



REVISTA ANDALUZA DE COMUNICACIÓN

Ámbitos

ISSN: 1139-1979

ambitoscomunicacion@us.es

Universidad de Sevilla

España

Blanco Castilla, Elena

La viñeta como nueva estrategia editorial de los medios. Visualización del 11-M en los principales escenarios mediáticos

Ámbitos, núm. 16, 2007, pp. 27-36

Universidad de Sevilla

Sevilla, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16801602>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

# La viñeta como nueva estrategia editorial de los medios.

## Visualización del 11-M en los principales escenarios mediáticos

Dra. Elena Blanco Castilla

(Universidad de Málaga)

castilla@uma.es

### Resumen

*Este artículo es una reflexión construida a partir de la evolución de las páginas de opinión experimentada en los últimos años, que tiene como característica la fuerte implantación de nuevos subgéneros de opinión. Estos cumplen con el objetivo de formación de la opinión pública reservado tradicionalmente al editorial, pero gozan además de una gran aceptación entre los lectores por su mayor accesibilidad. No obstante, un clásico de estas páginas como es la viñeta o tira de humor juega un papel fundamental en esta nueva estrategia editorial, ya que en hechos importantes y de gran trascendencia, como son los relacionados con el terrorismo, interpreta sin complejos su función editorializante e incide con total eficacia en la formación de la opinión pública. Un ejemplo claro de ello lo encontramos en los contenidos del 11-M.*

### Abstract

*This article is a reflection based on the opinion pages evolution experienced in the last years, characterized by the strong implantation of new subgenera of opinion. They also fulfill the goal of creation of the public opinion, reserved to the editorial traditionally, but with much greater acceptance between the readers. The editorial cartoon plays an important role in this new editorial strategy, because in important facts and of greater importance, as those related with terrorism, it keeps its editorial function without complexes and it affects the public opinion with total effectiveness. The analysis of editorials and cartoons about the 11M in the Spanish and foreign press bases this affirmation.*

**Palabras clave:** Opinión, Editorial, Viñeta, Autor gráfico, Terrorismo.

**Keywords:** Cartoons, Editorial, Public opinion, 11M, Terrorism.

## 1. INTRODUCCIÓN

**E**l editorial es un género de referencia para la prensa de calidad que muestra la opinión del medio sobre un asunto de actualidad e interés, al objetivo de orientar y formar la opinión del lector. La principal misión del editorial es influir en la sociedad de manera que ésta perciba y comparta su punto de vista sobre hechos o asuntos de actualidad, a través de opiniones y afirmaciones que forjarán su seña de identidad, su actitud ideológica o moral. Esta labor, como recuerda Emil Dovifat (1959: 129), debería realizarse siempre por medio de la fuerza probatoria del pensamiento y de los hechos, aun cuando su fin global sea buscar ante todo el asentimiento y la adherencia del lector con una posición que puede ser crítica, laudatoria o meramente descriptiva (Núñez Ladeveze, 1995: 105).

La importancia del editorial es evidente; sin embargo, a pesar de su considerable influencia como género de prestigio, el editorial no está en su mejor momento. En el caso de España, concretamente, ha perdido mucha de la fuerza que tuvo durante la etapa de la transición política, en la que la opinión de los principales medios del país, ante hechos y en momentos delicados, facilitó decisiones de envergadura en aquel difícil periodo político. Y la ha perdido aun cuando mantiene la atención de los líderes de opinión y suele ser comentado en otros medios informativos si aborda asuntos que son motivo de preocupación entre la opinión pública.

Las causas de este declive no encuentran, por tanto, una justificación suficiente en las circunstancias políticas, lo que obliga a abrir nuevas posibilidades de análisis, especialmente en un momento en el que los medios de comunicación quieren potenciar su función editorial. Evidente es el caso de la prensa de ámbito nacional, caracterizada por firmes actitudes doctrinales, especialmente de carácter ideológico.

