

Análisis de percepción de imaginarios y caricatura en el contexto de la pandemia por el Covid-19 del año 2020. Caso Quindío – Colombia

Johan Andrés Rodríguez Lugo ¹ 

Carolina Montoya ² 

Pedro Felipe Díaz Arenas ³ 

Resumen

En el presente artículo se presentan los resultados de análisis de percepción ciudadana sobre imaginarios y caricatura realizado en el contexto del Covid-19 del año 2020 a partir de un proyecto de investigación que busca comprender los imaginarios sociales en el marco de la pandemia. En este proceso se pretende disertar sobre la caricatura como género periodístico de opinión en donde el uso de su formato permite comprender y visibilizar el acontecer ciudadano en un momento y lugar determinado. Esta investigación es de carácter cualitativo y pretende generar un análisis de percepción a partir del uso de encuestas y entrevistas a ciudadanos del departamento del Quindío. Se pretende revisar el uso periodístico de la caricatura como formato de opinión y analizar los imaginarios que se crearon durante la época del aislamiento nacional obligatorio. Finalmente se presenta un análisis de resultados que abre el debate sobre el estudio periodístico de la caricatura editorial como género periodístico de opinión que narra hechos y noticias en un contexto social determinado.

Palabras clave: Caricatura, Covid, Imaginarios, Pandemia, Percepción

Abstract

This article presents the results of citizen perception analysis of imaginaries and caricatures carried out in the context of Covid-19 in 2020 based on a research project that seeks to understand social imaginaries in the context of the pandemic. In this process, the aim is to discuss caricature as a journalistic genre of opinion where the use of its format allows us to understand and make visible the events of citizens at a given time and place. This research is qualitative in nature and aims to generate a perception analysis based on the use of surveys and interviews with citizens of the department of Quindío. The aim is to review the journalistic use of caricature as an opinion format and analyze the imaginaries that were created during the time of mandatory national isolation. Finally, an analysis of results is presented that opens the debate on the journalistic study of the editorial cartoon as a journalistic genre of opinion that narrates facts and news in a specific social context.

¹ Mg en Comunicación, Comunicador Social – Periodista, Universidad La Gran Colombia, Docente tiempo completo. rodriguezlugjohan@miugca.edu.co ORCID: : <https://orcid.org/0000-0003-2598-183X>

² Mg. En Gestión de la tecnología educativa. Comunicadora Social – Periodista, Universidad La Gran Colombia, Coordinadora. comunicacionyperiodismo@ugca.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3882-4999>

³ Ph. En Ciencias de la Educación, Mg en Comunicación educativa. Comunicador Social. Profesor Asociado del programa de Comunicación social y Periodismo de la Universidad del Quindío. pfidiaz@uniquindio.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6862-7948>

Keywords: Caricature, Covid, Imaginaries, Pandemic, Perception

Introducción

El año 2020 será recordado como aquel en donde por primera vez desde hace muchas décadas se da un aislamiento mundial a causa del Covid – 19, un virus que atacó, en primera instancia, a los habitantes de China y que luego se expandió hacia el mundo.

La epidemia de COVID-19 fue declarada por la OMS una emergencia de salud pública de preocupación internacional el 30 de enero de 2020. La caracterización ahora de pandemia significa que la epidemia se ha extendido por varios países, continentes o todo el mundo, y que afecta a un gran número de personas. (OMS, 2020)

Luego, todos los países se alistaron para recibir este virus que rápidamente invadió cada continente, país y ciudad. En Colombia se declara el aislamiento nacional obligatorio mediante el decreto 417 del 17 de marzo de 2020 en donde su artículo 1 dice: “Declárese el Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica en todo el territorio nacional, por el término de treinta (30) días calendario, contados a partir de la vigencia de este decreto” (Colombia, 2020). En primera instancia se dieron 15 días de toque de queda general, se hicieron políticas, acuerdos y las personas empezaron a sobrellevar esta situación que fue impensable y mal manejada por muchos gobiernos.

