

MINISTERIO DE EDUCACIÓN
SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR
UNIVERSITARIA (SUNEDU)

ESCUELA SUPERIOR DE FORMACIÓN ARTÍSTICA PÚBLICA
“FELIPE GUAMÁN POMA DE AYALA”

CON NIVEL 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

TPROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE LICENCIADA EN EDUCACIÓN ARTÍSTICA

ESPECIALIDAD DE ARTES PLÁSTICAS

AYACUCHO – PERÚ

2023

I. Título de la investigación

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

II. Datos generales

2.1. Título

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

2.2. Tipo de investigación

Investigación aplicada

2.3. Autor

Bach. Quispe Urbano, Luzmerly Celeste

2.4. Especialidad

Matemática

2.5. Asesor

Lic. Canchari Soliz, Jose

III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

3.1. Determinación del problema

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 (Gray, 2015).

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. (Grose, 2011):

Las prácticas semióticas tienen como base los elementos críticos de una actividad semiótica: elección del registro en el cual representar un objeto matemático, capacidad de operar con las transformaciones de tratamiento y de conversión. Dar un sentido coherente a cada representación semiótica de un objeto matemático dado (p. 57)

3.2. Formulación del problema

3.2.1. Problema General

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

3.2.2. Problemas Específicos

- ¿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?..

3.3. Justificación y viabilidad

El principal objetivo de la investigación es aportar al conocimiento existente en las didácticas matemáticas, esto es, sobre la relación de la caricatura, con las comunicación asertiva, cuyos resultados se podrá sistematizarse en una propuesta para ser incorporado

como conocimiento a las ciencias de la educación matemática, ya que se estaría demostrando que existe relación directa y significativa entre estas dos variables de estudio.

3.3.1. Justificación 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.

3.3.2. Justificación 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 efec-

tiva. 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.

3.3.3. Justificación 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.

3.3.4. Justificación metodológica

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.

3.3.5. Justificación práctica

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 de-

nuncian 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.

IV. OBJETIVOS

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.

4.0.1. Objetivo general

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

4.0.2. 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.

V. MARCO TEÓRICO

5.1. Antecedentes de estudio

5.1.1. Internacionales

(Zurita Camacho, 2020) en la tesis “La caricatura como estrategia de comunicación para promover el cambio social enfocado al cuidado y mejoramiento del espacio público urbano: análisis de Don Evaristo durante las administraciones municipales de Rodrigo Paz y Augusto Barrera”, analiza el uso estratégico y comunicativo del personaje animado de Don Evaristo durante las administraciones municipales de Rodrigo Paz y Augusto Barrera, utilizando la metodología de la comunicación estratégica propuesta por Sandra Massoni.

Se utilizará la Versión Técnica Comunicacional (VTC) para analizar la frase núcleo del problema de comunicación, así como los componentes, síntomas y consecuencias relacionados con el espacio público urbano. También se realizará una identificación y jerarquización de los actores implicados en cada componente del problema comunicacional en ambas épocas.

Se analizarán las Marcas de Racionalidad Comunicacional propuestas por ambos personajes animados desde diferentes dimensiones de la comunicación. Además, se aplicarán indicadores de cambio social para evaluar el impacto e influencia de los procesos

comunicativos, teniendo en cuenta la transformación social como respuesta a las características socioculturales locales.

El estudio se basará en entrevistas a personas clave involucradas en la creación de ambas caricaturas, con el fin de obtener distintos niveles de análisis, desde el estilo de gobierno de cada administración hasta las fortalezas y debilidades de cada caricatura en términos de comunicación estratégica. Se considerará a la comunicación estratégica como un fenómeno histórico, complejo, situacional y fluido que adopta diferentes configuraciones.

(Segarra Morocho, 2021) en la tesis “La caricatura y el humor como recurso de comunicación en los medios impresos”, se estudió el sistema narrativo de la caricatura en tres de los principales medios impresos en Ecuador. Se empleó una metodología cualitativa a través del análisis de contenido de las caricaturas publicadas durante los meses de octubre, noviembre y diciembre de 2019.

Los resultados obtenidos revelaron que la caricatura es utilizada como una forma de comunicación gráfica que emite mensajes críticos sobre las situaciones sociales, políticas, económicas, etc., de la sociedad en general. Se demostró que el tema predominante de las caricaturas en los medios analizados es la política, seguido de la sociedad, y en menor medida, el deporte y otros temas.

En conclusión, la caricatura ha sido una forma de representación exagerada de los sucesos de la vida o de un personaje específico. Se ha utilizado como recurso de comunicación gráfica en los medios impresos y forma parte de los géneros de opinión de la prensa. El presente estudio contribuyó a comprender el sistema narrativo de la caricatura y los temas que predominan en los medios analizados en Ecuador.

(Bravo Quezada y Zhindón Idrovo, 2018) en la tesis “Análisis de la caricatura como estrategia de la comunicación política en los diarios el Mercurio y el Tiempo de la ciudad de Cuenca, período de campaña electoral para alcalde y prefecto 2004 Ecuador”, estudia la tendencia política de los diarios locales a través de la caricatura como estrategia de comunicación política. Para ello, se tomaron en cuenta las caricaturas políticas de los candidatos locales que estaban en contienda por cargos públicos en la ciudad de Cuenca.

La investigación se llevó a cabo desde agosto, mes en el que inició la campaña electoral, hasta octubre, cuando se dio el cierre de la campaña en 2004. Debido a la falta de un método de análisis de caricatura existente, se creó una guía de análisis junto con un texto de apoyo que pueda servir como aporte para la Escuela de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca.

El estudio se divide en siete capítulos. El primero aborda el lenguaje en la comunicación humana, mientras que el segundo se centra en la caricatura como estrategia de comunicación política. El tercer capítulo examina la caricatura política a lo largo de la historia, mientras que en el cuarto se realiza el análisis de las caricaturas de los dos diarios

analizados.

El quinto capítulo se enfoca en la comunicación política a través de la caricatura, y el sexto considera a la caricatura como una expresión artística de comunicación política. Finalmente, el séptimo capítulo comprende el trabajo de campo, que consiste en el análisis de la caricatura en el público lector.

En las conclusiones y recomendaciones se exponen los hallazgos del estudio, así como las sugerencias para futuras investigaciones en el tema. Con esto, se espera contribuir al análisis de la tendencia política de los diarios locales a través de la caricatura como herramienta de comunicación política.

5.1.2. Nacionales

(Félix Seras, 2013) en la tesis “La caricatura política peruana como modelo narrativo de opinión. Análisis de las caricaturas de Carlos “Carlín” Tovar, Eduardo “Heduardo” Rodríguez y Andrés Edery”, la primera parte se define la caricatura política peruana como una modalidad narrativa de opinión, explicando sus características y analizando cómo se utiliza el humor y la iconografía en este tipo de relato.

En el segundo capítulo se analizan las características de la caricatura política peruana, así como las nuevas plataformas de comunicación en las que se ha desarrollado. Se realiza un recorrido histórico de la caricatura, utilizando imágenes de publicaciones y sucesos políticos peruanos para contextualizar al lector sobre el estilo iconográfico y las diferentes cargas valorativas utilizadas desde el siglo XIX hasta la actualidad.

