



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE
LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA: LA TIRA CÓMICA SOLIMÁN COMO ESTRATEGIA DE
COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL.
ANÁLISIS DESDE LA PERSPECTIVA DE LA
POBLACIÓN RURAL DE CUENCA**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD**

AUTORES: FELIPE PANAMÁ NARVÁEZ; JAIME ZHICAY ARBITO

DIRECTORA: PHD. CAROLINE ÁVILA NIETO

CUENCA - ECUADOR

2018

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico a Dios, a mis padres Ab. Marcelino Panamá, a mi madrecita Luisa Narváez y a mi hermanita Naomi Panamá, ya que gracias a su apoyo incondicional pude salir adelante y cumplir mi época universitaria de manera satisfactoria; de igual manera quiero dedicar esta tesis a mi enamorada Pamela Sánchez por brindarme apoyo incondicional y sabios consejos para no darme por vencido cuando las cosas no me salían del todo bien.

De igual manera quiero dedicar esta tesis a mis grandes amigos y colegas que tuve la suerte de tener en esta época universitaria: Karla Arce, Nelson Bustos, Paola Hurtado, Xavier Yunga, por brindarme su amistad y ayudarme a crecer como persona.

Felipe Panamá

Este trabajo lo dedico a Dios, a mis padres Bolívar Zhicay y Rosario Arbito, a mis hermanos que me ayudaron en el largo camino de mi formación académica, de igual manera el agradecimiento para mis amigos de la vida universitaria que fueron mi apoyo en todo este proceso.

Jaime Zhicay

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a mis padres por el apoyo incondicional, a los profesores que compartieron un poco de su sabiduría para realizar este trabajo.

Quiero agradecer especialmente a mi directora de tesis Caroline Ávila que nos supo presionar y ayudar en los momentos oportunos para que este trabajo tenga la correcta finalización.

Felipe Panamá

Quiero agradecer a todas las personas que me ayudaron para que este trabajo llegue a concluirse, de igual manera agradezco a mi tutora de tesis Caroline Ávila por su gran apoyo a pesar de las adversidades que se presentaron al momento de realizar este trabajo.

Jaime Zhicay

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1	3
1. HISTORIA DEL CÓMIC.....	3
1.1 Definiciones de Cómic.....	4
1.2 La política y el cómic	6
1.3 El cómic como recurso persuasivo.....	8
1.4 Narración (definición, clasificación y elementos).....	9
1.5 Géneros y fases de la historieta.....	11
1.6 Caracterización de personajes.....	13
1.6.1 Formas que presenta la caracterización de los personajes.....	14
1.7 Creación de personajes.....	15
1.8 El diálogo de los personajes.....	17
1.9 Relación artística- estética entre imagen y narración en el cómic.....	18
1.9.1 Imagen en el cómic.....	18
1.9.2 Narración en el cómic. -.....	19
1.10 Características del cómic.....	19
CAPÍTULO 2	20
2. METODOLOGÍA	20
2.1 Prefectura del Azuay.....	20
2.1.1 Funciones.....	21
2.1.2 Competencias.....	21
2.2 Tira Cómica Solimán.....	22
2.2.1 Datos generales del programa.....	22
2.2.1.1 Nombre del Proyecto.....	22
2.2.2 Localización.....	22
2.2.3 Monto.....	22
2.2.4 Antecedentes.....	23
2.2.5 Justificación.....	23
2.3 Objetivos.....	23
2.3.1 Objetivo General.....	23
2.3.2 Objetivos Específicos.....	24
2.3.3 Propuesta a desarrollar.....	24
Análisis de productos comunicacionales:.....	24

2.3.4 Foto de comic: septiembre 2011	25
2.3.5 Retorno de Solimán	26
2.3.6 Construcción del personaje	26
2.3.7 Selección del personaje	26
2.3.8 Perfil físico.....	26
2.3.9 Perfil psicológico	27
2.3.10 Hobby.....	27
2.3.11 Leyenda Solimán	27
Origen de los poderes:.....	27
Poderes especiales:.....	27
Origen de su poder	28
Pérdida de poder	28
2.3.12 Búsqueda de actor que personifique a Solimán	28
Personajes de la historieta.....	28
2.3.13 Valores a promover.....	29
2.3.14 Antivalores a erradicar	29
2.4 Medios de difusión.....	30
2.5 Análisis de la tira Solimán con las características del discurso político	30
2.6 Metodología de la investigación	32
2.7 Muestra.....	33
2.8 Instrumento	33
2.9 Procedimiento para aplicar la encuesta y las entrevistas.....	34
2.10 Análisis de datos	35
CAPÍTULO 3	36
ANÁLISIS DE DATOS CUANTITATIVOS	36
3.1 Introducción	36
3.2 Metodología.....	36
3.3 Resultados sobre el impacto de la Tira Cómica.	37
3.3.1 Nivel de atracción de la Tira cómica Solimán	38
3.3.2 Nivel de identificación de la tira cómica Solimán	39
3.3.3 Nivel de Aceptación de la Prefectura del Azuay	39
3.3.4 Nivel de entendimiento de la Tira Cómica Solimán	42
3.3.5 Inducción a la acción.....	45
3.4 Fuentes de información	46
3.5 Recordación	47
CAPÍTULO 4	48

ANÁLISIS CUALITATIVO	48
4.1 Introducción	48
4.2 Metodología.....	48
4.3 Resultados.....	54
4.3.1 Conocimiento de política	54
4.3.2 Conversación familiar de Política.....	55
4.3.3 Conocimiento de la tira cómica Solimán	55
4.3.4. Conversación de Solimán	57
4.3.5 Conocimiento de la Prefectura del Azuay.....	58
CAPÍTULO 5	60
DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	60
BIBLIOGRAFÍA.....	64
ANEXOS	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tipos de Narración	11
Tabla 2 Tipos de Personajes.....	13
Tabla 3 Caracterización de personajes	14
Tabla 4 personajes de la "Tira Cómica Solimán".....	29
Tabla 5 Variables según la clasificación de Ziemendorf and Krause.....	34
Tabla 6 Datos demográficos de los encuestados.....	38
Tabla 7 Enunciados evaluados para medir el nivel de aceptación	39
Tabla 8 Afirmaciones para evaluar el mensaje de la "Tira Cómica Solimán"	42
Tabla 9 Identificación del conflicto por parte de los encuestados	43
Tabla 10 Nivel de entendimiento de las características de Solimán.....	44
Tabla 11 Cómo los encuestados transmitirían el mensaje de la "Tira Cómica Solimán" a un amigo	45
Tabla 12 Motivaciones después de haber leído la "Tira Cómica Solimán".....	46
Tabla 13 Cuadro de categorías y subcategorías.....	49
Tabla 14 Variables y porcentajes según Ziemendorf and Krause de la "Tira Cómica Solimán"	61

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 Nivel de aceptación de la Prefectura del Azuay	41
--	----

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Modelo de encuesta	68
Anexo 2 Cuestionario para entrevistas.....	77
Anexo 3 Preguntas de entrevistas por categorías y subcategorías	78
Anexo 4 Perfiles de personas entrevistadas	80
Anexo 5 Media de edad de los encuestados	84

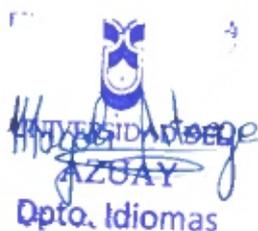
RESUMEN

Esta tesis se realiza con el propósito de describir el impacto que posee la tira cómica “Solimán, el héroe Solidario” como estrategia de comunicación gubernamental por parte de la Prefectura del Azuay.

La investigación planteada se realizó en adolescentes y padres de familia de las parroquias Ricaurte, El Valle y Baños, mediante la utilización de un enfoque metodológico mixto, con el propósito de descubrir si la historieta creada por la Prefectura del Azuay genera un impacto en los adolescentes y sus familias; así como también con el propósito de identificar si el cómic Solimán incide en la conversación familiar en torno a la gestión de la Prefectura.

ABSTRACT

This thesis was carried out in order to describe the impact of the comic strip "Solimán, El Héroe Solidario" as a governmental communication strategy of the Azuay Prefecture. The research was performed among adolescents and parents from the parishes of Ricaurte, El Valle and Baños. The study used a mixed methodological approach with the purpose of discovering if the cartoon created by the Azuay Prefecture generated an impact on adolescents and their families. It was also sought to identify if the comic book "Solimán" influenced the family conversation about the management of the Prefecture.



A handwritten signature in blue ink, consisting of a series of loops and curves.

Translated by

Ing. Paul Arpi

INTRODUCCIÓN

El cómic, como estrategia comunicacional, desde que apareció por primera vez en la prensa en 1893 era considerado como un medio de diversión para niños y adolescentes. En la actualidad el mismo ha evolucionado hasta convertirse en un instrumento que instruye divirtiendo por medio de un personaje que posee una ideología bien marcada, el cual proyecta valores y actitudes bien diferenciadas García & Meléndez (2006).

En los últimos años se ha evidenciado con más frecuencia el uso del cómic como un instrumento de comunicación política, que se logra a través del storytelling (narración de historias y relatos), ya que por medio de esta técnica es fácil estructurar una historia que despierte el interés en la ciudadanía, creando emociones que influyen en su manera lógica de pensar y actuar D' Adamo & García (2016).

Lo expuesto anteriormente demuestra que la comunicación política en la actualidad trata de hacer por medio de la utilización del cómic, que cosas complejas sean entendidas por parte de los ciudadanos a los que va dirigido el mismo, provocando de esa manera que tomen decisiones basadas en sentimentalismos y dejen de lado la parte lógica D' Adamo & García (2016).

Como se puede apreciar, el storytelling dentro de la comunicación política juega un papel importante, ya que además de permitir crear historias para un cómic es una herramienta que permite transmitir valores, objetivos y construir identidades de un gobierno, partido político o líder; para que mediante la apelación a las emociones de los ciudadanos se les persuada a que acepten su ideología D' Adamo & García (2016).

Con base en todo lo expuesto anteriormente, se puede decir que en la actualidad un cómic no es más que un discurso (publicitario o político) persuasivo, del cual quien lo creó espera que el receptor del mensaje lo decodifique de una forma que le permita ejercer una influencia sobre su manera de pensar, apelando a la parte emotiva para así cohibir su parte crítica y sea más fácil implantar una idea o concepto Salinas (2015).

En el capítulo 1 revisaremos los conceptos básicos que dan sustento a esta investigación, para así con base en ellos realizar la correcta aplicación de las técnicas

de investigación que permitirán conocer los diferentes resultados y puntos de vista que tienen los involucrados en el estudio hacia la tira cómica “Solimán, el héroe solidario”.

En el capítulo 2, previo a la metodología se hará una breve descripción del caso de estudio (La tira Cómica Solimán), posteriormente se hará una revisión a la metodología que va a ser utilizada en esta investigación donde se abordarán temas relacionados al tamaño de la muestra y a los diferentes instrumentos que serán utilizados en la recolección de la información, y finalmente se tratará cómo serán analizados los datos tanto en la parte cuantitativa como cualitativa.

En el capítulo 3 empezaremos con el análisis de los datos cuantitativos, es decir al análisis de las encuestas realizadas a los adolescentes con las cinco variables planteadas por Ziemendorf & Krause (2003) para poder determinar si la tira cómica Solimán causa un impacto en este grupo de estudio.

El capítulo 4 está destinado al análisis de los datos cualitativos, es decir se determinará por medio de las variables establecidas por los investigadores si la historieta de Solimán índice en la conversación familiar en torno a la gestión de la prefectura en la provincia.

Finalmente, en el capítulo 5 se discutirán los aspectos más relevantes de esta investigación y a partir de esto se emitirán las conclusiones que den sustento a los diferentes objetivos planteados en este estudio.

CAPÍTULO 1

1. HISTORIA DEL CÓMIC

Desde que los seres humanos adquirieron la capacidad de contar historias han apelado al uso de imágenes para realizar esa actividad. Se puede decir entonces que la historia gráfica ha existido desde los comienzos de la humanidad y las pinturas encontradas hasta ahora dan un recuento de aquello Vilches (2014).

Con base en esto se puede decir que el cómic es un instrumento de comunicación que ha existido desde la antigüedad puesto que en el viejo Egipto ya se utilizaban representaciones de figuras decorativas para contar historias Santibáñez (2012).

En la edad media surgió aún más la utilización de secuencias para narrar historias, pero nadie sabe con exactitud cuándo se originó el cómic, debido a que desde la antigüedad obras como: La Columna del Trajano en Roma, el tapiz de Bayeux en Francia dan a entender que el ser humano siempre ha tenido esa capacidad innata de contar historias con imágenes, en la actualidad esta actividad se volvió cotidiana gracias a la invención de la imprenta de Johannes Gutenberg; Santibáñez (2012).

La imprenta como tal marcó el punto de partida de la historieta o cómic, ya que varios humoristas ingleses del siglo XVIII vieron en esta nueva herramienta tecnológica la oportunidad de colocar unos cuadros de dialogo, que permitían ridiculizar a los personajes que eran caricaturizados Casas (2015).

En el siglo XIX, el Suizo Randolphe Töpffer, un literato reconocido que padecía miopía fue el encargado de crear unos garabatos que distribuía a sus alumnos; esos garabatos son considerados los precursores del cómic moderno y gracias a los elogios que recibió de Goethe pudo vender sus ilustraciones en álbumes en distintos países del continente Europeo. Posteriormente con el avance de la tecnología en el siglo XIX el cómic tuvo un nuevo adelanto tecnológico el cual fue llamado litografía; esta herramienta facilitó la inclusión de ilustraciones en las publicaciones de prensa, al inicio fueron utilizados con fines informativos, pero tiempo después se los utilizó para criticar al sistema Vilches (2014).

El cómic desde su aparición creció y se desarrolló en la prensa antes de migrar a otros soportes comunicacionales, y de esa relación estrecha se empieza a tener en cuenta el impacto del cómic en la sociedad. El primer cómic que apareció en la prensa se remonta a 1893, en Estados Unidos, el cómic circuló en el New York World con el nombre de “Yellow Kid” (El niño amarillo), que fue el personaje principal de la sección de “Hogans Alley” (callejón de Hogan). Este cómic tuvo tanto éxito gracias a la incorporación de globos para contener diálogos, que dio lugar a la denominada prensa amarilla, puesto que a través de sus personajes burlescos e inmersos en una pobreza extrema retrataban a la perfección a la sociedad norteamericana de comienzos del siglo XX Rojas (2012).

En el Ecuador se empezó a utilizar el cómic aproximadamente en 1885 por parte de Francisco Martínez Aguirre, el cual en Guayaquil, desde el 7 de noviembre del mismo año publicó un semanario satírico llamado “El Perico”, en contra del gobierno de José María Plácido Caamaño, por otra parte en Quito, entre 1900 y 1950 aparecen los primeros cómics creados por artistas plásticos; estas historietas al inicio abarcaban temas de índole humorístico, pero a medida que se desataban luchas políticas estos cómics migraron a un rol de crítica y protesta. En la década de los 60 en el Ecuador empiezan a circular los cómics de índole sexual, que se distribuían en los estadios de Guayaquil y Quito, debido a la presencia masculina en esos espectáculos deportivos Santibáñez (2012).

A partir de la década de los 90, los cómics en el Ecuador tomaron una connotación política, con la aparición de historietas como: “Bemba Colorada” y “Ese muerto no lo cargo yo” que retrataban la situación socio-económica que atravesaba el país en esa época (educación y deuda externa) . Dichos cómics tenían la participación activa de Bonil, personaje que colaboró de manera directa para que estas dos historietas circulen en panfletos, Santibáñez (2012).

1.1 Definiciones de Cómic

El cómic tiene varias definiciones, pero la que tiene una mayor aceptación entre los investigadores de esta rama es la que considera a la historieta como “una estructura narrativa formada por la secuencia progresiva de pictogramas, en los cuales pueden integrarse elementos de escritura fonética” Guber (1974, pág. 35).

Según la definición presentada anteriormente se puede decir que el cómic tiene un predominio gráfico-estético, puesto que al ser presentado de una manera visual se articulan secuencias que pueden o no ir acompañadas de frases específicas, que cuentan historias por medio de un personaje.

Una definición más formalista de cómic consiste en que son “ilustraciones yuxtapuestas y otras imágenes en secuencia deliberada, con el propósito de transmitir información y/u obtener una respuesta estética del lector, Mc Cloud (1993, pág. 9).