Así iniciamos un periodo de vida que fue marcado por situaciones específicas de desinformación, caos y miedo general. La pandemia mostró falencias políticas y sociales de los países y se reafirmó la brecha económica, política, social y cultural en el mundo. Todavía no se puede hablar de una pospandemia pues a la fecha se siguen

generando casos positivos, variantes y muertes. Durante el primer semestre de 2020 se mostró un estilo de vida que empezó a cambiar, unas formas sociales de relación que antes no existían y se puede afirmar que la vida cambió completamente. Los documentos históricos narrarán cómo fue esta vida, pero en este momento, tenemos una expresión que nos permite dimensionar lo vivido durante la época: La caricatura.

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

En la investigación realizada por Darío Acevedo Carmona, llamada “*La caricatura editorial como fuente para la investigación histórica de los imaginarios políticos: reflexiones metodológicas*” encontramos que:

La caricatura como arma para enfrentar el poder se hizo evidente en Francia entre 1830 y 1860 con la lucha del periodista y grabador Charles Philipon, desde sus publicaciones *El Charivari* y *La Caricatura* contra los reyes Luis Felipe y Napoleón III. Antes de él muchos artistas se habían reído de sus soberanos y particularmente de Napoleón, pero ninguno había tenido el prestigio que logró este periodista francés con su armada de dibujantes. (Carmona, 2000, p. 5) .

Reconocemos en la caricatura una opinión que diariamente aparece en los periódicos buscando visibilizar un hecho que está ocurriendo en el instante mismo de un periodo de tiempo. Muchos teóricos han hablado de la caricatura como la segunda editorial del periódico pues ambas disertan sobre el

cotidiano, la noticia más importante del día o la semana y también sientan posición sobre temas sociales y sobre todo políticos. Se puede establecer una diferencia marcada entre la Caricatura Política y la Caricatura Social, pues aunque ambas muestren lo que pasa en la vida, la primera tiene una intencionalidad de criticar o burlarse del gobierno de turno; la social, además, busca visibilizar el comportamiento de los habitantes de un territorio, sea ciudad, país, o incluso el mismo planeta en la medida de que hay acciones que no le son ajenas a muchas zonas en el mismo instante, por ejemplo, el mundial de fútbol o los juegos olímpicos, ahora, claro, la pandemia que fue un hecho que nos acercó y mostró que no existía diferencia en el sentido de aislamiento, de incertidumbre y de acciones nuevas en la sociedad.

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

Iniciamos entonces resaltando el papel de la caricatura para exagerar o criticar situaciones políticas y sociales, para ello tenemos a (Blaco, 2010) que en su trabajo comenta:

Algunos de los muchos caminos que el hombre se ha trazado para provocar la risa han sido la deformación, la ridiculización y la ironía. Cuando éstos adquieren forma impresa, tenemos la caricatura. Esta última no es otra cosa que una representación gráfica en la cual se deforman exageradamente los rasgos o vicios característicos de una persona, institución, situación o idea, denotando una marcada intención humorística y crítica. (p. 10)

Ahora bien, la caricatura además de su componente artístico en donde prima el concepto más que la técnica ha servido para tratar de desestabilizar la gobernabilidad, por ello se pueden encontrar

estudios que se enfocan en mostrar la crítica que se les hace a periodos políticos, casos como el de Martha Liliana Pinto Malaver, que en su trabajo titulado “¡Dictadores! A discreción. Una mirada desde la caricatura de ‘Chapete’” nos explica un periodo de tiempo comprendido entre la vida en una dictadura latinoamericana:

Entre 1955 y 1961 se dio en Latinoamérica la caída sucesiva de varios de los dictadores que en ese momento gobernaban en la región, la mayoría se presentaron después de la salida del poder del dictador colombiano Gustavo Rojas Pinilla. Para la misma época estaba en pleno apogeo uno de los caricaturistas políticos más influyentes en la opinión de Colombia, Hernando Turriago Riaño, más conocido como ‘Chapete’ quien ilustró los acontecimientos más relevantes de la sociedad colombiana en la publicación diaria de sus caricaturas. En este trabajo se puede ver claramente la posición ideológica del dibujante y su medio de expresión, pues veían en Rojas un claro opositor a las tendencias políticas que se estaban desarrollando en el país ya que el Frente Nacional contaba con el firme respaldo del periódico El Tiempo. (Pinto, 2014, p. 280)

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

Este artículo nos refleja un momento fundamental en la historia política, las dictaduras sin duda marcaron gran parte de los avances en derechos, libertades, deberes y formas políticas que hoy creemos tener, aunque sabemos que, en ocasiones, ciertas formas nos intentan regresar a este sistema político de represión, por ello, conocerlo, es fundamental para dimensionar los daños que provocó al desarrollo, por ejemplo, de la academia.

