

MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE
EDUCACIÓN SUPERIOR UNIVERSITARIA (SUNEDU)
ESCUELA SUPERIOR DE FORMACIÓN ARTÍSTICA PÚBLICA
“FELIPE GUAMÁN POMA DE AYALA” –AYACUCHO
CON RANGO UNIVERSITARIO (LEY 30220)



TÍTULO

**LA CARICATURA PARA FORTALECER LA
COMUNICACIÓN ASERTIVA EN ESTUDIANTES DE
EDUCACIÓN SECUNDARIA DE HUAMANGA,
AYACUCHO - 2023**

PRESENTADO POR

Bach. Quispe Urbano, Luzmerly Celeste

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE LICENCIADA EN EDUCACIÓN ARTÍSTICA**

ESPECIALIDAD DE ARTES PLÁSTICAS

AYACUCHO – PERÚ

2023

I DATOS GENERALES

I.1 Título

LA CARICATURA PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN ASERTIVA EN ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE HUAMANGA, AYACUCHO - 2023

I.2 Tipo de investigación

Pre-experimental cuantitativo

I.3 Autor

Bach. Quispe Urbano, Luzmerly Celeste

I.4 Especialidad

Carrera profesional de Educación Artística, especialidad Artes Plásticas

I.5 Asesor

Lic. Canchari Soliz, Jose

II PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

II.1 Descripción

A nivel internacional, Uno de los problemas más comunes en la comunicación a nivel internacional es la barrera del idioma. Cuando las personas hablan diferentes idiomas, puede ser difícil entenderse mutuamente y transmitir información de manera efectiva. Esto puede conducir a malentendidos, confusiones e incluso conflictos.

Otro problema es la diferencia cultural. Cada país y cada región tiene sus propias normas, valores, creencias y formas de comunicación. Lo que puede ser considerado adecuado o normal en una cultura, puede ser ofensivo o inapropiado en otra. Esto puede generar malentendidos y hacer que las personas se sientan incomprendidas.

Además, la comunicación a nivel internacional también puede verse afectada por las diferencias en la forma de comunicarse. Algunas culturas son más directas y expresivas, mientras que otras son más indirectas y reservadas. Esto puede dificultar la interpretación de las intenciones y emociones detrás de las palabras y gestos.

También existe el problema de los estereotipos y prejuicios culturales. A menudo, las personas tienen ideas preconcebidas sobre otras culturas y países, lo que puede afectar la forma en que se comunican y se relacionan con los demás. Esto puede crear barreras en la comunicación y dificultar la construcción de relaciones sólidas y colaborativas.

En resumen, la comunicación asertiva a nivel internacional puede verse afectada por barreras del idioma, diferencias culturales, estilos de comunicación diferentes y estereotipos/prejuicios culturales. Para superar estos problemas, es importante tener una actitud abierta, flexible y respetuosa, y estar dispuesto a aprender sobre otras culturas y adaptarse a diferentes formas de comunicación.

A nivel nacional, la comunicación asertiva es un problema. Muchas personas tienen dificultades para expresar sus pensamientos y sentimientos de manera clara y respetuosa, lo que puede llevar a malentendidos y conflictos en las relaciones personales y profesionales.

Existen varios factores que contribuyen a este problema. En primer lugar, la educación en comunicación asertiva no siempre es prioritaria en el sistema escolar peruano. La mayoría de las personas aprenden a comunicarse a través de la observación y la experiencia, lo que puede resultar en patrones de comunicación poco saludables.

Además, en la cultura peruana existe una tendencia hacia la evitación del conflicto. Muchas personas prefieren evitar confrontaciones y problemas, lo que puede llevar a la falta de comunicación directa y honesta. En lugar de expresar sus necesidades y opiniones de manera clara, las personas suelen optar por la indirección y la pasividad.

Otro factor que contribuye al problema es la falta de habilidades de comunicación. Muchas personas no han sido enseñadas a escuchar activamente, a expresar sus pensamientos de manera clara y organizada, o a manejar conflictos de manera constructiva. Esto puede llevar a malentendidos, frustraciones y resentimientos en las relaciones interpersonales.

Para abordar este problema, es importante que se promueva la educación en comunicación asertiva desde la infancia. Las escuelas deben incluir programas que enseñen habilidades de comunicación, resolución de conflictos y empatía. Además, es necesario fomentar una cultura que valore la comunicación abierta, directa y respetuosa.

En resumen, la comunicación asertiva es un problema en el Perú debido a la falta de educación y habilidades en este ámbito, así como a la tendencia hacia la evitación del conflicto. Es importante promover la educación y la práctica de la comunicación asertiva para mejorar las relaciones personales y profesionales en el país.

A nivel regional, el problema de la comunicación asertiva en Ayacucho podría ser causado por varios factores, como la falta de educación en habilidades de comunicación, la barrera del idioma en comunidades indígenas, la falta de acceso a servicios de comunicación adecuados, entre otros.

En muchas áreas rurales de Ayacucho, es posible que las personas no hayan recibido una educación formal que incluya la enseñanza de habilidades de comunicación efectiva. Esto puede resultar en dificultades para expresarse claramente, entender a los demás y resolver conflictos de manera constructiva.

Además, Ayacucho es una región con una gran diversidad cultural, y muchas personas en comunidades indígenas pueden tener dificultades para comunicarse en el idioma dominante, como el español. Esto puede limitar su capacidad para expresarse y para entender y ser entendidos por los demás.

Otro problema es la falta de acceso a servicios de comunicación adecuados, como internet y telefonía celular. Esto puede dificultar la comunicación, especialmente en áreas rurales donde la infraestructura de comunicación es escasa.

Para abordar este problema, es importante proporcionar programas de educación en habilidades de comunicación en las escuelas y comunidades de Ayacucho. Además, es necesario fomentar la conservación de las lenguas indígenas y facilitar la traducción y el acceso a servicios de comunicación para todas las personas, incluso en áreas rurales.

A nivel local, El problema de la comunicación asertiva en los colegios de Ayacucho puede ser causado por varios factores. Algunos de estos factores pueden incluir:

1.Falta de habilidades de comunicación: Los estudiantes pueden no haber sido enseñados o no haber practicado habilidades de comunicación efectivas, lo que puede llevar a una comunicación no asertiva.

2.Barreras culturales: Las diferencias culturales pueden afectar la forma en que las personas se comunican y entienden los mensajes. Estas barreras pueden dificultar la comunicación asertiva entre diferentes grupos de estudiantes.

3.Falta de empatía: La falta de empatía puede dificultar la comprensión y empatía hacia los demás, lo que puede llevar a una comunicación no asertiva.

4.Ambiente inseguro: Un ambiente escolar inseguro puede hacer que los estudiantes se sientan inseguros o temerosos de expresar sus ideas o necesidades de manera asertiva.

5.Falta de enseñanza en habilidades de comunicación: Los colegios pueden no dar suficiente importancia a la enseñanza de habilidades de comunicación asertiva, lo que puede resultar en una falta de conocimiento sobre cómo comunicarse de manera efectiva.

Para abordar este problema, es importante implementar programas y actividades que fomenten la comunicación asertiva en los colegios. Esto puede incluir talleres y sesiones de capacitación en habilidades de comunicación, promover un ambiente seguro y de apoyo para la expresión de ideas y sentimientos, y fomentar la empatía y la comprensión entre los estudiantes. También es esencial involucrar a los profesores y padres en el proceso, asegurándose de que también estén familiarizados con las habilidades de comunicación asertiva y puedan apoyar a los estudiantes en su desarrollo.

Por lo tanto el objetivo de la tesis es: Determinar como la caricatura influye para fortalecer la comunicación creativa en estudiantes del nivel secundario Ayacucho 2023. Pues Las caricaturas pueden ser una forma de comunicación muy efectiva, ya que utilizan imágenes y humor para transmitir mensajes y opiniones de manera más accesible y amigable. A través de las caricaturas, se pueden abordar temas complejos o controversiales de forma sencilla y divertida, lo que facilita que el mensaje llegue a un amplio público.

