



La representación de la mujer en la viñeta española: construcción y participación femenina

María Hernández Herrera¹

Recibido: 13 de julio de 2018 / Aceptado: 8 de enero de 2019

Resumen. El auge del movimiento feminista en España tuvo lugar durante la transición, acontecimiento histórico que estuvo reflejado de alguna manera en las viñetas de los periódicos, sin embargo, la falocracia imperante hizo que sean los ilustradores masculinos los que representasen el papel que la mujer estaba desempeñando en ese momento, así se reconocen algunos autores importantes en la lucha por la igualdad de género, como Perich o Forges. El papel de la mujer, su imagen social, y el feminismo son representados en las viñetas desde el enfoque y la mirada del hombre, hecho que continúa vigente en la actualidad, donde los principales medios de difusión periodística españoles siguen contando con ilustradores masculinos, y no será hasta la expansión de las redes sociales cuando las mujeres empiecen a encontrar un espacio donde publicar sus ilustraciones, naciendo un subgénero que puede ser denominado como la “autovignette”, viñetas feministas con firma de mujer.

Palabras clave: Viñeta española; medios convencionales; roles de género; desigualdad de género; machismo; feminismo.

[en] Women's representation in the Spanish cartoon: female construction and participation

Abstract. The rise of the feminist movement in Spain took place during the transition, a historical event that was reflected in some ways in the cartoons of the newspapers, however, the prevailing phallocracy made that male illustrators take the woman's role at that time, some important authors are recognized in the struggle for gender equality, such as Perich or Forges. The role of women, their social image, and feminism are represented in the cartoons from a men's approach and view, a fact that continues to be valid today, where the main Spanish media outlets continue to rely on male illustrators, and It was until the spread of social networks where women begin to find a space to publish their illustrations, giving birth to a subgenre that can be called as the "autovignette", feminist cartoons with a woman's signature.

Keywords: Spanish cartoons; conventional media; gender roles; gender inequality; machismo; feminism.

Sumario. 1. Introducción. 2. Principales teorías sobre la viñeta. 3. La viñeta y la libertad de expresión. 4. Recorrido histórico de la viñeta española. 5. El género dentro de la viñeta. 6.

¹ Universidad de Las Américas (Quito, Ecuador)
E-mail: maria.hernandez@udla.edu.ec

Metodología. 7. Discusión y resultados; 7.1. Roles de género; 7.2. Desigualdades de género. 8. Conclusiones. 9. Referencias bibliográficas

Cómo citar: Hernández Herrera, María (2019): "La representación de la mujer en la viñeta española: construcción y participación femenina". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 25 (2), 869-882.

1. Introducción

La viñeta en España, o caricatura en el ámbito latinoamericano, se puede definir como:

“La imagen (o serie breve de imágenes) que se publica en un medio de comunicación, optativamente acompañada de texto, en la que se representa una situación sobre la que el autor desea transmitir un mensaje con finalidad opinativa y/o entretenimiento, y en la que el dibujo es un componente o una referencia fundamental. Además, esa imagen debe tener significado por sí misma, sin que en su interpretación sea necesario el conocimiento previo de los personajes o del argumento de otras viñetas anteriores” (Tejeiro y León, 2005, p. 3).

Son textos multimodales (mayormente) que utilizan distintos elementos comunicativos, verbales y no verbales, para transmitir mensajes (Kress y van Leeuwen, 2001) y que tienen un alto potencial en la conformación de la opinión de los lectores, lo que le confiere un espacio dentro de los géneros periodísticos de opinión (Bond, 1974; Gomis, 1974; Morán, 1988; Santamaría, 1990; Armentia y Caminos, 2003; León y Travesedo, 2005); sección en la que se publican la mayor parte de las mismas (Tejeiro, 2007).

No obstante, otros autores las han considerado dentro de otros géneros, como: 1) iconográfico (Peltzer, 1991; Abril, 1999; Abreu, 2001); 2) literario (Tubau, 1987; Martínez, 1998); 3) informativo (Peñaranda, 2000); o 4) secundario (Kayser, 1966). Pero como afirman León y Travesedo (2005): “La viñeta es, de hecho, un género de opinión, firmado, con el máximo grado de personalización periodística, como sólo alcanza otro género de autor, el columnismo” (p. 59).

2. Principales teorías sobre la viñeta

Alrededor de la viñeta surgen numerosos estudios, de entre los que se pueden destacar: 1) la Teórica de la Relevancia, 2) la Teoría General del Humor Verbal (TGHV), 3) el Test 3 WD, y 4) la Teoría de la Incongruencia Resolución. La primera de ellas, elaborada por Sperber y Wilson en 1986, establece que el receptor, al interpretar un enunciado, parte de una serie de suposiciones y escoge aquella que considera como más probable, tomando como solución la primera hipótesis que se adapta a lo que los autores denominan como principio de relevancia y desechando el resto de posibles interpretaciones.