La caricatura entonces nos ofrece una herramienta narrativa e histórica, con ella podremos

comprender lo que sucede en un momento o situación determinada y nos explica, de cierta forma, lo que somos como sociedad. Es necesario entonces disertar sobre lo que son los imaginarios sociales a partir de un hecho puntual como en este caso lo es “la vida en pandemia”, las decisiones políticas y las actuaciones sociales. Luego, se puede teorizar sobre la caricatura a partir de su aporte al periodismo, la comunicación, la opinión y la historia y finalmente diseñar una metodología de análisis semiótico en donde a partir de un universo de caricaturas publicadas en un periodo de tiempo se puedan escoger aquellas que narraron la vida durante marzo y agosto del año 2020 resaltando las acciones políticas y ciudadanas. Este trabajo se proyecta como un análisis de contenido para entendernos como sociedad a partir de la comunicación y los documentos periodísticos.

Metodología

La producción y exposición de discursos de los medios masivos hegemónicos y formas de consumo y resignificación han generado que las llamadas Fake News fomenten imaginarios sobre la pandemia, esto ha provocado una histeria colectiva a partir del supuesto desabastecimiento de productos, bienes y servicios. Estos procesos y formas fueron narrados por las caricaturas, por ello se pretende realizar un análisis de contenido y generar un reconocimiento al documento histórico que es la caricatura como narrativa editorial que sirve de documento narrable de una situación específica.

Se busca recoger un universo de caricaturas publicadas entre marzo y agosto de 2020, de las cuales se escogerán una muestra representativa de publicaciones enfocadas en la forma en que se narró el transcurrir de los inicios de la pandemia por el Covid-19, esta muestra se usará para disertar sobre la forma que se narró la vida durante estos días y el quehacer del gobierno para atender la problemática. Posteriormente se analizará contextualmente

cada caricatura y se hará un diagnóstico del ejercicio a partir de los imaginarios ciudadanos que se crean a partir de la caricatura, esto por medio de encuestas a ciudadanos que buscaron interpretar la percepción durante estos meses de pandemia.

Teniendo en cuenta el tipo de enfoque que se utilizará para comprender cuáles son los pasos para seguir en cada momento, tomaremos el enfoque cualitativo ya que se busca comprender de cierto modo la mirada de los artistas sumado al momento de la pieza gráfica: qué se dice, cómo se dice, sobre qué se dice. Para describir el enfoque cualitativo tomamos de referencia a (Bonilla & Rodríguez, 2013, p. 44), donde se expresa que:

La investigación cualitativa tiene por interés captar la realidad social a través de los ojos de la gente que está siendo estudiada, es decir a partir de la percepción que tiene el sujeto de su propio contexto, por lo tanto, este método no parte de supuestos derivados teóricamente, sino que busca conceptualizar sobre la realidad con base en el comportamiento, los conocimientos, las actitudes y los valores que guían el comportamiento de las personas estudiadas.

Resultados y Discusión

En el proceso de recopilación de información se recogieron 53 encuestas en las que se incluyeron 10 preguntas sobre imaginarios en pandemia, caricatura y opinión, al igual que el análisis ciudadano de percepción con algunas caricaturas, estas encuestas buscaron conocer y reconocer la mirada que desde la ciudadanía queda de lo acontecido durante el periodo de aislamiento a causa del virus por el Covid-19 y la forma en que la caricatura, de cierta forma, narró, visibilizó o denunció durante este tiempo.