Los medios impresos han introducido importantes modificaciones en el tratamiento y presentación de la opinión, conscientes de que los matices del lenguaje editorial son a veces difíciles de asimilar y su contenido demasiado denso. El objetivo es que su criterio llegue a una gran mayoría de lectores que, en los últimos años, han optado por textos más livianos. De esta forma, se ha producido el nacimiento de nuevos subgéneros de opinión de mayor aceptación, que cumplen plenamente con ese objetivo de formación de la opinión pública.

La rigidez del editorial, en el que es fundamental el análisis y la reflexión y su estilo menos accesible, tiene su alter ego en estos subgéneros capaces de imbuir en los lectores la línea editorial de una cabecera, así como en otro clásico de la prensa escrita, la viñeta, con su enorme facilidad para ser transmisora de opinión, aun en los casos en los que la opinión pudiera estar prohibida. Su importancia e influencia no es nueva. Cuando la libertad de expresión no

existía en España y la función editorial estaba claramente anulada, el ansia de expresar situaciones de descontento y crítica encontró en el humor gráfico un sutil medio de expresión. Afirmar Cristina Peña Marín que el humor gráfico contribuyó durante el franquismo, junto a otros medios y movimientos, a la formación de una comprensión y evaluación del mundo social, compartida por una amplia mayoría de españoles que descubrió la democracia y la libertad efectiva tras la muerte de Franco. Aunque mucho antes la había imaginado y deseado a través del humor, añade la autora (Peña Martín, 2002: 375).

La viñeta puede ser universal, como lo es el humor y goza del favor del público. Frecuentemente se oye hablar de la que ese día publica tal autor y ello sucede bastante más a menudo de las que se producen conversaciones o comentarios sobre el editorial de cualquier periódico. La viñeta comunica mediante la ironía y el doble sentido y traslada un mensaje personal y directo que es mucho más comprensible y cercano al lector que pueda serlo un editorial. Esta facilidad para emitir mensajes permite que el autor desarrolle una gran capacidad de crear opinión y de que ésta influya en la sociedad. Juega, además, con una serie de ventajas importantes: su ubicación en un lugar fijo y privilegiado del periódico y su destacado tratamiento tipográfico incrementan su visibilidad y aumentan su poder como referencia ineludible para el lector.

Esas ventajas se incrementan aún más si observamos las limitaciones del editorial. Éste, por ejemplo, debe referirse a hechos, analizarlos e, incluso, advertir de sus riesgos, pero no puede adelantarse a posibles acontecimientos: la viñeta sí. Igualmente, el editorial debe guardar coherencia temática respecto a los contenidos que trata; debe argumentar su opinión, debe cuidar sus afirmaciones, especialmente si se refiere a circunstancias personales o privadas, etcétera. La viñeta no tiene estas cortapisas y de ahí su importancia en la nueva estrategia de los medios. Lo universal y, sobre todo, lo sutil que puede ser le sirven tanto para expresar una crítica en un entorno social dominado por un régimen político totalitario, como para abordar la desgracia, el horror, el terrorismo y transmitir condena o simpatía, aceptación o rechazo, porque el humor, igual que la opinión, es subjetivo.

## 2. DIRECTO AL LECTOR

Su cercanía y su capacidad de diálogo con el lector le permiten expresar llana y directamente lo que a veces la retórica de las palabras podría ocultar. El dibujante denuncia con la fuerza del ingenio, tanto para sugerir una reflexión como para valorar con rotundidad una situación. Según se afirma en el catálogo de la exposición Viñetas para la paz, organizada por la Fundación Fernando Buesa Blanco, una de las víctimas del terrorismo de ETA:

Las viñetas de la prensa diaria, con su impacto paradójico y el trabajo inteligente y comprometido de sus creadores, los dibujantes, son un canal muy interesante para denunciar la violencia y abrir caminos de reflexión que conduzcan a la paz y a la convivencia en libertad.