Por consiguiente se puede apreciar que en un cómic no sólo interviene la parte gráfica, sino también la parte verbal, que es una característica esencial del mismo; por lo tanto es innegable que “la integración del lenguaje icónico y del lenguaje verbal alcanza cotas de excelencia artística en las historias gráficas que basan en la imagen su fuerza expresiva con el apoyo de la palabra” Guber (1974, pág. 105); por otra parte también puede darse que “una imagen o una sucesión de imágenes no requieran la mediación del lenguaje verbal para que su mensaje intrínseco sea reconstruido en la mente del lector” Groesteen (2007, pág. 38).

El cómic desde su aparición en la prensa se ha convertido en un instrumento que permite observar un retrato de la sociedad a través del mismo, ya que por medio de ellos se denuncian las injusticias sociales Diago & Nieto (1989); esto se debe a “su aceptación no sólo como objeto de consumo masivo, sino también como objeto de reflexión crítica minoritaria” Merino (2003, pág. 271). La historieta ha ido renovando sus características gráficas y narrativas, adquiriendo nuevas formas y formatos para ser presentada al público al que va dirigido Peñalba (2013).

Las características que el cómic ha ido renovando con el tiempo, desde su aparición hasta nuestros días, son las siguientes: carácter narrativo, integración de elementos verbales e icónicos, utilización de códigos y convenciones (Viñeta, globo, indicadores de movimiento, etc.), y una de las características que más ha desarrollado es su capacidad distractiva Diago & Nieto (1989).

El cómic como instrumento distractivo permite que la sociedad se entretenga y divierta mientras lo consumen, esto hace que la historieta “instruya deleitando”, por medio de un personaje que posee una ideología bien marcada, el cual proyecta valores y actitudes bien diferenciados; dichos valores y actitudes permiten identificar

tipologías de historietas y distintos destinatarios (niños, jóvenes, adultos, etc.) Peñalba (2013).

Finalmente, el cómic puede definirse a nivel operativo como una “historia narrada por medio de dibujos y textos interrelacionados, que representa una serie progresiva de momentos significativos de la misma, según la selección hecha por un narrador. Cada momento, expresado por medio de una ilustración, recibe el nombre genérico de viñeta. Los textos, que pueden existir o no según las necesidades narrativas permiten significar todo aquello que los protagonistas de la acción sienten, piensan o verbalizan” Martín (1978, pág. 53).

1.2 La política y el cómic

El humor y la política a lo largo de la historia siempre han tenido un vínculo sinérgico, puesto que el humor ha sido y es utilizado por el género periodístico de opinión (caricatura), que se replica a través de diferentes canales (prensa, tv, internet), para dar a entender a los ciudadanos de una manera jocosa el sentir o disgusto de una persona sobre cuestiones de índole política. Por otra parte, la política utiliza el humor para acercarse a los ciudadanos y así transmitir historias que influyen en los sentimientos de las personas afectando de esta manera su modo de tomar decisiones García & Meléndez (2006).

En los últimos años se ha evidenciado con más frecuencia el uso del storytelling (narración de historias y relatos), por parte de la comunicación política, para a través de una historia bien estructurada despertar en la ciudadanía emociones que influyen en su manera lógica de pensar y actuar D' Adamo & García (2016). Lo expuesto anteriormente se puede corroborar a simple vista, puesto que toda la comunicación política trata de apelar a la parte emocional de los ciudadanos, a fin de que tomen una decisión basada en sentimentalismos y dejen de lado la parte lógica.

Con base en lo mencionado anteriormente se puede decir que la comunicación política trata de que los proyectos políticos sean entendidos de una manera más fácil por parte del público al que van dirigidos esos mensajes sembrando en la memoria colectiva que dichos proyectos son los adecuados y necesarios, cambiando de una u otra forma su manera de pensar respecto a lo que creían antes.

Con lo afirmado anteriormente respecto a la comunicación política se puede argumentar que la misma transforma asuntos que tienen una alta connotación política en algo cotidiano para una fácil comprensión por parte de los ciudadanos Ávila (2012).

La importancia del storytelling en la comunicación política radica en que es una herramienta que sirve para transmitir valores, objetivos y construir identidades de un gobierno, partido político o líder a través de la narración de historias, apelando a las emociones de los ciudadanos, persuadiéndolos a que acepten una idea D' Adamo & García (2016).

Según D' Adamo & García (2016) los principales elementos que utiliza la comunicación política del storytelling son los siguientes:

1. Los mensajes desarrollados con el storytelling tienen un inicio, un nudo y un desenlace; es decir se plantean del mismo modo que las historias que estamos acostumbrados a leer desde la infancia (cuentos).
2. Debe existir una secuencia lógica en el relato; causa y efecto. Se debe dar a entender con claridad que una cosa provoca la otra.
3. Las historias a contarse deben ser concretas para que así los usuarios de la historieta puedan identificar con claridad a los protagonistas.
4. Se usan analogías para dar a conocer la idea a comunicar.
5. Se plantea una serie de conflictos para atrapar al lector hasta el final de la historia.
6. Se incluye una moraleja con la finalidad de persuadir al receptor; los usuarios se sienten bien por aprender algo y ayudan a difundir el mensaje.
7. Las narraciones activan emociones (positivas o negativas), estas emociones alteran los datos estadísticos.

El cómic, lenta pero progresivamente se ha convertido en un medio de expresión cultural capaz de abordar y transmitir ideologías políticas y sociales por medio de un lenguaje que despierta emociones en su público, en donde las ideas a transmitirse trascienden o no, debido al sentido de decodificación que tienen los usuarios de la historieta Gutiérrez (2013).

La forma como se interpreta un cómic responde a muchos factores culturales sujetos a cada individuo, puesto que cuando una persona se sitúa ante una historieta emitida por alguna institución política o pública lo primero que se pregunta es: ¿Qué intereses hay detrás de esto o qué relación tiene con mi vida y mi entorno social y cultural? Gutiérrez (2013).

En general, el cómic es un instrumento social, que basa su contenido en elementos verbales y visuales para contar historias, las mismas que son resultado de una crítica a la sociedad, ya que la historieta permite a través de sus ilustraciones suaves y burlescas dar críticas fuertes al modelo socio-político implantado en una sociedad determinada Diago & Nieto (1989).

1.3 El cómic como recurso persuasivo

Un cómic puede presentarse en aventuras de: fantasía, heroicas, burlescas, etc., y a pesar de aquello puede ser leído por niños y adultos, ya que el lector lo único que busca es entretenerse, pero en épocas recientes, con mayor intensidad, la historieta está siendo condenada por ciertos sectores políticos, a ser un medio que difunde mecanismos ideológicos que estabilizan o apoyan a un sistema Mendoza & de Nery (2011).

Inicialmente el cómic fue un instrumento que servía para entretener y divertir, pero la necesidad de reconocimiento por parte de la ciudadanía, hacia una persona o una idea, obligó a que la historieta sea utilizada como un material instructivo, en el cual a través de un personaje que tiene una ideología y valores bien marcados se trata de imponer un pensamiento a la ciudadanía, y al hacer esto los autores están implantando en la sociedad la imagen que ellos tienen de la vida o la situación que más les beneficie Alcalá (2015).

En la actualidad se puede decir que el cómic es un discurso (publicitario o político) persuasivo en el cual se espera que el receptor del mensaje lo decodifique de una manera tal que permita ejercer una influencia sobre su manera de socializar y ver las cosas, de este modo apelando a su parte emotiva se cohibe su parte crítica y es más fácil implantar una idea o concepto Salinas (2015).

El discurso político que puede transmitir un cómic gracias al storytelling puede tener las siguientes características D' Adamo & García (2016):

1. Se establece un conflicto entre actores antagónicos (amigo-enemigo).
2. Se presenta un problema o reto, en un momento determinado, el cual el héroe debe dar solución.
3. Ayuda a transmitir valores (institucionales o políticos).
4. Transmite nociones de liderazgo a través de frases que exprese el personaje principal (héroe).
5. Permite difundir la visión de una institución o político a través de la inspiración y el esfuerzo, que se trata de imponer en los ciudadanos, para que mejoren sus vidas.
6. Se utiliza un lenguaje aspiracional el cual permite que las personas se imaginen cómo cambiaría su vida si los hechos dentro del cómic se dieran de esa manera.
7. El relato que se cuenta a través del cómic debe despertar emociones.
8. El discurso político debe apelar siempre a dejar una moraleja, la cual por lo general se da al final de la historia, es decir cuando el héroe triunfa sobre las adversidades.

En fin, una de las mayores ventajas que presentan los cómics es que por medio de una actitud positiva (instruir o educar deleitando), las personas son más asequibles a ser influenciadas por los mensajes que difunden las historietas, ya sean mensajes institucionales o de índole política; todo está en apelar en los sentimientos y la imaginación de los lectores Granja (1987).

1.4 Narración (definición, clasificación y elementos)

Para comprender como funciona una historieta, es indispensable primero hacer una aclaración de lo que significa narrar; es así que este término hace alusión a “contar, referir lo sucedido, o un hecho o una historia ficticia que ocurre en un tiempo y lugar determinado” Real Academia Española (2017).

Con base en lo expuesto anteriormente se puede decir que por medio de la narración se puede conocer el mundo, y es que simplemente basta con contar algo a una persona o grupo de personas a través de distintos medios como: televisión, libros,

cine, radio, etc.; para que se genere un relato que puede presentarse en forma de una canción, poema, cómic, etc.

El narrar relatos es algo cotidiano, el ser humano lo hace casi de manera inconsciente, ya que solo basta con contar un chiste o expresar a alguien alguna experiencia para generar una historia, que puede ser real o imaginaria, todo depende de lo que el narrador quiera expresar en ese momento. Algo indispensable para que la narración tenga lógica es que la historia debe tener dos aspectos fundamentales como son: una secuencia de acontecimientos y acciones (argumento, nudo, desenlace); y una forma de expresión (medios para transmitir el relato) Quin & McMahon (1997).

Para narrar historias según Macías & Castaño (2003) hay que tener presente que existen diversos géneros narrativos como son:

- En verso

- Epopéyas

- Cantares de gesta

- Romances

- En prosa (literarios)

- Cuento

- Novela

- Leyenda

- Mito

- No literarios:

- Ensayos, textos humanísticos científicos

- Informativos: Noticia, crónica, reportaje

De igual manera para establecer claridad en una narración hay que tener en cuenta que intervienen tres elementos como son: narrador, autor y lector Macías & Castaño (2003). (Ver tabla 1)

Tabla 1 Tipos de Narración

<i>Tipo</i>	<i>Descripción</i>
<i>Narrador</i>	Es quien cuenta el relato, a través de él fluye la historia.
<i>Narrador voz</i>	Puede formar parte de la historia o no.
<i>Narrador interno</i>	Cuenta la historia desde dentro.
<i>Narrador externo</i>	Se encuentra fuera de la historia y no se lo puede identificar.
<i>Narrador Punto de vista</i>	
<i>Narrador omnisciente</i>	Narrador que sabe lo que sienten y piensan los personajes.
<i>Narrador observador</i>	Cuenta lo que observa.
<i>Narrador protagonista</i>	Es parte de la historia
<i>Narrador secundario</i>	Personaje que no es el protagonista.
<i>Autor</i>	Persona real que escribió la obra, nunca habla directamente.
<i>Lector.</i>	Persona real quien escucha o lee la obra.

Fuente: Elaboración propia sobre los tipos de narración.

Una vez dado a conocer como narrar una historia y los elementos que intervienen en la misma, se está en la capacidad de sumergirse en el mundo del cómic, puesto que una historieta no es más que una narración en la cual por medio del uso de imágenes y texto se transmite una historia que tiene (inicio, nudo y desenlace) Casas (2015).

1.5 Géneros y fases de la historieta

Una historieta al igual que un libro puede agruparse en distintos géneros para transmitir un mensaje al público al que va dirigida. Entre los géneros más importantes a los cuales puede pertenecer una historieta están: historieta romántica, bélica, cómica, política, didáctica, etc.

A su vez en el equipo que interviene en la creación de un cómic están:

Guionista: Profesional que se encarga de realizar el guion de un cómic (inicio, nudo, desenlace), además tiene la capacidad de redactar lo que van a decir los personajes y economizar palabras para aquello.

Dibujante: Profesional que se encarga de bocetar a los personajes dándoles características que los diferencian unos de otros. El dibujante debe tener muy claro el guion para tratar de expresar en dibujos lo que se encuentra escrito Casas (2015).

Existen dos fases que intervienen al momento de crear un cómic, la primera es la idea inicial, que hace alusión a que se debe tener muy claro de que va a tratar el cómic y a quien va dirigido el mismo Ponce (2013); la segunda por otra parte es la que comprende a los personajes ya que los mismos son indispensables para que una historia cobre vida, puesto que son ellos quienes llevan a cabo las acciones mencionadas por el narrador Lorenzo (2014).

Las acciones que realizan los personajes pueden ser aprendidas de diversas formas, todo depende del medio que se utilice para narrar la historia por ejemplo, en una película o serie se ve la acción, a diferencia de un libro donde es descrita (Quin & McMahon (1997).

Para entender el grado de relevancia que tienen los personajes es indispensable realizar una clasificación de los mismos, en este sentido, según Lorenzo (2014) en el teatro clásico ya se hacía una distinción entre los tipos de personajes que se podían diferenciar en una obra, y esa clasificación aún está vigente hasta la actualidad, es así que existen. (Ver tabla 2)

Tabla 2 Tipos de Personajes

<i>Tipo</i>	<i>Descripción</i>
<i>Protagonistas</i>	La obra gira en torno a él o ella.
<i>Antagonista</i>	Aquel que se opone al protagonista.
<i>Coro</i>	Representa a todos los ciudadanos y da a conocer el orden social.
<i>Principales</i>	Aquellos personajes que destacan sobre los demás.
<i>Secundarios</i>	Su importancia es menor, pero cobran relevancia en ciertos episodios.
<i>Colectivos</i>	Tienen una función poco importante.

Fuente: Elaboración propia sobre los tipos de personajes.

Como podemos darnos cuenta los personajes tienen una gran influencia dentro de un relato, ya que gracias a sus acciones, comportamientos o personalidades ayudan a que sea más fácil entender una historia, con base en esto es de suma importancia dar a conocer la caracterización de los mismos.

1.6 Caracterización de personajes

La caracterización de los personajes consiste en un “proceso de configuración de la individuación y conversión en unidades discretas de los diversos actores narrativos mediante la asignación de una serie de rasgos o atributos” Valles & Álamo (2002, pág. 251).

Con base en la definición presentada anteriormente se puede decir que la caracterización es un proceso descriptivo, el cual consiste en dar a cada uno de los personajes propiedades únicas, que los distinguen de los demás protagonistas, principalmente se les asigna características humanas para que cada uno de los personajes sea más fácil de identificar dentro de una obra Álamo (2006).

En este sentido gracias a la caracterización los personajes dentro de una historia cobran una relevancia importante, puesto que a través de sus acciones pueden hacernos sentir distintas emociones (felicidad, tristeza, odio, etc.) a pesar de saber que son ficticios, incluso hay personajes que son recordados por muchos años, esto se debe a que esos protagonistas han tenido una correcta caracterización.

Una adecuada caracterización de los personajes se puede apreciar cuando el público siente que un protagonista se aparece al tipo de gente que representa es decir, que desde su forma de vestir, su peinado, actitud corporal e incluso su forma de mirar definen algunos rasgos de personalidad que tienen los personajes; pero no solo esos aspectos pueden ayudar a caracterizar a los personajes; sino que a su vez el ambiente también puede indicar la forma de ser de un personaje, por ejemplo: una bruja siempre vive en una casa vieja, llena de telarañas, ese ambiente externo de deterioro ayuda a explicar el detrimento del personaje Quin & McMahon (1997).

Como se puede apreciar la caracterización no es más que dar características únicas de comportamiento a cada personaje que lo diferencien del resto, dentro de una obra, pero para poder realizarla de manera adecuada es necesario conocer las formas como se presenta la caracterización.

1.6.1 Formas que presenta la caracterización de los personajes

Para realizar una correcta caracterización de personajes según Álamo (2006) y Macías & Castaño (2003) es necesario tener en cuenta las modalidades en que se presenta y las clases de personajes que existen. (Ver tabla 3)

Tabla 3 Caracterización de personajes

<i>Tipo de caracterización</i>	<i>Descripción</i>
<i>Caracterización directa</i>	Descripción de los atributos ético-morales, psíquicos y físicos del personaje, estos datos los otorga el narrador, para que así se entienda el comportamiento individual de cada personaje.
<i>Caracterización indirecta</i>	Las características del personaje pueden irse deduciendo a lo largo del texto, puesto que una redundancia de tics, gestos, comentarios, acciones o reacciones permiten al lector o espectador tener una noción de la forma de ser de un personaje.