Según Raskin (1987), para que esto sea posible deben existir cinco elementos: 1) un cambio del modo comunicacional serio al informal; 2) una intención humorística; 3) dos ámbitos solapados que convergen; 4) una oposición entre esos

dos ámbitos; y 5) algún mecanismo que cambie uno de esos ámbitos por el otro; “en una sola situación, y en un solo contexto lingüístico, dos universos chocan, y es este choque el que permite muchas formas de humor” (Milner, 1972, p. 16). La TGHV complementa a la teoría de Raskin estableciendo seis parámetros: “(1) la oposición de los marcos cognitivos, (2) la situación desencadenante del chiste, (3) el mecanismo lógico que crea la oposición, (4) el objetivo o blanco del texto, (5) la estrategia narrativa y (6) el lenguaje utilizado” (Agüero, 2013, p.14).

El Test 3 WD propone que según como se resuelve la incongruencia pueden existir tres categorías: incongruencia-resolución (INC-RES), humor absurdo (NON), y humor sexual (SEX); de mayor a menor resolución. Finalmente, la Teoría de la Incongruencia Resolución afirma que es el emisor quien, previamente, debe establecer cuál será la posible interpretación que el receptor escoja, de entre todas las posibles, en base al principio de relevancia, para, posteriormente, introducir una disonancia cognitiva, incongruencia, que permita al receptor buscar otra posible solución y darse cuenta de que ha sido engañado, provocando un entretenimiento humorístico (Yus, 1996).

3. La viñeta y la libertad de expresión

Todos los estudios se han centrado en analizar cómo la viñeta goza de una libertad de expresión mayor al resto de piezas periodísticas, ya sean de información u opinión, que deben regirse a las políticas establecidas a nivel social, o del medio en el que se integran, siendo la viñeta una de las herramientas por excelencia de crítica y denuncia social; convirtiéndose en un acto subversivo (Chamorro, 2005) que retrata el sentir popular (Segado, 2009a) capaz de “organizar una contracultura” (Vega, 2013, p. 99) que lucha contra el “statu quo” dominante a través de un efecto agrídulce (Rivas, 2014), que trata de hacer reír al lector pero que también le invita a pensar (Donnelly, 2013).

Esta condición privilegiada deviene por seis aspectos esenciales: 1) la protección que le confiere la ley; y 2) el uso de la semiótica y la retórica; 3) recoge las preocupaciones sociales en un contexto concreto; 4) tienen una vinculación directa con la actualidad; 5) la popularidad, con un alcance e impacto mayor al de otros géneros (Segado, 2009b); y 6) su eficacia persuasiva (Israel y Pou, 2011), ya que “su percepción es inmediata y no exige ningún esfuerzo. Si se la acompaña con una breve leyenda, reemplaza ventajosamente a cualquier texto o discurso” (Domenach, 1955, p. 50).

Como recursos semióticos (Rodríguez y Velázquez, 2011) se pueden encontrar a la polisemia y homonimia, una misma palabra con varios significados o dos palabras que se escriben igual pero tienen distinto significado y etimología; y los recursos retóricos (Romero, 2009) más destacados son: 1) la distorsión o ruptura disyuntiva, también conocida como exageración, que permite distorsionar y exagerar “ciertos rasgos para expresar claramente” una opinión (Medina, 1992, p. 15); 2) retruécanos, contraponiendo dos frases con las mismas palabras pero invirtiendo el orden en una de ellas; 3) la ironía, donde se dice lo contrario de lo que se da a entender; y 4) la sátira donde, por medio de la burla y la ridiculización, se busca realizar una crítica política-social con un propósito moralizante. Sin

embargo, no existe restricción alguna en el uso de estos recursos, es más, en el chiste, en el humor, en la viñeta, está permitido.

Desde la perspectiva de la retórica, la viñeta cumple tres funciones: 1) de normalización, poniendo “en situación a los personajes”; 2) locutora, planteando “el problema a resolver o el interrogante”; e 3) interlocutora de disyunción, resolviendo de manera humorística el problema o respondiendo de la misma forma al interrogante, dotando al relato de un carácter serio o cómico (Morín, 1970, p. 121).

“Desde fines del siglo XVIII, esta forma expresiva ha sido usada como herramienta para ejercer presión social con una intención satírico-moralizante. También, para alertar al partidario o deprimir al enemigo en los conflictos políticos o bélicos. Por fin, ha devenido en un punzante instrumento político-social en las luchas partidistas contra el *stablishment*” (Abreu, 2001).