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

Se parte entonces de que la encuesta presenta tres momentos que fueron desarrollados a partir de preguntas abiertas y cerradas. En la primera parte se realizó un análisis contextual y referencial que pretendía aterrizar la discusión a lo que sucede en el departamento del Quindío. Se pretende reconocer la percepción ciudadana con respecto a la caricatura, lo vivido en pandemia y lo narrado a través de este producto periodístico. Los imaginarios y las percepciones ciudadanas son fundamentales para los resultados puesto que permiten generar un contexto y unas opiniones específicas que se contrastarán con los resultados y con lo analizado en cada una de las caricaturas. El imaginario auditivo permite entonces comprender la forma en que las personas habitaron la pandemia entendiendo que el aislamiento nacional obligatorio cambió la cotidianidad de las personas y el habitar 100% en la casa hizo que muchas personas reconocieran y percibieran los lugares de otra manera.

Ante la pregunta sobre el sonido que recuerda la pandemia, encontrado en la *gráfica 1*, tenemos resultados específicos que nos ubican en el contexto vivido por los habitantes del Quindío. Entre las respuestas que se recopilaron en esta pregunta se encuentra que las palabras que más se repiten son: *pájaros*, *silencio*, *el viento* y *alarma*.

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

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

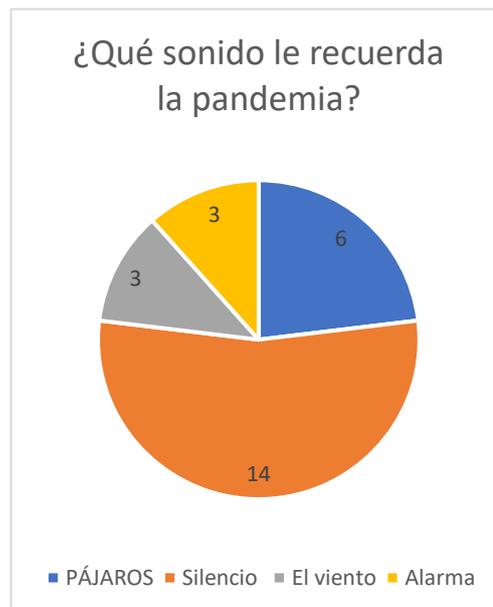


Gráfico 1. Sonido en pandemia

Fuente. Elaboración propia

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

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

El sonido *Alarma* nos hace alusión, de cierto modo, a la monotonía que se volvió para algunos hogares el levantarse y trabajar desde casa, el hecho de habitar el hogar 24/7 trajo consigo distintas acciones desde la violencia, el conflicto o la resiliencia y las alarmas ya no solo eran para despertar, sino también para jugar, para comer, para encontrarse con personas, para las videollamadas que aumentaron durante este tiempo y, claro, las alarmas

labo-
rales de las reuniones que durante esta época au-
mentaron. Los resultados de las palabras fueron los
siguientes:

Pájaros	6
Silencio	14
El viento	3
Alarma	3

Tabla 1. Sonidos que más se repiten.

Fuente: Autores

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



Gráfico 2. Olores en pandemia

Fuente. Elaboración propia

De igual manera el olor *recetas* (2 menciones)
es curioso en la medida de que la acción de cocinar
en el hogar se volvió el método de escape durante
la pandemia. Muchas personas acosadas por el

encierro iniciaron recetas, comieron de más, au-
mentaron de peso y la reunión a desayunar, almor-
zar o cenar se volvió rutina en distintos hogares que
antes no tenían por costumbre, a causa de cuestio-
nes labores y académicas, encontrarse en la mesa a
deparar los alimentos.

El olor *Antibacterial* (4 menciones) redonda de
cierto modo con el olor *alcohol* en la medida de las
recomendaciones de salud que aumentaron durante
la pandemia y que permitieron que las personas
compraran más de estos productos, por ende es ra-
zonal que sea un olor recurrente en las respuestas
de los encuestados, al igual que el olor a *Limpio*
pues el temor al virus estuvo relacionado con la
contaminación de los espacios, del afuera, y de las
mismas personas, por lo que mantener las casas
limpias fue mandato de salubridad durante el aisla-
miento.

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

Cuando se les pregunta a los encuestados sobre
la referencia que tienen al concepto *caricatura* en-
contramos que este formato es entendido desde di-
ferentes perspectivas como lo muestra *Gráfico 3*
pues encontramos que las respuestas estuvieron di-
vididas. Así se encuentra que de las respuestas ob-
tenidas, la palabra *Realidad* aparece 13 veces en
donde explican que es un dibujo que habla sobre
situaciones cotidianas.