<i>Caracterización indirecta</i>	Permiten evocar los conflictos psicológicos que presentan los seres humanos, su personalidad interna es compleja y se forman a medida que la historia avanza, evolucionan.
<i>Clases de personajes</i>	
<i>Redondos</i>	Permiten evocar los conflictos psicológicos que presentan los seres humanos, su personalidad interna es compleja y se forman a medida que la historia avanza, evolucionan.
<i>Planos</i>	Este tipo de personajes no presentan problemas de orden psicológico y no evolucionan.

Fuente: Elaboración propia sobre la caracterización de personajes.

Una vez determinado lo que es la caracterización de los personajes, se está en la capacidad para empezar a crear los mismos; pero ¿Cómo se crean los personajes?

1.7 Creación de personajes

Los personajes como tal pueden ser creados por medio de la construcción de rasgos de personalidad, dichos rasgos se desarrollan por medio de: (Quin & McMahon, 1997)

- Acciones: (pueden ser costumbres, hechos o actitudes).
- Diálogo: (lo que dicen y como lo dicen)
- Aspecto: (vestuario, peinado, maquillaje, expresión corporal)

Con base en lo expuesto anteriormente se puede decir que para crear un personaje hay que tener en cuenta una serie de rasgos que van desde su temperamento, postura corporal, ropa, dibujo, entre tantas, lo esencial es entender que no es solo un dibujo cualquiera; sino una representación visual de un personaje que tiene vida y una personalidad propia; en otras palabras el personaje debe responder a la realidad creada específicamente para él, SENA; Servicio Nacional de Aprendizaje (2015).

Al momento de crear un personaje se debe tener en cuenta algunos componentes fundamentales los cuales son:

- Su físico
- Su personalidad
- Miedos
- Enemigos
- Traumas
- Vestuario
- Forma de caminar
- Su vivienda.
- Su historia.
- Elementos que lo rodean, etc.
- Edad.
- Sexo.
- Raza.

Los puntos enumerados anteriormente permitirán elaborar los bocetos que darán vida a un personaje, ya que a través de ellos se identifican aspectos claves que aportarán valiosa información al momento de empezar a realizar los dibujos. Antes de empezar a bosquejar es conveniente tener en cuenta que existen estereotipos de personajes los cuales se presentan de la siguiente manera SENA; Servicio Nacional de Aprendizaje (2015):

- **Protagonista o bueno de la historia.** - Recae la mayor carga dramática, es el héroe de la historia y debe ser diseñado con mayor atención.
- **El genio.** - Es un personaje que usa gafas y sabe a profundidad cualquier tema que le consulten.
- **El Galán.** - Es un personaje que se destaca por su apariencia física sobre los demás.
- **Mujer atractiva.** - Se destaca por su físico, aunque no es muy inteligente.
- **Antagonista.** - Es un personaje malo por naturaleza que compite en todo con el protagonista, su maldad se debe a motivos de índole personal (humillación, abuso, soledad).
- **Mentor.** - Personaje que apoya al protagonista, es sabio.

Una vez realizada la caracterización de los personajes, y a su vez bosquejados los mismos es necesario establecer los diálogos que van a decir cada uno de ellos; pero ¿Qué son los diálogos de los personajes?

1.8 El diálogo de los personajes

Si apelamos a definir la palabra diálogo etimológicamente podemos decir que está formada por dos prefijos; “día” (entre dos o más personas) y “logos” (discurso); por tanto se puede decir que un diálogo es una conversación entre dos o más personas; en el mundo literario, esta definición se aplica a un texto, ya sea en prosa o en verso, en donde se finge una conversación entre dos o más personajes; por lo tanto se puede decir que un diálogo literario permite evocar las palabras que pronuncian los protagonistas López (2014).

El diálogo dentro de las narraciones literarias según López (2014) aporta:

- **Credibilidad:** Principal cualidad en un diálogo; permite eliminar al intermediario (narrador) para que de esta manera se acerque las palabras del personaje al lector.
- **Fuerza:** Gracias a la credibilidad un diálogo gana fuerza y permite al lector escuchar en su cabeza lo que dicen los personajes.
- **Ritmo:** Diálogos bien realizados aportan ritmo a una historia, de esta manera se elimina la monotonía en que puede caer una obra.
- **Conflicto y suspense:** El diálogo permite dentro de una historia incrementar la tensión para así atrapar a los lectores.
- **Continuidad y evolución:** El diálogo es un hilo conductor dentro de una historia.

Dentro del género literario (texto escrito) podemos encontrar distintos tipos de diálogos como son: diálogo cinematográfico, diálogo teatral y diálogo narrativo. Para este análisis el que va a ser descrito a fondo es el narrativo puesto que dentro de este tipo recaen novelas, cómics y cuentos.

Diálogo Narrativo: Es un diálogo donde no intervienen actores sino personajes ficticios en el cual el lector se imagina las voces de los protagonistas en su cabeza al momento de leer las frases que emiten cada uno de los personajes López (2014).

El diálogo narrativo puede presentarse de tres maneras Macías & Castaño (2003):

1. Monólogo interior: El personaje no se dirige a otro interlocutor más bien habla internamente consigo mismo.
2. Discurso directo: El narrador hace que el personaje hable con otros de manera literal, es decir el protagonista (responde, pregunta, exclama, etc.); esto lo hace poniendo el texto entre comillas o en un globo o bacadillo en el caso de los cómics.
3. Discurso indirecto: Lo que dice o piensa un personaje es la perspectiva del narrador; ya que a través de este discurso se pone de manifiesto el punto de vista del escritor por medio de verbos como: me dijo; hablé conmigo, etc.

Una vez que ya se ha identificado como crear una historieta, se ha dado vida a los personajes por medio de la caracterización, se los ha creado y finalmente se les ha otorgado una voz o diálogos, es importante tomar en cuenta que en una narración ya sea de un cuento, novela o cómic hay una relación artístico- estética entre la imagen y la narración; para entender esta dependencia en las próximas líneas se hará un análisis de estos términos aplicados al cómic.

1.9 Relación artística- estética entre imagen y narración en el cómic

1.9.1 Imagen en el cómic

Se puede describir a la imagen como “el recuerdo de un objeto o experiencia proporcionada por un narrador ya por un medio mecánico (fotografía), ya por un medio manual (dibujo)” Eisner (2000, pág. 15).

Con base en la definición presentada anteriormente se puede decir que para una historieta es fundamental generar experiencias en los lectores a través de imágenes, por lo tanto, es conveniente mencionar que “el cómic es, por esencia, un medio visual compuesto de imágenes. Si bien la palabra constituye uno de sus componentes vitales, son las imágenes las que cargan con el peso de la descripción y narración” Eisner (2000, págs. 3-4).

1.9.2 Narración en el cómic. -

“La narración es más que un simple tema académico. Existe un impulso fundamental en el ser humano de escuchar y contar historias” Culler (2000, pág. 102).

El contar historias es algo propio de los seres humanos, siempre se está narrando algo; y esto no pasa desapercibido en las historietas donde los artistas de esta rama han desarrollado “una danza artística y sofisticada entre palabras e imágenes que enfatiza las fortalezas de cada una, pero también se esfuerza por encontrar el balance perfecto entre ambas” McCloud (2006, pág. 128).

Una vez explicado en que consiste la imagen y la narración en el cómic es conveniente dar a conocer la relación artístico-estética que guardan estos dos términos dentro de las historietas; por lo tanto, se puede decir que “el cómic es un medio de comunicación escrito-icónico (...) estructurado en imágenes consecutivas (viñetas) que representan secuencialmente fases consecutivas de un relato o acción, y en las que se suelen integrar elementos de escritura fonética. En este medio semióticamente mixto, la imagen desempeña una función hegemónica, ya que son posibles los cómics sin palabras, pero no sin dibujos Gubern (1987, pág. 217).

Como podemos darnos cuenta un cómic es un género mixto que integra las imágenes con la escritura para crear historias, una vez entendido esto, y los elementos que intervienen para crear una historieta se está en plena capacidad para discernir las características que posee un cómic.

1.10 Características del cómic

1. Carácter narrativo: Estructura narrativa que posee un antes y un después.

2. Elementos verbales e icónicos: En un cómic se integran personajes y cuadros de diálogo que permiten expresar lo que dicen los mismos; estos cuadros de dialogo se denominan globos.

3. Medio de difusión masiva: Un cómic es un medio que puede llegar a niños o adultos, esto depende de a quien vaya dirigido el mismo.

4. Finalidad distractiva: Aunque el cómic es un género distractivo de una u otra forma genera un instructivo en quien lo lee; es decir instruye divirtiendo Rodriguez (1988).

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

En el presente capítulo se describe la metodología aplicada en la obtención de datos de la presente investigación, previo a ello se realizará una descripción del caso de estudio.

2.1 Prefectura del Azuay

La información que se remite a continuación fue proporcionada por la Prefectura del Azuay (2016); la cual es utilizada para delimitar las acciones que realiza el Gobierno Provincial del Azuay por la ciudadanía; así como también para dar a conocer aspectos relevantes acerca del cómic Solimán.

La Prefectura del Azuay es una institución público - política que se encargada de velar por el desarrollo de la población azuaya, en especial en el ámbito rural, ya que se encomienda la protección de los derechos e intereses de cada uno de sus habitantes promoviendo su superación económica, material y cultural a través de programas inclusivos que fomentan el buen vivir en los azuayos.

- **Misión:**

“Garantizar el bienestar de la población, fortaleciendo permanentemente la capacidad institucional, para alcanzar los objetivos del Plan Participativo de Desarrollo del Azuay, conjuntamente con todos los actores sociales de la provincia”.

- **Visión:**

“Es una institución que lidera el desarrollo integral de la provincia, con eficiencia, generando políticas públicas equitativas a través de una gestión descentralizada, participativa, transparente y con un equipo humano capacitado y comprometido”.

2.1.1 Funciones

Según el artículo 41 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, las funciones del Gobierno autónomo Descentralizado Provincial son las siguientes:

a) Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial provincial para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas provinciales en el marco de sus competencias constitucionales y legales.

b) Implementar un sistema de participación ciudadana para el ejercicio de los derechos y avanzar en la gestión democrática de la acción provincial.

c) Ejecutar las competencias exclusivas y concurrentes reconocidas por la Constitución y la ley y, en dicho marco prestar los servicios públicos, construir la obra pública provincial, fomentar las actividades provinciales productivas, así como las de vialidad, gestión ambiental, riesgos, desarrollo agropecuario y otras que le sean expresamente delegadas o descentralizadas, con criterio de calidad, eficacia y eficiencia, observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad, solidaridad, interculturalidad, subsidiariedad, participación y equipad.

d) Coordinar con la Policía Nacional, la sociedad y otros organismos lo relacionado con la seguridad ciudadana en el ámbito de sus competencias.

2.1.2 Competencias

En el Artículo 263 de la Constitución de la República del Ecuador, se define las competencias que realiza la institución.

1. Planificar el desarrollo provincial y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, cantonal y parroquial.

2. Planificar, construir y mantener el sistema vial del ámbito provincial, que no incluya las zonas urbanas.

3. Ejecutar en coordinación con el gobierno regional, obras en cuencas y micro cuencas.

4. Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.

La Prefectura del Azuay al ser una institución público- política tiene la obligación de difundir las actividades y proyectos que ha realizado o se encuentra realizando, para llevar a cabo esta actividad el departamento de comunicación de la institución ha desarrollado varias plataformas comunicacionales como: Ají radio, Ají tv, Revista Ají para informar a los azuayos sobre lo que realiza por el bienestar de la provincia.

En los últimos años la institución ha visto la necesidad de informar a los jóvenes acerca de sus competencias y funciones, por lo tanto, el departamento de comunicación de la Prefectura del Azuay se vio en la necesidad de crear una tira cómica llamada Solimán, el héroe solidario, la cual permite a la institución informar a los adolescentes sobre lo que realiza de una manera entretenida.

2.2 Tira Cómica Solimán

2.2.1 Datos generales del programa

2.2.1.1 Nombre del Proyecto

Comunicación alternativa Solimán.

2.2.2 Localización

El presente proyecto es de carácter provincial, es decir la población beneficiada será toda la provincia del Azuay, 15 cantones y 61 parroquias, las cuales corresponden al 54% de las familias aproximadamente de la provincia (clase baja, media, alta), 383.199 personas (179.634 hombres y 202.565 mujeres).

2.2.3 Monto

La inversión requerida para poner en marcha este proyecto es de USD. 104.000,00 (CIENTO CUATRO MIL DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMERICA).

2.2.4 Antecedentes

El cómic Solimán nace a partir de una desmotivación que sienten los azuayos debido a la crisis tanto política como económica que experimenta el Ecuador desde el año 2016, principalmente debido a la falta de empleo, esto provoca que la gente ya no crea en sus gobernantes y por lo tanto se involucren cada vez menos en enterarse de los proyectos que desarrolla la Prefectura del Azuay por su bienestar.

2.2.5 Justificación

Las obras que ejecuta la prefectura en toda la provincia necesitan ser difundidas y promocionadas con la finalidad de posicionar el nombre de la institución y los servicios que brinda en la ciudadanía, para que así los usuarios tengan un sentido de pertenencia.

A través de este proyecto la prefectura pretende mejorar sus necesidades gráficas comunicacionales de los programas que impulsa; para que de esta manera su imagen corporativa sea mejor y atractiva para los azuayos.

2.3 Objetivos

2.3.1 Objetivo General

Difundir, promover y empoderar los beneficios de los programas y proyectos que lleva adelante la Prefectura del Azuay para generar empleo a través de los ejes de acción: modelo social de la producción, eco democracia, derechos y libertades, social y participación de una manera alternativa, alegre, mediante estrategias de marketing diferentes de alto impacto social.

2.3.2 Objetivos Específicos

- Posicionar la prefectura como una institución líder en el desarrollo de la provincia.
- Dar a conocer los planes, programas y proyectos que ejecuta la prefectura.
- Empoderar a los beneficiarios en los proyectos para institucionalizarlos.
- Ser pioneros y ejemplo de comunicación alternativa que llegue a todos los sectores.
- Levantar el ánimo de los azuayos y las azuayas.
- Crear un referente ciudadano en el Azuay, “Todos somos solidarios”, Azuay solidario.
- Convertir a Solimán en un personaje icono de la institución.

2.3.3 Propuesta a desarrollar

Análisis de productos comunicacionales:

Luego de que el departamento de Comunicación de la Prefectura realizó un análisis minucioso a los productos comunicacionales utilizados por la institución en años anteriores, pudieron concluir que los mayores logros se obtuvieron a través del personaje del comic Solimán “Héroe Solidario”, el cual provocó que la gente se empodere del mismo y lo recuerde con facilidad.

2.3.4 Foto de comic: septiembre 2011

El éxito alcanzado por Solimán en el 2011 motivó a la Prefectura del Azuay a relanzar a Solimán, el cual en el 2016 presentó un traje más impactante por sus colores, los cuales fueron cambiados según la primera edición de la tira cómica cuando el superhéroe fue a un retiro espiritual en los páramos de Kimsacocha, esto provocó que los colores de su traje, capa y guantes cambien, pues ahora serían azul, blanco y rojo, colores de la institución.



2.3.5 Retorno de Solimán

El retorno de Solimán se realizó a finales del 2016 (noviembre y diciembre) porque la provincia del Azuay nuevamente lo necesitaba en este tiempo de crisis económica y pérdida de credibilidad política.

En su retorno Solimán buscó a su aliado estratégico el Prefecto del Azuay Paúl Carrasco para luchar contra el desempleo.

2.3.6 Construcción del personaje

Solimán representa el espíritu de lucha de cada ser humano por sobresalir a pesar de las distintas adversidades que se pueden presentar en la provincia; estas adversidades pueden presentarse en forma de fenómenos naturales o de personas de su propia comunidad que no les gusta ver triunfar o sobresalir a sus compañeros, razón por la cual surgen en la historieta como villanos para darle dramatismo a la misma.

2.3.7 Selección del personaje

La prefectura al apoyarse en los comics como estrategia publicitaria buscó un personaje de pueblo de raza indígena, que tenga aceptación social, para lograr este cometido se debatieron varios perfiles psicológicos del mismo, así como territorios de nacimiento del héroe, esto dio como resultado que Solimán tenga su origen en la parroquia de Tarquí, que sea agricultor, que sea una persona sociable que se lleve bien con la gente y que no se amedrente del poder político ni económico de opositores que surgen en la trama de las historietas.

2.3.8 Perfil físico

- Estatura 1,65 mts.
- Mestizo, con rasgos indígenas
- Viste botas de caucho color negro
- Sombrero de paja toquilla
- Una malla de superhéroe de color azul y blanco
- Capa azul con bordados típicos de la zona

- Cinturón Rojo con el logo de la Prefectura del Azuay al centro de la hebilla
- Guantes rojos

2.3.9 Perfil psicológico

- Amable
- Líder natural
- Trabajador incansable
- Buen padre de familia
- Amante de la naturaleza
- No tolerar la injusticia y el maltrato a las personas
- Su voz tiene acento típico de la gente del campo.