Las caricaturas también pueden ser utilizadas para la crítica social o política, utilizando personajes exagerados o estereotipados para resaltar problemas o situaciones específicas. Además, las caricaturas pueden ayudar a consolidar la identidad de una marca

o de un producto, ya que a través de personajes y elementos visuales reconocibles, se puede transmitir la esencia de la empresa o del mensaje que se desea comunicar.

En resumen, las caricaturas son una forma de comunicación efectiva y atractiva, capaz de transmitir mensajes complejos o controversiales de manera accesible y divertida.

II.2 Formulación del problema

II.2.1 Problema General

¿En qué medida influye la caricatura para fortalecer la comunicación creativa en estudiantes del nivel secundario Ayacucho 2023?.

II.2.2 Problema específico

- ¿En qué proporción influye la caricatura para fortalecer la empatía en la comunicación creativa?.
- ¿De qué manera influye la caricatura para fortalecer la asertividad en la comunicación creativa?.
- ¿En qué proporción influye la caricatura para fortalecer la atención en la comunicación creativa?.
- ¿En qué medida influye la caricatura para fortalecer el pensamiento en la comunicación creativa?.

II.3 Justificación

El presente proyecto queda justificado por los siguientes ítems:

II.3.1 Legal

La Constitución Política del Perú establece que la educación promueve el conocimiento y la práctica de las humanidades, la ciencia, la técnica, las artes, la educación física y el deporte, preparando para la vida y el trabajo y fomentando la solidaridad. El estado tiene la obligación de contribuir al desarrollo científico y tecnológico del país. La educación ética y cívica, así como la enseñanza de la Constitución y los derechos humanos, son obligatorias en todos los niveles educativos. La educación religiosa se imparte

respetando la libertad de conciencia. Los medios de comunicación social deben cooperar con el estado en materia de educación, educación moral y cultural.

El derecho a la educación está reconocido por la Constitución Política y otras normativas nacionales, lo que implica que el Estado debe garantizar igualdad de oportunidades de acceso y retención en el sistema educativo, sin discriminación, y asegurar una educación de calidad. La Ley General de Educación N° 28044 establece que la calidad de la educación es el nivel óptimo de formación que las personas deben alcanzar para enfrentar los desafíos del desarrollo humano, demostrando y continuando aprendiendo a lo largo de la vida. Además, se menciona la importancia de la investigación e innovación educativa, siendo responsabilidad del Ministerio de Educación promoverla dentro de su ámbito de competencia.

II.3.2 Científica

La caricatura es una forma de comunicación visual que utiliza elementos visuales como dibujos y textos para transmitir mensajes de manera humorística o satírica. Aunque puede parecer simplemente entretenimiento, la caricatura también tiene una base científica que justifica su uso como forma de comunicación.

En primer lugar, la caricatura utiliza elementos visuales que estimulan de manera efectiva el procesamiento cognitivo del cerebro. Nuestro cerebro procesa la información visual de manera más rápida y eficiente que la información verbal. Al combinar imágenes y texto, la caricatura aprovecha esta capacidad del cerebro para procesar la información de manera más efectiva, lo que facilita la transmisión del mensaje.

Además, la caricatura utiliza elementos de humor para transmitir mensajes de manera más efectiva. La risa y el humor tienen un impacto positivo en nuestro estado de ánimo y pueden mejorar la retención y comprensión de la información. Al utilizar el humor, la caricatura logra captar la atención del espectador y mantener su interés en el mensaje que se quiere transmitir.

Adicionalmente, la caricatura es una forma de comunicación que permite expresar ideas de manera indirecta o satírica. A través del uso de la exageración, la ironía o la parodia, la caricatura puede transmitir críticas sociales o políticas de manera sutil y efectiva. Esta capacidad de la caricatura de transmitir mensajes de manera indirecta es

especialmente útil en situaciones en las que la comunicación directa puede ser censurada o restringida.

En resumen, la caricatura es una forma de comunicación que utiliza elementos visuales, humor y sátira para transmitir mensajes de manera efectiva. Aprovecha la capacidad cognitiva del cerebro para procesar la información visual, utiliza el humor para captar atención y mejorar la retención de la información, y permite expresar ideas de manera indirecta o satírica. Estas bases científicas justifican el uso de la caricatura como una forma válida de comunicación.

II.3.3 Social

La caricatura es una forma de comunicación que se utiliza para transmitir mensajes de manera efectiva y humorística. Además de entretener, las caricaturas tienen una justificación social importante ya que pueden ser utilizadas para:

1. Crítica social: Las caricaturas suelen utilizar la exageración y la sátira para resaltar problemas y defectos de la sociedad. Pueden hacer críticas políticas, económicas, culturales y sociales, y de esta manera generar reflexión y conciencia en la audiencia.

2. Denuncia de injusticias: A través de la caricatura se pueden denunciar injusticias, abusos y problemáticas sociales. Al exponer estas situaciones de manera cómica, se captura la atención del público y se fomenta el debate y la búsqueda de soluciones.

3. Sensibilización: La caricatura puede ser utilizada para sensibilizar sobre problemas sociales o para llamar la atención sobre ciertos temas que necesitan ser abordados. Al usar imágenes impactantes o humorísticas, se logra captar la atención del público y generar empatía hacia ciertos asuntos.

4. Promoción de valores: La caricatura también puede ser una herramienta para promover valores positivos y comportamientos éticos en la sociedad. Puede transmitir mensajes de respeto, tolerancia, igualdad, solidaridad, entre otros, y contribuir así a la construcción de una sociedad más justa y equitativa.

En resumen, la justificación social de la caricatura en la comunicación radica en su capacidad para criticar, denunciar, sensibilizar y promover valores positivos en la sociedad. A través del humor y la sátira, pueden generar conciencia y promover el cambio social.

II.3.4 Metodológico

Una justificación metodológica de la caricatura como herramienta de comunicación puede basarse en los siguientes puntos:

1.Simplificación visual: La caricatura simplifica los rasgos y características de una persona, objeto o situación, lo que permite transmitir un mensaje de manera rápida y clara. Al simplificar la imagen, la caricatura facilita la comprensión y la asimilación del mensaje por parte del espectador.

2.Exageración: La exageración es una técnica muy común en la caricatura, ya que permite resaltar ciertos rasgos o aspectos de una persona o situación. La exageración ayuda a llamar la atención del espectador y a destacar los elementos más importantes o relevantes del mensaje.

3.Humor y sátira: La caricatura busca transmitir mensajes de manera humorística o satírica, lo que ayuda a captar la atención del espectador y a generar una respuesta emocional. El humor y la sátira pueden hacer que el mensaje sea más memorable y pueden generar reflexión y debate en torno al tema tratado.

4.Intencionalidad y contexto cultural: La caricatura se basa en la interpretación y el entendimiento del contexto cultural en el que se encuentra. Los elementos visuales, los colores, las situaciones y los personajes utilizados en la caricatura están diseñados de manera intencionada para transmitir un mensaje específico. La caricatura también está en constante diálogo con el entorno social y político en el que se encuentra, por lo que puede ser una respuesta a situaciones actuales o a temas de actualidad.

5.Libertad creativa: La caricatura ofrece a los artistas una gran libertad creativa para transmitir sus ideas y mensajes. A través de la distorsión y la exageración, los caricaturistas pueden enfatizar ciertos aspectos y criticar o satirizar situaciones o personajes sin restricciones. Esta libertad permite que la caricatura sea una forma de comunicación visual muy poderosa y efectiva.

En conclusión, la justificación metodológica de la caricatura como herramienta de comunicación radica en su capacidad para simplificar visualmente, exagerar rasgos, utilizar el humor y la sátira, establecer diálogo con el contexto cultural y ofrecer libertad creativa a

los artistas. Estos elementos hacen de la caricatura una forma de comunicación visual muy efectiva para transmitir mensajes, ideas y críticas de manera rápida, clara y memorable.

II.3.5 Prácticas

Aunque pueda parecer simple o superficial, la práctica de la caricatura tiene una serie de justificaciones prácticas que la hacen importante en el ámbito de la comunicación:

1.Síntesis visual: La caricatura condensa información en imágenes, permitiendo transmitir mensajes complejos de manera rápida y efectiva. A través de la exageración de rasgos característicos de una persona o situación, se simplifican conceptos y se facilita su comprensión.