En la tercera parte se analiza la producción de los caricaturistas peruanos Carlos “Carlín” Tovar, Eduardo “Heduardo” Rodríguez y Andrés Edery durante las elecciones municipales a la Alcaldía de Lima. Se muestra cómo su trabajo puede considerarse una modalidad narrativa de opinión dentro del periodismo. Finalmente, en la última parte se exponen las conclusiones generales de la investigación.

(Vergel Loo, 2008) en la tesis “Imágenes de la caricatura política en época electoral : campaña presidencial 2001”, compara el uso estratégico y comunicativo del personaje animado Don Evaristo durante las administraciones municipales de Rodrigo Paz y Augusto Barrera en Quito. A través de la metodología de la comunicación estratégica propuesta por Sandra Massoni, se analiza cómo esta caricatura se utiliza como una herramienta de comunicación estratégica para promover el cambio social en el entorno urbano. Se utiliza la Versión Técnica Comunicacional para descomponer el problema de comunicación, identificando los componentes, síntomas y consecuencias relacionadas con el espacio público urbano. Se analiza también el papel de los actores implicados en cada componente del problema comunicacional en ambas épocas. Se examinan las Marcas de Racionalidad Comunicacional propuestas por ambos personajes animados, considerando las diferentes dimensiones de la comunicación. Además, se aplican indicadores de cambio social para medir el impacto e influencia de los procesos de comunicación desde una

perspectiva transformadora que tenga en cuenta las particularidades socioculturales de la localidad. El estudio se apoya en entrevistas a personas clave involucradas en la creación de ambas caricaturas, proporcionando diferentes niveles de análisis, desde el estilo de gobierno de cada administración hasta las fortalezas y debilidades de cada caricatura en términos de comunicación estratégica.

(Muñoz y Germán, 2005) en su tesis “La Caricatura política en el Perú : Julio Málaga Grenet, Francisco González Gamarra y Jorge Vinatea Reinoso”, se centra en el dibujo caricaturesco que se reprodujo y difundió en los medios gráficos masivos. Este género se basa en la deformación de los rasgos del rostro, reducción del cuerpo y la inclusión de objetos para resaltar las características de los personajes. El dibujo privilegia la observación cuidadosa de la estampa y los detalles, ya que una sola imagen debe transmitir toda la información necesaria. Además de la calidad de las obras, el valor de estas caricaturas radica en la cantidad de información que proporcionan sobre efemérides y el contexto en el que se crearon. Este género nos introduce en la experiencia humana a través de formas artísticas, lingüísticas, religiosas, etc., y en el ámbito de la cultura política. La deformación de los rasgos humanos en este tipo de arte es una cualidad que solo los dibujantes talentosos pueden lograr, ya que requiere habilidades de las artes plásticas y una capacidad estética para experimentar y juzgar el mundo cotidiano.

5.1.3. Regionales

(Berrocal Vivanco, 2015) en la tesis “La representación de la violencia simbólica en la caricatura de las crónicas de Guamán Poma de Ayala (1580 -1613)”, analiza los dibujos de Guamán Poma de Ayala en su memorial Nueva Crónica y Buen Gobierno para demostrar la presencia dominante de la violencia simbólica. Se utilizó un enfoque sociocultural y se aplicaron metodologías de Hermenéutica y Semiología. Se identificaron dos tipos de violencia colonial: explícita y simbólica. Se encontró que la cultura dominante española utiliza la violencia simbólica para someter y empuñar a los indígenas, mientras que se representa a los españoles como poderosos y dominantes. La conclusión principal es que en los dibujos se representan la pasión, muerte y resurrección de Cristo para los indígenas, mientras que los españoles se representan como triunfantes y dominantes.

(Yupanqui, 2019) en su tesis “Flujos y reflujos de la caricatura durante el conflicto armado interno en Perú, 1980-1990”, En conclusión, el estudio realizado mostró que la caricatura política fue capaz de resistir y adaptarse a la tensión generada por el conflicto armado interno en Perú. La caricatura fue utilizada como una herramienta más para transmitir información, criticar y denunciar, pero también mostró momentos de indiferencia y falta de compromiso hacia las causas estructurales del conflicto. En los años finales de la década de los ochenta, la caricatura política se volvió más lacónica y menos proactiva.

(Taipe Herreras, 2015) en su tesis titulado “Construcción de estereotipos de la mujer a partir de las caricaturas eróticas emitidas en los diarios nacionales”, habla sobre estereotipos que presentan a la mujer peruana como objetos sexuales y perpetúan imágenes

sexistas y discriminatorias. Además, se encontró que los medios impresos desempeñan un papel fundamental en la difusión y normalización de estos estereotipos al publicar y dar visibilidad a las caricaturas.

El análisis hermenéutico permitió interpretar el significado simbólico de las caricaturas, evidenciando cómo refuerzan la cosificación de la mujer y cómo se utilizan estereotipos de género para establecer roles sociales.

Por otro lado, el análisis hemerográfico reveló que estas caricaturas son publicadas con frecuencia en los diarios nacionales, lo que demuestra su presencia y alcance en la sociedad peruana. Asimismo, se encontró que estas caricaturas se alejan de los valores morales aceptados por la sociedad, perpetuando la desigualdad de género y la objetificación de la mujer.

En conclusión, este estudio muestra que las caricaturas de corte erótico presentes en los diarios nacionales contribuyen a la construcción de estereotipos de la mujer peruana, promoviendo la cosificación y la discriminación de género. Es importante generar conciencia sobre esta problemática y promover la inclusión y el respeto hacia la mujer en los medios de comunicación.

5.2. Bases teóricas

5.2.1. Contexto de la investigación

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. (Velasco, Chávez, y Rojas, 2008)

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.

(Velasco y cols., 2008) menciona que 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.

5.2.2. Caricatura

Las caricaturas son una forma de arte que consiste en realizar una representación exagerada y humorística de una persona o situación. Se utilizan técnicas de dibujo para resaltar ciertas características físicas o de personalidad y se suelen utilizar colores vivos y formas exageradas.

Existen diferentes tipos de caricaturas, como las políticas, que se enfocan en realizar críticas o retratos humorísticos de políticos o líderes importantes. También están las caricaturas de celebridades, que se centran en resaltar las características físicas o de personalidad conocidas de figuras famosas (Gray, 2015).

Las caricaturas también están presentes en los cómics y en las tiras cómicas de los periódicos, donde se utilizan para contar historias humorísticas o transmitir mensajes de una manera divertida.

En la actualidad, las caricaturas también se han vuelto populares en la animación, donde se utilizan técnicas digitales para crear personajes y situaciones cómicas.

En resumen, las caricaturas son una forma de arte humorístico que utiliza técnicas de dibujo para resaltar características físicas o de personalidad de personas o situaciones. Son utilizadas en diferentes medios, como el arte, los cómics y la animación.

Realidad. De acuerdo a (Gray, 2015) 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. Se tiene los indicadores.