El humor gráfico en la prensa aborda diariamente temas de actualidad. Su seguimiento y análisis demuestran el incremento de su presencia en los últimos años y su relación directa y destacada con la información y editorial del día. En este sentido son los diarios La Vanguardia y El País los que con mayor frecuencia utilizan esta combinación (editorial e información y viñeta) en asuntos de gran trascendencia, al margen de que otros autores gráficos aborden también ese mismo tema. El análisis de ambos periódicos, en el periodo comprendido entre el 21 de mayo y el 7 de junio de 2005<sup>1</sup>, muestra que La Vanguardia incluye esta combinación catorce veces y El País seis, lo que significa una frecuencia diaria del 33 por ciento y del 14,3 por ciento, respectivamente. Los asuntos son coincidentes: las elecciones vascas y el aniversario del 11-M, entre otros.

En los hechos de mayor trascendencia o en los de mayor gravedad, como pueden ser los relacionados con el terrorismo, el humor gráfico interpreta sin complejos una función editorializante e incide con total eficacia en la formación de la opinión pública, convirtiéndose en un instrumento eficaz para orientar la opinión del lector. Por ello, parece obvio que los medios traten de que esta orientación coincida con su línea editorial o ideológica. Esa coincidencia se hace más evidente en los asuntos de envergadura, como fue el caso del 11-M. Lo publicado por los periódicos de mayor influencia en relación con el atentado muestra un paralelismo casi total de la línea editorial del medio y de las viñetas publicadas, coincidencia que se extiende de manera general más allá de la prensa española.

### **3. ALINEAMIENTO EDITORIAL**

La tragedia inmensa que supone el 11-M, con 191 personas muertas en el mayor atentado del terrorismo islámico en Europa, originó que los editoriales de los periódicos de referencia españoles, de filiación muy diversa, coincidieran editorialmente en un primer momento. Los sentimientos de dolor, de rechazo y de indignación ante la barbarie fueron unánimes, como también lo fueron las peticiones de calma, de serenidad, de solidaridad, de unidad y la llamada conjunta a la participación en las manifestaciones convocadas para el día 13 de marzo, desde el convencimiento de que la afluencia masiva sería la mejor respuesta democrática al terrorismo.

Los autores gráficos españoles reflejaron en sus viñetas valoraciones y llamamientos similares. La de Máximo el día 12 en El País dibuja el mapa de España cubierto de cruces que rodean Madrid, mientras Forges, en este mismo diario, refleja el perfil de la ciudad del que chorrea la sangre de las víctimas. La de Mingote del día 13, publicada en ABC, está presidida por la palabra “solidaridad”, acompañada de expresiones como: dolor, eficacia sanitaria y colaboración, entre

---

<sup>1</sup>Periodo de análisis de 42 días, desde el 25/01/05 al 07/06/05, con un total de 219 editoriales publicadas, de las que 119 corresponden a El País y el resto a La Vanguardia.

otras. No obstante, introduce ya cierto matiz político al atribuir los hechos a ETA y valorar que ésta ha conseguido que los españoles “por fin” se sientan orgullosos de serlo. En su viñeta del día 12 también atribuye el suceso de Madrid a esta organización.

Al margen de las primeras coincidencias, será precisamente la atribución de la autoría de los atentados lo que diferencie en días sucesivos las opiniones editoriales de los periódicos. ABC, igual que hace Mingote, atribuye sin ninguna reserva la autoría a ETA. Lo hace en el editorial del día 12, lo mantiene con rotundidad el día 13 y aun el día 14 sentencia: Los españoles saben que su principal enemigo es el terrorismo separatista de ETA, aunque detrás de él puede haber otros. Se suma a la valoración de su periódico y a la de Mingote el autor Martín Morales: la viñeta del día 12 muestra a un vasco y a un madrileño cubierto de sangre abrazados de pie sobre el nombre de ETA. Incluso en su viñeta del día 14, cuando ya parecía clara la responsabilidad de grupos terroristas islámicos, muestra a un ciudadano que introduce en la urna una papeleta con la forma de España a la vez que hace el signo de la victoria y exclama: Hoy elecciones sin interventores pro etarras.