2.Crítica social: La caricatura es una herramienta para hacer una crítica constructiva de la realidad social y política. Mediante la sátira, se exponen problemas y se denuncian situaciones injustas o absurdas de forma humorística, lo que puede generar conciencia o reflexión en los espectadores.

3.Libertad de expresión: La caricatura permite expresar opiniones de manera visual, sin necesidad de recurrir al lenguaje escrito. Esto es especialmente importante en contextos en los que la libertad de expresión puede estar limitada. Las imágenes pueden ser más poderosas y menos restrictivas que las palabras en algunos casos.

4.Impacto emocional: Las caricaturas tienen la capacidad de generar emociones en los espectadores, ya sea a través de la risa, la indignación o la tristeza. Esta conexión emocional puede ser de gran importancia para movilizar a la gente y promover cambios sociales.

5.Difusión masiva: La caricatura puede ser ampliamente difundida gracias a la facilidad de compartirla en redes sociales o imprimir en periódicos y revistas. Esto la convierte en un medio de comunicación de alcance masivo, capaz de llegar a un gran número de personas en poco tiempo.

En resumen, la caricatura es una forma de comunicación práctica y efectiva, que sintetiza información, critica la realidad, se vale de la libertad de expresión, genera emociones y puede ser difundida masivamente. Todos estos elementos la convierten en una herramienta de gran valor en la comunicación contemporánea.

II.3.6 Teórico

II.3.7 Artístico

II.3.8 Filosófico

III OBJETIVOS

III.1 Objetivos de la investigación

Los objetivos de la investigación se refieren a las metas o propósitos que se pretenden alcanzar a través de la realización del estudio. Estos pueden variar según la naturaleza de la investigación y los intereses del investigador, pero algunos ejemplos comunes de objetivos de investigación incluyen:

1. Identificar y describir un problema o fenómeno particular.
2. Determinar las causas o factores que contribuyen a un problema o fenómeno.
3. Explorar y analizar las opiniones, actitudes o comportamientos de un grupo de personas.
4. Evaluar la eficacia o impacto de un programa, política o intervención.
5. Desarrollar y probar una teoría o hipótesis.
6. Generar conocimiento nuevo o contribuir a un área de estudio existente.
7. Comparar y contrastar diferentes enfoques o intervenciones para determinar cuál es el más efectivo.
8. Recopilar datos y obtener una comprensión profunda de un tema o área específica.
9. Proponer recomendaciones o soluciones basadas en los hallazgos de la investigación.
10. Contribuir al avance de la ciencia y el conocimiento en general.

Estos son solo algunos ejemplos, y los objetivos de investigación pueden variar ampliamente dependiendo del tema y el contexto específico de la investigación. Es

importante que los objetivos sean claros, específicos y alcanzables, lo que permitirá guiar el diseño, la ejecución y la interpretación de los resultados de la investigación.

III.2 Objetivo General

Determinar como la caricatura influye para fortalecer la comunicación creativa en estudiantes del nivel secundario Ayacucho 2023.

III.3 Objetivos Específicos

- Determinar como la caricatura influye para fortalecer la empatía en la comunicación creativa.
- Establecer como la caricatura influye para fortalecer la asertividad en la comunicación creativa.
- Precisar como la caricatura influye para fortalecer la atención en la comunicación creativa.
- Determinar como la caricatura influye para fortalecer el pensamiento en la comunicación creativa.

IV MARCO TEÓRICO

IV.1 Antecedentes de la investigación

IV.1.1 A nivel internacional:

IV.1.2 A nivel nacional

IV.1.3 A nivel regional

IV.2 Fundamentos teóricos

IV.2.1 Ubicación geográfica

Ayacucho es una ciudad ubicada en los Andes de Perú, conocida por su historia, cultura y arte. Durante la época colonial, la ciudad fue un importante centro de producción artística, destacándose en áreas como la pintura, escultura, arquitectura y artesanía.

En Ayacucho se desarrolló la famosa escuela pictórica conocida como la "Escuela de Ayacucho", la cual produjo una gran cantidad de pinturas religiosas de estilo barroco. Estas obras se caracterizan por su gran detalle, colorido y dramatismo, y se encuentran en numerosas iglesias y conventos de la ciudad.

En cuanto a la escultura, Ayacucho destaca por sus imágenes religiosas, talladas en madera o piedra. Estas esculturas son consideradas verdaderas obras de arte, con una gran expresividad y detalle en sus rasgos.

En el ámbito de la arquitectura, Ayacucho posee numerosos ejemplos de edificios coloniales, destacando la Plaza de Armas de la ciudad, rodeada de hermosas casonas coloniales y la Catedral de Ayacucho, construida en el siglo XVII.

En la artesanía, Ayacucho es famosa por sus tejidos, cerámicas y máscaras. Los tejidos son elaborados a mano por las comunidades indígenas de la región, utilizando técnicas tradicionales y materiales como la lana de alpaca y el algodón. Las cerámicas son elaboradas con arcilla y decoradas con motivos regionales, representando escenas de la vida cotidiana o eventos históricos. Las máscaras, por su parte, son utilizadas en festividades tradicionales y representan personajes folklóricos de la región.

En resumen, Ayacucho es una ciudad que posee una rica tradición artística, en la cual se fusionan influencias indígenas y españolas. El arte en Ayacucho ofrece una mirada única a la historia y la cultura de la región, y es un importante atractivo turístico para quienes visitan la ciudad.

IV.2.2 Caricatura

IV.2.2.1 Realidad

Son caricaturas que abordan temas relacionados con hechos reales o situaciones cotidianas comunes a los lectores, ya sea de manera simple o compleja. No todas las caricaturas de realidad son críticas, algunas tienen como único propósito hacer reír a los lectores al ridiculizar situaciones comunes, sin darles una mayor trascendencia.

- Eventos en el hogar
- Eventos en el trabajo
- Eventos en centros de estudios
- Eventos en centro de esparcimiento

IV.2.2.2 Fantasía

Este tipo de caricaturas abordan temas que no tienen relación alguna con los hechos de la realidad, pero no están completamente desconectadas de ella. Sus paisajes pueden ser poco usuales, ubicándose en lugares reales pero extraños o en dimensiones paralelas. Sin embargo, a través de situaciones absurdas, los personajes expresan sentimientos, emociones y pensamientos propios de la vida cotidiana. De esta manera, se ridiculizan o cuestionan formas habituales de sentir o pensar en la sociedad. La presencia de estos elementos permite al lector establecer una conexión y complicidad con el mensaje del autor.

- Personajes ficticios
- Entornos ficticios
- Situaciones absurdas
- Acciones atemporales

IV.2.2.3 Política

La caricatura política tiene una larga tradición y ha evolucionado junto con la sociedad y la tecnología. En épocas antiguas, se realizaban a mano y se publicaban en periódicos y revistas, mientras que en la actualidad se han popularizado en las redes sociales y se realizan de forma digital.

Algunos de los temas más comunes que se abordan en la caricatura política son la corrupción, la injusticia, las desigualdades sociales y los abusos de poder. Los caricaturistas buscan generar reflexiones y críticas a través de la exageración de los rasgos físicos o emocionales de los personajes representados.

A lo largo de la historia, la caricatura política ha enfrentado censura y represión por parte de gobiernos y grupos poderosos. Sin embargo, su impacto en la sociedad ha sido innegable, ya que ha logrado transmitir mensajes de protesta y denuncia de manera efectiva y rápida.

En conclusión, la caricatura política es un medio de comunicación importante que utiliza la sátira y la exageración para abordar temas políticos y sociales. Su poder radica en su capacidad para generar críticas y reflexiones en la opinión pública, convirtiéndola en una herramienta esencial en la construcción de una sociedad informada y participativa.

- Eventos sociales
- Personajes importantes
- Representación de protesta
- Opinión pública

IV.2.2.4 Periodística

El propósito de la caricatura periodística es transmitir su mensaje de manera efectiva y provocadora, utilizando elementos visuales como la exageración de rasgos físicos y la representación simbólica de personas o ideas. A través de estas representaciones caricaturescas, se busca capturar la atención del lector y generar reflexión sobre la noticia o tema en cuestión.