1. Eventos en el hogar
2. Eventos en el trabajo
3. Eventos en centros de estudios
4. Eventos en centro de esparcimiento

Fantasía. De acuerdo a (Gray, 2015) 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. Se tiene los indicadores

1. Personajes ficticios
2. Entornos ficticios
3. Situaciones absurdas
4. Acciones atemporales

Política. De acuerdo a (Grose, 2011), 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. Se tiene los indicadores

1. Eventos sociales
2. Personajes importantes
3. Representación de protesta
4. Opinión pública

Periodística. Según (Gray, 2015) 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 publica-

ciones 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. Se tiene los indicadores

1. Temas de actualidad
2. Temas de controversia
3. Escándalos sociales
4. Corrupción social

5.2.3. Comunicación asertiva

. Según (Cañas y Hernández, 2019), 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.

Empatía. Según (Lachira Estrada, Luján Vera, Mogollón Taboada, y Silva Juárez, 2020) 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.

1. Comprende al prójimo
2. Entiende emociones
3. Atiende su entorno
4. Compasión y apoyo

Asertividad. Según (Cañas y Hernández, 2019), 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 agresi-

vidad. La asertividad es una habilidad importante en la comunicación interpersonal y en la resolución de conflictos.

1. Expresa pensamientos claros
2. Expresa opinión responsable
3. Realiza actos autónomos
4. Resolución de conflictos

Atención. Según (Plaza, 2015) 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.

1. Enfoque
2. Comprensión
3. Retención
4. Aplicación

Pensamiento. De acuerdo a (Cañas y Hernández, 2019) 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.

1. Procesa información
2. Construye ideas

3. Formula juicios
4. Realiza reflexiones

5.3. Definiciones de términos básicos

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.

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.

Caricatura Las caricaturas son una forma de arte que consiste en realizar una representación exagerada y humorística de una persona o situación. Se utilizan técnicas de dibujo para resaltar ciertas características físicas o de personalidad y se suelen utilizar colores vivos y formas exageradas.

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.

Conceptos Una unidad cognitiva de significado. Nace como una idea abstracta (es una construcción mental) que permite comprender las experiencias surgidas a partir de la interacción con el entorno y que, finalmente, se verbaliza (se pone en palabras).

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.

Cómico El término "cómico" se refiere a alguien o algo que hace reír o provoca risa. Puede referirse a un humorista, comediante o actor que se dedica a hacer reír a la gente a través de su actuación o sus chistes. También puede referirse a una situación o historia divertida que tiene como objetivo principal provocar risa en el público. En general, un cómico es alguien que se caracteriza por su habilidad para generar humor y alegría en los demás.

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.

Esbozo En español, la palabra "esbozo" se refiere a la acción de crear una representación inicial o preliminar de algo, ya sea una idea, un dibujo o un plan. Un esbozo puede ser el punto de partida para desarrollar una obra completa, como un boceto antes de hacer un dibujo detallado o un bosquejo antes de escribir un ensayo. También se puede utilizar en sentido figurado para referirse a una descripción general o resumida de algo.

Interrelación La interrelación se refiere a la conexión o relación que existe entre diferentes elementos, fenómenos o individuos. Implica que dos o más cosas están conectadas, afectándose mutuamente o influyéndose entre sí. La interrelación puede

ser de diversos tipos y puede darse en distintos ámbitos, como el social, económico, político, natural, etc.

Periodismo El periodismo es una forma de comunicación que consiste en recopilar, verificar y difundir información sobre eventos, acontecimientos y temas de interés público. Los periodistas son responsables de investigar, escribir y presentar noticias de manera objetiva y precisa.

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.

Social El término "social" puede tener diferentes significados dependiendo del contexto en el que se utilice. En general, se refiere a todo lo relacionado con la sociedad, las relaciones entre las personas y la interacción social.

VI. HIPÓTESIS

6.1. Hipótesis

6.1.1. Hipótesis principal

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

6.1.2. 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.

VII. DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

- **Variable Independiente** (Caricatura)
- **Variable Dependiente** (Comunicación asertiva)
- **Variable Interviniente** (Capacidad artística, interrelación social)

7.0.1. Definición conceptual de 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 caracteri-

zan por ser observables, medibles y cuantificables; por tal motivo asumen valores bien definidos.

- **Variable Independiente (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 (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.
- **Variable Interviniente (Capacidad artística, interrelación social):** La capacidad artística se refiere a las habilidades, conocimientos y talentos relacionados con la creación y expresión artística. Esto incluye habilidades en áreas como la pintura, la música, la danza, la escritura, el teatro y más.

La interrelación social se refiere a la capacidad de interactuar y relacionarse con otras personas de manera efectiva y satisfactoria. Implica habilidades como la comunicación, la empatía, la escucha activa y la capacidad de trabajar en equipo.

La capacidad artística puede tener un impacto positivo en la interrelación social. Participar en actividades artísticas puede ayudar a mejorar las habilidades de comunicación y expresión, fomentar la creatividad y promover la interacción con otras personas que comparten intereses similares.

Además, las actividades artísticas pueden proporcionar un espacio seguro para la expresión emocional y personal, lo que a su vez puede ayudar a mejorar el bienestar emocional y la confianza en uno mismo. Esto puede facilitar la interrelación social al brindar a las personas una mayor seguridad y comodidad al interactuar con los demás.

La interrelación social, a su vez, puede beneficiar la capacidad artística. Al interactuar con otras personas y compartir ideas y perspectivas, los artistas pueden ampliar su horizonte artístico y encontrar nuevas inspiraciones y enfoques. Además, la retroalimentación y el apoyo de la comunidad artística pueden ayudar a desarrollar y mejorar las habilidades artísticas.

En resumen, la capacidad artística y la interrelación social están estrechamente relacionadas y se refuerzan mutuamente. Participar en actividades artísticas puede mejorar las habilidades de interrelación social, al tiempo que las habilidades sociales pueden beneficiar la creatividad y el desarrollo artístico.

A veces llamada la variable de confusión, vincula las variables independientes y dependientes. En ciertas situaciones, la relación entre una va-

riable independiente y una variable dependiente no puede establecerse sin la intervención de otra variable. La causa, o variable independiente, tendrá el efecto supuesto solo en presencia de una variable intermedia.
Grinnell (1988, p. 203 citado en (Kothari, 2004))

7.0.2. Operacionalización de variables

Caricatura Para analizar las características del proceso de aplicación de la caricatura, se establecen como dimensiones la *realidad* y *fantasía*, que cuentan con un total de 10 indicadores, que permitirán determinar el objetivo general esperado por estos procesos, por lo que se aplicara módulos de clases, talleres, exposición y discusión para mejorar el comunicación asertiva. Refiérase al Cuadro 1.