4. Recorrido histórico de la viñeta española

En España, su recorrido histórico pasa por diferentes momentos importantes: 1) una primera etapa dedicada principalmente a la crítica política que alcanza hasta la Primera Guerra Mundial; 2) tras ella, el humor se impone frente a la denuncia, se conoce como una etapa costumbrista que llega hasta comienzos de la Guerra Civil; 3) durante la guerra, con dos bandos enfrentados, la libertad de expresión queda totalmente mermada hacia uno de ellos, y únicamente se publica el humor desde el bando nacional, ya que debía ser aprobado previo a ser publicado por la figura del censor; y 4) durante los 60, con la aprobación de la Ley de Prensa (1966), la viñeta recobra nuevamente el humor crítico sobre temas de diversa índole, aunque la crítica política tardaría un tiempo en volver a aparecer (Tubau, 1987). Es en esta época cuando las viñetas cobran especial importancia debido a que cuentan con: 1) un espacio en la sección de los periódicos; 2) un viñetista fijo; y 3) una temática libre y variada (Suárez, 2015).

Actualmente, conviven ambos tipos de viñetas: la costumbrista, que retrata hábitos, vida cotidiana, y estilo de vida de una sociedad en particular; y la política, misma que prolifera en tiempos de crisis, y que supone una crítica y burla contra la clase dirigente.

5. El género dentro de la viñeta

En relación al género dentro de la viñeta, en los últimos años han proliferado los espacios que utilizan dicha herramienta como forma de reivindicación y lucha por la igualdad, con independencia de que sea utilizada por un o una viñetista, por ejemplo: 1) libros como *Funny Girls-Cartooning for Equality* (1997) de Diane Atkinson, o *Women Deliver, the World Receives* (2013) de Liza Donnelly; 2) revistas especializadas como *International Journal of Comic Art* (2008); 3) congresos como *A Cartoon colloquium* (2013); o 4) exposiciones como *Illustrators for Gender Equality* (2007) (Rivas, 2015). De la misma forma, existen investigaciones centradas en estudiar las representaciones de género a través de las

viñetas (Glascock y Preston-Schreck, 2004; Conners, 2010; Zurbriggen y Sherman, 2010; Agüero, 2013; Mararo y Mberia, 2014), las diferencias que existen entre los dibujos de mujeres y hombres viñetistas (Samson y Huber, 2007), y la escasez de mujeres reconocidas en este campo (Wong y Cuklanz, 2002).

Los resultados demuestran que la mujer es representada mayormente como esposa y madre, en un rol de ama de casa, y de manera minoritaria como trabajadora; mientras que el hombre, trabajador en su mayor parte, casi no participa en las tareas domésticas y, de hacerlo, suele adoptar el papel de jardinero. Se trata de una representación de la mujer heredada de las viñetas de los años 70, donde la mujer casi no aparece y, de hacerlo, aparecía como acompañante del hombre en dos roles claramente diferentes: el de ama de casa y el de objeto sexual. En esta época, además, era normal también que existiesen dibujos que apelaban de forma directa al maltrato femenino (Garrido, 2015).

A partir de 1975, con la proclamación del Año Internacional de la Mujer por las Naciones Unidas, comienzan a incorporarse otro tipo de temáticas, y la liberación de la mujer se asocia mayormente con una actitud liberal, pero superficial, en donde el embarazo extramatrimonial fruto de la infidelidad es utilizado como tema recurrente. En esta época destacan Chummy Chúmez y Gila que “ofrecen la visión más dura y desagradable de la situación de la mujer, mientras que Summers y Forges representan situaciones más amables” (Garrido, 2015, p. 28); además de Mingote, Dátile, Fandiño, Perich, entre otros.

Es así que, en este momento, se pueden encontrar dos tipos de mujer: la tradicional y la liberada. La tradicional se vincula con la ironía, recurso utilizado para criticar una realidad, económica o política, o ridiculizar al personaje masculino, generalmente; pero cuyas actividades principales siguen siendo: ser madre, cocinera y limpiadora; con elementos característicos como estar rodeada de varios hijos, el carro o cesta de la compra, y el plumero o delantal. La mujer liberada sigue siendo irónica y frívola, su condición se asocia con las relaciones sentimentales, sin embargo, no se desentiende de sus labores domésticas, donde la máxima aspiración que tiene es lograr que sus parejas participen de dichas tareas; sus elementos característicos son el cigarrillo, pantalones (autoridad) o minifalda (atractivo) (Segado, 2009b).

Los resultados de las investigaciones mencionadas también evidencian que las viñetistas suelen utilizar el tipo de humor incongruencia resolución (IN-RES) (Yus, 1996), cuyas imágenes normalmente aparecen acompañadas de texto; mientras que los viñetistas se centran en el humor absurdo (NON), con un uso menor del texto. Además, la viñeta se considera un ámbito con una alta dominancia masculina debido a la falocracia imperante, en donde el hombre es considerado superior en ciertas áreas, dominando en la vida pública. Mientras que en otros países la apertura fue mayor, en España:

“Hubo que esperar a los años de la transición y a la publicación de revistas como *Tótem*, *Rambla*, *El Cairo*, *Madriz*, *El víbora* o *El Jueves*, para que autoras como *Marika*, *Ana Juan*, *Laura*, *Asun Balzola*, *Ana Miralles* o *Victoria Marto*, se dieran a conocer en el, hasta entonces, restringido ámbito masculino del cómic para adultos” (Cortijo, 2016, p. 140).