Las caricaturas periodísticas suelen abordar temas de actualidad y controversia, como conflictos políticos, escándalos de corrupción, decisiones gubernamentales, problemas sociales o económicos, entre otros. A través de la sátira, el dibujante puede expresar críticas y opiniones de forma no literal, aprovechando la libertad creativa que le proporciona este género.

En los medios impresos, las caricaturas periodísticas suelen aparecer en la sección de opinión, compartiendo espacio con columnas y artículos de análisis. También se pueden encontrar en revistas y publicaciones especializadas. Con el auge de las redes sociales, las caricaturas periodísticas se han adaptado a nuevos medios, difundiéndose en plataformas digitales y alcanzando a un público más amplio.

En conclusión, la caricatura periodística combina el arte visual y el periodismo para transmitir mensajes críticos de manera humorística. Su objetivo es provocar reflexión y generar opinión sobre temas de interés público.

- Temas de actualidad
- Temas de controversia
- Escándalos sociales
- Corrupción social

IV.2.3 Comunicación asertiva

La comunicación asertiva es un estilo de comunicación en el cual se expresa de manera clara, honesta y respetuosa. Se caracteriza por ser directa y enfocada en transmitir un mensaje de manera efectiva, sin herir o agredir a la otra persona.

Una comunicación asertiva implica expresar nuestras opiniones, necesidades y emociones de manera adecuada, sin ser agresivos, pasivos o manipulativos. Busca establecer una comunicación abierta y sincera, donde ambas partes se sientan escuchadas y respetadas.

Al utilizar una comunicación asertiva, podemos transmitir nuestros pensamientos y emociones de manera clara y libre de malentendidos, evitando conflictos innecesarios y fomentando la resolución pacífica de problemas.

IV.2.3.1 Empatía

La empatía es la capacidad de ponerse en el lugar de otra persona y comprender cómo se siente. Es la habilidad de entender y responder a las emociones y los sentimientos de los demás, y se considera una habilidad social muy valiosa para crear relaciones saludables y efectivas. La empatía requiere una combinación de atención, comprensión y sensibilidad hacia los demás para poder conectarse con ellos y mostrarles compasión y apoyo.

- Comprende al prójimo
- Entiende emociones
- Atiende su entorno
- Compasión y apoyo

IV.2.3.2 Asertividad

La asertividad es la capacidad de expresar nuestros pensamientos, opiniones, sentimientos y deseos de forma clara y directa, sin agredir o ser agredidos por los demás. Consiste en ser capaces de defender nuestros derechos y actuar de forma autónoma y responsable, sin caer en la sumisión o la agresividad. La asertividad es una habilidad importante en la comunicación interpersonal y en la resolución de conflictos.

- Expresa pensamientos claros
- Expresa opinión responsable
- Realiza actos autónomos
- Resolución de conflictos

IV.2.3.3 Atención

La atención es un proceso cognitivo que nos permite enfocar nuestra mente en un estímulo específico o en una tarea determinada, al tiempo que ignoramos o filtramos otras distracciones. Es la capacidad de concentrarse y dirigir los recursos mentales hacia un objetivo o actividad en particular.

La atención es esencial para el aprendizaje, la memoria, la toma de decisiones y el rendimiento en general. Nos permite procesar la información de manera más eficiente, mejorar la comprensión, retención y aplicación de lo que aprendemos.

Existen diferentes tipos de atención, como la atención sostenida, que es la capacidad de mantener el enfoque en una tarea durante un período prolongado de tiempo; la atención selectiva, que implica seleccionar un estímulo relevante y filtrar las distracciones; y la atención dividida, que es la habilidad para atender a varias actividades o estímulos simultáneamente.

La atención puede verse afectada por diversos factores, como el cansancio, el estrés, la falta de motivación o la presencia de distracciones externas. Es posible mejorar y entrenar la atención a través de técnicas y estrategias como la meditación, la práctica de mindfulness, la organización y planificación, entre otras.

- Enfoque
- Comprensión
- Retención
- Aplicación

IV.2.3.4 Pensamiento

El pensamiento es la capacidad cognitiva y mental de los seres humanos para procesar información, construir ideas, formular juicios, realizar reflexiones y razonar. Es una actividad mental compleja que involucra diversos procesos como la percepción, la memoria, el lenguaje, la atención y la resolución de problemas. El pensamiento puede ser consciente o inconsciente, y se manifiesta a través de diferentes formas como el razonamiento lógico, la imaginación, la intuición, la creatividad y la toma de decisiones. Es la base de la actividad mental y de la construcción del conocimiento.

- Procesa información
- Construye ideas
- Formula juicios
- Realiza reflexiones

IV.3 Definiciones operacionales

Asertividad. Asertividad se refiere a la capacidad de expresar tus pensamientos, necesidades y sentimientos de manera clara, honesta y respetuosa, sin dañar a los demás ni permitir que te dañen a ti mismo. La asertividad es una habilidad importante tanto en las relaciones personales como en el ámbito laboral, ya que te permite comunicarte de manera efectiva y establecer límites saludables. La comunicación asertiva implica utilizar un lenguaje claro y directo, expresar tus sentimientos de manera honesta y respetuosa, y escuchar activamente a los demás. Al ser asertivo, puedes mejorar tus relaciones, aumentar tu autoconfianza y mejorar tu bienestar emocional.

Color. Es una propiedad visual que se percibe en los objetos debido a la luz que reflejan o emiten. Los colores son generados por la longitud de onda de la luz visible, que se compone de los colores del espectro (rojo, naranja, amarillo, verde, azul, índigo y violeta) y sus combinaciones. El color puede ser percibido de manera subjetiva y está presente en la naturaleza, el arte, la moda, la decoración, entre otros campos.

Comunicación. La comunicación es un proceso de intercambio de información entre dos o más personas o entidades. Se lleva a cabo a través de diferentes medios, como lenguaje verbal, escrito, gestual, entre otros, y tiene como objetivo transmitir conocimientos, sentimientos, ideas, mensajes, y establecer un vínculo entre los interlocutores. La comunicación es esencial en todo tipo de relaciones, ya sea a nivel personal, laboral o social. Es una herramienta fundamental para solucionar problemas, tomar decisiones y establecer acuerdos. Por tanto, es importante desarrollar habilidades de comunicación efectiva para poder relacionarnos de manera satisfactoria con las personas que nos rodean. La comunicación puede ser efectiva o inefectiva, dependiendo de la forma en que se desarrolla. Para que la comunicación sea efectiva es necesario que exista una retroalimentación adecuada, una comprensión mutua, respeto y empatía entre las partes involucradas.

Creatividad. La creatividad es la capacidad de generar ideas originales y útiles que permiten resolver problemas o satisfacer necesidades de manera innovadora. También se refiere a la habilidad de crear algo nuevo a partir de elementos ya existentes. La creatividad no se limita a las artes y la cultura, sino que se extiende a todas las áreas de la vida, incluyendo la ciencia, la tecnología, la educación, los negocios y el desarrollo humano. La

creatividad puede fomentarse a través de la exploración, la experimentación, la curiosidad y el pensamiento flexible.

Dibujo. Es una representación gráfica de una imagen o idea, realizada con distintas técnicas, como lápiz, carboncillo, tinta, acuarela o técnicas digitales. Puede ser una creación artística o técnica, y se utiliza en diferentes ámbitos, como la arquitectura, el diseño gráfico, la ilustración, la ingeniería y las artes visuales. Los dibujos pueden ser abstractos o figurativos, y pueden transmitir emociones, sensaciones y pensamientos tanto del artista como del espectador.

Recrear. Volver a crear algo que ya existió en el pasado. Imitar o representar algo o alguien de manera cercana a la realidad. Divertirse o entretenerse realizando actividades recreativas.