Los editoriales del día 12 de El Mundo y El País dudan sobre la autoría del atentado y barajan la posibilidad de que haya sido perpetrado por ETA pero no descartan, incluso se decantan, por el terrorismo islámico ante las primeras evidencias en este sentido; y a pesar de que el Gobierno asegurase lo contrario. El editorial de El Mundo del día 13, aunque no hace referencia a los posibles autores, sí opina que el atentado no debe alterar la voluntad popular y que se debe votar pensando en los cuatro próximos años: Rajoy como opción de continuidad y Zapatero con problemas de división en su partido. El País, al contrario, mantiene como primera hipótesis la autoría de Al Qaeda.

Los humoristas gráficos de El Mundo son los que optan sin ambigüedad por el terrorismo islámico. Ya en la edición del día 12, Gallego y Rey dibujan un tren de cercanías cuyos raíles conducen a las torres gemelas de Nueva York y Ricardo, una urna de cristal y un avión que va a impactar contra ella. Entre los de El País hay menos rotundidad. La viñeta de El Roto alude a ETA, pero ataca a Ángel Acebes por la política informativa que mantiene el Gobierno sobre el atentado, igual que hace editorialmente su periódico. Dibuja el rostro de dos hombres que comentan: Yo la manifestación se la voy a hacer a ETA y al ministro del Interior en las urnas. Máximo, en sus entregas de los días 13 y 14, recoge ambas posibilidades. En la primera recoge la resolución nacional conjunta de las Naciones Unidas, que dice: 1º-Todas las víctimas son inocentes; 2º-Todos los verdugos son culpables. La del día 14 muestra a un ciudadano que duda ante la urna antes de votar, en función de que haya sido ETA o Al Qaeda.

La importancia de la participación en las elecciones y la fuerza del voto, valores recogidos en todos los editoriales y enfatizado ante la gravedad del 11-M, tienen su mensaje paralelo en las viñetas de la mayoría de los autores analizados. Forges opta por una urna en el horizonte que se confunde con un sol que anuncia el

amanecer de la esperanza; El Roto simula el sacramento de la consagración en la que la hostia se sustituye por una papeleta de voto, para enfatizar que éste es sagrado, así como el resultado de las elecciones. Idígoras y Pachi, en El Mundo, convierten en Superman a un hombre que vota, mientras Martín Morales ensalza con la "V" de la victoria la alta participación ciudadana.

#### **4. MIEDO EN EUROPA**

Esta simbiosis entre editoriales y autores de humor gráfico se refuerza en los diarios de referencia europeos analizados, que muestran la sorpresa y el miedo generados por lo que se considera la irrupción del terrorismo islámico a gran escala en Europa. Los Estados confiaban en las buenas relaciones existentes entre Europa y una mayoría de países árabes, de manera que ni el 11-S ni algunos atentados menores perpetrados en Francia habían originado conciencia exacta del problema. Así, el brutal atentado de Madrid les llegó por sorpresa, elemento que se refleja claramente en todos los editoriales analizados y también en la mayoría de las viñetas. De este modo, la consideración del 11-M como la irrupción del terrorismo islámico en Europa la reflejan el 53 por ciento de las 37 viñetas analizadas.

La inquietud editorial ante esta nueva amenaza va más allá de las posibles víctimas, en el sentido de que analiza la repercusión que una oleada de atentados tendría sobre la economía europea. Paul Isbell, analista principal del Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos, ha analizado el impacto que podría tener sobre el desarrollo de la economía mundial los trágicos atentados del 11-M en Madrid (2004). Considera que si los atentados demostraran ser un acontecimiento aislado (aún no se había producido el atentado de Londres) el impacto no sería muy grave, pero si ocurrieran otros a corto plazo en Occidente las implicaciones para la economía internacional podrían ser bastante negativas. Para este experto, el peor de los casos sería una serie de ataques sobre Francia y Alemania:

Este escenario (añade), sería el más sorprendente y tendría un efecto devastador sobre la confianza, tanto del consumidor como del inversor, en estos países, donde la demanda interna continúa muy débil y, tarde o temprano, la economía mundial necesitará un nuevo impulso para que el próximo ciclo de crecimiento continúe realmente sostenible.