Así, vemos que se interpreta también como una
expresión (4 veces) que produce referencias a si-
tuaciones políticas y sociales que ocurren a diario
y que se publican en los periódicos, de igual ma-
nera aparecen las palabras *dibujo* (2 veces), *arte* (5
veces) y *sátira* (2 veces) como refuerzos al con-
cepto mismo que ofrece la caricatura como esa ex-
presión gráfica de un hecho llevado a la exagera-
ción para provocar risa y hacer pensar.



Gráfico 3. Concepto caricatura

Fuente. Elaboración propia

En la pregunta “Si volviera a presentarse una pandemia, ¿confiaría en los medios de comunicación para informarse (Gráfico 4), se buscaba reconocer el nivel de confianza en los medios de comunicación con respecto a su papel durante la época de pandemia. Encontramos que el 43% afirma que no confiaría en los medios para volverse a informar puesto que, mencionan, durante este proceso hubo muchas fake news y el manejo a los datos como la constante mención al número de muertos que coincide con una respuesta a otra pregunta.

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

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



Gráfico 4. Confianza en medios de comunicación

Fuente. Elaboración propia

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

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

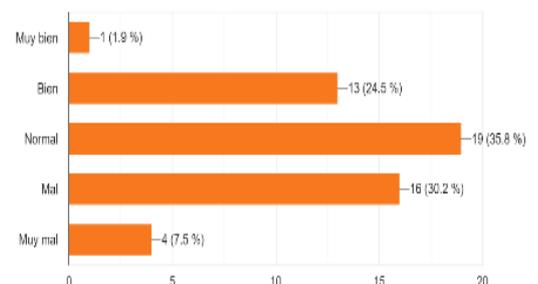


Gráfico 5. Decisiones políticas

Fuente. Elaboración propia

Muy cerca de esta respuesta, con el 30%, los encuestados resaltan que las decisiones se tomaron mal y redundan en decir que faltó mucho control durante el proceso, por ejemplo, de la asignación de vacunas. Luego encontramos con 24% que la afirmación fue que las decisiones se tomaron bien, el 7% afirma que estas fueron muy mal tomadas y

solo 1% dicen que las decisiones se tomaron muy bien, lo que deja una conclusión de que el gobierno pudo haber manejado esta situación de otra forma lo que, a la vez, más adelante veremos, queda retratado en algunas caricaturas.

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

¿Piensa que la caricatura es?
53 respuestas

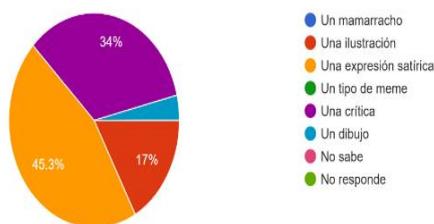


Gráfico 6. La caricatura

Fuente. Elaboración propia

En los resultados de la Gráfica 7 se buscó conocer la percepción de los medios de comunicación durante el periodo de aislamiento, vemos que 13 de las respuestas coinciden en que lo más visto fueron los muertos, las cifras que tienen una votación de 9 encuestados también redundan en la necesidad de

los medios por todos los días hacer un recuento del número de muertos que iba entregando medicina legal en las capitales y ciudades relevantes de Colombia. De igual manera aparece la palabra *Vacunas* mencionada 5 veces durante el proceso que el gobierno inició para vacunar a la población y se encuentra además la palabra *fake news* como otro de los acontecimientos que se vieron durante la pandemia.



Gráfico 7. Publicaciones en medios de comunicación

Fuente. Elaboración propia

En esta pregunta se buscaba conocer el fin de la caricatura para los entrevistados, al momento de responder sobre si la caricatura narra la realidad, el 58% afirma que esta es una de las razones de ser de la caricatura, pues como se ha descrito en el documento, aunque el 30% afirme que *tal vez sí* narra un poco lo que sucede a diario en temas políticos y sociales. Solo el 9% afirma que no hay relación entre la caricatura y su narrativa de la realidad y un bajo porcentaje mencionó no saber ni poder responder a la pregunta propuesta.

