



LA FIGURA DE LA MUJER POLÍTICA EN EL  
HUMOR GRÁFICO DURANTE LA PANDEMIA DEL  
CORONAVIRUS

TRABAJO FIN DE MÁSTER

**REALIZADO POR:** Nerea García Navarro

**TUTOR:** Trinidad Núñez Domínguez

MÁSTER EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y POLÍTICA

FACTULTAD DE COMUNICACIÓN

Sevilla, 2020-2021



# LA FIGURA DE LA MUJER POLÍTICA EN EL HUMOR GRÁFICO DURANTE LA PANDEMIA DEL CORONAVIRUS

---

TRABAJO FIN DE MÁSTER

**REALIZADO POR:** Nerea García Navarro

**TUTOR:** Trinidad Núñez Domínguez

MÁSTER EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y POLÍTICA

FACTULTAD DE COMUNICACIÓN

Sevilla, 2020-2021

## ÍNDICE

---

- **RESUMEN**.....1
- PALABRAS CLAVE**
- **INTRODUCCIÓN**.....2-5
  - Justificación
  - Antecedentes
- **HIPÓTESIS Y OBJETIVOS**.....6-7
- **MARCO TEÓRICO**.....8-15
- **METODOLOGÍA**
- RESULTADOS**.....16-31
- **CONCLUSIONES**.....32-35
- **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**.....36-39
  - Libros y referencias científicas
  - Otras referencias
- **ANEXOS**.....41

## RESUMEN

---

El presente trabajo de investigación analiza y estudia la representación de las líderes políticas que aparecen en las viñetas publicadas por tres diarios nacionales como son El País, ABC y elDiario.es durante los tres meses de confinamiento domiciliario provocado por la pandemia sanitaria del COVID-19.

En el estudio se destaca, por un lado, la representación descompensada de las líderes políticas en las viñetas en comparación con la representación de los líderes políticos, y por otro, la diferencia entre la temática abordada cuando cambia el género del político protagonista.

**PALABRAS CLAVE:** Humor gráfico, mujer, política, COVID-19, El País, ABC, elDiario.es

## INTRODUCCIÓN

---

El humor gráfico y las viñetas de prensa forman parte del análisis crítico de la actualidad que conforma la agenda mediática de un medio de comunicación y juega, además, un papel fundamental en el resumen informativo rutinario que obtienen los lectores mientras ojean las páginas informativas y de opinión del periódico en cuestión.

Citando a Núñez Domínguez (2015: 212, 213):

Las viñetas seleccionan y re-construyen el universo de hechos y acontecimientos sociales a los que prestar atención. Con muy poco, con pocas palabras y con pocos trazos, logran comunicar mucho. Sin embargo, ese poco-tanto se dirige de manera central a las emociones además de a las razones lo cual les concede una potencia persuasora extraordinaria.

Esta herramienta comunicativa es una pieza clave en el bloque de opinión de un medio de comunicación tradicional como es la prensa escrita que actualmente, además, destaca en sus versiones multimedia. La viñeta se caracteriza por su peculiaridad expresiva puesto que posee una libertad de expresión mayor que el resto de formatos periodísticos. Por ello, es una de las herramientas más poderosas para ejercer una denuncia social o la crítica política de un contexto concreto, vinculado a la actualidad, a través de la ironía. Es así como la viñeta tiene un gran alcance e impacto respecto de otros géneros como se comenta anteriormente. A pesar de la importancia que posee el humor gráfico en el sector de la comunicación y del periodismo, son pocos los estudios e investigaciones que inciden en su gran valor como denuncia y crítica social, económica y política.

El sector político y sus protagonistas son, prácticamente, la temática de la que se nutre la tira cómica en su mayoría de ilustraciones y la gran demanda de los medios de comunicación, por lo tanto, este se convierte en el objeto de estudio de la presente investigación. En este caso, cada viñeta “debe hacer pensar en términos de propaganda política con oscuras intenciones”, Núñez Domínguez (2015: 218). Esta corriente visual y la política siempre han ido de la mano convirtiéndose en una relación dependiente.