Sin embargo, no sucedió lo mismo con la viñeta de prensa, haciendo una revisión en Google, al realizar la búsqueda de “humoristas gráficos” (2018), el motor arroja inicialmente un resultado con 51 caricaturistas, con tan solo dos mujeres (Laerte y Maitena) frente a 49 hombres. Un resultado similar se encuentra en los medios escritos (periódicos, suplementos y revistas) españoles, donde de un listado de 374 ilustradores/as y viñetistas (Barrero, 2018), 355 son hombres y 19 mujeres.

¿Significa entonces que no hay mujeres viñetistas? O simplemente no se les da el mismo espacio que a compañeros.

6. Metodología

Para el presente estudio, se hace una revisión de 300 viñetas publicadas en medios escritos españoles, ya sean periódicos o suplementos y revistas, tanto locales como nacionales, en los que participan de forma asidua 14 mujeres viñetistas. El listado final para el presente estudio se deja en 14, de las 19 mencionadas anteriormente, ya que se elimina a las profesionales de las que ha sido imposible encontrar información (3) y a las que trabajan en otros ámbitos de las bellas artes más que como caricaturistas (2), del total siete son españolas y otras siete extranjeras (ver Tabla 1).

Tabla 1. Mujeres viñetistas en medios escritos españoles

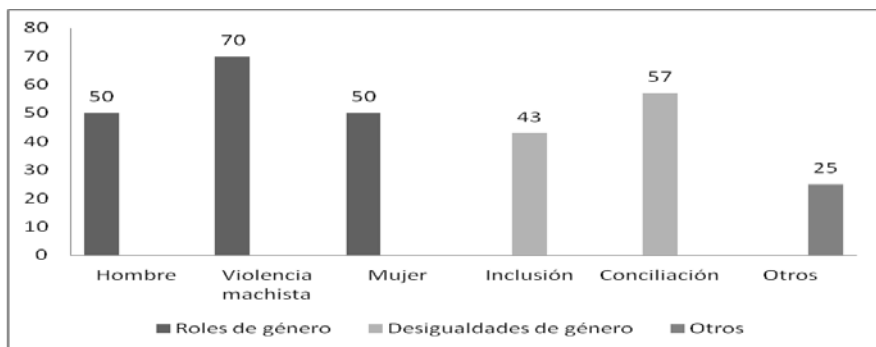
Nombre	Pseudónimo	País	Medio/s principal/es
Adriana Mosquera Soto	Nani	Colombia	Revista semanal <i>Interviú</i>
Ana von Rebeur	Von Rebeur	Argentina	Revistas mensuales <i>Cosmopolitan</i> y <i>Psicología Práctica</i>
Claire Bretécher	Bretécher	Francia	Revista mensual <i>Cosmopolitan</i>
Diana Raznovich	Diana Raznovich	Argentina	Suplemento semanal del Grupo <i>Correo Mujer de Hoy</i>
Flavia Álvarez Pedrosa	Flavita Banana	España	Periódico nacional <i>El País</i>
Laura y Carmen Pacheco	Lets' Pacheco	España	Revista <i>S Moda</i>
Mabel Álvarez Lavandera	Ñata	España	Diario asturiano <i>El Comercio</i>
Maitena Inés Burundarena Streb	Maitena	Argentina	Suplemento semanal del diario <i>El País</i>
María Babiano Puerto	Babiano	España	Periódico local <i>Sur Madrid</i>
María Claudia R.E.	Clau	Argentina	Revista mensual <i>Clara</i>
María José Mosquera Beceiro	Sex	España	Diario <i>La Voz de Galicia</i>
Pat Carra	Pat	Italia	Revista mensual <i>Clara</i>
Raquel Córcoles	Moderna de Pueblo	España	Revistas <i>GQ</i> y <i>Cuore</i>
Victoria Martos	Vmartos	España	Suplemento semanal del diario <i>El Mundo</i>

El análisis se realiza tomando como base las principales temáticas abordadas por la viñetistas en relación al subgénero denominado en este estudio como “autovignette”, es decir, viñetas femeninas, ya sea por la construcción de los personajes o por la denuncia social que realizan en relación a las desigualdades de género, firmadas por mujeres.

7. Discusión y resultados

Los resultados muestran que el acceso de las mujeres a los medios convencionales ha sido menor que el de los hombres, pero hay que tener en cuenta el contexto histórico en el que proliferaron las viñetas en España, donde, con el fin de la dictadura franquista y la transición hacia la democracia, la mujer casada era desplazada de la actividad pública, no podía firmar ningún documento y las decisiones familiares eran adoptadas únicamente por el hombre hasta 1975 (Roig, 1989).