Tabla 1

Definición operacional de la variable independiente

| VD | D | Indicadores | Items | Escala | Valores |
|------------|--------------|-----------------------------|---------|--------------------------|-----------------------------------|
| Caricatura | Realidad | Construye objetos asociadas | P1–P2 | Cuantitativa continua | Valoración cuantitativa 0 a 20 |
| | | Manipula objetos asociadas | C3–C4 | | |
| | | Asocia objetos reales | C8 | | |
| | Fantasía | www | C9–C10 | | |
| | | w5 | C11 | | |
| | | w6 | C12–C13 | | |
| | | w7 | C14–C15 | | |
| | | w9 | C9–C10 | | |
| | Política | w9 | C11 | | |
| | | w10 | C12–C13 | | |
| | | w11 | C12–C13 | | |
| | | w12 | C9–C10 | | |
| | Periodística | w13 | C11 | | |
| | | w14 | C14–C15 | | |

Comunicación asertiva

El presente trabajo de investigación, se refiere a la habilidad de incrementar el comunicación asertiva lo cual involucra procesos o indicadores como la empatía, asertividad y atención. Se recogerá los datos usando la lista de cotejo, la fichas de observación y pruebas escritas. Para determinar el desarrollo de el comunicación asertiva, que cuentan con un total de 16 indicadores. El cumplimiento determinará el crecimiento de la eficacia del conocimiento matemático, refiérase al Cuadro ??.

VIII. ASPECTO METODOLÓGICO

8.1. Enfoque de la investigación

Investigación de enfoque cuantitativo debido a que se manipulan datos numéricos con el objetivo de deducir la veracidad de las hipótesis descritas en esta investigación mediante el uso adecuado de las estadísticas descriptiva e inferencial.

Tabla 2

Definición operacional de la variable dependiente

| VD | D | Indicadores | Items | Escala | Valores |
|-----------------------|-------------|-------------|---------|-----------------------|-----------------------------------|
| Comunicación asertiva | Empatía | 1 | P1-P2 | Cuantitativa continua | Valoración cuantitativa de 0 a 20 |
| | | 2 | P3-P4 | | |
| | | 3 | P5 | | |
| | Asertividad | 4 | P6-P7 | | |
| | | 5 | P8 | | |
| | | 6 | P9-P10 | | |
| | Atención | 7 | P11-P12 | | |
| | | 8 | P13 | | |
| | | 9 | P16-P17 | | |

De acuerdo a (Alzina, 2004) La orientación cuantitativa se fundamenta en el cálculo de características de los fenómenos sociales, lo cual presupone derivar de un cuadro conceptual adecuado al problema examinado, una cadena de proposiciones que enuncien relaciones entre si las variables experimentadas de forma justificada. Este procedimiento tiende a extender y sistematizar resultados. Según (Hernández Sampieri y Fernandez-Collado, 2014).

La orientación cuantitativa se constituye, de un conjunto de términos que es secuencial y demostrativo. Cada fase antecede a la subsiguiente y no es posible omitir o evitar sucesos. La disposición es inflexible. Parte de una idea que va delimitándose y, una vez definida, se proceden a generar objetivos y cuestiones de exploración, se revisa la bibliografía y se elabora un marco o una configuración teórica. De las cuestiones se forman hipótesis y establecen variables; se bosqueja un procedimiento para experimentar la cual se conoce como diseño, se calculan las variables en un determinado contexto; se exploran los datos obtenidos, recurriendo a procesos estadísticos, y se deduce una serie de conclusiones con relación a la o las hipótesis. (p. 97)

8.2. Método de investigación

La investigación es de tipo aplicada pues esta investigación busca una teoría didáctica que pueda ser aplicada en el campo educativo una vez sea probada la veracidad y objetividad de las hipótesis planteadas.

8.3. Tipo de investigación

La investigación es de tipo aplicada, que tiene por finalidad contribuir al conocimiento científicos de aprendizaje y herramientas pedagógicas. De acuerdo a textcitesantiago.

Es también llamada práctica, empírica, activa y se encuentra íntimamente ligada a la investigación básica, ya que depende de sus descubrimientos y aportes teóricos para poder generar beneficios y bienestar a la sociedad. Se fundamenta en la investigación teórica; su finalidad específica es aplicar las teorías existentes a la producción de normas y procedimientos tecnológicos para controlar situaciones o procesos de la realidad. (p. 15)

Al respecto citecerezal, describe la investigación aplicada, como el manejo de las sapiencias, en la experiencia cotidiana, para emplearlos, en la totalidad de los casos, en beneficio de la humanidad.

SALDAÑA, J. (1998). “Se refiere a un estudio de investigación en el que se manipulan deliberadamente una o más variables independientes (supuestas causas) para analizar las consecuencias de esa manipulación sobre una o más variables dependientes (supuestos efectos), dentro de una situación de control para el investigador”.

8.4. Diseño de investigación

El diseño de investigación *experimental*, que se estructura de acuerdo a la Figura 1.

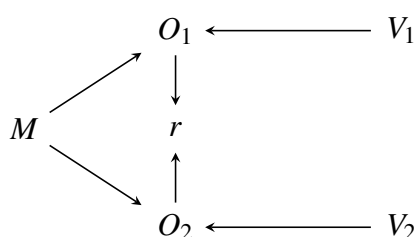


Figura 1: Diseño *experimental*

Donde M es la muestra, O_1 es la variable 1, caricatura, O_2 es la variable 2, comunicación asertiva y r es la relación entre variable 1 y variable 2.

El diseño de la investigación es cuasi – experimental de un mismo grupo de trabajo con pre y pos – prueba, porque se tomará un solo grupo experimental. De acuerdo a text-citedesign este diseño permitirá aplicar los módulos de experimentación en un periodo determinado y luego se trabajará de manera tradicional, alternando sucesivamente. Cuyo esquema de referencia es:

De acuerdo a :

Al elegir un diseño se tiene en cuenta una secuencia de procesos para aplicarlos en un determinado problema y deducir resultados que verifiquen las hipótesis del problema. En este caso se tendrá el diseño propuesto con un solo grupo, que permitirá aplicar la primera variable sobre la segunda, para fortalecer la elaboración plástica tridimensional.. (Kothari, 2004)[p 243]

8.5. Población y muestra

8.5.1. Población

Constituida por 900 estudiantes del colegio público San Juan Ayacucho, matriculados en el 2023.

De acuerdo a (Zacarías y Supo, 2020), la población o universo es el agregado de todos los casos que concuerdan con determinadas descripciones o características, es decir es un conjunto de elementos que tiene al menos una misma característica que pueden ser medidos cuantitativamente o cualitativamente.

Tabla 3

Criterio de inclusión y exclusión

| Población | Aptos | No aptos |
|---|---|---|
| Estudiantes matriculados del semestre impar | Estudiantes regulares Asistentes puntuales | Estudiantes repitentes Estudiantes retirados Estudiantes del quinto superior Estudiantes no asistentes |

8.5.2. Muestra

En la presente investigación la muestra será no probabilística e intencional compuesta por un solo grupo experimental de 20 estudiantes del colegio público San Juan Ayacucho, al cual se le aplicará el diseño *experimental* de un mismo grupo con dos tipos de pruebas en series temporales equivalentes (Alternado).

Según (Hernández Sampieri y Fernandez-Collado, 2014), la muestra es una subcolección de elementos de la población seleccionada, de donde se obtendrá información para el desarrollo del estudio y del cual se hará mediciones y observaciones de la variable dependiente e independiente, interrelacionada.