En los resultados de la (Gráfica 8) encontramos una percepción literaria de lo que significó para los entrevistados la pandemia. Desde el concepto de los imaginarios darle nombre a lo acontecido aterriza la percepción de lo que se piensa del hecho. Para nombrar el aislamiento nacional obligatorio. De todas las propuestas, la palabra *miedo* tuvo un resultado de 54% en donde los encuestados coincidieron en afirmar que eso fue lo que más se

pro-
vocó durante el periodo de pandemia, luego apa-
rece la palabra *angustia* muy cerca de la anterior
pues fueron situaciones que ninguna persona había
vivido lo cual es normal encontrar desde la incerti-
dumbre. También la palabra *manipulación* tiene un
porcentaje de 19% pues esto se ve reflejado en el
hecho de que las redes enviaron mucha informa-
ción falsa con respecto a la pandemia. Finalmente,
la palabra *soledad* aparece con el 32% de los votos
seguida por la palabra *desorden* con 37% de los vo-
tos.

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

53 respuestas

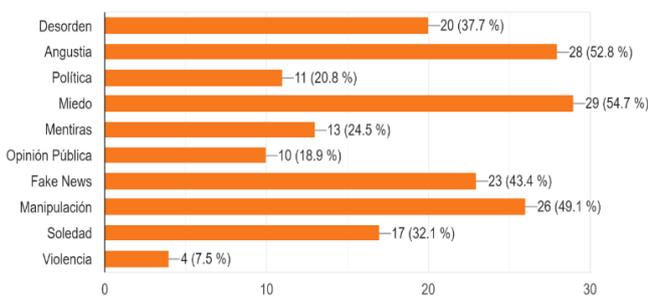


Gráfico 8. Palabras pandemia

Fuente. Elaboración propia

En la siguiente pregunta se buscó reconocer lo
cercana que es la caricatura a los encuestados en el
momento de comprender la realidad del país, esto,
partiendo del hecho del reconocimiento de la cari-
catura como narrativa periodística, lo que nos ex-
presa que el 47% de los encuestados coincide en
que sí encuentra en la caricatura un entendimiento
de lo que ocurre diariamente, sin embargo, la nega-
tiva del 32% nos muestra de cierto modo la división
respecto a lo efectivo que resulta informarse solo
con caricaturas, pues el 20% afirma que tal vez lo
hace, quizás, cuando una de estas caricaturas está
totalmente contextualizada en un hecho de alto im-
pacto de opinión pública.

¿Frecuenta las caricaturas para entender la realidad del país?

53 respuestas

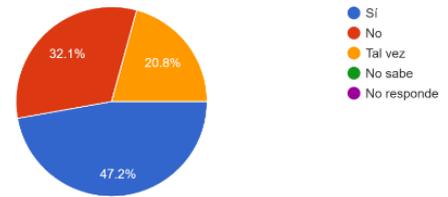


Gráfico 9. Frecuencia de uso de caricaturas

Fuente. Elaboración propia

En concordancia con la pregunta anterior, en
esta se busca reconocer si la caricatura es referente
de opinión en la sociedad o si es argumento para
dar opiniones políticas y sociales, en esta vemos
que el 32% afirma que las usa A veces y el otro
32% lo hace pocas veces puesto que como lo vimos
anteriormente se reconoce puntualmente como un
dibujo satírico del acontecer cotidiano, por ello po-
dría que ser que el porcentaje de 11% a la respuesta
nunca sea más alto a la expresión *siempre* que solo
tiene el 7% de las respuestas.

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

53 respuestas

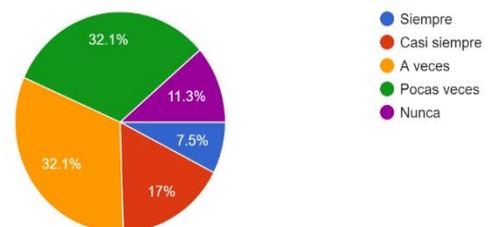


Gráfico 10. Caricatura y opinión

Fuente. Elaboración propia

Conclusiones

Cuando nos acercamos a la caricatura como for-
mato periodístico podemos resaltar la visibiliza-
ción de la percepción ciudadana a partir de la mi-
rada del artista. Dentro de la caricatura se retratan

hechos, noticias, situaciones y pensamientos generales, es decir, de acuerdo con lo que se pretende reflejar en el presente artículo, la caricatura narra los imaginarios sociales que ocurren en un hecho y lugar determinado. Cuando materializamos en la sociedad los resultados de la discusión, podemos dimensionar que, en este caso, la pandemia afectó sustancialmente la percepción ciudadana con respecto a las decisiones políticas, a lo que sucede en el mundo y la forma en que habitamos el planeta.