Figura 1. Temáticas principales de las mujeres viñetistas



Otro factor a tener en cuenta, según María Ximena Ávila (2003), es el orden de importancia que se le da a los distintos discursos: 1) aquel hegemónico, conservador y serio; 2) después vendrían discursos como el de la viñeta que, por su carácter humorístico principalmente, son considerados como menos serios; y 3) por último estarían los discursos menos valorados, donde entra el humor realizado por mujeres.

Porque, a pesar de que el humor es un idioma universal (González, 2002), se encuentra que la representación de la figura femenina cobra mayor relevancia cuando es dibujada por hombres, incluso cuando se trata de mujeres transgresoras, como Quino, con Mafalda, o las viñetas de Forges. Mientras que el “autobiocómico” (Miller, y Murray, 2016) o “autovignette”, donde son las mujeres las encargadas de representarse a sí mismas (como parte del costumbrismo, de la crítica política, o a modo de denuncia social de las desigualdades que enfrentan), queda relegado a otros espacios, como Internet o redes sociales, que han permitido demostrar que existen muchas mujeres viñetistas y, de esta forma, traspasar fronteras e impulsar su trabajo. Algunos ejemplos actuales, además de los escogidos para esta investigación, son Rene Bouschet (Francia), Ana Donadelli (Italia), Andrea Rodríguez (México), Sapideh Anjomrooz (Irán); o en España “Lina Villa, Leticia Zarza” (Valero, 2005, p. 177), Laura Mesa, Anastasia Bengoechea, Estefi Martínez, y Agustina Guerrero (García, 2018), entre otras.

En relación con el estudio, las viñetas realizadas por mujeres se pueden dividir en dos grandes temáticas: los roles de género adoptados por hombres y mujeres, y las desigualdades de género que enfrentan estas en el mundo profesional; además de otras temáticas que no pueden ser integradas dentro de estos dos núcleos principales. Los resultados evidencian que el 57% de las viñetas se dedican a la primera temática, un 33% a la segunda, y únicamente un 8% a otros temas, entre los que se pueden encontrar, sobre todo, a la mujer como protagonista, una mujer más intelectual que hace una crítica a otros temas que no tienen que ver con las diferencias entre ambos géneros y que, en su mayoría, se encuentra soltera.

7.1. Roles de género

Las viñetas destinadas a los roles de género se dividen a su vez en tres subtemas (ver Figura 1) que realizan una crítica tanto del hombre, la violencia machista, como de la mujer. En este sentido, la mujer se vuelve mucho más crítica que los hombres viñetistas, con un humor más serio al que destinan la mayor proporción de sus dibujos, esta es la violencia de los hombres hacia las mujeres, con un 25%. Esta violencia puede ser física o psicológica.

Por otro parte, la crítica hacia hombres y mujeres es coincidente tanto en la proporción, 16%, como en las reivindicaciones principales que realizan, donde se muestra la superficialidad de ambos géneros y una falta de comprensión entre los mismos. En relación a los hombres, destacan también viñetas destinadas a la falta de compromiso y de implicación hacia la mujer, donde es ella la que asume la responsabilidad del hogar, tanto en tareas domésticas como de crianza; mientras que la mujer se muestra como dependiente hacia el hombre (ver Figura 2), sabe que no se le valora y, sin embargo, sigue adoptando los mismos roles que le son impuestos, siendo responsable de su propia posición al no luchar (o no saber) por lo que quiere. Esta estaría rozando la temática de las desigualdades de género, ya que se muestra a una mujer responsable de su propia desigualdad, que parece aceptar.

Figura 2. *Dependencia* por Flavita Banana



7.2. Desigualdades de género

De la misma manera, en las desigualdades de género destacan dos subtemas (ver Figura 1), la inclusión y la conciliación laboral, lo que demuestra que estas desigualdades, vistas desde el punto de vista femenino, responden ante los problemas que enfrentan las mujeres a la hora de insertarse en el mundo laboral. Se destina un número menor de viñetas a la inclusión (14%) frente a la conciliación (19%), evidenciando también que la crítica mayor de las viñetistas es hacia la desigualdad que existe entre hombres y mujeres con respecto a las responsabilidades paternas y maternas, donde la mujer, con independencia de que trabaje, sigue asumiendo casi toda la responsabilidad en el hogar en relación a la crianza. En la inclusión laboral, además, se hace una crítica directa a cómo las mujeres, con las mismas capacidades y posición, obtienen un menor salario y una menor valoración profesional que los hombres (ver Figura 3).