8.5.3. Muestreo

El muestreo será no probabilístico e intencional. Esta técnica consiste en obtener una muestra donde los elementos se recogen de manera aleatoria.

(Alzina, 2004) se refiere a la muestra no probabilística como aquella donde las unidades de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidas y pertenecer a la muestra. Es deliberado, ya que esta práctica se opera en poblaciones indistintas. Aquí el especialista, conociendo la población y con buen juicio resuelve que características de análisis compondrá la muestra.

8.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**8.6.1. Técnica de recolección de datos**

Observación Para el análisis de la influencia de la variable independiente sobre la variable dependiente se utilizó las técnicas de experimentación y observación, empleándose como instrumentos el plan de experimentación y la ficha de observación. Esta técnica que permitió recoger datos de la influencia de la variable independiente caricatura sobre la variable dependiente comunicación asertiva, en el proceso de experimentación.

Según (Paz, 2014) el método de observación es el método más utilizado, especialmente en estudios relacionados con ciencias. La observación se convierte en una herramienta científica y en el método de recolección de datos para el investigador, cuando sirve a un propósito de investigación formulado, se planifica y registra sistemáticamente y se somete a controles de validez y fiabilidad.

Prueba pedagógica Técnica que permitió recoger de manera escrita del caricatura logro del aprendizaje de la variable dependiente comunicación asertiva, en el proceso de la experimentación

(Hernández Sampieri y Fernandez-Collado, 2014) refiere: “Es un proceso a través del cual se compara una unidad preestablecida y que la evaluación es un proceso que consiste en obtener información sistemática y objetiva acerca de un fenómeno e interpretar dicha información a fin de seleccionar entre distintas alternativas de decisión” (p. 68).

Experimental Técnica que permitió aplicar los módulos de experimentación de la variable Caricatura.

Según (Kothari, 2004) el método de observación es el método más utilizado, especialmente en estudios relacionados con ciencias. La observación se convierte en una herramienta científica y en el método de recolección de datos para el investigador, cuando sirve a un propósito de investigación formulado, se planifica y registra sistemáticamente y se somete a controles de validez y fiabilidad.

8.6.2. Instrumento de recolección de datos

Plan de experimentación. Documento pedagógico que contiene el proceso de aplicación de las estrategias pictóricas (ver anexo).

La ficha de observación En el cual se incluyen indicadores que permitieron conocer los indicadores de la variable independiente planteadas que influirán en el desarrollo de los indicadores de la variable dependiente en la muestra. En este caso el proceso será observado a través del evento práctico teórico que hicieron los observados.

La ficha de opinión Este instrumento permitirá recoger la opinión de los estudiantes con respecto al uso de la caricatura, y averiguar el impacto de esta. De acuerdo a citeo-pinion. Una ficha de opinión, es una ficha en la que personas externas a la investigación escribe plasma lo que piensa en relación al texto o estudio que se está realizando. Esta ficha puede tener: Número (es para tener orden de las fichas), Autor (la persona quien lo escribe), Tema de que se trata, Items o cuestionarios y Nota (en caso requerido).

Prueba escrita Instrumento que permitirá recoger datos del desarrollo de las capacidades matemáticas empatía, asertividad, atención y atención; instrumento elaborado de acuerdo a los indicadores descritos en el presente trabajo de investigación.

Las competencias y sus valoraciones cualitativas y cuantitativas se describen en el siguiente Cuadro 4.

8.7. Tratamiento estadístico de los datos

Con el objetivo de procesar adecuadamente los datos y sacar conclusiones confiables, se utiliza las siguientes estadísticas.

Tabla 4

Criterio de calificación

| Capacidades | Valoración cualificada | Valoración cuantificada |
|---------------------------------------|------------------------|-------------------------|
| Empatía Asertividad Atención Atención | Excelente | 17 – 20 |
| | Bueno | 13 – 16 |
| | Regular | 09 – 12 |
| | Malo | 05 – 08 |
| | Deficiente | 00 – 04 |

8.7.1. La estadística descriptiva

Esta estadística se utiliza en el estudio del comportamiento de los datos, para inferir conclusiones relativas de nuestras variables y la relación entre ellas.

1. Tendencia central (media, mediana y moda),
2. dispersión o variabilidad (desviación estándar, la varianza y la regresión estándar),
3. curtosis (leptocúrtica, mesocúrtica y platicúrtica) y
4. asimetría (asimétrica positiva, simétrica y asimétrica negativa).

8.7.2. La estadística inferencial

Esta estadística se utilizará para probar, la normalidad y la homocedasticidad de los datos, además de las prueba de hipótesis.

Cabe mencionar que se hará uso del software R Sweave y Excel para el procesamiento de los datos.

8.7.3. Validación de instrumentos

Consistirá en validar el contenido del instrumento por el criterio de jueces o expertos (con maestría o doctorado), quienes verificarán y evaluarán la coherencia y secuencialidad de los instrumentos.

La opinión de los expertos consultados permitirá establecer la validez de los instrumentos que se empleará en la investigación. La validez se establecerá mediante el método del juicio de expertos.

La validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir. Por ejemplo, un instrumento válido para medir la inteligencia debe medir la inteligencia y no la memoria. Un método para medir el rendimiento bursátil tiene que medir precisamente esto y no la imagen de una empresa. Un ejemplo aunque muy obvio de completa invalidez sería intentar medir el peso de los objetos con una cinta métrica en lugar de con una báscula. (Alzina, 2004, p. 200)

8.8. Procedimientos

8.9. Estadísticos descriptivos

8.10. Estadísticos inferenciales

Existen diversos procedimientos para calcular la confiabilidad de un instrumento de medición. Todos utilizan formulas que producen coeficientes de confiabilidad. La mayoría de estos coeficientes pueden oscilar entre cero y uno donde un coeficiente cero significa nula confiabilidad y uno representa un máximo de confiabilidad.

La confiabilidad de consistencia interna del instrumento, se determinará con la prueba piloto, en una muestra de 10 estudiantes que no serán miembros de la muestra, aplicando mitades de Coeficiente de Pearson y la corrección de Spearman Brow, la fórmula referencial es la siguiente:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

La corrección con Spearman Brow

$$r = \frac{2r_{xy}}{1 + r_{xy}}$$

Donde: n tamaño de muestra x es la puntuación de la primera mitad (Impares) y es la puntuación de la segunda mitad (Pares) r_{xy} es el coeficiente Pearson r es el coeficiente de Spearman Brow. Si $0 \leq r \leq 0,8$ se considera no confiable y si $0,8 < r \leq 1$ se considera confiable.