La agenda *setting*, en su mayoría, se nutre de contenidos políticos y sociales, puesto que la sección de humor del periódico, clasificada bajo los umbrales de la opinión, también se ve influida por estos contenidos sociopolíticos. Se trata de un humor inteligente que, a través de una expresión artística, pone en voz en grito los temas más actuales con un toque satírico y crítico. El humor gráfico aporta elementos nuevos de debate e introduce el elemento interpretativo, ausente de un cuerpo de noticia que no es más que un contenido informativo.

El humor gráfico, espejo de la realidad, ha reflejado en la prensa y con diferentes tipos de viñetas, la crisis sanitaria que ha formado parte del pasado año 2020 y que aún perdura en nuestro contexto sociopolítico y sanitario. Esta investigación forma parte de un estudio comparativo en el que, tras analizar las viñetas de las ediciones digitales de los siguientes diarios; ABC, El País y ElDiario.es durante los tres meses de confinamiento domiciliario surgen las siguientes preguntas: ¿fueron relevantes y recogidas por las viñetas las mujeres que se dedican a la política durante los tres meses de confinamiento? ¿Cuántas mujeres políticas salen en las viñetas en comparación con los hombres políticos? ¿Cambia la temática de la viñeta cuando cambia el género del protagonista? ¿Han estado las mujeres políticas ausentes como sujetos informativos de los medios durante la pandemia o es que también han estado ausentes de la actualidad informativa que conforma la vida pública económica y política? Es importante incidir en este debate puesto que este análisis lleva al estudio cuantitativo y cualitativo de las figuras femeninas que aparecen como protagonistas en las viñetas.

La pandemia mundial del Coronavirus ha sido decisiva en todos los sectores que conforman nuestro contexto social. Sin embargo, en el terreno político ha sido revolucionario. Política y coronavirus han ido de la mano durante todo este tiempo. Los partidos políticos se han posicionado a favor o en contra de las diferentes medidas impuestas por el gobierno central, las medidas han ido cambiando en las diferentes fases de desescalada, los hábitos sociales y nuestras relaciones interpersonales han cambiado por completo y la realidad actual ya no es la misma.

Todos estos cambios se ven reflejados en las viñetas recogidas en los diferentes medios seleccionados que van desde el 14 de marzo de 2020 hasta el 21 de junio del mismo año; tres meses que aportan gran volumen de información para analizar y estudiar, bajo los criterios de opinión y denuncia sociopolítica, cómo se ha visto reflejado los estragos del COVID-19 en los medios de comunicación y concretamente, en las viñetas de prensa. Del mismo modo, se estudiará exhaustivamente cuanto protagonismo ha tenido la mujer como figura política, tanto nacional como internacional, y si sus gestiones, labores y comportamientos han sido recogidos por las viñetas en comparación con sus compañeros de profesión.

Aunque no se encuentran antecedentes similares al estudio en cuestión puesto que es un tema de impacto y actual, tras hacer una búsqueda avanzada encontramos diferentes análisis diferentes que asientan las bases de esta investigación:

1. Meléndez-Malavé, Natalia (2005). “El humor gráfico en el diario El País” durante la transición política española (1976-1978)”. Tesis doctoral defendida en la facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga (España).
2. Levín, Florencia P. (2009). “La realidad al cuadrado: Representaciones sobre lo político del humor gráfico en el diario *Clarín* (1973-1983)” Tesis de Licenciatura defendida en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires (Argentina).
3. Núñez Domínguez, Trinidad (2015, 12, pp. 203 - 226), “Viñetas y socialización: el caso de la huelga general de 2010 en España”.
4. Suárez Romero, Miriam (2015, 12, pp. 227-255), “El humor gráfico como herramienta de crítica: los líderes políticos internacionales en las viñetas de El País”.