Figura 3. *Una mujer jefa es mucho peor que un hombre* por Moderna de Pueblo



8. Conclusiones

El análisis de las viñetas arroja cuatro conclusiones importantes en relación a la construcción y la participación femenina dentro de la viñeta española, estas son:

1) Las viñetistas no solo suelen utilizar el humor IN-RES, como se mencionó anteriormente, sino que también suelen realizar un humor más serio que el hombre, donde la mujer critica a ambos géneros por igual, a diferencia de los caricaturistas que critican la posición del hombre mas no de la mujer. De esta forma, las mujeres son más conscientes del papel que adoptan en la sociedad, y no solo se consideran

víctimas de ello, sino que se muestran como parte responsable en el inmovilismo que existe frente a los papeles adoptados por ambos géneros. Una mujer responsable, en parte, de la propia desigualdad que enfrenta.

2) Es por esto que la mujer, aunque integrada en el mundo laboral, continúa asumiendo los mismos roles heredados, realizando la totalidad de las tareas domésticas y de crianza, siendo trabajadora (tanto en casa como fuera) además de madre; papeles principales en los que se representan. No obstante, se rompe con la división estereotipada de la mujer que existía: la tradicional y liberada; pudiéndose enmarcar algunas de sus viñetas únicamente en el segundo grupo, una mujer asociada con las relaciones sentimentales que continúa asumiendo dichas tareas, y aspirando, o ansiando, únicamente a lograr una participación más activa del hombre.

3) Sin embargo, en la “autovignette”, este tipo de caricatura podría ser considerada como la tradicional de las viñetistas, ya que existe otro tipo de mujer realmente liberada que no ha sido dibujada por ningún hombre, aquella que se preocupa más por su bienestar que por tener una relación sentimental, que sabe que para una igualdad real, en el contexto social actual, es mejor estar soltera, e incluso de forma más extrema no trabajar, o ser sus propias jefas (ver Figura 4). Este tipo de dibujos destaca entre las viñetistas más jóvenes, aquellas que han encontrado un espacio mayor de inclusión a través de las redes sociales, más que en los medios escritos convencionales españoles.

4) Finalmente, de la conclusión anterior se deriva que en estos medios sigue existiendo una clara dominancia masculina, con una escasa apertura hacia las profesionales dedicadas a dicha actividad, siendo los medios no convencionales, las redes sociales, la plataforma de proyección de estas mujeres, que demuestran una calidad igual que las de sus compañeros, y son más transgresoras en sus temáticas en cuanto a la representación de género se refiere.

Figura 4. *Conciliación* por Pat Carra



9. Referencias bibliográficas

- Abreu, Carlos (2001): “Periodismo iconográfico (VII). Hacia una definición de caricatura (1)” [en línea]. *Revista Latina de Comunicación Social*, 40.
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina40abr/102cabreuVII.htm>
- Abril Vargas, Natividad (1999): *Periodismo de opinión*. Madrid, Síntesis.
- Álvarez Pedrosa, Flavia (s.f.): *Dependencia* [en línea].
<http://www.flavitanana.com/product/dependencia-print>
- Agüero Guerra, Marta (2013): “Análisis semántico-cognitivo del discurso humorístico en el texto multimodal de las viñetas de Forges”. *ELUA*, 27, 7-30.
 Doi: <http://dx.doi.org/10.14198/ELUA2013.27.01>
- Armentia Vizuete, José Ignacio y Caminos Marcet, José María (2003): *Fundamentos de periodismo impreso*. Barcelona, Ariel.
- Atkinson, Diane (1997): *Funny Girls: Cartooning for Equality* [Chicas divertidas: Caricaturas para la Igualdad]. London, Penguin.
- Barrero, Manuel (2018). “No sólo son tebeos / 6 [listado de autores]” [en línea]. *Tebeosfera*. https://www.tebeosfera.com/1/Seccion/NSST/06/Humoristas_G-L.htm
- Bond, Fraser (1974): *Introducción al periodismo: Estudio del Cuarto Poder en Todas sus Formas*. México, Limusa.
- Carra, Pat (s.f.): *Conciliación* [en línea]. <http://www.patcarra.it/>
- Chamorro Díaz, Martha C. (2005): “El humor gráfico desde una perspectiva retórica” [en línea]. *Icono* 4, 3 (1).
<http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/441/316>
- Connors, Joan L. (2010): “Barack Versus Hillary: Race, Gender, and Political Cartoon Imagery of the 2008 Presidential Primaries” [Barack Versus Hillary: Raza, Género, y dibujos animados Políticos en las primarias presidenciales de 2008]. *American Behavioral Scientist*, 54 (3), 298-312.
- Córcoles, Raquel (s.f.): *Una mujer jefa es mucho peor que un hombre* [en línea]. <https://co.pinterest.com/pin/546413367282092578/?autologin=true>
- Cortijo Talavera, Adela (2016): “Mirada y representación del cuerpo femenino en el cómic francés: las autoras de Ah! Nana”. *Diablotexto Digital*, (1), 139-167.
- Domenach, Jean-Marie (1955): *La propaganda política*. Buenos Aires, Eudeba.
- Donnelly, Liza (2013): *Women Deliver, the World Receives. Cartoons For and About Every Woman* [Mujeres Entregan, el Mundo Recibe. Dibujos animados Por y Sobre Cada Mujer]. New York, Women Deliver.
- García Navarro, Nerea (2018): “Pinceladas con nombre de mujer: El humor gráfico y sus ilustraciones”. *Revista Digital de Comunicación*, 7 (1), 109-116.
- Garrido Zanón, Carla (2015): “La construcción de la imagen de la mujer en el humor gráfico del semanario Hermano Lobo (1972 – 1976)”. *Revista de Comunicación de la SEECI*, Año XIX (36), 20-41. Doi: <http://dx.doi.org/10.15198/seeci.2015.36.20-41>
- Gluscock, Jack y Preston-Schreck, Catherine (2004): “Gender and Racial Stereotypes in Daily Newspaper Comics: A Time-Honored Tradition?” [Estereotipos de género y raciales en los periódicos cómicos: ¿Una tradición honrada?]. *Sex Roles*, 51 (7-8), 423-431.