2.3.10 Hobby

- Montar a su caballo color café llamado “Cajas”

2.3.11 Leyenda Solimán

Origen de los poderes:

Solimán obtuvo sus poderes especiales en un día de lluvia y tormenta eléctrica cuando estaba sembrando en su huerto y al alzar su azadón para remover la tierra cayo un rayo que le dejo inconsciente, al despertarse pudo darse cuenta que podía leer la mente de las personas cercanas al lugar donde estaba ubicado.

Poderes especiales:

- Telepatía, lee la mente de las personas sin hablar.
- Telequinesis, movía objetos a grandes distancias sin importar su peso.
- El rayo cambio en su estructura molecular haciéndole impenetrable a las balas.

- Puede volar gracias a su azadón mágico

Origen de su poder

Su azadón mágico es el origen de su fuerza secreta, la cual obtuvo por la caída de un rayo, a través del azadón puede proyectar la energía del rayo a niveles no antes vistos y destruir rocas y otros objetos con facilidad.

Pérdida de poder

Si Solimán perdiera su azadón mágico, dejaría de tener poderes, porque el mismo actúa como catalizador de la fuerza cósmica del rayo, que cambio incluso su estructura molecular y lo mantiene impenetrable a las balas.

2.3.12 Búsqueda de actor que personifique a Solimán

El éxito alcanzado por Solimán en su primera salida a la luz pública en el 2011, obligó a la Prefectura del Azuay a fortalecer el relanzamiento de la campaña con la presentación de un habitante de la provincia que cumplió los requisitos necesarios para personificar al héroe. El personaje que se elegido cumplió con las siguientes características básicas:

- Estatura 1,65 mts
- Mestizo, con rasgos indígenas
- Amante de la naturaleza
- No tolerar la injusticia y el maltrato a las personas
- Su voz tiene acento típico de la gente del campo

Personajes de la historieta

Los personajes que forman parte de esta campaña publicitaria son ficticios, los personajes se pueden apreciar en la tabla 4:

Tabla 4 personajes de la "Tira Cómica Solimán"

Personaje	Relación	Año creación
Solimán		
Chana	Héroe	2011
Juanito	Esposa	2011
Calavera	Hijo	2011
Don Bolo	Enemigo	2011
Don Jacinto	Amigo	2016
Yoretoon	Amigo	2016
Malvada Lis	Enemigo	2016
Otros en construcción	Enemiga	2016

Fuente: Elaboración propia sobre los personajes de la historieta.

2.3.13 Valores a promover

- El amor
- La solidaridad
- La amistad
- La honestidad
- La perseverancia
- Libertad de pensamiento y acción
- Lealtad
- La unidad social

2.3.14 Antivalores a erradicar

- Odio
- Egoísmo
- Deshonestidad
- Arrogancia

- Injusticia
- Traición
- Injusticia

2.4 Medios de difusión

Para empoderar al proyecto Solimán se definió la siguiente estrategia:

- Difusión y posicionamiento en redes sociales (Facebook) (YouTube)
- Difusión y posicionamiento en radios
- Presencia en las calles de la provincia por parte del azuayo que personifica al héroe.
- Entrega de capas y camisetas de Solimán

Luego de revisar a profundidad la historia que hay detrás del cómic Solimán y los medios de difusión que tiene la misma es conveniente hacer un estudio comparativo entre la historieta de la Prefectura del Azuay y los postulados propuestos por D' Adamo & García (2016), los cuales hacen alusión a las características del discurso político que puede transmitir un cómic gracias a la ayuda del storytelling.

2.5 Análisis de la tira Solimán con las características del discurso político

La tira cómica que va a ser analizada corresponde a la edición 2- No .3 - Año 2016.

1- Conflicto entre actores antagónicos.

En la edición que está siendo sujeta a análisis existe un conflicto entre el héroe Solimán, Paúl Carrasco (Prefecto del Azuay) y el villano Yoretoón, el cual caracteriza a Cristóbal Lloret Asambleísta por Alianza País que representa a la provincia del Azuay.

2- Problema o reto que el héroe debe dar solución.

El problema que se presenta en la historieta es:

Solimán se entera que Yoretoón intenta boicotear la feria de emprendedores.

3- Ayuda a transmitir valores (institucionales o políticos)

Según lo leído en la historieta se puede decir que a través de la misma la Prefectura del Azuay quiere transmitir valores de solidaridad y responsabilidad, hacia los niños y jóvenes, para que ellos de alguna manera se enteren de lo que hace la institución por la provincia y así tengan un punto de vista crítico acerca de aquello.

4- Transmite nociones de liderazgo a través de frases que expresa el héroe.

Solimán es un personaje que en reiteradas ocasiones menciona frases que involucran a la Prefectura del Azuay, las cuales al ser leídas dan a entender que la institución siempre está apoyando o incentivando a las personas para que salgan adelante.

Ejemplo: Vamos por las vías que están al pelo en más de 1200 km con la tasa solidaria de la Prefectura del Azuay.

Yoretoón ha puesto obstáculos para que no saquemos nuestros productos cosechados con el apoyo de Agroazuay.

La Prefectura también mantiene limpia las cunetas para evitar inundaciones.

5- Permite difundir la visión de una institución o político a través de la inspiración y el esfuerzo, que se trata de imponer en los ciudadanos, para que mejoren sus vidas.

Una frase que puede ayudar a explicar esto es: La comunidad junto a la maquinaria de la Prefectura del Azuay despejaba las vías.

Esta frase no solo da a conocer que la prefectura se preocupa por el bienestar de la provincia a los niños y jóvenes; sino que además los motiva a trabajar con la institución para así tener un Azuay comprometido con un desarrollo sostenible y sustentable en donde todos los ciudadanos participen.

6- Utilización de un lenguaje aspiracional el cual permite que las personas se imaginen cómo cambiaría su vida si los hechos dentro del cómic se dieran de esa manera.

Solimán: Ahora sí, seguiremos trabajando por el cambio ante la crisis...

La clave para descifrar este postulado se encuentra en la palabra (seguiremos), ya que esta expresión da a entender que la prefectura va a seguir trabajando por el bienestar de los azuayos sin importar el problema que tengan que enfrentar.

7- El relato que se cuenta a través del cómic debe despertar emociones.

El cómic Solimán tiene un relato amigable ya que en quien lo lee o escucha despierta emociones de alegría y sorpresa puesto que a través de la risa te enteras acerca de la labor que realiza la Prefectura del Azuay.

8- El discurso político apela siempre a dejar una moraleja, la cual por lo general se da al final de la historia, es decir cuando el héroe triunfa sobre las adversidades.

La Moraleja en general de todas las ediciones del cómic Solimán es que: Solimán (Prefectura del Azuay) por más difícil que sea la situación que tenga que enfrentar nunca va a dejar a los azuayos solos, ya que tienen una mano amiga en quien pueden confiar para salir adelante.

- Solimán venció a Yoretoón. Una vez más el bien triunfa sobre el mal.

Soooliiimaaán El héroe Solidario.

2.6 Metodología de la investigación

El diseño de esta investigación es de tipo no experimental y transeccional con un enfoque metodológico mixto, este tipo de estudio va a permitir responder a los objetivos de manera clara.

Se puede definir el diseño no experimental como una investigación que no manipula variables sino observa situaciones ya existentes en un ambiente natural para después analizar esos resultados; por otra parte el diseño de investigación transeccional recolecta datos en un tiempo determinado con el propósito de describir variables y analizarlas Hernández, Fernández, & Batista (2010).

2.7 Muestra

La unidad de análisis para el estudio cuantitativo de la tira Cómica Solimán son adolescentes entre las edades comprendidas de 14 - 18 años, que habitan en las parroquias más pobladas del cantón Cuenca como son: Ricaurte, El Valle y Baños, ya que son en estos lugares donde circula y se lee el cómic Solimán.

Según cifras del Ministerio de Educación los colegios que tienen una mayor población estudiantil en las parroquias escogidas son:

Ricaurte: Colegio Ricaurte, 847 alumnos de 4to a 6to de bachillerato.

El Valle: Colegio Guillermo Mensi, 918 alumnos de 4to a 6to de bachillerato.

Baños: Colegio Manuel Córdova Galarza, 667 alumnos de 4to a 6to de bachillerato Ministerio de Educación (2017).

La población estudiantil de los tres colegios que están cursando el bachillerato es de 2.432, al aplicar la fórmula para muestras finitas con un margen de error del 5% y confianza del 95% la muestra es de 332 estudiantes.

Por otra parte, para el estudio cualitativo la unidad de análisis son nueve padres de familia de las parroquias anteriormente descritas, a los cuales se les va a realizar una entrevista semi-estructurada acerca de la historieta Solimán.

2.8 Instrumento

Las preguntas de la encuesta van a ser realizadas en escala Likert y además con base en las variables de Ziemendorf & Krause (2003). (Ver tabla 5)

La encuesta para este estudio es una adaptación de los cuestionarios de la tesis de Zalamea (2016) titulado “La enseñanza sobre el mundo microbiano y resistencia bacteriana”, en niños de diez años. El cuestionario está en el Anexo 1.

Tabla 5 Variables según la clasificación de Ziemendorf and Krause

<i>Variable</i>	<i>Descripción</i>
<i>Atracción</i>	Ayudará que el material sea apreciado, despierte el interés y llame la atención para que el mismo sea atractivo.
<i>Entendimiento</i>	Como la tira cómica es entendida por los adolescentes encuestados.
<i>Identificación</i>	Manera como los adolescentes se identifican con los personajes de la tira cómica.
<i>Aceptación</i>	Forma como las ideas y propuestas de la tira cómica son aceptadas por los encuestados.
<i>Inducción a la acción</i>	Identificar si la tira cómica induce algún tipo de acción por parte de los adolescentes encuestados.

Fuente: Elaboración propia sobre las variables establecidas por Ziemendorf and Krause.

Por otra parte para determinar los hogares que iban a ser seleccionados como muestra el cuestionario aplicado a los adolescentes iba a tener una pregunta si dentro del hogar existen hermanos menores, pero para la encuesta definitiva esta pregunta se omitió debido a que no se podía obligar a los padres de los encuestados a que participen de esta actividad, y en vez de esto se seleccionó a moradores de las parroquias al azar que querían participar en la entrevista, para ello uno de los requisitos para ser escogidos era que sean padres de familia.

La entrevista que se aplicó a los padres de familia fue realizada por los investigadores y se la puede ver en el Anexo 2.

Inicialmente la entrevista iba a ser aplicada a quince padres, es decir, cinco por cada parroquia seleccionada, pero luego de aplicarla en nueve hogares, como investigadores nos dimos cuenta que con los datos obtenidos hasta ese momento se podía realizar los análisis respectivos puesto que algunas respuestas coincidían.

2.9 Procedimiento para aplicar la encuesta y las entrevistas

Previo a la aplicación de la encuesta, los investigadores realizaron un trámite en el Ministerio de Educación de la ciudad de Cuenca pidiendo por medio de un oficio, a los coordinadores distritales, que se nos autorice ingresar a los planteles educativos mencionados en la metodología para aplicar a los estudiantes de bachillerato la encuesta acerca del cómic Solimán.

La encuesta se aplicó desde el 10 de octubre al 10 de noviembre del 2017 y antes de hacerles la entrega de las mismas, se les mostró a cada uno de ellos un ejemplar de la tira cómica Solimán por diez minutos, luego de ese lapso se les facilitó el cuestionario para que lo llenen.

Por otra parte, las entrevistas a los padres de familia fueron realizadas desde el 20 de diciembre del 2017 al 8 de enero del 2018, para realizarlas los investigadores acudimos a sus hogares y se trató de ser lo más imparciales posible, para no inducir en ellos a ninguna de las respuestas

Cada entrevista fue grabada y tuvo una duración aproximada de 10 minutos cada una, a la brevedad fue transcrita para poder comparar los datos entre uno y otro padre de familia anexo 3.

2.10 Análisis de datos

El análisis de los datos de las encuestas se hará mediante el programa SPSS, y los resultados que se obtengan permitirán emitir una conclusión acerca del impacto que tiene el cómic Solimán en los adolescentes y sus familias que habitan en las parroquias seleccionadas.

Las entrevistas van a ser analizadas por medio de la creación de categorías que los investigadores formularon anexo 4, este tipo de análisis va a permitir entender si Solimán incide en la conversación familiar en torno a la gestión de la prefectura.

CAPÍTULO 3

ANÁLISIS DE DATOS CUANTITATIVOS

3.1 Introducción

El cómic pasó de ser un medio que divertía a niños y adolescentes a convertirse en algo que debe meditar para poder entenderse Arizmendi (1975). Esta drástica transformación se debe en gran medida a que en tiempos anteriores los autores manejaban de manera implícita su ideología; mientras que en la actualidad lo hacen de manera explícita hasta llegar a ser un medio de comunicación que instruye divirtiendo Silva (1970).

Entonces se puede decir que ahora el cómic debe ser considerado como un mecanismo de penetración ideológica que tiene como objetivo a niños y adultos, siendo en los primeros donde en la actualidad centra sus esfuerzos para generar una transculturización ideológica Bello (2007).

Esta transculturización ideológica se centra en los niños porque son más fáciles de moldear y apelando al cómic se puede hacer que cosas difíciles de entender como la política o la economía se vuelvan relativamente fáciles, logrando de esta manera sostener la estructura de poder dominante; es decir de quien creó el cómic D'Adamo (2000).

Todo lo expuesto con anterioridad nos indica que las tiras cómicas de una u otra manera inducen algo en quien las lee; pero para conocer más a fondo esa sensación se procedió a analizar la historieta de la Prefectura del Azuay denominada Solimán. El estudio como tal se basa en el análisis de las respuestas a la encuesta aplicada a los adolescentes involucrados en este proceso, para así conocer el impacto real que dicha historieta causa en ellos.

3.2 Metodología

Con el objetivo de determinar el impacto que tiene la tira cómica Solimán en el público adolescente y sus familias, se diseñó un estudio no experimental y transeccional con un enfoque metodológico mixto, en esta sección de la investigación

se va a tratar la parte cuantitativa, a través de la aplicación de una encuesta a adolescentes con una edad media de 16 años de las parroquias involucradas (Ver anexo 5).

Las preguntas de la encuesta fueron realizadas en escala Likert, donde en cinco preguntas 1 corresponde a muy en desacuerdo y 5 muy de acuerdo; mientras que en dos preguntas 1 equivale a me disgusta mucho y 5 me gusta mucho; además la encuesta también tuvo preguntas que estuvieron destinadas a conocer el consumo de medios y el nivel de recordación que tienen los encuestados hacia las obras que anuncia la Prefectura en la contraportada del cómic; cabe mencionar que estas preguntas fueron realizadas sin escala.

Todas las preguntas ya sea que tengan escala Likert o no fueron realizadas con base en cinco criterios que presentan Ziemendorf & Krause (2003) mencionados en el capítulo anterior. (Ver tabla 5)

Los criterios que se exponen en la tabla 1, van a ayudaran a conocer el impacto que tiene la tira cómica Solimán en los adolescentes y sus familias, para medir si se cumple o no, cada uno de los postulados de Ziemendorf y Krause, las respuestas deben ser igual o mayor a un 70%. Si no cumplen con este porcentaje se entenderá que algunos aspectos de la tira cómica no se ajustan a estos criterios de medición.

3.3 Resultados sobre el impacto de la Tira Cómica.

La encuesta se aplicó a los centros educativos más representativos de las parroquias Ricaurte, el Valle y Baños, se hizo en estas parroquias por ser las más pobladas del cantón Cuenca.

El cuestionario se aplicó desde el 10 de octubre hasta el 10 de noviembre del 2017 a adolescentes con una edad media de 16 años (Ver anexo 5). El total de encuestados corresponde a 332 estudiantes de los cuales el 67,5% son mujeres y el 32,5% son hombres, esto se debe a que en las parroquias donde se realizó la investigación la mayoría de la población corresponde al sexo femenino (INEC, 2010). Los datos demográficos se presentan en la Tabla 6.

Tabla 6 Datos demográficos de los encuestados

COLEGIOS ENCUESTADOS	Frecuencia (%)
Guillermo Mensi (El Valle)	33.4 %
Manuel Córdova Galarza (Baños)	34 %
Técnico Ricaurte (Ricaurte)	32.5 %
GÉNERO IDENTIFICADO	
Masculino	32.5%
Femenino	67.5%
CURSO	
Primero de Bachillerato	28.6%
Segundo de Bachillerato	35.5%
Tercero de Bachillerato	35.8%

Fuente: Elaboración propia sobre datos de la población estudiantil encuestada.