La confiabilidad de un instrumento de medición es el grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto genera resultados similares. Por ejemplo, si se midiera en este momento la temperatura ambiental usando un termómetro y éste indicara que hay 22°C, y un minuto más tarde se consultara otra vez y señalara 5°C, tres minutos después se observara nuevamente y éste indicara 40°C, dicho termómetro no sería confiable, ya que su aplicación repetida produce resultados distintos. Asimismo, si una prueba de inteligencia (Intelligence Quotient, IQ) se aplica hoy a un grupo de personas y da ciertos valores de inteligencia, se aplica un mes después y proporciona valores diferentes, al igual que en subsecuentes mediciones, tal prueba no sería confiable. Los resultados no son coherentes, pues no se puede confiar en ellos. (? , ?, p. 61)

El pre test con los datos obtenidos mediante la calificación de los expertos en artes plásticas la ficha de observación generó ... de acuerdo a la Tabla refpret, el instrumento (la ficha de observación)es confiable pues $0,8 < \alpha < 1$.

Tabla 5**Prueba de confiabilidad de la ficha de observación**

| AI | INDICADORES | | | | | | | | | | Σ |
|-----------|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|----------|
| | IN1 | IN2 | IN3 | IN4 | IN5 | IN6 | IN7 | IN8 | IN9 | IN10 | |
| 1 | | | | | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | | | | | |
| Σ | | | | | | | | | | | |
| \bar{x} | | | | | | | | | | | |
| s_i^2 | | | | | | | | | | | |
| s_i | | | | | | | | | | | |

Fuente: Datos obtenidos de la muestra

$$\sum s_i^2$$

$$s_t^2$$

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

IX. ASPECTO ADMINISTRATIVO**9.1. Recursos****9.1.1. Recursos humanos**

1. Responsable de la investigación
2. Profesor Asesor
3. Estudiantes de la colegio publico San Juan Ayacucho.
4. Autoridades de la EPG de la UNE “EGV” La Cantuta.
5. Autoridades de la Universidad Nacional De San Cristóbal De Huamanga.

9.1.2. Recursos materiales

1. Bibliografía especializada e Internet
2. Materiales de escritorio y computadora
3. Otros materiales

9.1.3. Recursos financieros

1. Auditorio de la colegio publico San Juan Ayacucho

2. Laptop y Data Show

9.2. Presupuesto

Materiales y equipos (financiados) refiérase al Cuadro 6.

Tabla 6**Presupuesto**

| N° | Materiales y servicios | Gastos en S/ |
|-------|-------------------------------------|--------------|
| 1 | Materiales didácticos | 135.30 |
| 2 | Impresión | 102.50 |
| 3 | Libros | 300.90 |
| 4 | Empastados de la tesis (4 unidades) | 80.10 |
| 5 | Gastos de movilidad | 90.00 |
| 6 | Otros gastos | 747.00 |
| TOTAL | | wwwwww |

9.3. Cronograma de actividades

Temporalización-cronograma de acciones refiérase al Cuadro 7.

Tabla 7**Cronograma de acciones**

| N° | Actividades | 2019 | | | | | | | | | |
|----|-----------------------------------|------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | E | F | M | A | M | J | J | A | S | O |
| 1 | Análisis bibliográfico | • | • | | | | | | | | |
| 2 | Elaboración del marco teórico | • | • | | | | | | | | |
| 3 | Elaboración de los instrumentos | | • | • | | | | | | | |
| 4 | Prueba de los instrumentos | | | • | | | | | | | |
| 5 | Aprobación del proyecto | | | | • | • | • | | | | |
| 6 | Recolección de datos | | | | | | | • | • | | |
| 7 | Procesamiento y análisis de datos | | | | | | | | • | | |
| 8 | Redacción de la tesis | | | | | | | | | • | |
| 9 | Presentación de la tesis | | | | | | | | | • | |
| 10 | Sustentación | | | | | | | | | | • |

X. REFERENCIAS

- Alzina, R. B. (2004). *Metodología de la investigación educativa*. Editorial La Muralla. (Google-Books-ID: VSb4_cVukkcC)
- Berrocal Vivanco, A. (2015). La representación de la violencia simbólica en la caricatura de las crónicas de Guamán Poma de Ayala (1580 -1613). *Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga*. Descargado 2023-07-01, de <http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/2909> (Accepted: 2019-02-28T20:03:10Z Publisher: Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga)

- Bravo Quezada, R. L., y Zhindón Idrovo, M. E. (2018, marzo). Análisis de la caricatura como estrategia de la comunicación política en los diarios el Mercurio y el Tiempo de la ciudad de Cuenca, período de campaña electoral para alcalde y prefecto 2004 Ecuador. *instname:Universidad de Cuenca*. Descargado 2023-07-01, de <http://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/1122168> (Accepted: 2018-03-14T19:50:49Z)
- Cañas, D. C., y Hernández, J. (2019, septiembre). Comunicación asertiva en profesores: diagnóstico y propuesta educativa. *Praxis & Saber*, 10(24), 143–165. Descargado 2023-07-01, de https://revistas.uptc.edu.co/index.php/praxis_saber/article/view/8936 doi: 10.19053/22160159.v10.n25.2019.8936
- Félix Seras, D. A. (2013, noviembre). La caricatura política peruana como modelo narrativo de opinión. Análisis de las caricaturas de Carlos “Carlín” Tovar, Eduardo “Heduardo” Rodríguez y Andrés Edery. *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)*. Descargado 2023-07-02, de <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2864444> (Accepted: 2013-11-07T21:44:05Z Publisher: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC))
- Gray, P. (2015). *Caricaturas*. Editorial HISPANO EUROPEA. (Google-Books-ID: F3_nuOEK780C)
- Grose, F. (2011). *Principios de la caricatura: seguidos de un ensayo sobre la pintura cómica*. Katz Editores.
- Hernández Sampieri, R., y Fernandez-Collado, C. F. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta edición ed.; P. Baptista Lucio, Ed.). México D.F.: McGraw-Hill Education. (OCLC: 952035471)
- Kothari, C. R. (2004). *Research methodology: methods & techniques* (2. edition, reprint ed.). New Delhi Bangalore Chennai Cochin Guwahati Hyderabad Jalandhar Kolkata Lucknow Mumbai Ranchi: New Age International (P) Limited, Publishers.
- Lachira Estrada, D. S., Luján Vera, P. E., Mogollón Taboada, M. M., y Silva Juárez, R. (2020, agosto). La comunicación asertiva: una estrategia para desarrollar las relaciones interpersonales. *Revista Latinoamericana de Difusión Científica*(Vol 2 Núm 3), 72–82. Descargado 2023-07-01, de <http://www.difusioncientifica.info/index.php/difusioncientifica/article/view/18/20> doi: 10.38186/difcie.23.06
- Muñoz, L. V., y Germán, O. (2005). La Caricatura política en el Perú : Julio Málaga Grenet, Francisco González Gamarra y Jorge Vinatea Reinoso. *Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. Descargado 2023-07-01, de <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/2360>
- Paz, G. M. E. B. (2014). *Metodología de la Investigación*. Grupo Editorial Patria. (Google-Books-ID: 6aCEBgAAQBAJ)
- Plaza, J. D. I. (2015). *Inteligencia asertiva*. Zig-Zag. (Google-Books-ID: wJPFdWAAQBAJ)