- Gomis, Lorenzo (1974): *El medio media: la función política de la prensa*. Madrid, Seminarios y Ediciones.
- González Verdejo, Noelia (2002): "Humor se escribe con "U" de Universal. La risa como medio de acercamiento cultural" [en línea]. *XIII Congreso Internacional de la Asociación para la Enseñanza del Español como Lengua Extranjera (ASELE)*, Murcia, España, 2-5 de octubre: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2800259>
- Israel, Estrella y Pou, María José (2011): "Indagaciones interculturales sobre orígenes y religiones en el humor periodístico". *Cuadernos de Información*, (29), 161-172.
- Kayser, Jacques (1966): *El Periódico. Estudios de morfología, de metodología y prensa comparada* (3ª edición). Quito, Ciespal.
- Kress, Gunther y van Leeuwen, Theo V. (2001): *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication* [Discurso multimodal. Los modos y media de la comunicación contemporánea]. London, Arnold.
- León Gross, Teodoro y Travesedo de Castilla, Concepción (2005): "El 'discurso eficaz' de la viñeta gráfica". *IIM. Las viñetas en la prensa*, Málaga, Diputación, 59-72.
- Mararo, Francis Maina y Mberia, Hellen K. (2014): "Stereotypes Applied in Designing Cartoons Depicting Women in Politics in Kenya-Case Study of the Daily Nation's Gado Cartoons" [Estereotipos aplicados en el diseño de dibujos animados que representan a las mujeres en la política en Kenia: estudio de caso de las viñetas de Gado del Daily Nation's]. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 4 (9), 275-288.
- Martínez Albertos, José Luis. (1998): *Curso general de redacción periodística: lenguaje, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, televisión y cine*. Madrid, Paraninfo.
- Medina, Luis Ernesto. (1992): *Comunicación, humor e imagen: Funciones didácticas del dibujo humorístico*. México, Editorial Trillas.
- Miller, Ann y Pratt, Murray (2002): "Transgressive Bodies in the work of Julie Doucet, Fabrice Néaud and Jean-Christophe Menu: Towards a Theory of the 'AutobioBD'". *Belphégor*, 4 (1), 15-34.
- Milner, George Betram (1972): "Homo ridens. Toward a semiotic theory of humor and laughter" [Homo Ridens. Hacia una teoría semiótica del humor y la risa]. *Semiotica*, 5, 1-30. Doi: <http://dx.doi.org/10.1515/semi.1972.5.1.1>
- Morán Torres, Esteban (1988): *Géneros del periodismo de opinión. Crítica, comentario, columna, editorial*. Pamplona, Eunsa.
- Morín, Violette (1970): "El chiste". *Análisis estructural del relato*, Buenos Aires, Editorial Tiempo Contemporáneo, pp. 121-146.
- Peltzer, Gonzalo (1991): *Periodismo iconográfico*. Madrid, Rialp.
- Peñaranda, Raúl (2000): "Géneros periodísticos: ¿Qué son y para qué sirven?" [en línea]. *Sala de Prensa*, 26. <http://www.saladeprensa.org/>
- Raskin, Victor (1987): "Linguistic heuristics of humor: a script-based semantic approach" [Heurística lingüística del humor: un enfoque semántico basado en guiones]. *International Journal of the Sociology of Language*, 65, 11-25.
- Rivas Carmona, María del Mar (2014): "Claiming women's rights through cartoons: the demand for a work-life balance" [Reivindicar los derechos de las mujeres a través de los dibujos animados: la demanda de un equilibrio trabajo-vida]. *New Insights into Gender Discursive Practices: Language, Gender and Identity Construction* [Nuevas perspectivas sobre las prácticas discursivas de género: lenguaje, género y construcción de identidad], Valencia, Publicacions de la Universitat de València, 127-155.