La caricatura entonces debe ser comprendida como un género periodístico para dimensionar el aporte histórico, contextual y perceptivo que permite pues como lo mostramos en este artículo podemos hacer un análisis de contenido eficiente a partir de las categorías seleccionadas como lo fueron Fake News, pandemia y medios de comunicación, pues los ciudadanos encuestados, aunque no

frecuentaran las caricaturas comprendían que en estas se podrían visibilizar los problemas y los acontecimientos ciudadanos que ocurren a diario.

Finalmente, se deja abierta la discusión sobre el concepto de caricatura editorial, en donde seguimos trabajando en la comprensión de este formato como un género periodístico de opinión pues al revisar sus características y la forma en que narra lo cotidiano podemos resaltar que el formato debería ser estudiado más a fondo desde una perspectiva periodística. Por ello, este estudio no termina aquí y se amplía cuando podemos comprender que, aunque demos por hecho la participación de la caricatura editorial en periódicos o medios de comunicación, esta puede ser estudiada individualmente como se presenta en este artículo.

Referencias

- Blanco, F. A. (2010). La Caricatura Política en el Porfiriato. *Estudios Políticos*, 63-82. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/ep/n21/n21a4.pdf>
- Bonilla, E., & Rodríguez, P. (2013). *Más allá del dilema de los Métodos* (Tercera ed.). Norma. Recuperado el 4 de Marzo de 2016
- Carmona, D. A. (2003). La caricatura editorial como fuente para la investigación de la historia de los imaginarios políticos. *Historia y sociedad*, 151- 173. Recuperado el 20 de abril de 2018, de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/hisysoc/article/view/23222>
- Colombia, P. d. (2020). *Decreto 417 del 17 de marzo de 2020*. Bogotá, Colombia. Obtenido de https://coronaviruscolombia.gov.co/covid-19/docs/decretos/general/51_Presidencia Decreto_417.pdf
- Coral, W. F. (2017). La caricatura política en Pasto desde 1950 hasta 2013: dislocación y expresión visual de la realidad. *KEPES*, (15), 69–103. http://190.15.17.25/kepes/downloads/Revista15_4.pdf
- Curcó, C. (2004). Ironía, persuasión y pragmática: el caso de la caricatura política mexicana contemporánea. *Acta poética*, 25(2), 333–375. <http://www.scielo.org.mx/pdf/ap/v25n2/v25n2a13.pdf>
- OMS. (11 de enero de 2020). *La OMS caracteriza a COVID-19 como una pandemia*. Obtenido de Organización Panamericana de la Salud: <https://www.paho.org/es/noticias/11-3-2020-oms-caracteriza-covid-19-como-pandemia#:~:text=La%20epidemia%20de%20COVID%2D19,un%20gran%20n%C3%BAmero%20de%20personas>.
- Mancero, J. B., & Arranz, F. G. (2020). Humor gráfico: abordajes del COVID-19 en el diario El Universo de Ecuador. *Correspondencias & Análisis*.

Medina, G. (2012). *Opinión Pública: comunicación política, democracia y medios*. Medellín: Universidad de Antioquia.

Melo, N. C. (2019). *Géneros periodísticos de hoy*. Bogotá: Ecoe ediciones.

Pinto, M. L. (2014). ¡Dictadores! a discreción. Una mirada desde la caricatura de "Chapete". *Historia del Caribe*, 273 -300.

Sojo, C. A. (2001). Periodismo iconográfico (VIII) hacia una definición de caricatura. *Revista Latina de Comunicación Social*.

Speier, H. (1969). "El desarrollo histórico de la opinión pública" citado por Ch. S. Steinberg y Bluem. México.

Villanueva, A. (2017). Una reconstrucción del concepto de opinión pública. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 125-148.