3.3.1 Nivel de atracción de la Tira cómica Solimán

A través de tres preguntas realizadas en escala Likert, se consultó a los adolescentes el nivel de atracción que tiene la tira cómica Solimán en ellos; la escala utilizada en cada pregunta fue planteada del 1 al 5, para evaluar el nivel de acuerdo o agrado, según la afirmación consultada. Entre las afirmaciones se incluyen enunciados relacionados con la extensión, la apreciación sobre los personajes, la historia en general, los dibujos y los colores. Además, hubo una pregunta directa sobre el agrado hacia la tira cómica.

Luego de realizar la suma correspondiente que agrupan a todas las preguntas que están dentro del criterio de atracción, podemos decir que en promedio equivalen al 74%, este porcentaje supera el 70% que establecen (Ziemendorf & Krause, 2003) que debe cumplir cada variable para ser entendida como válida.

Por lo tanto, podemos afirmar que el nivel de atracción en general de la tira cómica Solimán en los adolescentes encuestados es aceptable, ya que cumplió con los parámetros de medición con los que se llevó a cabo esta investigación.

3.3.2 Nivel de identificación de la tira cómica Solimán

Para conocer si los adolescentes encuestados se identifican con la tira cómica Solimán se les preguntó lo siguiente: Si tuvieras la oportunidad de ser algún personaje de la tira cómica Solimán ¿Cuál te gustaría ser?

Un 41,9% dijo que Solimán; 27,7% ninguno; 19,3% expresó no saber; 6,3% Yoretón y finalmente 4,8% dijo que le gustaría ser Don Bolo.

Los porcentajes mostrados anteriormente no superan el 70% que establecen Ziemendorf & Krause (2003) para que esta pregunta tenga validez por lo tanto, con base en esto se puede decir que los encuestados manifestaron que no se sienten identificados con ninguno de los personajes de la tira cómica.

3.3.3 Nivel de Aceptación de la Prefectura del Azuay

Para medir este parámetro se realizó una batería con ocho afirmaciones para que sean evaluadas en una escala del 1 al 5. La tabla 7 muestra las expresiones con los promedios alcanzados y la desviación estándar, que se encuentra entre paréntesis.

Tabla 7 Enunciados evaluados para medir el nivel de aceptación

<i>Enunciados evaluados y su promedio</i>	<i>Media</i>
La Prefectura soluciona problemas de la comunidad rural.	3,39 (1,1)
El gobierno se opone a los proyectos de la prefectura.	2,49 (1,2)
La gente colabora con la Prefectura del Azuay	3,59
La prefectura arregla las vías de la provincia del Azuay	(1,1) 3,92
La prefectura tiene abandonadas las vías de la provincia*	(1,1)

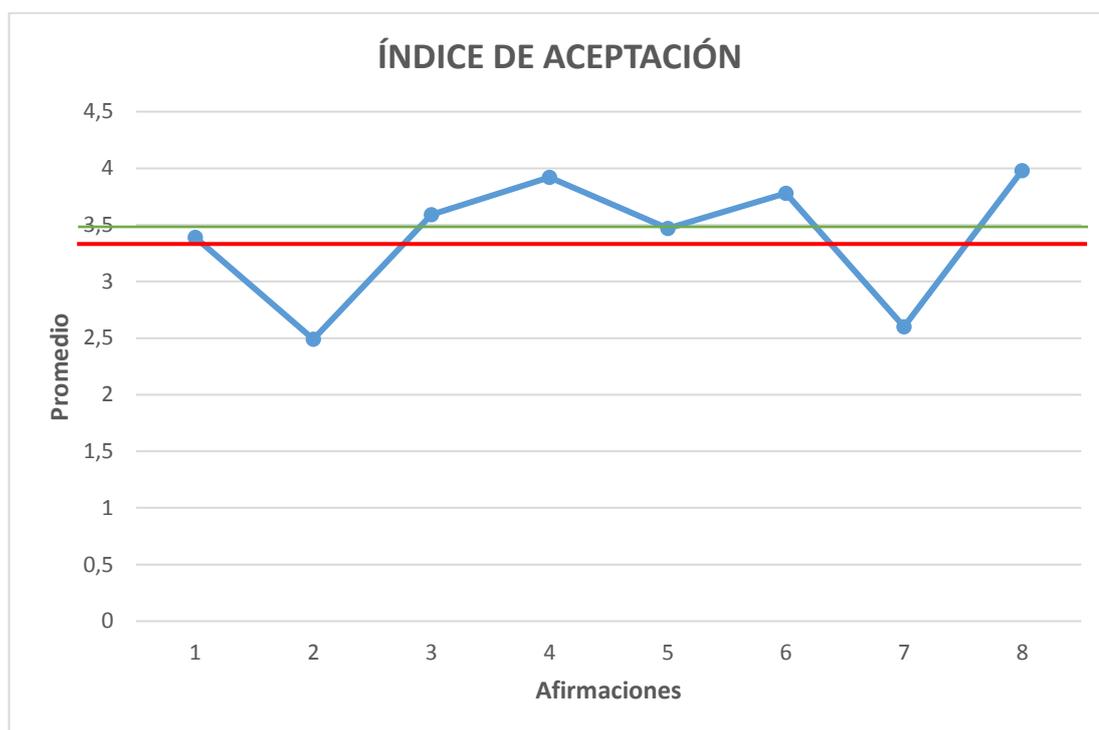
La prefectura apoya a los emprendedores del Azuay	3,47 (1,3)
La Prefectura utiliza recursos públicos para promocionarse*	3,78 (1,0)
No me interesa lo que haga la Prefectura del Azuay*	2,6 (1,3)
	3,98 (1,4)
<i>INDEX DE ACEPTACIÓN</i>	3,4 (0,5)

Fuente: Elaboración propia sobre el análisis de las encuestas aplicadas.

*Valores fueron recodificados para promediarlos dentro del indicador de aceptación

En el gráfico 1 se muestra el comportamiento de aprobación versus desaprobación en la batería propuesta. El valor aceptado, de acuerdo con la metodología debía ser 3,5 (equivalente al 70%), sin embargo, en este caso el promedio llega al 3,4, lo que nos deja en un 68% de aceptación. Esta variable no es alcanzada en la Tira Cómica.

Gráfico 1 Nivel de aceptación de la Prefectura del Azuay



Enunciados establecidos para medir el nivel de aceptación:

- La Prefectura soluciona problemas de la comunidad rural.
- El gobierno se opone a los proyectos de la prefectura.
- La gente colabora con la Prefectura del Azuay.
- La Prefectura arregla las vías de la provincia del Azuay.
- La Prefectura tiene abandonadas las vías de la provincia.
- La Prefectura apoya a los emprendedores del Azuay.
- La Prefectura utiliza recursos públicos para promocionarse.
- No me interesa lo que haga la Prefectura del Azuay.

Fuente: Elaboración propia sobre el nivel de aceptación en los diferentes aspectos de la “Prefectura del Azuay”.

Cabe recalcar que la aceptación de la Tira Cómica, en este ejercicio, ha sido entendida como la forma en que las ideas y propuestas de la historieta son aceptadas por los encuestados. Este es un paso más allá del entendimiento y la atracción por el cómic. Es por ello que se validan los mensajes sobre la Prefectura que están implícitos en la Tira Cómica. La aceptación o no de esos mensajes se evalúa a partir de la escala Likert.

3.3.4 Nivel de entendimiento de la Tira Cómica Solimán

Para analizar esta variable se procedió a segmentarla en cinco dimensiones las cuales ayudarán a tener una mejor noción sobre el nivel de entendimiento que tienen los encuestados hacia la tira cómica. Lo que se va analizar corresponde a: el mensaje que transmite la tira cómica, identificación sobre el malo de la historia; el motivo de enfrentamiento; características de Solimán; y el contenido en el caso de difundir el mensaje.

1.- Mensajes que transmite la tira cómica Solimán

En el caso de la evaluación del mensaje, se preparó una batería de seis afirmaciones para ser evaluadas en una escala del 1-5. El resultado se muestra en la tabla 8.

Tabla 8 Afirmaciones para evaluar el mensaje de la “Tira Cómica Solimán”

<i>Enunciados evaluados y su promedio</i>	<i>Media</i>
Hay que luchar contra los malvados que perjudican al Azuay *	4,39
La provincia del Azuay progresa con el trabajo de su gente	4,02 (1,0)
Todos debemos ser superhéroes para que el Azuay progrese	3,93 (1,2)
La Prefectura del Azuay realiza obras para la provincia *	3,78
El gobierno se opone a los proyectos en el Azuay	2,57
Hay gente que se opone al trabajo de la Prefectura	(1,3) 3,00 (1,3)
Promedio parcial	3,62

Fuente: Elaboración propia sobre la batería de la variable entendimiento.

* Variables que superan el 70%.

Cabe destacar que en las expresiones de mayor relación con la Tira Cómica como es el caso de la lucha contra los malvados y la obra de la prefectura del

Azuay, los promedios son mucho más altos que el promedio parcial de esta dimensión que fue de 3,62, equivalente al 72,4%.

2.- Malo de la historia

Esta dimensión se planteó para conocer si los encuestados entendieron cuál es el malo de la historia. El 94% de los adolescentes señalaron de forma correcta que Yoretón es el villano.

3.- Motivo de enfrentamiento o identificación del conflicto.

Tomando como referencia la tira cómica se presentó una batería de cuatro opciones para ser señaladas por los encuestados, además de la opción abierta. El resultado fue el siguiente: (Ver tabla 9)

Tabla 9 Identificación del conflicto por parte de los encuestados

<i>Enunciados evaluados</i>	<i>Porcentaje</i>
Intento de boicot a la feria de emprendedores	52.7%
Vías en mal estado en la provincia del Azuay	26.8%
Pérdida de las cosechas de los comuneros	16%
No sé	2,7%

Fuente: Elaboración propia sobre los enunciados respecto a la identificación del conflicto.

Se puede decir que el conflicto real entre estos dos personajes es el “Intento de boicot a la feria de emprendedores”; pero los resultados demuestran que este enunciado a pesar de tener un 52,7% no supera el 70%, por lo tanto, no hay un entendimiento pleno del conflicto real que trata de posicionar la tira cómica.

4.- Características de Solimán

Esta dimensión esta creada para determinar si los encuestados entienden las características que tiene Solimán en el cómic; y entre los enunciados están: (Ver tabla 10)

Tabla 10 Nivel de entendimiento de las características de Solimán

<i>Enunciados evaluados y su promedio</i>	<i>Media</i>
Solimán ayuda a regar los cultivos en la provincia del Azuay	3,41 (1,4)
Brinda apoyo a los azuayos para que la provincia prospere	4,36 (0,9)
Conversa con el prefecto para que solucione los problemas	3,59 (1,3)
Es un aliado del gobierno para apoyar a los emprendedores*	2,12 (1,3)
Es un personaje que sirve para promocionar al Prefecto	3,40 (1,4)
Promedio parcial	3,38

Fuente: Elaboración propia sobre las posibles características de Solimán.

*Valores fueron recodificados para promediarlos dentro del indicador de aceptación

A pesar de que el promedio general de 3,38, equivalente al 67,6% está ligeramente por debajo de lo aceptado en la metodología, sin embargo, frases de mucha fuerza como el hecho que Solimán “Brinda apoyo a los azuayos para que la provincia prospere” llega a un acuerdo del 80%. Cabe recalcar que la expresión “es un aliado del gobierno para apoyar a los emprendedores”, que no debió tener acogida, alcanzó la aprobación del 68,4% (suma del “de acuerdo” + “muy de acuerdo”). En la tabla se muestra con los valores recodificados, eso explica el tan bajo promedio alcanzado. Es una muestra de la confusión en la comprensión sobre la relación Prefectura – Gobierno, que la tira cómica trata de insinuar.

5.- Difusión del mensaje

Esta dimensión está destinada a entender la manera como los encuestados transmitirían el mensaje de la tira cómica a un amigo. Las expresiones evaluadas en una escala de 5 puntos fueron las siguientes: (Ver tabla 11)

Tabla 11 *Cómo los encuestados transmitirían el mensaje de la “Tira Cómica Solimán” a un amigo*

<i>Enunciados evaluados y su promedio</i>	<i>Media</i>
La tira cómica es sobre el trabajo de la prefectura del Azuay en la provincia	3,96 (1,1)
La tira cómica es sobre conflictos entre héroes y villanos	2,92
La tira cómica es sobre los problemas en la vida de los habitantes de la provincia	(1,4) 3,56
La tira cómica es sobre el gobierno que no apoya a la provincia del Azuay	(1,2) 2,43
	(1,4)
Promedio parcial	3,22

Fuente: Elaboración propia sobre la variable de entendimiento en cuanto al mensaje que les transmite Solimán.

De igual manera que en las otras dimensiones, a pesar que el promedio parcial no llega al mínimo aceptado por la metodología, es decir 3,5 o 70%, existen frases con mucha fuerza como es la expresión “La tira cómica es sobre el trabajo de la prefectura del Azuay en la provincia”. Esto quiere decir que si bien, hay una comprensión del mensaje central, las ideas secundarias no han sido del todo entendidas por los encuestados.

En general, la variable entendimiento tiene un promedio del 70,22% que llega al mínimo aceptado por la metodología. Este valor se explica por el alto impacto de las ideas fuerza identificadas en el análisis, pero que se ven afectadas por la confusión en la comprensión de las ideas secundarias, sobre todo en el conflicto entre la prefectura y el gobierno.

3.3.5 Inducción a la acción

Esta dimensión esta creada para conocer a qué les motiva a los encuestados la tira cómica luego de haberla leído. Fue evaluada a partir de una batería de 8 ítems, en una escala del 1-5. (Ver tabla 12)

Tabla 12 Motivaciones después de haber leído la “Tira Cómica Solimán”

<i>Enunciados evaluados y su promedio</i>	<i>Media</i>
No volvería a leer otra tira cómica del Solimán*	3,85
Me gustaría leer otra tira cómica del Solimán	(1,4)
Coleccionaría las tiras cómicas del Solimán	3,78
A cuidar a la provincia del Azuay	(1,3)
A no ser una persona malvada	2,98
A trabajar en comunidad	(1,4)
A apoyar a la Prefectura del Azuay	3,45
No me motiva a hacer nada*	(1,5)
	3,31
	(1,5)
	3,60
	(1,5)
	3,48
	(1,4)
	3,55
	(1,7)
INDEX IDUCCIÓN A LA ACCIÓN	3,50

Fuente: Elaboración propia sobre las motivaciones que despierta la tira cómica en los adolescentes.

*Valores han sido recalculados.

La inducción a la acción se aprueba de acuerdo con la metodología, ya que llega a un promedio del 70% (equivalente al 3,5 en una escala del 1-5). Se destaca que las expresiones de rechazo son bastante bajas (aquí presentado en valores recalculados) y la principal motivación es a trabajar en comunidad.

3.4 Fuentes de información

Del total de los encuestados el 58,7% manifestaron que no habían escuchado hablar de Solimán antes de leer la tira cómica, frente a un 41,3% que sí han escuchado

del Héroe Solidario. Del porcentaje que sí conocían a Solimán el 33,4% señaló que lo ha escuchado en la radio; esto se debe a que en las zonas rurales del cantón Cuenca la radio sigue siendo el medio predilecto para los habitantes.

3.5 Recordación

El nivel de recordación que los encuestados tuvieron hacia las obras que la prefectura anuncia en la contra portada de la tira cómica no fue positivo ya que el 59,6% no recordó las vías que el gobierno provincial está dando mantenimiento.

Sin embargo, un 72,6% recuerda que la Prefectura del Azuay es la entidad pública que da mantenimiento a las vías de la provincia, frente a otras entidades como el Gobierno central y el Municipio de Cuenca que se encuentran con porcentajes muy bajos.

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS CUALITATIVO

4.1 Introducción

Historieta, cómic o tebeo, no importa cómo se lo denomine a este medio de comunicación de masas sino la forma como se lo ha utilizado desde su aparición en la prensa. Por mucho tiempo este instrumento comunicacional fue utilizado para otorgar un entretenimiento infantil pero con el avance del tiempo esta plataforma ha servido para contar cualquier historia inclusive sea con fines propagandísticos, educativos o autobiográficos que pueden ser protagonizadas por héroes, monstruos, animales, personas reales o ficticias Vilches (2014).

En la actualidad el cómic es un medio de comunicación de masas tan versátil que puede ser considerado como un género periodístico de opinión, en el cual por medio del humor una persona o institución pretende inducir en los lectores temas referentes a política o de actualidad informativa con la finalidad de generar un cambio en la manera de pensar que sea beneficioso para él García & Meléndez (2006).