- Rivas Carmona, María del Mar (2015): “Retratos multimodales de la masculinidad y el machismo: Reivindicación en las viñetas humorísticas” [en línea]. *Prisma Social, revista de ciencias sociales*, (13), 737-786.
<http://www.redalyc.org/html/3537/353744532020/>
- Rodríguez Camargo, Doris Patricia y Velásquez Orjuela, Ana Margarita (2011): “Análisis crítico del discurso multimodal en la caricatura internacional del periódico The Washington Post”. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, (17), 39-52.
- Roig, Mercedes (1989): *La mujer en la historia*. Madrid, Ministerio de Asuntos Sociales. Instituto de la Mujer.
- Romero Herrera, Manuel J. (2009): “Dónde está el límite del humor gráfico”. *CDC Cuadernos de Comunicación*, (3), 31-38.
- Samson, Andrea C. & Huber, Oswald (2007): “The interaction of cartoonist's gender and formal features of cartoons” [La interacción del género del dibujante y las características formales de los dibujos animados]. *Humor-International Journal of Humor Research*, 20 (1), 1-25. Doi: <http://dx.doi.org/10.1515/HUMOR.2007.001>
- Santamaría, Luisa (1990): *El comentario periodístico. Los géneros persuasivos*. Madrid, Paraninfo.
- Segado Boj, Francisco (Ed., 2009a): “El brazo informativo del gobierno: TVE en el humor gráfico de la prensa diaria de la transición (1974-1977)”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 15, 491-501.
- Segado Boj, Francisco (2009b): “Un tópico perpetuado. La imagen de la mujer y el feminismo en el humor gráfico de la prensa diaria durante la transición (1974-1977)”. *Zer*, 14 (27), 203-224.
- Tejeiro Salguero, Ricardo (2007): *Análisis categórico de contenidos de las viñetas de prensa mediante la técnica del card sorting* [en línea].
<http://prensatejeiro.blogspot.com/2008/08/anlisis-de-contenido-de-las-vietas-de.html>
- Tejeiro Salguero, Ricardo y León Gross, Teodoro (2009): “Las viñetas de prensa como expresión del periodismo de opinión”. *Diálogos de la comunicación*, 78, 1-8.
- Tubau, Iván (1987): *El humor gráfico en la prensa del franquismo*. Barcelona, Mitre.
- Valero Garcés, Carmen (2005): “Humor, mujeres y culturas. Algo sobre cómo reírse con y de las mujeres”. *Dossiers Feministes*, 8, 153-178.
- Vega Umaña, Lhiam (2013): “Humor político: análisis de la caricatura política en el referéndum 2007” [en línea]. *Anuario del Centro de Investigación y Estudios Políticos (CIEP)*, 4, 86-103. <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/ciep/article/view/17372>
- Wong, Wendy Siuyi & Cuklanz, Lisa M. (2002): “Critiques of Gender Ideology: Women comic artists and their work in Hong Kong” [Crítica de la ideología de género: mujeres artistas de cómic y su trabajo en Hong Kong]. *Journal of Gender Studies*, 11 (3), 253-266. Doi: <http://dx.doi.org/10.1080/0958923022000021269>
- Yus Ramos, Francisco (1996): “La teoría de la relevancia y la estrategia humorística de la incongruencia-resolución”. *Pragmalingüística*, (3-4), 497-508.
- Ximena Ávila, María (17-19 de diciembre de 2003): “Discurso periodístico y humor: la construcción del género” [en línea]. *IV Bienal Iberoamericana de Comunicación*, San Salvador, Asociación de Periodistas de El Salvador (APES).
<http://www.saladeprensa.org/art496.htm>
- Zurbriggen, Eileen L. & Sherman, Aurora M. (2010): “Race and Gender in the 2008 U.S. Presidential Election: A Content Analysis of Editorial Cartoons” [Raza y Género en las Elecciones Presidenciales de EE.UU. de 2008: Un Análisis del Contenido de las Viñetas

Editoriales]. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 10, 223-247. Doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1530-2415.2010.01211.x>

María Hernández Herrera se licenció en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense de Madrid (UCM) en 2007. En 2015, obtuvo el doctorado en Teoría, Análisis y Documentación Cinematográfica por la misma universidad. Desde el 2016 es docente e investigadora en la Universidad de Las Américas (UDLA) en Quito, Ecuador, donde enseña para la carrera de Multimedia y Producción Audiovisual, labor que compagina con los proyectos internacionales de investigación en los que trabaja en colaboración con la UCM. Sus líneas de investigación abarcan: estudios de recepción, estudios de percepción y análisis semiótico textual de obras artísticas basadas en la recopilación de información empírica. A través de sus experiencias de investigación multidisciplinaria, contribuye a la generación de conocimiento científico en estudios artísticos [<http://orcid.org/0000-0003-2784-6789>]