Arte. El arte es una manifestación cultural que se expresa a través de diversas formas y disciplinas artísticas, como la pintura, la escultura, la música, la literatura, la danza, el cine, el teatro, entre otras. A través del arte, los artistas pueden expresar emociones, sentimientos, ideas y reflexiones sobre la vida y la sociedad. El arte puede ser utilizado como una herramienta de comunicación para transmitir mensajes y provocar cambios sociales, políticos o culturales. Además, el arte tiene un impacto importante en la historia y la evolución de las distintas culturas y civilizaciones. El arte también puede ser una fuente de inspiración y entretenimiento para muchas personas. Puede tener un papel importante en la educación y el desarrollo de la creatividad de los individuos, tanto en términos personales como profesionales. En resumen, el arte es una expresión cultural muy valorada en todo el mundo por su capacidad de conmover, inspirar y transformar.

Inspiración. Como modelo de lenguaje IA, no tengo la capacidad de inspirarme. Sin embargo, como una herramienta de asistencia en línea, puedo brindarte algunas palabras de ánimo para inspirarte. Recuerda que la vida está llena de altibajos, pero siempre puedes buscar inspiración en las personas que te rodean, en la naturaleza, en los libros o en cualquier cosa que te haga sentir motivado. Si te sientes abrumado o desmotivado, busca apoyo en tus amigos y familiares y nunca te rindas en la búsqueda de tus metas y sueños. ¡Sigue adelante y nunca dejes de inspirarte a ti mismo!

V HIPÓTESIS

Las hipótesis en las investigaciones cuantitativas son obligatorias, pues es el modo por la que se acepta o rechaza las hipótesis de trabajo; por lo tanto, es conceptualizada como una afirmación anticipada sobre el problema planteado o es una conjetura que tiene que ser contrastada con la realidad empírica.

V.1 Hipótesis general

Existe influencia significativa en la caricatura para fortalecer la comunicación creativa en estudiantes del nivel secundario Ayacucho 2023

V.2 Hipótesis específicas

- Se establece la influencia significativa en la caricatura para fortalecer la empatía en la comunicación creativa.
- Se corrobora la influencia significativa en la caricatura para fortalecer la asertividad en la comunicación creativa.
- Se evidencia influencia significativa en la caricatura para fortalecer la atención en la comunicación creativa.
- Se establece influencia significativa en la caricatura para fortalecer el pensamiento en la comunicación creativa.

VI DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VI.1 Variables

Las variables son los conceptos, atributos o propiedades de carácter social o natural, que tienden a variar, a cambiar, a modificar para asumir niveles o escalas. Se caracterizan por ser observables, medibles y cuantificables; por tal motivo asumen valores bien definidos.

Variable independiente (V.I)

X: Caricatura

Una caricatura es un retrato que exagera o distorsiona la apariencia física de una o varias personas. Es en ocasiones un retrato de la sociedad reconocible, para crear un parecido fácilmente identificable y, generalmente, humorístico. También puede tratarse de alegorías.

Variable dependiente (V.D)

Y: Comunicación asertiva

Nos podemos referir a cualquier tipo de comunicación, ya que el mero hecho de comunicar es un acto creativo, en tanto que, con las informaciones que tenemos añadimos algo más ya sea consciente o inconscientemente a la información que queremos transmitir.

VI.2 Operacionalización de variables

VI.2.1 Caricatura

Variables	Dimensiones	Indicadores	Scala	Valores
Caricatura	Realidad	Eventos en el hogar	Cuantitativa continua	Valoración cuantitativa de 0 a 20
		Eventos en el trabajo		
		Eventos en centros de estudios		
		Eventos en centro de esparcimiento		
	Fantasia	Personajes ficticios		
		Entornos ficticios		
		Situaciones absurdas		
		Acciones atemporales		
	Política	Eventos sociales		
		Personajes importantes		

		Representación de protesta		
		Opinión pública		
	Periodística	Temas de actualidad		
		Temas de controversia		
		Escándalos sociales		
		Corrupción social		

VI.2.2 Comunicación asertiva

Variables	Dimensiones	Indicadores	Scala	Valores
Comunicación asertiva	Empatía	Comprende al prójimo	Cuantitativa continua	Valoración cuantitativa de 0 a 20
		Entiende emociones		
		Atiende su entorno		
		Compasión y apoyo		
	Asertividad	Expresa pensamientos claros		
		Expresa opinión responsable		
		Realiza actos autónomos		
		Resolución de conflictos		
	Atención	Enfoque		
		Comprensión		
		Retención		
		Aplicación		

Variables	Dimensiones	Indicadores	Scala	Valores
	Pensamiento	Procesa información		
		Construye ideas		
		Formula juicios		
		Realiza reflexiones		

VII ASPECTO METODOLÓGICO

(Kothari, 2004) refiere que la metodología en investigación se refiere al conjunto de técnicas y estrategias utilizadas por los investigadores para llevar a cabo una investigación. Esta metodología se divide en varias etapas que incluyen la identificación del problema, la definición de la hipótesis, la recopilación de datos, el análisis de la información y la interpretación de los resultados.

En general, existen tres tipos de metodología en investigación:

- Metodología cuantitativa: Esta metodología se basa en el análisis y medición numérica de los datos. Usualmente se utilizan técnicas estadísticas para evaluar la validez de los hallazgos.
- Metodología cualitativa: Esta metodología se enfoca en el estudio de la experiencia humana y por ello se recopilan datos más subjetivos. Se utilizan técnicas como entrevistas, grupos focales o análisis de contenido.
- Metodología mixta: Esta metodología combina elementos de la metodología cuantitativa y cualitativa para obtener un panorama más completo de la investigación.

Cada metodología exige un enfoque único en cuanto a la recopilación, interpretación y análisis de datos, y cada técnica contribuye a la generación de un conocimiento más sólido y robusto en cada área de investigación.

VII.1 Tipo de investigación

En la investigación estadística (cuantitativa), según (Hernández Sampieri & Fernandez-Collado, 2014), existen cuatro tipos de investigación: investigación

exploratoria, descriptiva, descriptiva y participativa. Esta investigación está relacionada con la naturaleza porque pretende medir la relación de las variables consideradas.

VII.2 Diseño de investigación

El diseño de estudio propuesto es una prueba previa, desarrollado en equipo y consta de una prueba previa, luego una prueba de tratamiento previo y luego la misma prueba previa. Finalmente, se compararon las entradas y salidas.

(Hernández Sampieri & Fernandez-Collado, 2014) considera lo siguiente: si bien es cierto que existe un punto de partida para identificar la condición del grupo antes del tratamiento; Sin embargo, el diseño no es suficiente para establecer la causa, quizás haya diferentes tipos involucrados que atenten contra la integridad del contenido, como la historia. Puede haber otros eventos entre O1 y O2 que pueden causar cambios fuera del tratamiento experimental, y cuanto mayor sea el tiempo entre las dos mediciones, mayor será la posibilidad de superposición de diferentes tipos. La ventaja del diseño del estudio es que permite al investigador aislar y comparar cada caso por el tamaño de la muestra y las características de los estudiantes.

El Diseño del estudio es Pre experimental. Diseño Pre-test, Post-test, unicamente en un grupo.

$O1 \rightarrow X \rightarrow O2$

O1: Evaluación previa del nivel comunicativo de los estudiantes.

O2: Evaluación posterior del nivel comunicativo de los estudiantes.

X: Caricatura

VII.3 Método

Vara- Horna, A. (2010), señala que habiendo realizado una investigación exhaustiva sobre el tema del método científico y considerando una visión estructural ligada al contenido de las tesis e informes, el: “método científico puede ser definido como un proceso sistemático para generar conocimiento científico, consistente en: a) plantear un problema determinado, b) fundamentar y formular una hipótesis tentativa y deducir sus

implicancias empíricas y c) observar y experimentar la hipótesis para determinar su aceptación o rechazo, en función de la evidencia”.(p.151)

- método de análisis y síntesis: se realiza de simple a compuesto con el propósito de descifrar las características del fenómeno observado. Las reglas del método de análisis-síntesis son: observación, descripción, examen crítico, descomposición, comportamientos, estudios de sus partes, enumeración, reacomodar, análisis de resultados y explicación.