Los diarios europeos, al contrario de lo que ocurre inicialmente en España, adjudican mayoritariamente la autoría de los atentados a Al Qaeda frente a la opción de ETA y se preguntan cuándo el Gobierno español lo supo. Incluso el prestigioso Financial Times, que hasta entonces nunca ahorró en elogios al ex presidente José María Aznar, le preguntaba directamente qué sabía éste sobre la autoría del atentado y cuándo lo supo.

Le Monde, en su primer editorial sobre el asunto (13 de marzo), asevera: El terrorismo a gran escala ha llegado a Europa (...) ejecuta crímenes contra la

humanidad, mata lo más posible. Califica el acto terrorista de ataque a Europa y a la democracia, materializado en una capital de la Unión. La viñeta de Pancho del día 14 muestra una bomba junto a la bandera de Europa; la de Pessin del 16 de marzo, a un grupo de árabes ataviados con una mochila camino de varios países europeos, que se cruzan con el que regresa de España, sin mochila y manchado de sangre.

No obstante, este rotativo francés no atribuye la autoría a un grupo terrorista concreto. Otros autores reflejan también esta duda, sobre todo en las publicadas de los días 12 y 13, incluso una de ellas la atribuye a ETA. También las viñetas de *Le Monde* recogen la llamada a la participación en las elecciones generales como medio de defensa de la democracia: el mismo día 12 la tira de Plantu muestra en la primera imagen una bomba que cae sobre la población y en la segunda, como el domingo, tras una alta participación en las elecciones, es la urna la que cae sobre los terroristas.

Resulta llamativo cuando menos que el británico *The Times*, cuyo primer editorial se publica el mismo día 12, sea de los pocos diarios europeos que no valora abiertamente el suceso como la irrupción del terrorismo islámico en Europa, extremo que tampoco queda reflejado en sus viñetas, y eso aun cuando el título del primer editorial es *Spain and Beyond* (Más allá de España). Sí condena sin paliativos lo sucedido y lo califica del acto terrorista más atroz ocurrido jamás en el continente: devastación, horror y brutalidad, incomprensibles en toda Europa, sentimiento que también reflejan los humoristas, especialmente Peter Brookes.

En cuanto a la autoría, aunque no apuesta por ninguna opción con claridad e introduce un breve análisis sobre el problema del terrorismo vasco, se inclina por la opción islámica:

Por la magnitud y características del hecho [...], la fuerte presencia de extremistas islamistas en España [...] y el firme apoyo del Gobierno al ataque de EE UU a Irak.

Además, interpreta que Al Qaeda ha querido transmitir que considera a los descendientes de los cruzados tan enemigos como a los norteamericanos. No será hasta el editorial del día 15 cuando la atribución al terrorismo islámico sea directa, aunque disculpa al Gobierno español y considera que éste tenía razones para pensar inicialmente en ETA y, a pesar de lo dicho el día 12, no cree que los atentados se puedan atribuir a la política española respecto a Irak.

## 5. DIVERGENCIAS DESDE ORIENTE MEDIO

Salir de Europa significa encontrar nuevas perspectivas y análisis. Así ocurre en Oriente Medio, donde la visión sobre los atentados cambia bastante según la procedencia del periódico. Los editoriales condenan la masacre, pero la responsabilidad y motivación de los mismos presentan puntos de vista diversos.

En los medios de Israel, por ejemplo, la postura editorial está claramente influenciada por el conflicto con el pueblo palestino: autoría clara de Al Qaeda, apoyo



al PP y defensa de su política respecto a Irak y crítica generalizada a Europa, extremos todos reproducidos en algunas viñetas. Los dibujos de Michel Kichka publicados en el diario Telad relacionan claramente la autoría de los atentados con el citado grupo terrorista. Uno de ellos muestra la caricatura de un Ben Laden sonriente que anota la fecha del 11 de marzo bajo la del 11 de septiembre de 2001. Este autor lamenta claramente que el PP pierda las elecciones. Lo refleja con la imagen de un hombre lloroso que introduce su voto en una urna con forma de ataúd: en la papeleta aparecen las siglas del PP y bajo ellas Paz! Paz!