Lo expuesto anteriormente es lo que se pretende demostrar por medio del estudio de la Tira cómica Solimán que es emitida por la Prefectura del Azuay, para lograr este cometido se utilizó una metodología cualitativa, que se basa en el análisis de las respuestas a la entrevista semi-estructurada que se aplicó a los involucrados en este proceso para así revelar la opinión de los ciudadanos hacia la tira cómica Solimán.

4.2 Metodología.

Esta investigación forma parte de un estudio de tipo no experimental y transeccional con un enfoque metodológico mixto, en este apartado de la investigación se va a tratar la parte cualitativa que comprende el análisis de las respuestas otorgadas por los involucrados hacia la entrevista semi-estructurada acerca de la Tira cómica Solimán.

La muestra seleccionada para este proceso fue escogida con base en el plantel educativo donde se aplicó la encuesta a los adolescentes; inicialmente se pretendía realizar la entrevista a 15 padres de familia de las parroquias Ricaurte, El Valle y Baños, pero en el transcurso de las mismas se cambió a nueve debido a que se contó

con suficiente información para cumplir con el objetivo de la investigación; además el acceso a las familias fue uno de los desafíos de esta fase, sin embargo la concordancia de respuestas entre una y otra parroquia nos permitió cerrar el proceso en los nueve entrevistados.

Las entrevistas tenían una duración en promedio de 10 minutos por padre de familia y se aplicó a seis hombres y tres mujeres. Estos valores dependieron mucho de quien estaba en casa en el instante de realizar el diálogo o de quien quería participar en el mismo.

Las entrevistas como tal se llevaron a cabo en el hogar de cada involucrado, para lo cual los investigadores se desplazaron hasta los domicilios de cada padre de familia y de esta manera poder recolectar la información requerida para este análisis. La recolección de datos tuvo una duración de tres semanas y en todo momento de las entrevistas se trató de apelar a la imparcialidad para no inducir ningún tipo de respuesta.

Para el análisis de los datos, todas las entrevistas fueron grabadas e inmediatamente transcritas. Para el análisis correspondiente en primer lugar se apeló a revisar cada caso por separado, luego se procedió a construir categorías que a su vez contienen subcategorías (Ver tabla 13), en las cuales podía estar ubicada una o más preguntas de la entrevista. Posteriormente se procedió a etiquetar cada respuesta para así poder identificar de qué parroquia provenía la misma; finalmente se realizó un escrito en general donde se agrupan todas las respuestas de cada categoría y además se brinda un detalle del por qué se creó esa categoría y un concepto de la misma.

Cabe mencionar que todo el proceso de análisis fue realizado en equipo, contrastando una respuesta con otra para así lograr resultados óptimos que ayuden a responder a los objetivos por los cuales se realizó esta investigación.

Tabla 13 Cuadro de categorías y subcategorías

<i>Categoría</i>	<i>Preguntas</i>	<i>Subcategoría</i>	<i>Descripción</i>
Conocimiento de política.	<p>1. Para comenzar, nos gustaría saber su criterio sobre el desarrollo de la parroquia de ¿Cómo están las cosas aquí?</p> <p>2. ¿Qué opinión tiene usted de los políticos locales? /Miembros de la junta parroquial/ Alcalde/Presidente.</p> <p>3. ¿Usted considera que las cosas en la parroquia están mejor, igual o peor que en el tiempo de Rafael Correa?</p>	<p>Percepción de la ciudadanía ante su parroquia.</p> <p>Nivel de conocimiento de política.</p> <p>Comparación del desarrollo de la parroquia entre el Gobierno de Lenín Moreno y Rafael Correa.</p> <p>Aceptación de políticos.</p>	<p>Cuál es el nivel de conocimiento ante su comunidad.</p> <p>Identificar si el entrevistado conoce o le interesan los temas políticos.</p> <p>El entrevistado tiene un criterio político amplio.</p> <p>Opinión acerca de las distintas entidades públicas.</p>

	4. ¿Qué opinión tiene usted acerca de lo que hace la junta parroquial por su comunidad?/lo que hace el gobierno por la provincia.		
Conversación familiar de política.	5 ¿Qué tanto se conversa sobre estos temas en la casa?	No conversan. Sí conversan.	Solimán está presente en las conversaciones de familia.
Conocimiento de la tira cómica Solimán.	6. Probablemente usted ha escuchado sobre el personaje Solimán ¿Qué ha escuchado? ¿Por qué medio? 9. ¿Qué recuerda acerca del personaje Solimán? 10. ¿Qué otros personajes recuerdan usted de la (Tira	Apreciación de solimán. Medios. Características de solimán. Otros personajes de la tira cómica. Creación y opinión de la tira cómica.	Identifican a Solimán. Medio por el cual han escuchado de Solimán. Identificación de los rasgos de Solimán. Determinar si conocen los personajes de la tira cómica. Identifican la creación de Solimán

	<p>Cómica, Cuña radial) del Solimán?</p> <p>11. Ha escuchado hablar de Yoretón ¿Quién es él?</p> <p>13. Usted sabía que la Tira Cómica Solimán fue creada en la Prefectura del Azuay ¿Qué opina?</p> <p>14. En su opinión, para qué sirve la Tira Cómica Solimán.</p>		<p>por parte de la prefectura y dan su opinión ante esto.</p>
<p>Conversación de Solimán.</p>	<p>7. Han conversado con familiares y amigos sobre este personaje. ¿Qué les parece?</p> <p>8. Alguna vez se ha hecho alguna broma acerca de</p>	<p>No conversan.</p> <p>Sí conversan.</p> <p>Bromas acerca de solimán.</p> <p>Comparación con políticos reales.</p>	<p>Solimán está presente en la conversación entre amigos.</p> <p>Solimán como referente cómico para bromas.</p>

	<p>este personaje ¿Qué se ha dicho?</p> <p>12. Si usted pudiera comparar los personajes de la Tira Cómica Solimán, con políticos de la vida real, ¿con quién los compara?</p>		<p>Con quién identifican a Solimán.</p>
<p>Conocimiento de la Prefectura del Azuay.</p>	<p>Opinión sobre el prefecto.</p> <p>Opinión sobre lo qué hace la Prefectura del Azuay.</p> <p>15. En su opinión del 1 al 10 ¿cómo califa la gestión del Prefecto Paul Carrasco? ¿Por qué?</p>	<p>Obras de la prefectura.</p> <p>Imagen del prefecto.</p>	<p>Conocimiento de obras en sus comunidades.</p> <p>Opinión de la gestión del prefecto en la provincia.</p>

Fuente: Elaboración propia sobre variables creadas para la clasificación del cuestionario de entrevista.

4.3 Resultados

4.3.1 Conocimiento de política

Se entiende por conocimiento de política a la información que la gente tiene de política, la manera cómo funciona el sistema político y los distintos eventos mundiales; en general el conocimiento político de los ciudadanos es muy limitado ya que ignoran cuestiones importantes como cuáles son sus representantes, gobernadores u otros funcionarios. Son pocas las personas que tienen un conocimiento bueno de política y saben las leyes y la historia que hay detrás de las mismas (Instituto Nacional de Estudios Políticos (2006).

Ante la descripción presentada anteriormente se puede decir que los padres de familia entrevistados tienen un conocimiento aceptable de política ya que identifican de buena manera a las instituciones locales, provinciales y nacionales, sus competencias y las personas que están a cargo de las mismas; y a partir de todo esto realizan opiniones, críticas y comentarios coherentes con la realidad que vive el país en la actualidad, esto se evidencia en expresiones como:

A nivel de junta parroquial:

“Yo creo que están solo por el puesto o por el sueldo o por hacerse conocer y seguir subiendo hasta hacerse candidatos para otra cosa, creo que se olvidan que la parroquia los eligió a ellos” Entrevistado 1 Valle (2017).

A nivel de la alcaldía:

“El Alcalde está trabajando pero no ha cumplido su plan de trabajo...hay cosas algunas cosas que se heredaron yo creo que eso no es pretexto...” Entrevistado 1 Valle (2017).

A nivel del gobierno central:

“...el simple hecho de la deslealtad del señor yo no le veo con buenos ojos...no le sigo como presidente” Entrevistado 1 Valle (2017).

“...un poco de cosas con las que estoy de acuerdo a comparación del anterior... ya no hay mucho gasto público” Entrevistado 1 Baños (2018).

4.3.2 Conversación familiar de Política

A esta categoría se la define como el nivel de información que se comparte y recibe de política entre los individuos que conforman el núcleo familiar, este proceso inicia con la recogida, el almacenamiento y la difusión de mensajes e información; la finalidad de este ejercicio no es el de persuadir; sino más bien compartir indagaciones que se consideren vitales que un miembro de la familia sepa (Instituto Nacional de Estudios Políticos (2006).

Con base en la aclaración presentada se puede decir que las familias entrevistadas tienen conversaciones asiduas sobre temas políticos dentro de sus hogares ya que se evidencia en todos los casos un interés por mantener informada a la familia sobre la situación que atraviesa ya sea la parroquia, la provincia o el país, esto se lo puede corroborar en las siguientes expresiones:

“Conversamos más de las obras, que falta obras, que falta un poco más de seriedad con las provincias, ciudades, más compromiso” Entrevistado 3 Valle (2017).

“En la casa con mis hijos, con mi esposa, con mi madre, con mis hermanos hablamos de política” Entrevistado 1 Valle (2017).

“... se conversa muy a menudo especialmente lo que son nuevas leyes... nuevos impuestos porque son temas... que cada día afectan más a la población” Entrevistado 1 Baños (2018).

“Se conversa mucho sobre temas políticos porque todos los días hay algo nuevo en los medios de comunicación” Entrevistado 2 Ricaurte (2017).

4.3.3 Conocimiento de la tira cómica Solimán

El conocimiento de una tira cómica consiste en la manera como los individuos averiguan e identifican las características tanto explícitas como implícitas de una historieta, y están en la capacidad de retener y transmitir este tipo de información Granja (1987).

Con base en la aclaración suscitada con antelación y lo que mencionan los entrevistados se puede decir que los mismos conocen de la existencia de Solimán “...he escuchado que es un héroe solidario que trata de buscar la mejora de la comunidad” Entrevistado 1 Ricaurte (2017).

Por otra parte mencionan que se han enterado de este personaje por medio de la radio ya que todos coinciden que han escuchado de sus aventuras por las distintas emisoras de la ciudad “He eeee ... escuchado de él que lucha con los campesinos por tener días mejores digamos y lo he escuchado por la radio” Entrevistado 2 Ricaurte (2017).

Además, se puede decir que los padres de familia tienen una aceptable identificación de las distintas características que tiene Solimán y eso se lo puede corroborar en expresiones como:

“... recuerdo que es un hombre de contextura mediana, delgado, de piel morena... el color de su vestimenta es blanca (risa) se identifica con los colores del partido del señor prefecto, además creo que él tiene un poder mágico con el azadón” Entrevistado 1 Valle (2017).

“la característica que más recuerdo del personaje es la capa y el azadón que lleva con el que defiende, con respecto al color de su vestimenta su capa es azul, su traje es blanco y lleva el sombrero tradicional de la provincia del Azuay”

Entrevistado 3 Baños (Solimán, 2018).

Por otra parte, los entrevistados en su mayoría reconocen, además de Solimán, a Yoretón, el cual identifican como el malo de la historieta

“El famoso Yoretón (risa), era muy visible que era contra el gobernador Lloret” Entrevistado 1 Valle (2017).

“He escuchado que es el malvado y... el..., el que le ... pone trabas al Solimán para que no haga las cosas como él quiere (risas)” Entrevistado 2 Ricaurte (2017).

Finalmente los entrevistados saben que la tira cómica Solimán fue hecha por la Prefectura del Azuay y mencionan, en su mayoría, que la misma es un desperdicio de dinero “..yo creo que es un desperdicio de plata porque para crear tremenda tira cómica, para crear un personaje yo creo que se necesita también bastante dinero” Entrevistado 1 Baños (2018). Consideran que en vez de ello deberían dedicarse a hacer obras prioritarias que hacen falta en la provincia.

Por último, se puede decir que los padres de familia tienen opiniones divididas acerca de la utilidad de la tira cómica ya que anteriormente mencionaron que era un

desperdicio de dinero y en expresiones que se muestran a continuación exponen que su utilidad es para informar de los avances que hace la institución.

“para informarnos de los avances que han realizado en la prefectura de donde están trabajando ellos”; “...por una parte nos informa de los avances que realiza la prefectura pero por otro lado pienso que... como que sería algo en vano que gastaran el dinero en esta tira cómica” Entrevistado 1 Ricaurte (2017).

Mientras que otros dicen que su utilidad es con fines políticos:

“más para una discusión entre políticos, para cháchara entre uno y otro, para el uno quedar bien y el otro mal y para... menospreciar el trabajo que se puede hacer o el escaso trabajo que se puede hacer entre uno y otro en los ofrecimientos que hicieron en campaña” Entrevistado 1 Baños (2018).

4.3.4. Conversación de Solimán

Conversar es una interacción entre individuos, una actividad social donde se utilizan códigos lingüísticos junto con otros códigos no verbales que acompañan a la palabra para desempeñar esta acción Valls (2002).

La definición anterior va a permitir comprender la manera como los padres de familia entrevistados realizan la conversación acerca de Solimán dentro de su hogar.

Podemos decir que este personaje en cierta forma despierta interés como tema de conversación ya que cinco entrevistados dijeron que sí hablan de él,

“sí, Solimán llegó mucho a todo Cuenca inclusive todos nos reímos, mi hijo también habla de Solimán, habla de los otros personajes porque yo creo que se quedó como una historieta dentro de la ciudad “Entrevistado 1 Valle (2017);

“sí, con mi esposo él es radio oyente de la 9.61 y él algo, algo me ha contado...” Entrevistado 2 Ricaurte (2017).

Mientras que los otros cuatro entrevistados manifestaron que para nada Solimán era tema de conversación dentro de sus hogares y eso se evidencia en expresiones como: “no, ni a mis hijos les gusta eso” Entrevistado 2 Valle (2017); “no de este personaje nada al respecto” Entrevistado 1 Baños (2018).

En cuanto a bromas que se realizan acerca de este personaje se puede decir que a quienes no les agrada para nada la idea de hacer mofa de Solimán se debe a que no

conversan del personaje o no comparten la idea de hacer bromas acerca de temas políticos “no sabe que yo soy de esas personas que me gusta respetar a los demás porque si me pongo hacer bromas a veces van más allá y es un poco medio complicado se comienza desde el respeto para uno mismo” Entrevistado 3 Valle (2017); mientras que quienes sí bromean, lo hace para burlarse de sus amigos o familiares que solo dicen cosas y nunca cumplen “...hemos puesto personajes sobre él, incluso tengo un amigo que le decimos Solimán; porque anda él también llevando el azadón y solo bla bla bla habladuría;” Entrevistado 3 Ricaurte (2017).

Finalmente se puede decir que los padres de familia entrevistados, porque conocen de la tira cómica Solimán, pueden hacer comparaciones de los personajes de la misma con políticos de la vida real; en este sentido en su mayoría hacen una asociación bien marcada entre el prefecto Paúl Carrasco con Solimán y Cristóbal Lloret con Yoretón.

“En el caso de Solimán lo asocio con el prefecto y a Yoretón (silencio)... con Lloret podría ser” Entrevistado 1 Ricaurte (2017).

“Solimán con el prefecto, Yoretón con Cristóbal Lloret y Calavera con el alcalde” Entrevistado 1 Valle (2017).

4.3.5 Conocimiento de la Prefectura del Azuay

El conocimiento de la Prefectura del Azuay se refiere a la forma como sus usuarios entienden y asimilan la información que esta entidad les entrega para ellos descomponerla y generar nuevas opiniones acerca de la misma.

Por medio de la aclaración presentada anteriormente, y con base en lo que dicen los entrevistados se puede decir que en general todos conocen lo que hace la Prefectura del Azuay, además mencionan que esta institución sí ha realizado ciertas obras, pero los habitantes no se sienten conformes con las mismas, ya que mencionan que estas obras quedan inconclusas o no reflejan las verdaderas necesidades de la comunidad.

“...la prefectura realizó el pavimentado de 14 km de la vía principal al Valle creo que fue 5 pulgadas de asfalto, pero lamentablemente las veredas no se concluyeron...” Entrevistado Entrevistado 1 Valle (2017).

“Las vías únicamente eso nada más” Entrevistado2 Ricaurte (2017).