VII.4 Técnicas de Recolección de Datos

Existen diferentes técnicas de recolección de datos que se pueden utilizar según el tipo de investigación que se esté realizando. A continuación, se presentan algunas de las más comunes:

1. Encuesta: Una encuesta es una técnica de recolección de datos en la que se realiza una serie de preguntas a una muestra de personas seleccionadas de manera aleatoria o no, con el objetivo de conocer sus opiniones o comportamientos frente a algún tema específico.
2. Entrevista: Es una técnica de investigación cualitativa en la que se realiza una conversación estructurada entre el investigador y el entrevistado con el propósito de recopilar información específica.
3. Observación: Es una técnica cualitativa en la que se observa directamente el comportamiento o la actividad de un grupo de personas o de un individuo.
4. Focus group: Es una técnica de investigación cualitativa en la que se reúne un grupo de personas con características y perfiles similares para discutir y opinar sobre un tema específico.
5. Análisis documental: Es una técnica de investigación que implica la revisión de documentos o registros escritos, como informes, bases de datos, artículos, entre otros, para recopilar información.
6. Experimento: Es una técnica de investigación en la que se manipulan las variables para medir los cambios y efectos que se producen en el fenómeno que se está estudiando.

7. Muestreo: Es una técnica estadística que permite seleccionar una muestra de la población para evaluar o medir una variable determinada.
8. Estas son solo algunas de las técnicas de recolección de datos que se pueden utilizar en una investigación. La elección de la técnica dependerá del objeto de estudio, de los recursos disponibles y de los objetivos que se quieran lograr.

VII.4.1 La observación

La observación es una técnica utilizada en diferentes campos para recolectar información y datos a través de la observación directa y sistemática de un fenómeno o situación. La observación implica la capacidad de prestar atención a los detalles, analizar y registrar la información obtenida de forma objetiva.

En el ámbito científico, la observación es una de las herramientas principales para la investigación, permitiendo la recolección de datos empíricos sobre un tema específico. También es utilizada en el ámbito de la educación, para realizar un seguimiento del proceso de aprendizaje de los estudiantes.

La observación puede ser realizada de forma directa, a través de la presencia física del observador, o indirecta, a través de medios tecnológicos como cámaras y micrófonos. En ambos casos, el observador debe ser cuidadoso y objetivo, evitando influir en los resultados de la observación.

En resumen, la observación es una técnica valiosa para obtener información y datos relevantes en diferentes campos y situaciones, y es importante que sea realizada con precisión, objetividad y rigor científico para obtener resultados confiables (Passer, 2021).

VII.4.2 La encuesta

Una encuesta es una investigación que se realiza para recopilar datos e información de una población o muestra representativa de ella. Las encuestas están diseñadas para conocer la opinión, actitudes, comportamientos o necesidades de las personas respecto a un tema o problema específico. Este tipo de investigación se puede llevar a cabo de diversas formas, como mediante cuestionarios, entrevistas, encuestas en línea, entre otras. Las encuestas son utilizadas en diferentes ámbitos, como en la política, la publicidad, el marketing, la investigación de mercado, la salud pública, entre otros.

VII.4.3 Prueba de conocimientos

La prueba de conocimientos es un examen diseñado para evaluar la comprensión y familiaridad de una persona con un tema específico. Este tipo de prueba puede ser utilizado para evaluar conocimientos en una amplia variedad de temas, como matemáticas, ciencia, literatura, historia, idiomas, tecnología, entre otros. Por lo general, la prueba de conocimientos se compone de preguntas objetivas de selección múltiple, pero también pueden incluir preguntas abiertas o de respuesta corta, ensayos o proyectos. El objetivo final de estas pruebas es obtener un diagnóstico preciso de las habilidades y conocimientos del examinado.

VII.5 Instrumentos

Existen diversos instrumentos en investigación, algunos de los más comunes son:

Cuestionarios: Es un conjunto de preguntas estructuradas que se utilizan para recolectar datos de una muestra específica de la población.

Entrevistas: Una modalidad de investigación en la que se hace una serie de preguntas a una persona o a un grupo de personas.

Grupos focales: Una técnica que involucra la reunión de un grupo de personas con un moderador para discutir y analizar un tema específico.

Observación: Una técnica de investigación en la que se registran y analizan los comportamientos y actividades de las personas.

Análisis de documentos: Se refiere a la revisión y análisis de documentos escritos, tales como actas, informes, leyes, reglamentos, etc.

Experimentos: Una técnica que se utiliza para medir el efecto de una variable específica sobre otra variable en un ambiente controlado.

Encuestas telefónicas: Una técnica de investigación en la que se utilizan cuestionarios telefónicos para obtener datos de una muestra específica de la población.

Encuestas en línea: Una técnica de investigación en la cual se envían cuestionarios por medio de internet a través de una plataforma en línea.

En esta investigación se considera los siguientes instrumentos

VII.5.1 Ficha de observación

La ficha de observación es un instrumento que se utiliza para recolectar información detallada y sistemática sobre un objeto o sujeto de estudio. Está diseñada para registrar de manera clara y precisa los datos que se obtienen a través de la observación, con el fin de analizarlos e interpretarlos posteriormente (Kothari, 2004).

Una ficha de observación consta de diferentes elementos, que varían según el objeto o sujeto de estudio y los objetivos que se persiguen. En general, incluye información sobre el contexto en que se lleva a cabo la observación, la fecha y hora, las características del objeto o sujeto, los comportamientos o fenómenos observados, y cualquier otra información relevante para el estudio.

La ficha de observación es una herramienta muy útil en diferentes áreas del conocimiento, como la psicología, la educación, la sociología, la antropología, la medicina y la ciencia en general. Se utiliza para estudiar comportamientos, actitudes, procesos cognitivos, interacciones sociales, entre otros aspectos.

Una de las ventajas de la ficha de observación es que permite obtener datos objetivos y precisos, ya que se recogen directamente de la realidad observada. Además, es fácil de aplicar y puede ser utilizada por cualquier persona, siempre y cuando tenga claridad sobre los objetivos y protocolos de la observación.

En conclusión, la ficha de observación es un instrumento muy útil para obtener información detallada y precisa sobre un objeto o sujeto de estudio. Su uso permite analizar y comprender mejor los comportamientos y procesos que se estudian, contribuyendo así al avance del conocimiento en diferentes áreas.

VII.5.2 Ficha de opinión

Una ficha de opinión es un formato en el cual se plasma la opinión personal de una persona, generalmente en relación a un tema o asunto específico. Esta ficha suele contener el nombre del autor, la fecha de elaboración, el tema abordado y una exposición detallada de los argumentos y puntos de vista que sustentan su opinión. La ficha de opinión suele ser utilizada en medios de comunicación para que los lectores expresen su opinión sobre el tema considerado en este trabajo de investigación.

VII.5.3 Prueba escrita

Una prueba escrita es una evaluación que se lleva a cabo mediante la elaboración de un documento por escrito, donde se pone a prueba los conocimientos, habilidades y competencias de una o varias personas en relación a al tema considerado en el trabajo de investigación. Estas pruebas pueden ser de diferentes tipos, como exámenes, ensayos o test, y se utilizan comúnmente en el ámbito académico y laboral para medir el nivel de comprensión y aplicación de los conceptos por parte de los participantes. Las pruebas escritas suelen tener un tiempo limitado para ser completadas y su resultado final puede influir en la calificación o evaluación de los individuos.

VII.6 Validación y confiabilidad de los instrumentos

VII.6.1 Validez

(Hernández Sampieri & Fernandez-Collado, 2014) plantea que, la validez de un instrumento se refiere a la capacidad del instrumento para medir lo que se supone que debe medir. Es decir, si se está midiendo la ansiedad, el instrumento debe medir de manera precisa y confiable la ansiedad y no otra cosa.

Existen varios tipos de validez de un instrumento:

1. Validez de contenido: se refiere a si el instrumento cubre de manera adecuada el contenido que se supone debe medir.
2. Validez de constructo: se refiere a si el instrumento mide correctamente el constructo (por ejemplo, ansiedad) que se supone debe medir.
3. Validez concurrente: se refiere a si el instrumento se correlaciona adecuadamente con otras medidas que miden lo mismo.
4. Validez predictiva: se refiere a si el instrumento es capaz de predecir resultados futuros.