- Segarra Morocho, K. I. (2021). *La caricatura y el humor como recurso de comunicación en los medios impresos* (bachelorThesis). Descargado 2023-07-01, de <http://dspace.utpl.edu.ec/jspui/handle/20.500.11962/28315> (Accepted: 2021-09-22T14:16:58Z)
- Taípe Herreras, J. (2015). Construcción de estereotipos de la mujer a partir de las caricaturas eróticas emitidas en los diarios nacionales. *Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga*. Descargado 2023-07-02, de <http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/3521> (Accepted: 2020-01-09T19:59:09Z Publisher: Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga)
- Velasco, A. Z., Chávez, N. P., y Rojas, R. R. (Eds.). (2008). *Historia y cultura de Ayacucho*. Instituto de Estudios Peruanos. Descargado 2023-07-04, de <https://www.jstor.org/stable/j.ctt9qdv81>
- Vergel Loo, L. d. P. (2008). Imágenes de la caricatura política en época electoral : campaña presidencial 2001. *Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. Descargado 2023-07-01, de <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/1288>
- Yupanqui, C. I. (2019, julio). Flujos y reflujos de la caricatura durante el conflicto armado interno en Perú, 1980-1990. *Investigación*, 27(2), 75–92. Descargado 2023-07-04, de <http://revistas.unsch.edu.pe/index.php/investigacion/article/view/128> doi: 10.51440/unsch.revistainvestigacion.2019.2.128
- Zacarías, H., y Supo, J. (2020). *Metodología de la Investigación Científica: Para Las Ciencias de la Salud y Las Ciencias Sociales*. Amazon Digital Services LLC - KDP Print US. (Google-Books-ID: WruXzQEACAAJ)
- Zurita Camacho, G. S. (2020). *La caricatura como estrategia de comunicación para promover el cambio social enfocado al cuidado y mejoramiento del espacio público urbano: análisis de Don Evaristo durante las administraciones municipales de Rodrigo Paz y Augusto Barrera* (Tesis de Master, Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador). Descargado 2023-07-01, de <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/7148> (Accepted: 2020-04-24T20:00:44Z)

ACRÓNIMOS

| | |
|----|---|
| B | Bueno |
| Ci | <i>i</i> -ésimo ítems de la variable independiente |
| D | Dimensiones |
| E | Excelente |
| ID | Identificador de numeración |
| IT | <i>i</i> -ésimo ítems de los indicadores de la variable independiente |
| M | Malo |
| O | Observación |
| Pi | <i>i</i> -ésimo ítems de la variable dependiente |

| | |
|-------|---|
| R | Regular |
| UNSCH | Universidad Nacional De San Cristobal De Huamanga |
| V | Variable |
| V1 | Variable independiente |
| V2 | Variable dependiente |

SÍMBOLOS

| | |
|--------------|--|
| $\sum s_i^2$ | Sumatoria de las varianzas de cada elemento muestral |
| $\sum s_i^2$ | Varianzas de cada item |

APÉNDICES

A. Ficha técnica de la investigación

1. **Título** LA CARICATURA PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN ASERTIVA EN ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE HUAMANGA, AYACUCHO - 2023
2. **Año de realización** 2019
3. **Autor de la investigación** Bach. Quispe Urbano, Luzmerly Celeste
4. **Asesor de la investigación** Lic. Canchari Soliz, Jose
5. **Colaboradores que validaron los instrumentos** Lic. Canchari Soliz, Jose, y .
6. **Institución** colegio publico San Juan Ayacucho
7. **Escuela profesional** colegio publico San Juan Ayacucho
8. **Formato** PDF.
9. **Estructura de la tesis**
 - a) PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA
 - 1) Identificación y descripción del problema
 - 2) Formulación del problema
 - 3) Objetivos
 - 4) Justificación de la investigación
 - b) MARCO TEÓRICO
 - 1) Antecedentes de la investigación
 - 2) Bases teóricas
 - 3) Definiciones de términos básicos
 - c) METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN
 - 1) Sistema de hipótesis

- 2) Sistema de variables
- 3) Operacionalización de variables
- 4) Aspecto metodológico

d) RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

- 1) Análisis e interpretación
- 2) Resultados inferenciales
- 3) Discusión de resultados

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

10. Antecedentes

11. Problema

a) **Problema general.**

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

b) **Problemas específicos**

- ¿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?..

12. Objetivos

a) **Objetivo general**

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

b) **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.

13. Hipótesis

a) Hipótesis general

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

b) 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.

14. Orientación metodológica y diseño muestral

- **Enfoque** Cuantitativo.
- **Tipo** Investigación aplicada.
- **Nivel de estudio** Investigación explicativa experimental.
- **Diseño** Diseño *experimental* de un mismo grupo con pre y postprueba en series temporales equivalentes (Alternado).
- **Metodología** Experimental, hipotético deductivo, estadístico y analítico.
- **Población** Constituida por 900 estudiantes del colegio público San Juan Ayacucho.
- **Muestra** Constituida por 20 estudiantes del colegio público San Juan Ayacucho.
- **Muestreo** No probabilístico.
- **Técnica** Observación, evaluación pedagógica y experimentación.
- **Instrumentos** Ficha de observación, ficha de opinión prueba escrita y módulo.

los experimentales.

- **Procesamiento de datos** Mediante los programas estadísticos R Sweave y Excel.

15. **Análisis y presentación de resultados** Se procesará los datos recogidos en el salón de clases, es decir, se sistematizará, interpretará y se sintetizará para responder así a los objetivos y a la finalidad de la investigación, con la perspectiva, de que la presentación de los resultados de esta investigación sirva de reflexión, sobre el abordaje de la caricatura, como un factor fomentador del comunicación asertiva.
16. **Conclusión** Existe influencia significativa en la caricatura para fortalecer la comunicación creativa en estudiantes del nivel secundario Ayacucho 2023 .

.....
El investigador

B. Matriz de consistencia

Tabla B.1

Matriz de consistencia

| PROBLEMAS | | OBJETIVOS | | HIPÓTESIS | | VARIABLES | | MARCO TEÓRICO | | METODOLOGÍA | |
|--|--|---|--|---|--|-------------------------------------|--|-------------------------------|--|--|--|
| PROBLEMA GENERAL | | OBJETIVO GENERAL | | HIPÓTESIS GENERAL | | Variable 1: Caricatura. | | Contexto de la investigación. | | Enfoque de estudio: Investigación <i>cuantitativa</i> . | |
| ¿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 | | •Realidad. | | •Caricatura. | | ■Tipo de estudio: Investigación <i>pre-experimental</i> . | |
| | | | | | | •Fantasía | | ■Comunicación asertiva. | | ■Nivel de estudio: Investigación <i>explicativa</i> . | |
| | | | | | | •Política. | | ■Realidad. | | | |
| | | | | | | •Periodística. | | ■Fantasía. | | ■Diseño de estudio: Diseño <i>experimental</i> de un mismo grupo con pre y postprueba. | |
| | | | | | | ■Variable 2: Comunicación asertiva. | | ■Política. | | ■Metodología: Experimental, hipotético deductivo, estadístico y analítico. | |
| | | | | | | •Empatía. | | ■Periodística. | | | |
| | | | | | | •Asertividad. | | ■Empatía. | | ■Población: Constituida por 900 estudiantes del colegio público San Juan Ayacucho. | |
| | | | | | | •Atención. | | ■Asertividad. | | ■Muestra: Constituida por 20 estudiantes del colegio público San Juan Ayacucho. | |
| | | | | | | | | ■Atención. | | ■Muestreo: Probabilístico. | |
| | | | | | | | | | | ■Técnica: Observación, evaluación pedagógica y experimentación. | |
| | | | | | | | | | | ■Instrumentos: Ficha de observación, ficha de opinión prueba escrita y módulos experimentales. | |
| | | | | | | | | | | ■Procesamiento de datos: Mediante los programas estadísticos R Sweave y Excel. | |