Finalmente en cuanto a lo que conocen del Prefecto del Azuay Paúl Carrasco se puede decir que buena parte de los entrevistados tienen una imagen negativa del mismo ya que mencionan que en su gestión la mayoría de cosas quedan en ofrecimientos o es más la propaganda que se hace, que las obras en sí “...me doy cuenta que muchas cosas quedan en ofrecimientos y hay que estar presionando para que alguna cosa llegue; y eso también si llega una obra lo hace a medias porque no la culmina del todo” Entrevistado 1 Ricaurte (2017); “Ahh... Del prefecto yo le digo es mucho la propaganda que se hace, pero en obras prácticamente no se ve...” Entrevistado 1 Ricaurte (2017); además comentan que debería evitar hacer gastos innecesarios que no hacen ningún beneficio a las comunidades “El prefecto creo que debería evitar hacer gastos en publicidad y esas cosas e invertir en obras para la mejora de la ciudadanía o de la parroquia el Valle, no solo el Valle si no también otras parroquias” Entrevistado 3 Valle (2017).

Y en referencia a la manera como los entrevistados califican a la gestión de Paúl Carrasco expresan lo siguiente:

“Un 8 porque... realmente en algunos sectores de la ciudad veo que si ha habido mejoras en la parte del asfalto... Entrevistado 1 Ricaurte (2017).

“Un 8 porque si ha desempeñado bien su papel.... Y he visto cambios y que ha realizado muchas cosas... Entrevistado 3 Baños (2018).

“Le pongo un 8 yo creo que falta más.... Yo veo que algunos dicen que la prefectura está abriendo caminos, que está arreglado las vías, pero le falta ver donde más se necesita” Entrevistado 3 Valle (2017).

“Yo le pondría un 3 porque, por el avance que se ha hecho, es poco por no decir nada” Entrevista 1 Baños (2018).

“...el prefecto en la provincia tal vez haga otras cosas en otras parroquias, pero yo le que he visto en mi barrio que ni un 3 porque no ha hecho nada” Entrevista 2 Valle (2017).

CAPÍTULO 5

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La sociedad actual se caracteriza por la presencia constante de medios de comunicación en sus vidas los cuales mantienen informados a todos acerca de lo que ocurre en el planeta; esto hace que sea difícil ignorar el impacto que generan en el diario vivir Baudet (2001).

Los distintos medios de comunicación como la radio, la televisión, los diarios o incluso los cómics son instrumentos que permiten inducir en las personas referentes para interpretar el mundo, o incluso funciones que son de competencia de la familia como la transmisión de valores, cultura, etc. Rodríguez (1988).

Los cómics fueron creados como un instrumento puramente distractivo, pero con el pasar de los tiempos su modalidad original fue mutando hasta convertirse en un medio instructivo; sin perder su esencia original claro está, esto se debe a que por medio de la parte gráfica la historieta permite que se acoplen conocimientos en la persona que lee el cómic y de esta manera se ejerza un impacto en la misma Baudet (2001) .

Para poder determinar el impacto que generan las historietas se analizó el cómic Solimán; para ello se aplicó un cuestionario a adolescentes con base en cinco variables que postulan Ziemendorf & Krause (2003) las cuales son: atracción, aceptación, entendimiento, identificación e inducción a la acción. Todas estas variables, para que tengan validez, deben superar el 70%, y en este estudio esa regla no es la excepción, ya que se utilizó los mismos parámetros para dar validez a los diferentes aspectos que se preguntaron del cómic Solimán.

Las variables que superan el porcentaje recomendado por Ziemendorf & Krause (2003) en los adolescentes son aquellas que estuvieron destinadas a medir el nivel de entendimiento, atracción e inducción a la acción, las cuales hacen referencia a aspectos como: las características de la tira cómica, el nivel de agrado en general del cómic, el mensaje que transmite, las características que posee Solimán y la acción a la que motiva el cómic luego de haberlo leído (Ver tabla 14).

Tabla 14 Variables y porcentajes según Ziemendorf and Krause de la “Tira Cómica Solimán”

<i>Variable</i>	<i>Porcentaje</i>
Atracción	74%
Identificación*	41,9%
Aceptación*	68%
Entendimiento	70,22%
Inducción a la acción	70%
Recordación	72.6%

Fuente: Elaboración propia sobre las variables utilizadas en la investigación.

*Variables que no superan el 70%.

Entre los hallazgos más relevantes para poder afirmar que la tira cómica sí genera un impacto en los adolescentes está que la misma es atractiva para ellos en el sentido de que les gustan los colores, los personajes y la forma de contar la historia en general.

Otra característica que demuestra el impacto del cómic se representa en el anhelo por leer otro ejemplar del cómic ya que este les motiva a trabajar en comunidad a pesar de que no se sienten identificados con Solimán ni con otros personajes de la historieta; esto se puede explicar por la idiosincrasia de las zonas rurales ya que en esas comunidades se inculcan estos valores, un vivo ejemplo de aquello es el trabajo en mingas que se desarrollan en estos sectores.

De igual manera otro enunciado que permite afirmar que la tira Cómica Solimán sí genera impacto en los adolescentes al momento de difundir el mensaje de la historieta es que dirían a sus amigos que se trata sobre el trabajo de la Prefectura en la provincia; esto demuestra que esta institución está implantando un mensaje en los adolescentes a través de la diversión que ofrece el cómic, esto indica que los adolescentes están absorbiendo la información tal como se la presenta en la tira cómica y asumen que eso representa la realidad de su parroquia y de la provincia.

Ahora bien, lo que se expone anteriormente demuestra que el cómic Solimán está siendo utilizado por la Prefectura como un medio para instruir, incitar y motivar en los adolescentes a que se involucren con el trabajo que desempeña esta institución.

La forma como está siendo utilizado Solimán se lo puede comparar con la manera como como el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), la Organización de Estados Americanos (OEA) y la empresa DC Cómics emplearon una historieta que crearon con la finalidad de erradicar para el año 2010 minas existentes en América Central, donde varios niños han sufrido accidentes a causa de las mismas. El cómic que crearon tuvo tal impacto que permitió por medio de las risas y los juegos educar, instruir y motivar a los niños para que no se acerquen a zonas minadas. Esto no hace más que demostrar que tanto el cómic de la UNICEF y la OEA, así como Solimán por medio de la diversión han instruido y se ha generado un impacto en su público objetivo Baudet (2001).

Retomando nuevamente al cómic que es objeto de estudio, en cuanto a la variable entendimiento los adolescentes tienen una confusión entre la prefectura y el gobierno, ya que para la mayoría una de las características de Solimán es que “brinda apoyo a los azuayos” pero para un aceptable grupo de encuestados el “Héroe Solidario” es un aliado del gobierno para apoyar a los emprendedores”. Esta confusión se da porque los adolescentes al no tener un buen criterio de política tienden a pensar que estas dos entidades velan por las parroquias rurales de la provincia.

Un dato importante a resaltar en lo que respecta al conocimiento de la tira cómica por parte de los adolescentes es que la mayoría de los encuestados señaló no haber oído hablar de Solimán antes de mostrarle la historieta, mientras que los que sí habían escuchado hablar del “Héroe Solidario” dijeron que se enteraron por la radio. A diferencia de lo que mencionan los adolescentes, los padres de familia entrevistados señalaron que sí habían escuchado hablar de Solimán, de sus características y de los otros personajes del cómic, y al igual que los adolescentes lo habían hecho por las distintas estaciones radiales de la ciudad.

Por otra parte, los padres de familia entrevistados conocen que la tira cómica fue creada por la Prefectura del Azuay, y a diferencia de los adolescentes no se dejan influenciar por su contenido, debido a que para algunos este recurso comunicativo está siendo empleado de mala manera por parte del prefecto, y consideran que es un desperdicio de dinero y una táctica política para promocionarse y contrarrestar acciones negativas que atenten contra su imagen. Otros entrevistados resaltan que la utilidad del cómic es para dar valor a las personas del campo, defender sus derechos y también para comunicar lo que hace la Prefectura del Azuay por la provincia.

Lo expuesto anteriormente refleja opiniones divididas acerca de la gestión del prefecto Paúl Carrasco al frente de la Prefectura del Azuay, los entrevistados que representan un 50% consideran que su administración en la provincia es aceptable, ya que mencionan que sí se realizan ciertas obras, pero hay demasiada publicidad de proyectos que no se culminan.

Cabe recalcar que Solimán es vinculado con el Prefecto y al momento de hablar del héroe solidario se emiten comentarios graciosos por la mayoría de entrevistados, es decir, hacen bromas entre amigos acerca del héroe. Mientras que los que no hablan para nada de este personaje prefieren evitar hacer este tipo conversaciones. Esto da a entender que Solimán sí es tema de conversación en los hogares entrevistados, así se hable de él cosas jocosas.

Por lo que se habla del “Héroe Solidario” en los hogares se puede decir que existe un vínculo entre la prefectura, el prefecto y Solimán; lo que desencadena que la tira cómica Solimán sí incide en la conversación familiar en torno a la gestión de la prefectura.

Finalmente, la investigación demostró que la tira cómica Solimán en los adolescentes sí es efectiva como estrategia de comunicación gubernamental; en razón de que los encuestados ven a la historieta como un medio de difusión de información por parte de la prefectura; es decir los aspectos analizados como son: colores, personajes, historia y mensajes que transmite este recurso comunicativo hacen que los estudiantes formen una opinión hacia esta institución.

Al igual que en los adolescentes, en los padres de familia entrevistados la tira cómica Solimán si incide de alguna manera en su conversación en torno a la gestión que realiza la Prefectura; por lo tanto, se puede afirmar que el cómic Solimán sí es efectivo como estrategia de comunicación gubernamental por todos los aspectos ya mencionados.

BIBLIOGRAFÍA

- Álamo, F. (2006). La caracterización del personaje novelesco: perspectivas narratológicas. *UNED.Revista signa*, 189-2013. Obtenido de <http://revistas.uned.es/index.php/signa/article/viewFile/6133/5866>
- Alcalá, A. (2015). *Quién está detrás de las viñetas: el uso del cómic como estrategia para la comunicación de masas*. Universidad de Valladolid, Valladolid.
- Arizmendi, M. (1975). El Cómic. En M. Arizmendi, *El Cómic* (pág. 75). Barcelona: Planeta.
- Ávila, C. (2012). El mito como elemento estratégico de comunicación política: aplicación del modelo Barthes al caso ecuatoriano. En C. Ávila, *El mito como elemento estratégico de comunicación política: aplicación del modelo Barthes al caso ecuatoriano* (pág. 143). Cuenca: Biblios.
- Baudet, J. (2001). *La historieta como medio para la enseñanza*. Caracas.
- Bello, E. (2007). *Programa Analítico de la Unidad Curricular Optativa Análisis Semiológico y Dibujo de Cómic y Manga I*. Caracas: VFR.
- Casas, N. (2015). Historia y análisis de los personajes en el cómic. En N. Casas, *Historia y análisis de los personajes en el cómic*. Madrid: Bubok publishing .
- Casas, N. (2015). Historia y Análisis de los personajes en el cómic. En N. Casas, *Historia y Análisis de los personajes en el cómic* (pág. 18).
- Culler, J. (2000). Breve introducción a la teoría literaria. En J. Culler, *Breve introducción a la teoría literaria* (pág. 102). Barcelona: Biblioteca de bolsillo.
- D' Adamo, O., & García, V. (2016). Comunicación política: narración de historias, construcción de relatos políticos y persuasión. *Comunicación y hombre*, 24-31.
- D'Adamo, O. (2000). Medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública. En O. D'Adamo, *Medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública*. (pág. 68). Buenos Aires: Belgrano.
- Diago, E., & Nieto, M. (1989). El cómic como recurso didáctico: una reflexión coeducativa. *Tabanque*, 54-55.
- Eisner, W. (2000). La narración gráfica. En W. Eisner, *La narración gráfica*. Norma.
- Entrevistado 1 Baños . (5 de Enero de 2018). Solimán. (F. Panamá, & J. Zhicay, Entrevistadores)
- Entrevistado 1 Ricaurte. (27 de Diciembre de 2017). Solimán. (F. Panamá, & J. Zhicay, Entrevistadores)
- Entrevistado 1 Valle . (20 de Diciembre de 2017). Solimán. (F. Panamá, & J. Zhicay, Entrevistadores)

- Entrevistado 2 Ricaurte . (27 de Diciembre de 2017). Solimán. (F. Panamá, & J. Zhicay, Entrevistadores)
- Entrevistado 3 Baños. (8 de Enero de 2018). Solimán. (F. Panamá, & J. Zhicay, Entrevistadores)
- Entrevistado 3 Valle . (21 de Diciembre de 2017). Solimán. (F. Panamá, & J. Zhicay, Entrevistadores)
- García, J., & Meléndez, N. (2006). Humor y política en el contexto iberoamericano. *Dialnet*, 154.
- García, J., & Meléndez, N. (2006). Humor y política en el contexto iberoamericano . *Dialnet*, 1.
- Granja, J. (1987). La utilidad didáctica del cómic. En J. Granja, *La utilidad didáctica del cómic* (págs. 2-3). Donostia : Ikaskuntza.
- Granja, J. (1987). La utilidad didáctica del cómic. *Ikastaria*, 25-52.
- Groesteen, T. (2007). *The Sistem of Comics*.
- Guber. (1974). *El lenguaje de los cómics*. Barcelona: Península.
- Gubern, R. (1987). La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea. En R. Gubern, *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea* (pág. 217). Barcelona: Gustavo Gil.
- Gutiérrez, J. (2013). El comic como producto y medio de expresión cultural en la formación de comunicadores sociales . *COMPANAM*, (págs. 3-5). Córdoba .
- Hernández, R., Fernández, C., & Batista, P. (2010). *Metodología de la investigación* . México D.F: McGraw-Hill.
- INEC. (2010). *Ecuador en cifras.com*. Obtenido de Ecuador en cifras.com: www.ecuador en cifras.com
- Instituto Nacional de Estudios Políticos. (2006). *Comunicación Política*. Recuperado el 26 de enero de 2018, de Diccionario Electoral: <http://diccionario.inep.org/C/COMUNICACION-POLITICA.html>
- Instituto Nacional de Estudios Políticos. (2006). *Conocimiento político*. Recuperado el 26 de enero de 2018, de Diccionario Electoral: <http://diccionario.inep.org/C/CONOCIMIENTO-POLITICO.html>
- López, I. (2014). Cómo escribir diálogos. En I. López, *Cómo escribir diálogos*. Coruña: Literautas. Obtenido de <http://www.literautas.com/descargas/libros/Como-escribir-dialogos-primeras-paginas.pdf>
- Lorenzo, M. (2014). Guías para realizar el análisis de los personajes de un largometraje animado. *Guías para realizar el análisis de los personajes de un largometraje animado*. (U. d. Valencia, Ed.) Obtenido de https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/13614/M_Lorenzo_art_2.p

- Macías, C., & Castaño, A. (2003). *Crear y comprender*. Obtenido de Crear y comprender: <http://contenidos.educarex.es/mci/2003/18/inicio.htm>
- Martín, A. (1978). *Historia del cómic español: 1875-1939*. Barcelona: Gustavo Gil.
- Mc Cloud, S. (1993). *Understanding Comics*.
- McCloud, S. (2006). Making Comics. En S. McCloud, *Making Comics* (pág. 128). Harper.
- Mendoza, M., & de Nery, D. (2011). El cómic transgrede y cambia paradigmas . *ALAIC*, 78.
- Merino, A. (2003). El cómic hispánico. *Javeriana*.
- Ministerio de Educación. (3 de Abril de 2017). Parroquias rurales. (F. Panamá, & J. Zhicay, Entrevistadores)
- Peñalba, M. (2013). La temporalidad en el cómic. *SIGNA Revista de la Asociación Española de Semiótica*.
- Ponce, L. (2013). *Proceso de creación de un cómic o novela gráfica*. Quito: Universidad católica del Ecuador.
- Prefectura del Azuay . (2016). *Proyecto Solimán*. Cuenca.
- Quin, R., & McMahon, B. (1997). Historias y Estereotipos. En R. Quin, & B. McMahon, *Historias y Estereotipos*. Madrid: De la torre. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=oljNnnqyUJ0C&oi=fnd&pg=PP1&dq=el+comic+creaci%C3%B3n+de+personajes&ots=UNXwyBiF33&sig=UD0Q46zGyINZgFpjmQ_cRNPoVbc#v=onepage&q=el%20comic%20creaci%C3%B3n%20de%20personajes&f=false
- Real Academia Española . (3 de Agosto de 2017). *RAE*. Obtenido de RAE: <http://dle.rae.es/srv/fetch?id=QGijoeC>
- Rodríguez, J. (1988). El cómic y su utilización didáctica. En J. Rodríguez, *El cómic y su utilización didáctica* (pág. 40). Barcelona: Gustavo Gil.
- Rodríguez, J. (1988). El comic y su utilización didáctica: los tebeos en la enseñanza. En J. Rodriguez, *El comic y su utilización didáctica: los tebeos en la enseñanza*. Barcelona: Gustavo Gil.
- Rojas, J. (2012). Representaciones de la infancia en el espacio de las historietas, 1900-1980. *Revista Chilena de pediatría*, 608.
- Salinas, L. (2015). *El uso de las figuras literarias en el discurso publicitario*. Universitat Jaume I.
- Santibáñez, J. (2012). El cómic en Ecuador, una historia en génesis permanente. *Chasqui*, 24.
- SENA; Servicio Nacional de Aprendizaje. (2015). Diseño de personajes. *SENA (Servicio nacional de aprendizaje)*, 1-20. Obtenido de

https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/228101_2_VIRTUAL/OAAPs/OAAP3/AA4/OA15/archivos/oapdf.pdf

- Silva, L. (1970). La Plusvalía Ideológica. En L. Silva, *La Plusvalía Ideológica*. (pág. 89). Caracas: UCV.
- Valles, C., & Álamo, F. (2002). Diccionario de teoría de la narrativa. En C. Valles, & F. Álamo, *Diccionario de teoría de la narrativa* (pág. 251). Granada: Alhuila.
- Valls, A. (2002). El análisis de la conversación: entre la estructura y el sentido. *Estudios de Sociolingüística*, 134. Obtenido de <http://textosenlinea.com.ar/academicos/El%20an%C3%A1lisis%20de%20la%20conversacion.pdf>
- Vilches, G. (2014). Breve historia del cómic. En G. Vilches, *Breve historia del cómic* (pág. 11). Madrid: Nowtilus.
- Vilches, G. (2014). Breve Historia del cómic. En G. Vilches, *Breve Historia del cómic* (págs. 15-18). Madrid: Nowtilus.
- Zalamea, M. (2016). *La enseñanza sobre el mundo microbiano y resistencia bacteriana, en niños de diez años*. Cuenca.
- Ziemendorf, S., & Krause, A. (2003). Programa de agua y saneamiento Guía de validación de materiales educativos. *Scientific Research*, 8.