En resumen, la validez de un instrumento es fundamental para garantizar la precisión y la confiabilidad de la medición. Se deben realizar pruebas rigurosas para evaluar la validez de un instrumento antes de utilizarlo en la recolección de datos.

Los instrumentos para la obtención de los datos serán validados mediante la apreciación de los conocedores del tema.

VII.6.2 Confiabilidad

En el análisis de relaciones de los ítems de cada uno de indicadores de los instrumentos será evaluado mediante el coeficiente de alfa de Cronbach.

El alfa de Cronbach es una medida de la confiabilidad de la consistencia interna que se utiliza en la investigación para probar qué tan estrechamente relacionados están un conjunto de elementos como grupo. Se utiliza para estimar qué tan bien una prueba o escala mide un solo concepto o construcción. Varía entre 0 y 1, donde los valores altos indican una fuerte consistencia interna. Un alfa de Cronbach de 0,70 o superior generalmente se considera aceptable para fines de investigación (Kothari, 2004).

VII.7 Población

Gamarra y Burrospie (2008), una población es un campo de estudio que hace referencia a un subconjunto de personas, que en el estudio se denomina universo, población o grupo para referirse a todos los elementos, individuos o unidades que representan características comunes, receptivas, observación, mediciones o experimentos (p. 22).

El estudio comprende por $p = 115$ estudiantes de secundaria de la institución educativa pública “San Juan”, distrito de San Juan, 2023

VII.8 Muestra

Gamarra y Burrospie (2008), una muestra es una parte o fracción representativa de toda una población definida que ha sido seleccionada para estudiar determinadas características o características de la misma (p. 27).

La población para esta investigación está constituida por 25 estudiantes de 3er año de la institución educativa pública “San Juan”, distrito de San Juan, 2023.

VII.9 Fuentes de investigación

- Fuentes primarias: son obras directas del autor sin ninguna interpretación ni reelaboración por otros secundarios.
- Fuentes secundarias: son fuentes reelaboradas de acuerdo a la necesidad y contexto, en su mayoría son interpretaciones de las fuentes primarias

VIII ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

VIII.1 Calendarización y cronograma de actividades

Table 1: Cronograma

Descripción	2023							
	M	J	J	A	S	O	N	D
Identificación del problema	X							
Revisión bibliográfica		X	X	X				
Situación problemática, marco teórico referencial y referentes		X						
Importancia y justificación de la tesis		X						
Objetivos de la tesis		X						
Enfoque y diseño de la tesis			X					
Población, muestra y muestreo			X					
Técnicas e instrumentos de recolección de datos			X					
Aspectos bioéticos			X					
Métodos de análisis de la información				X				
Elaboración de aspectos administrativos de la tesis				X				
Elaboración de anexos			X	X				

Entrega del proyecto				X				
Trabajo de campo					X	X		
Redacción del informe final							X	
Entrega de informe final								X

VIII.2 Recursos humanos

- Investigador: Bach. Quispe Urbano, Luzmerly Celeste.
- **Asesor:** Lic. Canchari Soliz, Jose.
- **Investigados:** 25 estudiantes de la institución educativa privada “Harry Sullivan”, ventanilla, callao, 2021.
- **Financiamiento:** La investigación en su totalidad será financiada por el investigador.

VIII.3 Materiales

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Costo unidad	Costo total S/.
Bienes				103.00
Bolígrafos	12	Unidades	5.00	560.00
Cartulinas	30	unidades	0.50	15.00
Disco de almacenamiento	01	Unidad	28.00	28.00
Servicios				1580.00
Pago a personal de soporte	01	Personas	200.00	200.00
Uso de internet wifi	12	Meses	35,00	420.00
Fotocopias	600	Hoja	0.10	60.00
Pago por asesoría en base de datos	01	Profesor	500.00	500.00
Pago por revisión de la redacción	01	Profesor	150.00	150.00

Impresiones	200	Unidades	0.10	20.00
Empastados	04	Ejemplares	20.00	80.00
Gastos administrativos				140.00
TOTAL				1673

(Velásquez Burgos et al., 2010)

IX REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Hernández Sampieri, R., & Fernandez-Collado, C. F. (2014). *Metodología de la investigación* (P. Baptista Lucio, Ed.; Sexta edición). McGraw-Hill Education.
- Kothari, C. R. (2004). *Research methodology: Methods & techniques* (2. edition, reprint). New Age International (P) Limited, Publishers.
- Passer, M. W. (2021). *Research methods: Concepts and connections* (Third edition). Worth Publishing.
- Velásquez Burgos, B. M., Remolina de Cleves, N., & Calle Márquez, M. G. (2010). La creatividad como práctica para el desarrollo del cerebro total. *Tabula Rasa*, 13, 321-338.

X ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

LA CARICATURA PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN ASERTIVA EN ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE HUAMANGA, AYACUCHO - 2023

Investigadora: Bach. Quispe Urbano, Luzmerly Celeste

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables e indicadores	Metodología
General	General	General		Tipo de investigación: Cuantitativa pre - experimental Nivel de investigación: descriptivo Diseño de investigación: Experimental Pre-test, Post-test, con un solo grupo. $O1 \rightarrow X \rightarrow O2$ O1: Evaluación pre-test O2: Evaluación post-test X: Caricatura Población 120 estudiantes de la institución educativa del distrito de Ayacucho. Muestra 25 estudiantes del 3er grado de la institución educativa del distrito de Ayacucho. Técnicas de recojo de datos: Ficha de observación estructurada para ambas variables de estudio. Instrumento de recojo de datos:
¿En qué medida influye la caricatura para fortalecer la comunicación creativa en estudiantes del nivel secundario Ayacucho 2023?	Determinar como la caricatura influye para fortalecer la comunicación creativa en estudiantes del nivel secundario Ayacucho 2023.	Existe influencia significativa en la caricatura para fortalecer la comunicación creativa en estudiantes del nivel secundario Ayacucho 2023	Variable independiente: Caricatura *Realidad *Fantasia *Política *Periodística	
Específicos	Específicos	Específicas	Variable dependiente: Comunicación asertiva *Empatía *Asertividad *Atención *Pensamiento	
-¿En qué proporción influye la caricatura para fortalecer la empatía en la comunicación creativa? -¿De qué manera influye la caricatura para fortalecer la asertividad en la comunicación creativa? -¿En qué proporción influye la caricatura para fortalecer la atención en la comunicación creativa? -¿En qué medida influye la caricatura para fortalecer el pensamiento en la comunicación creativa?	-Determinar como la caricatura influye para fortalecer la empatía en la comunicación creativa. -Establecer como la caricatura influye para fortalecer la asertividad en la comunicación creativa. -Precisar como la caricatura influye para fortalecer la atención en la comunicación creativa. -Determinar como la caricatura influye para fortalecer el pensamiento en la comunicación creativa.	-Se establece la influencia significativa en la caricatura para fortalecer la empatía en la comunicación creativa. -Se corrobora la influencia significativa en la caricatura para fortalecer la asertividad en la comunicación creativa. -Se evidencia influencia significativa en la caricatura para fortalecer la atención en la comunicación creativa. -Se establece influencia significativa en la caricatura para fortalecer el pensamiento en la comunicación creativa.		