Las tiras de Dry Bones, que publica el diario Jerusalem Post, constituyen igualmente un claro ejemplo de la postura israelí. En una clase de matemáticas el profesor plantea la siguiente pregunta a los alumnos: Si la matanza de 2.000 personas en Madrid hace que España vote la salida de Irak, ¿cuántas personas deben morir en los Estados Unidos para que los americanos voten la rendición? Otra tira de este mismo autor recoge la conversación de dos personas:

- Europa rehusó combatir el terrorismo islámico en Israel
- ¿Y?
- Que ahora deberá decidir si combatirá el terrorismo islámico en Europa.

En Líbano no se apoya la política de Bush, por tanto tampoco la de Aznar, respecto a Irak. La prioridad es utilizar los atentados para atacar al presidente norteamericano, por encima de la condena tácita, situación que recoge el escritor libanés Mark Sayegh en el artículo titulado: “¿Por qué no hemos afrontado el crimen terrorista de Madrid con la debida y requerida condena?”, reproducido en el libro *La prensa árabe en el 11-M*, de Mercedes del Amo. En él se critica a las sociedades árabes por no haber salido a la calle masivamente a condenar los atentados del 11-M, tal como hicieron los españoles con ocasión de la guerra de Irak.

El Diario Ad Dustour rechaza los hechos, pero inmediatamente afirma que estos suponen un guantazo para Bush, una lección para Blair y un castigo para Aznar y el Partido Popular en plenas elecciones generales. Se muestra convencido de que el PP sabía que el autor fue Al Qaeda, pero prefirió “endosarlo” a ETA por las elecciones.

Al Mustaqbal, antes de conocer la autoría, dice en su editorial que, tanto si el ataque es local o de Al Qaeda, Madrid es un punto más en la guerra del siglo XXI, en la guerra del terrorismo. El dibujante de este periódico, Hasan Bleibel, recurre al toro como icono de España para recoger esta misma afirmación en su viñeta: el animal, cuyo cuerpo es una bomba y el rabo la mecha encendida, clava una de sus astas en un torero vestido con la bola del mundo. El punto donde la hinca es Madrid, pero también aparecen ya agujereados Nueva York y otros lugares donde se habían producido atentados.

El recurso de los iconos de Bleibel es frecuente en un alto porcentaje de las viñetas analizadas de medios de países lejanos geográfica y culturalmente de

España, mientras que en los más cercanos se utilizan como elementos irónicos. Toros y toreros se repiten en viñetas de cabeceras de Singapore (Heng, en Lianhe Zaobao), Irlanda (Schrank, en Sunday Business Post), Noruega (Herb, en Dagningen), Holanda (Bertrams, en Het Parool) o Austria (Oliver Schopf, en Der Standard).

El Guernica de Picasso, como icono universal para visualizar la magnitud de una tragedia, es la imagen más repetida por los autores, bien transformado en vagón de tren o utilizando a algunos de sus destrozados personajes, que se muestran indecisos a la hora de votar: en las urnas aparecen los nombres de ETA y Al Qaeda, como es el caso de la viñeta de Stavro, publicada en el diario Ad-Dabbour de Líbano<sup>2</sup>.

## 6. AMÉRICA APUNTA A AL QAEDA

Los medios norteamericanos tienen otras referencias mucho más cercanas. Kevin Sters, en el Charlotte Observer, recurre al 11-S para identificar los atentados de Madrid: dibuja un grupo de bomberos que iza una bandera española entre las ruinas de las torres gemelas. Es llamativo que sean los periódicos de Estados Unidos los que hacen las primeras referencias claras a la autoría de Al Qaeda frente a la de ETA. De la veintena de viñetas analizadas sólo una alude al grupo terrorista vasco, mientras el resto se inclina claramente por el terrorismo islámico. De igual manera, la mayoría de editoriales y artículos de opinión atribuyen a las redes terroristas islámicas este primer gran atentado en la Europa occidental.

Editorialistas y autores gráficos norteamericanos reconocieron las características de los atentados de Madrid y dieron más credibilidad a sus servicios de inteligencia y a los primeros comunicados de Al Qaeda atribuyéndose los hechos que a las declaraciones del Gobierno español. El indicio al que dieron más importancia es la carta dirigida el mismo jueves al diario digital árabe Al-Quds al-arabi de Londres, en la que las llamadas brigadas Abu Hafs al Masri reivindicaban el atentado como un ajuste de cuentas por la alianza de España con Estados Unidos respecto a Irak. La viñetas de los medios norteamericanos apuntan directamente a Al Qaeda. Además del grupo de bomberos que iza la bandera, encontramos la caricatura de Osama Ben Laden sobre un fondo humeante que exclama Yo hablo español, o una ruleta que no tiene números sino nombres de países y una bomba que gira y se detiene sobre el de España.

En Sudamérica, curiosamente, también se atribuye a Al Qaeda la responsabilidad del atentado. ETA no aparece en ninguna de las viñetas analizadas. La única alusión a esta organización terrorista la encontramos en una viñeta publicada el día 12 de marzo en El Mercurio de Santiago de Chile: Aznar exclama junto a la

---

<sup>2</sup>Otros autores que utilizan el Guernica son: Emad Hajjaj, del diario *Ad-Dustou* de Amman (Jordania); Sakai, del *Kagoshima* (Japón), y los norteamericanos Margullens y Jeff Koterba, del *The Record* de New Jersey, y del *Omaha World Herald*, respectivamente.

que podría ser su tumba, adornada con flores de Bush y Blair: Le pido a Dios que los culpables sean los de ETA. Los editoriales no hacen una apuesta tan clara, parece que no se fían de las declaraciones del Gobierno español. El argentino Clarín, que publica editoriales los días 12 y 14 de marzo, condena la brutalidad y expansión de la acción terrorista, pero sin hablar de posibles autores.

El análisis de editoriales y viñetas de periódicos de todo el mundo tras el 11-M, demuestra cómo el humor gráfico se convierte en el mejor aliado para expresar de manera directa, e incluso amable, un hecho de enorme trascendencia en la situación política mundial y ello a pesar de las múltiples valoraciones, matices y de todo el dramatismo que el atentado conlleva. El principal valor de la viñeta radica en que permite que los ciudadanos se enfrenten a su contenido, aun cuando éste sea de extrema dureza, desde una perspectiva más relajada, aunque no por ello más simplista o menos real. Un arma eficaz en la estrategia de los medios escritos para difundir y afianzar su línea editorial.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BASTENIER, M. A.** (2001): *El Blanco Móvil*. Curso de Periodismo. Madrid: Ed. El País.
- DOVIFAT, E.** (1959): *Periodismo*. México.
- DEL AMO, M.** (2004): *El 11-M en la prensa árabe*. Sevilla: Mergablum.
- NÚÑEZ LADEVEZE, L.** (1995): *Introducción al periodismo escrito*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- FERNÁNDEZ BARBERO, M<sup>a</sup> A.** (2003): *El editorial. Un género periodístico abierto al debate*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- PEÑA MARÍN, C.** (2002): "El humor gráfico del franquismo y la formación de un territorio translocal de identidad democrática", en *Cuadernos de Información*, 7, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.
- PAU, I.** (2004): "¿Qué significa el 11-M para la economía española, europea y mundial?", en *Análisis del Real Instituto*, nº 52.
- SANTAMARÍA SUÁREZ, L.** (1977): *Géneros para la persuasión en Periodismo*. Madrid: Fragua.

(Recibido el 19-10-06, aceptado el 28-02-07)