Hay gran producción de textos y artículos sobre la representación de la mujer en la viñeta española y la participación femenina y estudios como los anteriormente citados que son una exploración por el terreno de opinión que están centrados en esta herramienta comunicativa y en su unión con la política, que aportan el análisis del

liderazgo representado: cómo son plasmados los líderes mundiales en el humor gráfico en determinados momentos históricos políticos nacionales y mundiales. Pero, por el contrario, no existen trabajos en los que se intente realizar una comparación entre la representación que hacen las viñetas de mujeres y hombres que se dedican a la política en las viñetas.

## HIPÓTESIS Y OBJETIVOS

---

El término ‘hipótesis’ viene recogido por el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española como aquello “que se establece provisionalmente como base de una investigación que puede confirmar o negar la validez de aquella”.

El presente trabajo muestra una serie de reflexiones e ideas previas sobre las que se buscará tener una conclusión definitiva, y a posteriori, una vez recogidos y analizados todos los datos necesarios de forma teórica y crítica. No obstante, la hipótesis general de la presente investigación es la siguiente:

-H1. La mujer, como figura política, ha sido ignorada por el humor gráfico y las viñetas de prensa durante la pandemia del Coronavirus.

El término ‘objetivo’ aparece definido en el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española como “perteneciente o relativo al objeto en sí mismo, con independencia de la propia manera de pensar o de sentir” y por objeto entendemos que es el “fin o intento a que se dirige o encamina una acción u operación”.

Una vez aportadas estas definiciones fundamentales, el foco principal de esta investigación se ancla en el análisis del protagonismo de la mujer política en las viñetas tomando como punto de partida y central un momento concreto de la realidad a comparar: los tres meses de confinamiento domiciliario y estado de alarma provocado por la pandemia del Coronavirus en España. De este objetivo general desencadenan tres objetivos específicos:

- a) Cuantificar la presencia de las mujeres políticas en las viñetas; cómo han sido recogidas por el humor gráfico y cuántas veces aparecen en los diferentes diarios seleccionados del 14 de marzo al 21 de junio.

- b) Comparar el volumen de viñetas en las que aparecen las mujeres políticas con las viñetas en las que aparecen los hombres y si cuando aparecen están acompañadas o no por otro cargo político hombre.
- c) Valorar la temática sobre la que tratan las viñetas en las que aparece la mujer como figura política en comparación con la que tratan las viñetas de los políticos. Analizar qué tipo de información recoge la viñeta, si es “información dura” o son sujetos pasivos.

## MARCO TEÓRICO

---

El profesor Álvarez Junco (2016:13) define y reflexiona sobre las funciones del humor gráfico y mantiene lo siguiente:

El humor es una especie de perdido planeta que, sin embargo, todos visitamos a diario...(…)...muy pocos se preguntan sobre su función. Como si se obviase su existencia, como si se menospreciase su utilidad, como si se situase en un extraño limbo.

En los manuales, libros y sobre todo en Internet nos topamos con diferentes formas de definir el humor gráfico, sin embargo, el autor anteriormente mencionado lo define como “aquel que se muestra por medio de imágenes” y que, con frecuencia, van acompañadas de un texto. En este punto es donde hallamos el gran problema con el que se enfrenta este tipo de comunicación visual, el error de no ser percibido adecuadamente y con éxito puesto que el humor gráfico está abierto a la libre interpretación de las mentes de cada lector. Es por ello que, en múltiples ocasiones, el texto sirve de apoyo y ayuda al lector a la comprensión de la viñeta; una vez que el lector hace una lectura exhaustiva del texto y este sea asimilado correctamente, entenderá el sentido concreto de la viñeta. El análisis de la imagen es posterior a la asimilación del texto que la acompaña.

Para que el humor gráfico logre el objetivo de ser entendido con éxito, además de lo explicado en el párrafo anterior, es imprescindible que exista una cierta complicidad entre el autor y el lector. “Ambos, autor y receptor deben reflexionar, criticar o divertirse conjuntamente”. En este sentido, la línea editorial y la ideología de cada medio influye en la interpretación de las audiencias; el lector de un periódico de izquierdas no será el mismo que el de un medio más conservador. Del mismo modo ocurre con el análisis de la actualidad de cada diario, que no son el mismo ni tendrán un significado similar.