				<p>Ficha de observación, cuestionario para ambas variables de estudio.</p> <p>Análisis de datos:</p> <p>Se empleará tablas de frecuencia relativa simple y la prueba de hipótesis se efectuará con los paquetes estadísticos SPSS, EXCEL entre otros.</p>
--	--	--	--	--

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	Scala	Valores
Caricatura	Realidad	Eventos en el hogar		Cuantitativa continua	Valoración cuantitativa de 0 a 20
		Eventos en el trabajo			
		Eventos en centros de estudios			
		Eventos en centro de esparcimiento			
	Fantasia	Personajes ficticios			
		Entornos ficticios			
		Situaciones absurdas			
		Acciones atemporales			
	Política	Eventos sociales			
		Personajes importantes			
		Representación de protesta			
		Opinión publica			
	Periodística	Temas de actualidad			

		Temas de controversia			
		Escándalos sociales			
		Corrupción social			

Variables	Dimensiones	Indicadores	Items	Scala	Valores
Co m u n i c a c i ó		Comprende al prójimo		Cu ant itat iva co	Va lor aci

Variables	Dimensiones	Indicadores	Items	Scala	Valores
	Empatía	Entiende emociones		ntinua	ón cuantitativa de 0 a 20
		Atiende su entorno			
		Compasión y apoyo			
	Asertividad	Expresa pensamientos claros			
		Expresa opinión responsable			
		Realiza actos autónomos			
		Resolución de conflictos			
	Atención	Enfoque			
		Comprensión			
		Retención			
		Aplicación			
	Pensamiento	Procesa información			
		Construye ideas			
		Formula juicios			
		Realiza reflexiones			

PLAN EXPERIMENTAL

1. **TÍTULO**
LA CARICATURA PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN ASERTIVA EN ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE HUAMANGA, AYACUCHO - 2023
2. **DURACIÓN**
Agosto, setiembre, octubre y noviembre del 2023.
3. **INSTITUCIÓN EDUCATIVA**
Institución educativa pública “San Juan” – Ayacucho, 2023.
4. **INTRODUCCIÓN**

La caricatura suele ser un retrato de una representación humorística que tiene la intención de exagerar los rasgos físicos o faciales, ropa, aspectos corporales o comportamiento del individuo con el fin de ser grotesco. También son una herramienta de comunicación divertida que hace un buen trabajo al transmitir un mensaje, a menudo desafiando las palabras de quienes están en el poder o de control estatal.

De hecho, es un recurso que contiene información que se puede agregar rápidamente a la conciencia general. Expone tensiones y juicios sobre personas, comunidades o eventos y, en última instancia, no solo advierte, sino que provoca un control de la realidad. En este sentido, la presente investigación es una interesante oportunidad de investigación que favorece la interpretación de símbolos en un tiempo y espacio específicos para identificar datos que no siempre son visibles en otras fuentes de conocimiento. Sin embargo, su enfoque requiere una comprensión amplia de su contexto y desarrollo. Tiene como objetivo sistematizar comprensión los antecedentes y actualidad del tema y demostrar su valor artístico, informativo y académico.

La actual investigación titulada “La caricatura para fortalecer la comunicación creativa, Ayacucho-2023”, responde a las dificultades de la actualidad que se vienen originando y encontrando en los estudiantes del colegio San Juan ya que viendo la problemática se ha demostrado su poca imaginación de creativa, por lo tanto, se busca mediante la caricatura fortalecer su comunicación creativa para desarrollar el potencial

creativo que representan los estudiantes, se centra el aprendizaje constructivista, y los propios estudiantes están en el centro.

OBJETIVOS:

5.1. Objetivos General

Determinar como la caricatura influye para fortalecer la comunicación creativa en estudiantes del nivel secundario Ayacucho 2023.

5.2. Objetivos Específicos:

- Determinar como la caricatura influye para fortalecer la empatía en la comunicación creativa.
- Establecer como la caricatura influye para fortalecer la asertividad en la comunicación creativa.
- Precisar como la caricatura influye para fortalecer la atención en la comunicación creativa.
- Determinar como la caricatura influye para fortalecer el pensamiento en la comunicación creativa.

5. FUNDAMENTACIÓN PEDAGÓGICA

Uno de los ejes centrales de la enseñanza de las artes plásticas en una escuela de arte, es la caricatura dibujo, base fundamental para la construcción de sus creaciones a partir de la imaginación y la creatividad, por lo tanto, los estudiantes deben tomar mayor atención a esta dimensión artística, ya que su desarrollo lleva a generar formas diversas de imágenes, lo cual corresponde el éxito profesional.

Al respecto, Pestalozzi (1827) sostiene que la educación o su método se basa en observar, medir, dibujar, escribir y así en enseñar a distinguir la forma de cada objeto. Por otro lado, la filosofía de Montessori (XIX), tiene un carácter marcadamente constructivista. Se entiende que la persona en general aprendemos mejor mediante

contacto directo, la practica y el descubrimiento que a través de la construcción directa. No obstante, algunas asignaturas, requieren clases magistrales puntuales.

6. FUNDAMENTACIÓN PSICOLÓGICA

Al respecto se fundamenta social de Vygotsky, en la cual señala que el resultado de los aprendizajes que acopia un estudiante se da mediante la interacción en un entorno social y la mayor influencia se da en un medio específico, así mismo menciona que un estudiante adquiere la clara conciencia de lo que representa y sobre todo de quien es, otro aspecto favorable es el uso de los símbolos, reconocerlos los cuales contribuyen al desarrollo de un pensamiento complejo (citado en Ortiz, 2015, p. 99)

Vygotsky en sus múltiples test que elaboro para determinar aprendizajes, llega a una teoría más reconocida como la zona de desarrollo próximo, donde menciona que los estudiantes aprenden por sí mismo, y los temas específicos aprenden con la ayuda de un experto. Por lo tanto, Vygotsky quiere demostrar que un estudiante aprende en esta zona nuevas destrezas y habilidades. Por lo tanto, conducen y guían el desarrollo, van por delante lo mismo .

7. ORGANIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

Nº de sesión	Nombre de la actividad	Fecha	Tiempo	Método	Instrumento de evaluación	Recursos
01	Introducción general: La caricatura para fortalecer la comunicación creativa.	24/08/2023	90 minutos	Activo	Ficha de observación	-Aula -fotos y videos -Proyector -cuadros
02	<u>Actividad 1.</u> Prueba de entrada, para el recojo de datos de la pre prueba.	31/08/2003.	90 minutos	Activo	Ficha de observación	-Taller de dibujo -Videos y fotos -Materiales para el dibujo.
03	Clase teórica:	7/09/202	90	Activo	Ficha de	-Aula, aula.

	fundamentos teóricos de la caricatura, y elementos del dibujo.	3	minutos		observación	-Videos y fotos - proyector.
04	<u>Actividad 2.</u> Trabajo práctico de dibujo de la caricatura y sus expresiones.	14/09/2023	90 minutos	Activo	Ficha de observación	-Taller de dibujo -Cámara fotográfica -Materiales de dibujo.
05	<u>Actividad 3.</u> Trabajo práctico, en la elaboración de la caricatura tema libre.	21/09/2023	90 minutos	Activo	Ficha de observación	-Taller de dibujo -Cámara fotográfica -Materiales de dibujo.
06	<u>Actividad 4.</u> Trabajo práctico en la elaboración de la exageración de personajes en la caricatura.	28/09/2023	90 minutos	Activo	Ficha de observación	-Salida de campo -Cámara fotográfica -Materiales de dibujo.
07	<u>Actividad 5.</u> Trabajo práctico en la elaboración de la exageración de personajes en la caricatura.	05/10/2023	90 minutos	Activo	Ficha de observación	-Taller de dibujo -Cámara fotográfica -Materiales de dibujo.
08	<u>Actividad 6.</u> Trabajo práctico en la elaboración de la caricatura con acuarela.	12/10/2023	90 minutos	Activo	Ficha de observación	-Taller de dibujo -Cámara fotográfica -Materiales de dibujo -Acuarela.
09	<u>Actividad 7.</u> Trabajo práctico en la elaboración de la caricatura en la acuarela.	19/10/2023	90 minutos	Activo	Ficha de observación	-Taller de dibujo -Modelo varón o mujer, -Cámara

						fotográfica -Materiales de dibujo.
10	<u>Actividad 8.</u> Trabajo práctico en la elaboración de caricaturas porp art.	26/10/20 23	90 minutos .	Activo	Ficha de observación	-Taller de dibujo -Cámara fotográfica -Acuarela. -Materiales de dibujo.
11	<u>Actividad 9.</u> Trabajo práctico en la elaboración de caricaturas pop art.	02/11/20 23	90 minutos .	Activo	Ficha de observación	-Taller de dibujo -Cámara fotográfica -Acuarela. -Materiales de dibujo.
12	<u>Actividad 10.</u> Trabajo práctico en la elaboración de la caricatura.	09/11/20 23	90 minutos .	Activo	Ficha de observación	-Taller de dibujo -Cámara fotográfica -Acuarela. -Materiales de dibujo.