANC	OBSERVACIONES
1	Macro nivel	Dominio	¿Reconoce el ámbito social, político, económico o cultural al que pertenecen el o los personajes del discurso?	4	4	4	3	
2		Participantes globales	¿Identifica, por medio del discurso, el trabajo o funciones que realiza el o los personajes?	4	4	4	4	
3			¿Identifica, por medio del discurso, acciones positivas realizadas por el o los personajes?	4	4	4	4	
4			¿Identifica, por medio del discurso, acciones negativas realizadas por el o los personajes?	4	4	4	4	
5		Acción global	¿Comprende el objetivo de las acciones que realizan los personajes del discurso?	4	4	4	4	
6			¿Identifica y relaciona con hechos conocidos las acciones que realizan los personajes del discurso?	4	4	4	4	
7			¿Interpreta el sentido de las acciones que realizan los personajes del discurso?	4	4	4	4	
8	Micro nivel	Escenario	¿Identifica el lugar en donde se desarrolla la acción narrada en el discurso?	4	4	4	4	
9			¿Identifica el momento o tiempo en el que se desarrolla la acción narrada en el discurso?	4	4	4	4	
10		Acción local	¿Comprende la intención de las acciones que se narran en el discurso?	4	4	4	4	
11			¿Comprende el objetivo de las acciones que se narran en el discurso?	4	4	4	4	
12		Participantes	¿Identifica a él o los personajes que aparecen en el discurso?	4	4	4	4	
13			¿Identifica el rol que cumple el o los personajes del discurso?	4	4	4	4	

14		Cognición	¿Identifica el papel social o político de el o los personajes que aparecen en el discurso?	4	4	4	4	
15			¿Reconoce en el discurso elementos irónicos?	4	4	4	4	
16			¿Reconoce en el discurso elementos en doble sentido?	4	4	4	4	
17			¿Reconoce en el discurso elementos ofensivos?	4	4	4	4	
18	Componente Cognoscitivo o perceptivo	Ideas	¿Identifica la idea central que narra el discurso?	4	4	4	4	
19			¿Identifica ideas secundarias en la narración del discurso?	4	4	4	4	
20		Valoración	¿Identifica los actos narrados en el discurso como negativos?	4	4	4	4	
21			¿Identifica los actos narrados en el discurso como positivos?	4	4	4	4	
22		Opinión	¿El discurso le permite formar una opinión positiva de el o los personajes o situación que se señala?	4	4	4	4	
23			¿El discurso le permite formar una opinión negativa de el o los personajes o situación que se señala?	4	4	4	4	
24		Creencia	¿Cree que las acciones que narra el discurso no son exageradas?	4	4	4	4	
25			¿Cree que las acciones que narra el discurso son exageradas?	4	4	4	4	
26		Categoría	¿Las acciones que narra el discurso son positivas o medianamente positivas?	4	4	4	4	
27			¿Las acciones que narra el discurso son negativas o medianamente negativas?	4	4	4	4	
28	Componente afectivo	Sentimiento	¿Las acciones narradas en el discurso le generan sentimientos positivos hacia el o los personajes o situación?	4	4	4	4	
29			¿Las acciones narradas en el discurso le generan sentimientos negativos hacia el o los personajes o situación?	4	4	4	4	
30		Emoción	¿Las acciones narradas en el discurso le generan emociones positivas hacia el o los personajes o situación?	4	4	4	4	
31			¿Las acciones narradas en el discurso le generan emociones negativas hacia el o los personajes o situación?	4	4	4	4	
32	Componente conativo, de acción o comportamental	Positivo	¿Las acciones narradas en el discurso lo motivan a emprender alguna acción positiva?	4	4	4	4	
33		Negativo	¿Las acciones narradas en el discurso lo motivan a emprender alguna acción negativa?	4	4	4	4	

Apellidos y Nombres del especialista: RODRÍGUEZ MELGAR SILVIA

Firma del especialista:

