

Las viñetas de prensa como expresión del periodismo de opinión

Ricardo Tejeiro Salguero y Teodoro León Gross
España

Ricardo Tejeiro Salguero (Barcelona, España, 1966). Doctor en Psicología (2002) con la tesis "Los videojuegos: Categorización, consideraciones metodológicas y análisis de factores de riesgo", editada como libro por Ariel (Barcelona, 2003) y Aljibe (Málaga, 2008). Doctorando en Periodismo por la Universidad de Málaga, con la tesis "Las viñetas de prensa: entre el humor y la opinión". Autor de numerosos artículos y ponencias sobre videojuegos y comunicación. Viñetista desde 1992 en el periódico Europa Sur; autor de 25 libros ilustrados. Jefe de Prensa del Ayuntamiento de Tarifa; coordinador y profesor de Historia del Arte en el curso de Acceso a la Universidad para Mayores de 25 Años (UCA); profesor en dos programas de doctorado de la Universidad de Málaga.

Teodoro León Gross (Málaga, España, 1966). Doctor en Periodismo, licenciado en Filología Hispánica, profesor titular de Comunicación en la Universidad de Málaga. Vicepresidente de la asociación de investigación en Comunicación I+D.COM, secretario académico de la Cátedra Unesco de Comunicación de la UMA, vicepresidente de la Fundación Manuel Alcántara. Autor de libros como *El periodismo débil* (2006), *La prensa diaria en la UE* (2003), *Fondo perdido: Manuel Alcántara* (1997), *El artículo de opinión* (1996) o *Uso y abuso del español hablado en Canal Sur Radio* (1991); colaborador de informes anuales del estado de la información y el sistema de medios. Ha sido analista de estudios sobre flujos informativos para la Asociación de Periodistas Europeos con motivo de los foros eurolatinoamericanos. Articulista de opinión en Sur y editorialista en el Grupo Vocento desde 1996.

Resumen

Tras una revisión de la terminología más habitual para referirse a las viñetas en el ámbito ibérico y latinoamericano, se defiende el uso de éste término y se propone una definición como paso necesario para cualquier estudio. A continuación se comenta el papel de las viñetas en el análisis crítico de la realidad, tanto en el día a día periodístico como en determinados momentos históricos como la transición española. Se analiza el lugar de las viñetas entre los géneros periodísticos, y específicamente dentro de los géneros de opinión. Tras revisar sus posibilidades como artículo editorial, se defiende la equiparación de las viñetas a las columnas de opinión. Para todo ello, además de la experiencia de los autores en este ámbito, se recurre a referencias bibliográficas de académicos y viñetistas, además de afirmaciones de autores de viñetas y otros profesionales del periodismo recogidas para este artículo.

Abstract

After reviewing the most common terms used when referring to the press cartoons in Spain, Portugal and the Latin America, the use of the term "viñeta" is proposed and a definition is suggested as a necessary step for further comments. The role of the cartoons in the critical analysis of reality is then discussed, both in the everyday journalistic activity and in determined historical periods such as the Spanish political transition. The place of the cartoons among the journalistic genres –and specifically among opinion genres– is then analysed. After reviewing their possibilities as editorial articles, we defend their equivalency to opinion columns. We base our arguments both in our own experience in this field and in the comments of cartoonists, scholars and journalists, already published elsewhere or collected for this article.

Precisiones terminológicas.

Aunque las viñetas de prensa, en su forma actual, tienen ya más de cien años de historia, estamos aún lejos de un consenso en torno a diversos aspectos relevantes relacionados con las mismas, y tal vez el primer punto de debate está en la forma en que hemos de denominarlas. En este sentido, los términos utilizados en España cuando se trata del tema son 'viñeta', 'chiste', 'humor', 'tira' y 'humor gráfico', fundamentalmente. En el ámbito latinoamericano se tiende más a utilizar el término 'caricatura' (también 'cartones' en México), y en las versiones electrónicas de periódicos cubanos como *Granma* o *Juventud Rebelde* se las denomina 'opinión gráfica'. En Portugal la caricatura recibe la misma denominación que en España, aplicándose el término 'cartoon' (o 'cartune') a las viñetas. En Brasil también se utiliza el neologismo 'cartun' para aludir a las viñetas humorísticas de carácter genérico o que satirizan costumbres; las que hacen referencia a acontecimientos de actualidad, con frecuencia política, reciben el nombre de 'charge' (por 'carga' en francés), en tanto las 'portraits-charges' constituyen una variante que incluye caricaturas de personajes conocidos.

La utilización de uno u otro término no está libre de importantes connotaciones de cara al propio objeto de estudio, puesto que la denominación acota sus significados, delimita los elementos que le son propios y lo definen como tal, plantea implicaciones de cara a la consideración del trabajo de los viñetistas, y afecta, en resumen, a muchos otros aspectos que resultan relevantes a la hora de analizar de forma adecuada esta forma de expresión periodística. Ignorando todo esto, la mayoría de los autores se han limitado a escoger un determinado término sin molestarse casi nunca en justificarlo ni definirlo.

En este artículo utilizaremos el término 'viñeta', porque entendemos que algunas de las denominaciones citadas ('chistes', 'humor', 'humor gráfico') otorgan un papel excesivamente prominente al humor, que aunque es una poderosa herramienta al servicio del viñetista, no constituye un elemento fundamental de muchas de las publicadas en la prensa. En cuanto a la denominación de 'opinión gráfica', parece imprecisa en la medida en que engloba también el trabajo de al menos buena parte de los fotógrafos de prensa. El término 'tira' resulta a su vez inadecuado para referirnos a la generalidad de los trabajos que pretendemos analizar, ya que en realidad hace referencia únicamente a uno de los posibles formatos (dibujo "largo y angosto", con frecuencia a base de sucesivas imágenes). Respecto a las 'caricaturas', creemos que la acepción más habitual, al menos en España, limita su contenido a la deformación grotesca de los rasgos de una persona o grupo de personas, aún cuando estamos de acuerdo en que dicha deformación no se limita al aspecto físico sino, en muchas ocasiones, a sus características psicológicas o sociales. Asimismo, parece conveniente rechazar la denominación de 'cartones' o 'monos' por su imprecisión y por su escasa difusión en España y en otros países del ámbito hispanoparlante. Finalmente, en un reciente estudio, aún sin publicar, hallamos que el término aplicado por una amplia muestra de viñetistas españoles al producto de su trabajo es mayoritariamente 'viñeta' (51,7%); porcentajes menores optan por el término 'chiste' (20,7%) y 'dibujo' (13,8%), con alguna respuesta aislada para 'tira cómica', 'ilustración' y 'pintura satírica'.

Por todos estos motivos defendemos el uso del término ‘viñeta’ y lo definimos 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 de 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.

Las viñetas en el análisis crítico de la realidad.

Con esta definición como referencia, es indudable que las características de las viñetas de prensa hacen de ellas una excelente herramienta para el análisis crítico de la realidad, de la que son testimonios a veces excepcionales (León Gross, 2004), contribuyendo de forma poderosa a la construcción de la imagen de la realidad social y política que se realiza desde los periódicos. Así, el potencial de las viñetas para contribuir a la creación de opinión ha sido defendido en numerosas instancias de ámbitos diversos (Bouvier, 2001; Caswell, 2004); y de hecho Tomás Várnagy (2002) defiende este papel en relación con *The New York Times* y los ataques terroristas del 11 de septiembre, mientras que Peña Marín (2002) sostiene que el humor gráfico contribuyó durante el franquismo a la formación de una comprensión y evaluación del mundo social compartida por una amplia mayoría de españoles; Natalia Meléndez (2005) defiende que las viñetas contribuyeron poderosamente al papel que jugaron determinados medios en la formación de opinión durante la transición. En palabras de uno de los viñetistas de la época, aún hoy en activo: “Fue una etapa muy dura y nos utilizaron, y nos dejamos utilizar, para que el tejido social de este país se fuera movilizándolo. La opinión se hacía más digestiva a través de una viñeta gráfica o una tira (Ricardo Cámara “Sir Cámara”, entrevistado por Mamen Eslava para *El Día de Cuenca*, 26 de marzo de 2008). En esta misma línea, en octubre de 2006 el secretario general de las Naciones Unidas, Kofi Annan, destacó el papel de las viñetas como formadoras de opinión en una alocución a raíz de la polémica surgida por la publicación de unas caricaturas del profeta Mahoma:

Los viñetistas ejercen una gran influencia sobre la forma en que se ven entre sí los diferentes grupos de personas. Pueden animarnos a contemplarnos de manera crítica, a incrementar nuestra empatía por el sufrimiento y las frustraciones de los demás. Pero también pueden hacer lo contrario. En resumen, tienen una gran responsabilidad.

Por lo que respecta a los propios autores, no faltan las afirmaciones de que las viñetas constituyen un ejemplo de periodismo, y como tal ejercen de cronistas de la actualidad. Como resume Plantú, de *Le Monde*, “No soy un viñetista, sino un periodista que dibuja” (en Incerti, 2007).

Viñetas de prensa y géneros periodísticos.

En el ámbito académico y profesional no han faltado voces que han defendido la inclusión de las viñetas de prensa dentro de los géneros periodísticos, entendidos como “las diversas modalidades de creación lingüística que se caracterizan por acomodar su estructura a la difusión de noticias y opiniones a través de los medios de comunicación social” (Muñoz 1994: 121). Ahora bien, esta defensa se enfrenta, en primer lugar, con la falta de consenso en la clasificación de los propios géneros. Y es que a pesar de que algunos autores defienden la necesidad de entender las modalidades de forma flexible, ya que hay géneros que desaparecen, otros que nacen y muchos, si no todos, que se transforman, al ser la historia de los géneros una permanente dialéctica entre la llamada tendencia dominante y las variables, opuestas a ella, que garantiza la evolución de la serie (León Gross, 1996: 147), lo cierto es que a la primitiva distinción anglosajona entre *story* (hecho) y *comment* (comentario) han seguido infinidad de propuestas de géneros, subgéneros, estilos y otras clasificaciones basadas en la temática, modo de trabajo, corriente de pensamiento, criterio de objetividad, estructura, propósito y otros criterios.

Aunque no es éste el lugar para revisar estas propuestas, hay que señalar que las mismas se han traducido, a su vez, en diferentes sugerencias de clasificación de las viñetas dentro de los géneros periodísticos. Ampliando el esquema de Natalia Meléndez (2005), las viñetas han sido consideradas como un género iconográfico (Peltzer, 1991; Abril Vargas, 1999; Abreu, 2001), como un género literario (Tubau, 1987; Martínez Albertos, 1998), como un género periodístico al nivel de la noticia, el artículo, la crónica, el editorial y la entrevista (Marqués de Melo, vid. Peñaranda, 2000), como un género periodístico secundario (Kayser, 1966) y como un género periodístico de opinión o comentario (Bond, 1974; Gomis, 1974; Morán Torres, 1988; Santamaría, 1990; Armentia y Caminos, 2003; León Gross y Travesedo, 2004; Domínguez, 2006).

Las viñetas como género de opinión.

En el párrafo anterior queda reflejado que la mayoría de autores que han abordado el estudio de las viñetas sitúan éstas en el ámbito de los géneros de opinión. Los propios viñetistas comparten también de forma mayoritaria este planteamiento, tal como revelan numerosas referencias en ese sentido: “La caricatura es un tipo de opinión, pero el empaque es más atractivo para el lector” (Vladimir Flórez, Vladdo, en Gesund, Tamayo y Herrera, 2006); “Me parece que es algo muy agradable poder expresar tu opinión cada día en un medio de repercusión nacional” (Carlos Romeu, entrevistado por Gorka Díez en *Diario Cuenca*, 27-II-2008); “Estás haciendo un editorial y estás creando una opinión con tu dibujo [...]. Es una editorial en clave de humor. Efectivamente, porque las caricaturas o las viñetas en prensa cumplen, muchas veces, esa función editorializante” (Marçal, en Pato, 2006); “Me planteo las viñetas como un medio de opinión” (Herbert Block, en Block, 2000).

Al margen de las opiniones expresadas por autores, editores y estudiosos del tema, ¿en qué secciones las incluyen los periódicos? En un reciente estudio (Tejeiro, 2007) se pone de manifiesto que en las ediciones impresas de una muestra representativa de periódicos españoles la mayoría de las viñetas se publicaban en la sección de Opinión (57%), seguida a gran distancia de las secciones de Agenda (13%), España (9%) y Pasatiempos (9%). En cambio, al analizar las ediciones digitales de 89 periódicos españoles encontramos que sólo un tercio las presentaba en la sección de Opinión, mientras que más de la mitad las consideraba incluidas en la de Humor.

Por otra parte, la consideración de las viñetas dentro de los géneros de opinión por parte de muchos académicos no ha supuesto, en muchos casos, que en los tratados y manuales se les haya otorgado un lugar ni siquiera remotamente equiparable al de otros formatos como el editorial o la columna. La obra académica de referencia en España, *El comentario periodístico. Los géneros persuasivos*, de la profesora Luisa Santamaría Suárez, de la Universidad Complutense de Madrid (1990), sólo dedica a las viñetas -que no llega a definir, y a las que denomina "caricaturas políticas"- 18 líneas de sus 179 páginas. En definitiva, se pone de relieve la escasa relevancia concedida al género, en contraste con las 16 páginas dedicadas al editorial, 20 a la columna, 22 a la crítica, 16 al suelo o glosa, e incluso las cartas al director, que obtienen 13 líneas más que las viñetas.

Las viñetas como artículo editorial.

Entre quienes defienden la consideración de las viñetas entre los géneros de opinión, algunos llegan a equipararlas con el artículo editorial. Así, Morán Torres (1988: 153) comenta: "El *cartoon* es, verdaderamente, una modalidad de artículo editorial; la representación dibujada, en vez de escrita, de la opinión del medio"; y Évora Tamayo (1988: 5) profundiza en esta línea al señalar: "La caricatura editorial constituye una expresión gráfica y artística esencialmente periodística [...]. Su propósito es manifestar gráficamente la opinión de su periódico acerca de acontecimientos de la máxima actualidad". Por su parte, Mariano Cebrián Herreros (1992: 394) se limita a afirmar que la caricatura puede llegar en ocasiones a cumplir una función "editorializante" respecto del protagonista. En la primera literatura académica sobre la materia se cuenta con la referencia de Fraser Bond (1974: 263) que, en el ámbito anglosajón, defiende el carácter editorial de las viñetas de prensa al señalar que "exponen en forma gráfica el punto de vista del periódico", opinión que comparte con el veterano periodista venezolano Óscar Yáñez, para quien "la caricatura es un editorial gráfico" (citado en Durán, 1990: 24).

En este punto conviene aclarar que, aunque en el contexto norteamericano tienen gran importancia los *editorial cartoons*, la simple traducción del término por 'viñeta editorial supone un error y desde luego una fuente de confusión. El editorial refleja siempre la postura del medio ante el tema que aborda, y por consiguiente nunca va firmado —en este punto no hay excepciones, ni en la teoría académica ni en la práctica profesional- y en cambio el 'editorial cartoon' siempre va firmado y supone, por lo general, la

expresión de la postura de su autor, aunque motivada por el enfoque del medio y adaptada al mismo. Por ello, la traducción más acertada para el término es “viñeta de opinión”, si bien en muchos casos, si bien no en todos, existe ese sustrato editorializante, al que conviene prestar atención.

Sobre este asunto conviene anotar los matices aportados tres prestigiosos autores estadounidenses¹:

- Matt Davies, viñetista en *The Journal News*, Premio Pulitzer de 2004 de viñetas editoriales, presidente en 2004 de la Association of American Editorial Cartoonists: “en los Estados Unidos, el que una viñeta se llame «editorial» tan solo significa que es una viñeta con una fuerte opinión política. Se trata fundamentalmente de la opinión del viñetista, si bien los periódicos tienden a contratar a viñetistas que reflejen su propia inclinación política, aunque no siempre. Personalmente, yo prefiero el término «viñetista político» porque es mucho más descriptivo”.
- Scott Stantis, viñetista en *The Birmingham News*, y anteriormente también presidente de la Association of American Editorial Cartoonists: “viñeta editorial es tan solo el nombre que utilizamos. Algunos viñetistas reflejan la opinión de los periódicos, y otros tienen mayor libertad. Yo estoy en algún lugar en medio. No debo alejarme demasiado de la posición editorial, pero puedo hacerlo y lo he hecho a veces”.
- Ed Stein, viñetista de *Rocky Mountain News*, de Denver, Colorado, sindicado con *United Features*: “Las viñetas son únicamente mi opinión personal, y con frecuencia entran en conflicto con la posición del periódico sobre los temas. Soy considerado como un columnista de opinión, y los lectores y editores entienden que mis opiniones son mías únicamente, y no las del periódico. Virtualmente, tengo total libertad para expresar mis propias ideas”.

T

ambién Herbert Block, Herblock, viñetista del *Washington Post* y Premio Pulitzer en 1942, 1954 y 1979, afirma:

La viñeta de la página editorial del *Washington Post* es una expresión firmada de opinión personal. En este sentido, es como una columna u otro artículo firmado, lo que la distingue de los editoriales, que expresan la política del propio periódico. Otros periódicos operan de forma diferente. En algunos, la viñeta se dibuja como acompañamiento al editorial (Block, 2000).

Las viñetas como columna de opinión

Al igual que los dibujantes norteamericanos ya citados, los viñetistas españoles también indican, de forma mayoritaria, que las viñetas transmiten la opinión personal de su autor o autores. Así se expresan algunos de los principales viñetistas andaluces²: “Creo que mi cometido en el periódico es básicamente el mismo que el de un columnista de opinión. La diferencia es que yo lo hago gráficamente, y utilizando el

¹ Comunicaciones personales a los autores del artículo, entre el 11 y el 20 de agosto de 2008.

² Comunicaciones personales a los autores del artículo, entre enero y abril de 2009.

humor como instrumento expresivo” (Ricardo Olivera, Fritz, de *La Voz de Cádiz*); “[Mi viñeta es periodismo] en el mismo sentido que se considera periodismo una columna de opinión” (Melchor Prats, Mel, de *Diario de Cádiz*); “[La viñeta] es un artículo de opinión” (Manuel Luis Gallardo, Miki, de *Málaga Hoy* y otros); “Es como una columna pero dibujada” (Martínez, de *El Mundo*).

Hay un aspecto, sin embargo, que matiza estos puntos de vista, toda vez que las viñetas, aunque de hecho reflejan la opinión del autor y no necesariamente del periódico, en la práctica son percibidas por muchos lectores como un ‘para-editorial’. En consecuencia, los medios ejercen mayor presión sobre los viñetistas que sobre los columnistas al objeto de que ajusten su argumentación a la línea editorial del periódico. Con seguridad, algunos dibujantes, como Ricardo&Nacho en *El Mundo* al modo de Plantu con *Le Monde*, interpretan gráficamente la línea editorial, sin faltar otros ejemplos ciertamente singulares como el de Mingote en *ABC*:

Nosotros lo hemos incorporado en las páginas editoriales porque hay una sintonía absoluta entre el periódico y Mingote. Eso no ocurre con los otros. En las páginas de Opinión están junto a las columnas del resto de colaboradores, que no siempre coinciden con la línea editorial. En este caso se ha apostado ya por decir que Mingote dibuja un editorial (Manuel Capelo, subdirector de *ABC de Sevilla*³).

En el ámbito académico, Luisa Santamaría (1990: 81) indica que “la caricatura política [...] es la expresión firmada de una opinión personal. En este sentido es similar a una columna o cualquier artículo firmado y distinta de los editoriales”. Aunque quede relegada a un segundo plano como género gráfico, con seguridad la función queda definida en esa síntesis. Muñoz (1994: 163) cita a su vez las variedades periodísticas como las tiras cómicas y viñetas dentro de los géneros ambiguo-mixtos de interpretación y opinión, indicando que “las ilustraciones deben considerarse como una expresión de la opinión personal del autor de la viñeta, dibujo o caricatura. Un punto de vista personal”, y en esa misma línea León Gross y Travesedo (2004:59-61), en el artículo *El ‘discurso eficaz’ de la viñeta gráfica* coinciden en ese enfoque con una argumentación paralela:

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, y en ambos la continuidad consolida el reconocimiento de un estilo inequívoco [...]. No hay duda de que cada viñeta entraña una reflexión acerca del presente, bien por actualidad informativa o por tratarse de un asunto con vigencia y relevancia dirigido a un interlocutor masivo. Eso sitúa a la viñeta como solución característica del periodismo de opinión.

Se debería añadir, como conclusión, que la viñeta, como el columnismo, es un género utilizado por los diarios para reforzar la línea editorial con opiniones independientes de prestigio reforzada por el valor del ethos, el prestigio del autor ganado día a día con su demostración de inteligencia analítica ante la realidad (López Pan, 1996), y por la eficacia del humor, el *delectare* retórico sin duda persuasivo toda vez que

³ Comunicación personal a los autores, 13 de abril de 2009.

suscita “la simpatía del público hacia el objeto del discurso” (Lausberg, 1984:l.229) rentabilizando la potencia de la *festivitas* emanada de los mecanismos de *risus captatus* –la capacidad de provocar la sonrisa- que genera una identificación del lector con el autor y su trabajo por simpatía, y por tanto con una potencia singular para “secuestrar” a éste (Vignaux, 1986:183). Ahora bien, la viñeta es sobre todo poderosa por su popularidad, por su recepción fácil que cautiva a todo el público frente al elitismo de la columna, de ahí que sea utilizada con mayor intensidad, desde su misma ubicación, como una representación gráfica de la línea editorial para proyectar eficazmente ésta.

Bibliografía

- Abreu Sojo, C. (2001b): Periodismo iconográfico (VII). Hacia una definición de caricatura (1). *Revista Latina de Comunicación Social*, 40. Disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina40abr/102cabreuVII.htm>
- Abril Vargas, N. (1999). *Periodismo de opinión*. Madrid: Síntesis.
- Armentia, J.I. y Caminos, J.M. (2003). *Fundamentos de periodismo impreso*. Barcelona: Ariel.
- Block, H. (2000). *The Cartoon*. Accedido el 15 de septiembre de 2008 en <http://www.loc.gov/rr/print/swann/herblock/cartoon.html>
- Bond, F. (1974). *Introducción al periodismo*. México: Limusa.
- Bouvier, V. (2001). Imaging a Nation: U.S. political cartoons and the war of 1898. En V. M. Bouvier (Ed.) *Whose War; the War of 1898 and the Battles to Define the Nation* (pp. 91-122). Westport, CT Praeger.
- Caswell, L.S. (2004). Drawing Swords: War in American Editorial Cartoons. *American Journalism*. 21(2), 13-45.
- Cebrián Herreros, M. (1992). *Géneros informativos audiovisuales*. Madrid: Editorial Ciencia 3.
- Domínguez, J. (2006). Valoración periodística de la caricatura política. *Revista Comunicología@: indicios y conjeturas*, Publicación Electrónica del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana Ciudad de México, Primera Época, Número 5, Primavera 2006, disponible en: http://revistacomunicologia.org/index.php?option=com_content&task=view&id=141&Itemid=73
- Durán, M. (1990). *La caricatura en la prensa nacional*. Trabajo de Licenciatura. Universidad Central de Venezuela. Escuela de Comunicación Social.
- Fischer, R. A. (1996). *Them damned pictures: Explorations in American political cartoon art*. North Haven, CT: Archon Books.
- Gesund, A., Tamayo, M. y Herrera, J. (2006). Aleida: defensora de la dignidad de la mujer. Entrevista a Vladimir Flórez, caricaturista colombiano. *Tribuna*, revista on-line del Colegio Bolívar, Cali, Colombia, junio. Disponible en: www.colegiobolivar.edu.co/about/Publications/Tribuna/Tribuna_Jun_2006/Extracted/Trib_%20jun_06-p6.pdf.
- Gomis, L. (1974). *El medio media: la función política de la prensa*. Madrid: Seminarios y Ediciones.
- Incerti, R. (2007). Una mosca sul viso di Sarkozy. *La Repubblica*, 30 settembre, p. 15. Disponible en: <http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2007/09/30/una-mosca-sul-viso-di-sarkozy.html>
- Kayser, J. (1966). *El Periódico. Estudios de morfología, de metodología y prensa comparada* (3ª edición). Quito: Ciespal.
- Kemchs, A. (2003). *Haz el humor y no la guerra*. México: Editorial Cartón.
- Lausberg, H. (1984). *Manual de Retórica literaria*, 3 vols, 2ª reimpr. Madrid: Gredos.
- León Gross, T. (1996). *El artículo de opinión*. Barcelona: Ariel.
- León Gross, T. (2004). La memoria esencial. En T. León (Dir.), *11M. Las viñetas en la prensa* (pp. 9-13). Málaga: Diputación.
- León Gross, T. y Travesedo de Castilla, C. (2005). El 'discurso eficaz' de la viñeta gráfica. En T. León (Dir.), *11M. Las viñetas en la prensa* (pp. 59-72). Málaga: Diputación.
- López Pan, F. (1996). *La columna periodística. Teoría y práctica. El caso de Hilo Directo*. Pamplona: Eunsa.
- Martínez Albertos, J.L. (1998). *Curso general de redacción periodística*. Madrid: Paraninfo.
- Meléndez Malavé, N. (2005). *El humor gráfico en el diario El País durante la transición política española (1976-1978)*. Tesis doctoral. Departamento de Periodismo, UMA.
- Morán Torres, E. (1988). *Géneros del periodismo de opinión. Crítica, comentario, columna, editorial*. Pamplona: Eunsa.
- Muñoz, J.J. (1994). *Redacción periodística. Teoría y práctica*. Salamanca: Cervantes.
- Pato, M. (2006). "A Mahoma lo retraté tapado con una sábana como un fantasma". *Periodista Digital*. Disponible en: <http://www.periodistadigital.com/periodismo/object.php?o=448445>
- Peltzer, G. (1991). *Periodismo iconográfico*. Madrid: Rialp.
- Peñaranda, R. (2000). Géneros periodísticos: ¿Qué son y para qué sirven? *Sala de Prensa*, 26. Disponible en <http://www.saladeprensa.org/>
- Peñaranda, R. (2000). Géneros periodísticos: ¿Qué son y para qué sirven? *Sala de Prensa*, 26. Disponible en <http://www.saladeprensa.org/>

Santamaría, L. (1990). *El comentario periodístico. Los géneros persuasivos*. Madrid: Paraninfo.

Tamayo, E. (1988). *La caricatura editorial*. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente.

Tejeiro, R. (2007). Análisis categórico de contenidos de las viñetas de prensa mediante la técnica del *card sorting*. Disponible en <http://prensatejeiro.blogspot.com/2008/08/anlisis-de-contenido-de-las-vietas-de.html>

Tubau, I. (1987). *El humor gráfico en la prensa del franquismo*. Barcelona: Mitre.

Várnagy, T. (2002). Caricaturing the Twin Towers Attack: The New York Times Worldview Through its Political Cartoons. *Cahiers de l'Echinox Journal*, volumen II, pp. 253-267.

Vignaux, G. (1986). *La Argumentación. Ensayo de lógica discursiva*. Buenos Aires: Hachette.

AUTORES

Ricardo Tejeiro Salguero (Barcelona, España, 1966). Doctor en Psicología (2002) con la tesis “Los videojuegos: Categorización, consideraciones metodológicas y análisis de factores de riesgo”, editada como libro por Ariel (Barcelona, 2003) y Aljibe (Málaga, 2008). Doctorando en Periodismo por la Universidad de Málaga, con la tesis “Las viñetas de prensa: entre el humor y la opinión”. Autor de numerosos artículos y ponencias sobre videojuegos y comunicación. Viñetista desde 1992 en el periódico Europa Sur; autor de 25 libros ilustrados. Jefe de Prensa del Ayuntamiento de Tarifa; coordinador y profesor de Historia del Arte en el curso de Acceso a la Universidad para Mayores de 25 Años (UCA); profesor en dos programas de doctorado de la Universidad de Málaga.

Teodoro León Gross (Málaga, España, 1966). Doctor en Periodismo, licenciado en Filología Hispánica, profesor titular de Comunicación en la Universidad de Málaga. Vicepresidente de la asociación de investigación en Comunicación I+D.COM, secretario académico de la Cátedra Unesco de Comunicación de la UMA, vicepresidente de la Fundación Manuel Alcántara. Autor de libros como *El periodismo débil* (2006), *La prensa diaria en la UE* (2003), *Fondo perdido: Manuel Alcántara* (1997), *El artículo de opinión* (1996) o *Uso y abuso del español hablado en Canal Sur Radio* (1991); colaborador de informes anuales del estado de la información y el sistema de medios. Ha sido analista de estudios sobre flujos informativos para la Asociación de Periodistas Europeos con motivo de los foros eurolatinoamericanos. Articulista de opinión en Sur y editorialista en el Grupo Vocento desde 1996.

Fotografía del autor Ricardo Tejeiro