C. Matriz de instrumentos de la variable caricatura

colegio publico San Juan Ayacucho– TÍTULO: LA CARICATURA PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN ASERTIVA EN ESTU-
DIANTES DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE HUAMANGA, AYACUCHO - 2023– AUTOR: Bach. Quispe Urbano, Luzmerly Celeste

Tabla C.1

Matriz de instrumentos de la variable caricatura

| VARIABLE | DIMENSIONES | INDICADORES | ÍTEMES | VALORACIÓN | INSTRUMENTOS |
|------------|-------------|-----------------------------|--|------------|------------------------------------|
| Caricatura | Realidad | Construye objetos asociadas | C1: ¿Observa y reconoce las formas modulares de los fractales en la flora? C2: ¿Representa lo percibido, en sus creaciones artísticas? | | |
| | | Asocia objetos reales | C3: ¿Identifica las variaciones de escala en los fractales hídricos? C4: ¿Observa y relaciona registros bibliográficos con los fractales atmosféricos? C5: ¿Observa y relaciona registros bibliográficos con los fractales atmosféricos? | | |
| | | www | | | |
| | | w6 | C9: ¿Reconoce la recursividad de elementos fractales? C10: ¿Itera procesos funcionales sobre un objeto patrón? | Alta. | |
| | | w7 | C11: ¿Reconoce transformaciones algorítmicas complejas? | Moderado. | |
| | Fantasía | w8 | C12: ¿Reconoce el movimiento Browniano? A17: ¿Utiliza modelos de frecuencias percibidas en diversas aplicaciones? | Baja. | Ficha de opinión Prueba escrita |
| | | w6 | C9: ¿Reconoce la recursividad de elementos fractales? C10: ¿Itera procesos funcionales sobre un objeto patrón? | Muy baja. | |
| | | w7 | C11: ¿Reconoce transformaciones algorítmicas complejas? C12: ¿Reconoce el movimiento Browniano? | Nula. | |
| | | w8 | A17: ¿Utiliza modelos de frecuencias percibidas en diversas aplicaciones? | | |
| | | w6 | C9: ¿Reconoce la recursividad de elementos fractales? C10: ¿Itera procesos funcionales sobre un objeto patrón? | | |
| | Política | w7 | C11: ¿Reconoce transformaciones algorítmicas complejas? C12: ¿Reconoce el movimiento Browniano? | | |
| | | w8 | A17: ¿Utiliza modelos de frecuencias percibidas en diversas aplicaciones? | | |
| | | w6 | C9: ¿Reconoce la recursividad de elementos fractales? C10: ¿Itera procesos funcionales sobre un objeto patrón? | | |
| | | w7 | C11: ¿Reconoce transformaciones algorítmicas complejas? C12: ¿Reconoce el movimiento Browniano? | | |
| | | w8 | A17: ¿Utiliza modelos de frecuencias percibidas en diversas aplicaciones? | | |

D. Matriz de instrumentos de la variable comunicación asertiva
 colegio publico San Juan Ayacucho– TÍTULO: LA CARICATURA PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN ASERTIVA EN ESTU-
 DIANTES DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE HUAMANGA, AYACUCHO - 2023– AUTOR: Bach. Quispe Urbano, Luzmerly Celeste

Tabla D.1

Matriz de instrumentos de la variable comunicación asertiva

| VARIABLE | DIMENSIONES | INDICADORES | ÍTEMs | VALORACIÓN | INSTRUMENTOS |
|-----------------------|-------------|-------------|---|---|----------------------|
| Comunicación asertiva | Empatía | 1 | P1: ¿Utiliza variedad de colores? P2: ¿Plasma degradación entre los colores? P3: ¿Utiliza formas y superficies regulares? P4: ¿Utiliza formas irregulares someramente? P5: ¿Manifiesta degradación de texturas? | Excelente Bueno Regular Malo Deficiente | Ficha de observación |
| | | 2 | P6: ¿Distribuye adecuadamente los tonos? P7: ¿Asocia adecuadamente los volúmenes? | | |
| | | 3 | P8: ¿Asocia proporcionalmente los volúmenes? P9: ¿Conjuga texturas diversas? | | |
| | Asertividad | 4 | P10: ¿Homogeneiza texturas secuencialmente? P11: ¿Representa elementos con dimensión creciente? P12: ¿Manifiesta elementos plásticos proporcionalmente? | | |
| | | 5 | P13: ¿Representa los elementos plásticos de manera decreciente? P14: ¿Conjuga los elementos plásticos? | | |
| | | 6 | P15: ¿Distribuye elementos, constantes ligeramente? P16: ¿Yuxtapone elementos plásticos mixtos? P17: ¿Yuxtapone los ritmos en el conjunto? | | |
| | Atención | 7 | | | |
| | | 8 | | | |
| | | 9 | | | |

1. DATOS GENERALES

- Apellidos y nombres del experto:
- Cargo e institución donde labora:
- Nombre de los instrumentos: Ficha de observación de la variable independiente (INST1) y Ficha de observación de la variable dependiente (INST2)
- Título de la tesis: LA CARICATURA PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN ASERTIVA EN ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE HUAMANGA, AYACUCHO - 2023
- Autor de los instrumentos: Bach. Quispe Urbano, Luzmerly Celeste

2. CRITERIOS DE VALIDACIÓN (Acuerdo: A, Descuerdo: D)

| INDICADORES | CRITERIOS DE VALIDACIÓN | INST1 | | INST2 | |
|-----------------|---|-------|---|-------|---|
| | | A | D | A | D |
| Claridad | ¿Está formulado con lenguaje claro, apropiado y sencillo? | | | | |
| Objetividad | ¿Las preguntas realmente recojen datos de las variables y los indicadores? | | | | |
| Actualización | ¿El instrumento es adecuado para el tipo de variable en estudio? | | | | |
| Organización | ¿La presentación formal (tipo, tamaño, letra, etc.) del instrumento es apropiado? | | | | |
| Suficiencia | ¿Las preguntas son suficientes para recoger datos de todos los indicadores? | | | | |
| Intencionalidad | ¿Los ítems o preguntas responden al problema y objetivos de la investigación? | | | | |
| Consistencia | ¿Los ítems o preguntas tienen sustento teórico y científico? | | | | |
| Coherencia | ¿Los ítems o preguntas tienen sentido comprensibles y están bien redactados? | | | | |

3. OPINION DE APLICABILIDAD

 Firma del experto

Telefono:

Fecha:/...../.....