ANEXOS

Anexo 1 Modelo de encuesta

Formulario	C1	C2	C3	
-------------------	----	----	----	--

Una vez que leíste la tira cómica Solimán por favor llena el siguiente formulario.

Recuerda: Leer las preguntas detenidamente.

Nombre: _____ **Curso:** _____

Institución: _____ **Edad:** _____

Género		1	Masculino
		2	Femenino

1. Lee las siguientes afirmaciones respecto al mensaje que transmite la tira cómica y evalúa qué tan de acuerdo estás con cada una de ellas. Puedes calificar en una escala del 1 al 5, siendo 1 muy en desacuerdo y 5 muy de acuerdo.

		1	2	3	4	5
1	Hay que luchar contra los malvados que perjudican al Azuay					
2	La provincia del Azuay progresa con el trabajo de su gente					
3	Todos debemos ser superhéroes para que el Azuay progrese					
4	La Prefectura del Azuay realiza obras para la provincia					

5	El gobierno se opone a los proyectos en el Azuay					
6	Hay gente que se opone al trabajo de la Prefectura					

Si te parece, puedes añadir otro mensaje que consideres como idea central de la tira cómica.

2. ¿Quién es el malo de la historia? Señala una opción.

		Don Bolo
		Solimán
		Yoretón
		Otro (escribe quién)
		No sé

3. ¿Por qué se enfrentaron Solimán y Yoretón? Señala una opción

		1	Intento de boicot a la Feria de Emprendedores
		2	Vías en mal estado en la Provincia del Azuay
		3	Pérdida de las cosechas de los comuneros
		4	Otro (escribe quién)
		5	No sé

4. En una escala del 1 al 5, siendo uno lo más bajo y cinco lo más alto, califica:

	1	2	3	4	5
¿Cuánto te gusta la tira cómica Solimán?					

5. En una escala del 1 al 5, siendo 1 muy en desacuerdo y 5 muy de acuerdo, evalúa que tan de acuerdo estás con las características que tiene Solimán en el cómic que acabaste de leer.

		1	2	3	4	5
1	Solimán ayuda a regar los cultivos en la provincia del Azuay					
2	Brinda apoyo a los azuayos para que la provincia prospere					
3	Conversa con el prefecto para que solucione los problemas					
4	Es un aliado del gobierno para apoyar a los emprendedores					

5	Es un personaje que sirve para promocionar al Prefecto					
----------	--	--	--	--	--	--

6. En una escala del 1 al 5, siendo 1 muy en desacuerdo y 5 muy de acuerdo, evalúa que tan de acuerdo estás con las siguientes apreciaciones sobre la tira cómica Solimán

		1	2	3	4	5
1	Me pareció muy larga					
2	Me pareció muy corta					
3	Me pareció bien					
4	La historia estuvo entretenida					
5	La historia estuvo aburrida					
6	No volvería leer otra Tira cómica de Solimán					
7	Me gustaría leer otra Tira Cómica de Solimán					
8	Coleccionarí a las Tiras Cómicas de Solimán					
9	En general no me gustan las Tiras Cómicas					

7. En una escala del 1 al 5, siendo 1 lo más bajo y 5 lo más alto califica cuánto te gusto la tira cómica Solimán en los siguientes aspectos.

		1	2	3	4	5
1	El personaje Yoretón					
2	El personaje Solimán					
3	El personaje Don Bolo					
4	Cuánto te gustó la historia					
5	Cuánto te gustaron las caricaturas					
6	Cuánto te gustaron los colores					

8. Si tuvieras la oportunidad de ser algún personaje de la tira cómica ¿Cuál te gustaría ser? Señala una opción

	1	Don bolo
	2	Yoretón
	3	Solimán
	4	Ninguno
	5	No sé

9. ¿Habías escuchado hablar de Solimán antes de leer esta tira cómica?

	1	Sí
	2	No

Si tu respuesta fue No en esta pregunta por favor pasa a la pregunta 11.

10. De las siguientes opciones señala aquellas por la cual has escuchado hablar de Solimán con mayor frecuencia. (Señala solo una opción)

	1	Lo he escuchado en la radio
	2	En la casa comentamos sobre él
	3	Lo he visto personalmente
	4	Lo he visto en las redes sociales
	5	Me contaron mis amigos
	6	Otro _____

11. En general qué tan de acuerdo estás con los siguientes enunciados sobre la Prefectura del Azuay. Califica en una escala del 1 al 5, siendo 1 muy en desacuerdo y 5 muy de acuerdo.

		1	2	3	4	5
1	La prefectura soluciona					

	problemas de la comunidad rural					
2	El gobierno se opone a los proyectos de la prefectura					
3	La gente colabora con la Prefectura del Azuay					
4	La prefectura arregla las vías de la provincia del Azuay					
5	La prefectura tiene abandonadas las vías de la provincia					
6	La prefectura apoya a los emprendedores del Azuay					
7	La prefectura utiliza recursos públicos para promocionarse					

8	No me interesa lo que haga la prefectura					
----------	--	--	--	--	--	--

12. Evalúan las siguientes expresiones siendo 1 muy en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo, para responder a la siguiente pregunta: ¿Si tuvieras que explicar la información de la tira cómica a un amigo le dijeras a tu amigo que la tira cómica Solimán es sobre...?

		1	2	3	4	5
	El trabajo de la prefectura del Azuay en la provincia					
	Conflictos entre héroes y villanos					
	Problemas en la vida de los habitantes de la provincia					
	El gobierno no apoya a la provincia del Azuay					
	Otros.....					

13. ¿A qué te motiva la tira cómica Solimán que acabaste de leer? Califica en una escala del 1 al 5, siendo 1 totalmente de acuerdo y 5 totalmente en desacuerdo.

		1	2	3	4	5
	A cuidar a la provincia del Azuay					
	A no ser una persona malvada					

	A trabajar en comunidad					
	A apoyar a la Prefectura del Azuay					
	No me motiva a hacer nada					
	Otro.....					

14. ¿Puedes escribir una de las vías que se encuentran en la contraportada de la Tira Cómica? (Si no lo recuerdas puedes dejar en blanco)

.....
.....

No lo recuerdo ()

15. ¿Recuerdas quién está dando mantenimiento a esa vía?

	1	El Gobierno Central
	2	La Junta Parroquial
	3	Solimán
	4	La Prefectura del Azuay
	5	El Municipio de Cuenca
	6	No recuerdo

Gracias por su colaboración.

Anexo 2 Cuestionario para entrevistas

Temario para las entrevistas semi estructuradas a realizarse a los habitantes de las tres parroquias en investigación.

1. Para comenzar, nos gustaría saber su criterio sobre el desarrollo de la parroquia de _____ ¿Cómo están las cosas aquí?

2. ¿Qué opinión tiene usted de los políticos locales?

Por ejemplo, de los miembros de la junta parroquial?

- Y del Prefecto.
- Y del Alcalde.
- Y del Presidente.

3. ¿Usted considera que las cosas en la parroquia están mejor, igual o peor que en el tiempo de Rafael Correa?

4. ¿Qué opinión tiene usted acerca de lo que hace la junta parroquial por su comunidad?

Y ¿lo que hace la Prefectura por la parroquia?

Y ¿lo que hace el gobierno por la provincia?

5. ¿Qué tanto se conversa sobre estos temas en la casa?

6. Probablemente usted ha escuchado sobre el personaje Solimán ¿Qué ha escuchado? ¿Por qué medio?

7. Han conversado con familiares y amigos sobre este personaje. ¿Qué les parece?

8. Alguna vez se ha hecho alguna broma acerca de este personaje.... Qué se ha dicho

9. Qué recuerda acerca del personaje Solimán, alguna característica, _____ como el color de su vestimenta _____ o poderes especiales (a ver si responden los niños)

10. Qué otros personajes recuerda usted de la (Tira Cómica, Cuña radial) del Solimán

11. Ha escuchado hablar de Yoretón ¿Quién es él?

12. Si usted pudiera comparar los personajes de la Tira Cómica Solimán, con políticos de la vida real, ¿con quién los compara?

13. Usted sabía que la Tira Cómica Solimán fue creada en la Prefectura del Azuay ¿Qué opina?

14. ¿En su opinión, para qué sirve la Tira Cómica Solimán?

15. En su opinión del 1 al 10 ¿cómo califa la gestión del Prefecto Paúl Carrasco ¿Por qué?

Anexo 3 Preguntas de entrevistas por categorías y subcategorías

<i>Categoría</i>	<i>Subcategoría</i>	<i>Pregunta</i>
CONOCIMIENTO DE POLÍTICA	Percepción de la ciudadanía ante su parroquia.	1. Nos gustaría saber su criterio sobre el desarrollo de la parroquia de ¿Cómo están las cosas aquí?
	Nivel de conocimiento de política (nada, poco, regular, aceptable, mucho).	2. ¿Qué opinión tiene usted de los políticos locales? ¿Por ejemplo, de los miembros de la junta parroquial? ¿Y del Alcalde? / Y del Presidente?
	Aceptación de políticos.	3. ¿Usted considera que las cosas en la parroquia están mejor, igual o peor que en el tiempo de Rafael Correa?
		4. ¿Qué opinión tiene usted acerca de lo que hace la junta parroquial por su comunidad? Y ¿lo que hace el gobierno por la provincia?

CONVERSACIÓN FAMILIAR DE POLÍTICA	No conversan/ sí conversan (mucho, poco, a veces, nada)	5. ¿Qué tanto se conversa sobre estos temas en la casa?
CONOCIMIENTO DE LA TIRA CÓMICA SOLIMÁN	Apreciación de solimán (positiva, negativa, neutral). Medios / características de solimán (vestimenta, poderes, contextura). Otros personajes de la tira cómica. Creación y opinión de la tira cómica.	6. Probablemente usted ha escuchado sobre el personaje Solimán ¿Qué ha escuchado? ¿Por qué medio?
		9. Qué recuerda acerca del personaje Solimán, alguna característica, como el color de su vestimenta o poderes especiales (a ver si responden los niños)
		10. Qué otros personajes recuerda usted de la (Tira Cómica, Cuña radial) del Solimán
		11. Ha escuchado hablar de Yoretón ¿Quién es él?
		13. Usted sabía que la Tira Cómica Solimán fue creada en la Prefectura del Azuay. ¿Qué opina?
		14. En su opinión, ¿para qué sirve la Tira Cómica Solimán?
	No conversan/ sí conversan (cosas negativas, cosas positivas).	7. Han conversado con familiares y amigos sobre este personaje. ¿Qué les parece? 8. Alguna vez se ha hecho alguna broma acerca de

CONVERSACIÓN DE SOLIMÁN	Bromas acerca de solimán.	este personaje. ¿Qué se ha dicho?
	Comparación con políticos reales.	12. Si usted pudiera comparar los personajes de la Tira Cómica Solimán, con políticos de la vida real, ¿con quién los compara?
CONOCIMIENTO DE LA PREFECTURA DEL AZUAY	Obras de la prefectura (se hacen, no se hacen, inclusas) valle Imagen del prefecto (buena, neutral, mala) Aceptación del prefecto	- Opinión sobre el Prefecto. ¿Qué es lo que hace la Prefectura por la parroquia? 15. En su opinión del 1 al 10 ¿cómo califa la gestión del Prefecto Paúl Carrasco? ¿Por qué?

Anexo 4 Perfiles de personas entrevistadas

Nombre	Entrevistado 1 El Valle
Ubicación	El Valle
Número de entrevista	1
Edad	34 años aprox.
Género	Masculino
Familia	Casado y aparentemente un hijo
Nivel académico	Tercer nivel
Tipo de trabajo	Funcionario Público
Nivel socio económico	Medio

Nivel de conocimiento de política	Alto
--	------

Nombre	Entrevistado 2 El Valle
Ubicación	El Valle
Número de entrevista	2
Edad	42 años aprox.
Género	Masculino
Familia	Casado / dos hijos
Nivel académico	Tercer nivel
Tipo de trabajo	Funcionario Público
Nivel socio económico	Medio
Nivel de conocimiento de política	Alto

Nombre	Entrevistado 3 El Valle
Ubicación	El Valle
Número de entrevista	3
Edad	40 años aprox.
Género	Masculino
Familia	Casado/ dos hijos
Nivel académico	Tercer nivel
Tipo de trabajo	Funcionario Público
Nivel socio económico	Medio
Nivel de conocimiento de política	Alto

Nombre	Entrevistado 1 Ricaurte
Ubicación	Ricaurte
Número de entrevista	1
Edad	32 años aprox.
Género	Femenino
Familia	Casada
Nivel académico	Tercer nivel
Tipo de trabajo	Profesora
Nivel socio económico	Medio
Nivel de conocimiento de política	Alto

Nombre	Entrevistado 2 Ricaurte
Ubicación	Ricaurte
Número de entrevista	2
Edad	35 años aprox.
Género	Femenino
Familia	Casada
Nivel académico	Desconocido
Tipo de trabajo	Ama de casa
Nivel socio económico	Medio-Bajo
Nivel de conocimiento de política	Alto

Nombre	Entrevistado 3 Ricaurte
Ubicación	Ricaurte
Número de entrevista	3
Edad	45 años aprox.
Género	Masculino

Familia	Casado/ dos hijos
Nivel académico	Desconocido
Tipo de trabajo	Mecánico
Nivel socio económico	Medio-Bajo
Nivel de conocimiento de política	Medio

Nombre	Entrevistado 1 Baños
Ubicación	Baños
Número de entrevista	1
Edad	32 años aprox.
Género	Femenino
Familia	Casada/ dos hijos
Nivel académico	Tercer nivel
Tipo de trabajo	Comerciante Veterinaria
Nivel socio económico	Medio
Nivel de conocimiento de política	Alto

Nombre	Entrevistado 2 Baños
Ubicación	Baños
Número de entrevista	2
Edad	38 años aprox.
Género	Masculino
Familia	Casado
Nivel académico	Segundo nivel
Tipo de trabajo	Comerciante/Tienda
Nivel socio económico	Medio

Nivel de conocimiento de política	Alto
--	------

Nombre	Entrevistado 3 Baños
Ubicación	Baños
Número de entrevista	3
Edad	50 años aprox.
Género	Masculino
Familia	Casado
Nivel académico	Segundo Nivel
Tipo de trabajo	Comerciante/Papelería
Nivel socio económico	Medio
Nivel de conocimiento de política	Medio

Anexo 5 Media de edad de los encuestados

1. EDAD

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
4	5	12,5	4,5	4,5
5	7	17,5	22,9	27,4
6	9	22,5	29,8	57,2
7	11	27,5	31,9	89,1
8	12	30	39,8	97,1

9	5	,5	1	1,5	1	99,
0	3	9	,	,9	,0	100
total	32	00,0	1	100		

Estadísticos

EDAD

V	3
álido	32
Pe	0
rdidos	
Media	1
	6,25