Con palabras de Núñez Domínguez (2015: 219, 211):

Resulta muy interesante que el lector/la lectora logre mantener una mirada crítica. Resulta imprescindible que se establezca distancia, reconociendo la línea ideológica que el diario que ha elegido, para fortalecer ese sentido crítico ante la realidad narrada. El humor gráfico es, pues, una forma de poner en relieve un tema puntual desde la mirada de quien lo firma. Esto nos hace considerarlo más artículo de opinión que de información en su sentido más aséptico.

“El humor gráfico invita al lector a pensar y le propone una reflexión sobre la crítica de actualidad que está planteando la ilustración mediante la representación o no, de los personajes implicados en el asunto que está plasmando la viñeta” (Núñez Domínguez y Vera Balanza, 2021). Atendiendo a las interpretaciones de Suárez Romero (2015: 234):

El papel fundamental del humor gráfico es el análisis de la realidad en general, y de los aspectos políticos en particular. Su peculiaridad radica en el enfoque de la crítica, pues se focaliza en aspectos que trascienden la temática abordada en términos generales, para hacer sobresalir una denuncia más explícita.

Cuando hacemos una búsqueda en Google Académico y buscamos “humor gráfico, política y mujer” se observa que mayoritariamente los artículos, libros y trabajos que se han realizado sobre el tema a tratar estudian cómo es utilizado el humor gráfico como herramienta de crítica política en un diario concreto (“El humor gráfico como herramienta de crítica: los líderes políticos internacionales en las viñetas de El País”, Miriam Suárez Romero), cómo recogen las viñetas a la mujer (“La representación de la mujer en la viñeta española: construcción y participación femenina”, María Hernández Herrera), cómo participan en la opinión de los medios las mujeres (“¿Las mujeres generan opinión?”, Trinidad Núñez Domínguez), cuánto le queda aún a la mujer por avanzar en el terreno de la política (“El sexo excluido: mujer y participación política”, Juan José García Escribano) o quiénes son las mujeres que ya hacen humor gráfico (“Pinceladas con nombre de mujer: el humor gráfico y sus ilustradoras”, Nerea García Navarro). Actualmente, no se encuentra ningún antecedente a esta investigación, no hay artículos ni estudios que muestren cuánto protagonismo tiene la mujer como figura política en las viñetas de prensa, tanto escrita como digital. Mucho menos se encuentran datos sobre “coronavirus, humor gráfico, política y mujer”.

La sociedad avanza, modifica y transforma sus bases con el paso del tiempo y a su vez, todos los sectores que están involucrados en el desarrollo social, político y económico de ésta. Esto indica que, al igual que avanzan derechos como la igualdad o se incluyen términos y acciones como el sufragio universal, el grado de participación de las mujeres en política también ha cambiado gradualmente. No obstante, aún persisten graves desigualdades que se traducen en que queda mucho camino por recorrer puesto que todavía el mercado de trabajo y en particular, el terreno político, establece claras diferencias entre los géneros.

La actualidad se traduce en una mayor presencia de la mujer en el Gobierno, en las administraciones públicas y en grandes empresas financieras que conforman el poder económico de nuestro entorno. Las mujeres han ganado relevancia y protagonismo en las instituciones y cada vez tienen más poder en el espacio público como muestra la evolución del número de diputadas en el Congreso desde la primera legislatura democrática con Adolfo Suárez (1979-1982) hasta el gobierno de Pedro Sánchez (2019). El inicio de la democracia en España comenzó con la presencia de 18 mujeres en el Congreso. Hoy día la realidad es otra y son 154 diputadas, menos de la mitad, las que están en las bancas del Congreso, lo que quiere decir que 196 son hombres puesto que el Congreso está formado por 350 diputados.

### Evolución de la mujer política en el Congreso de los Diputados

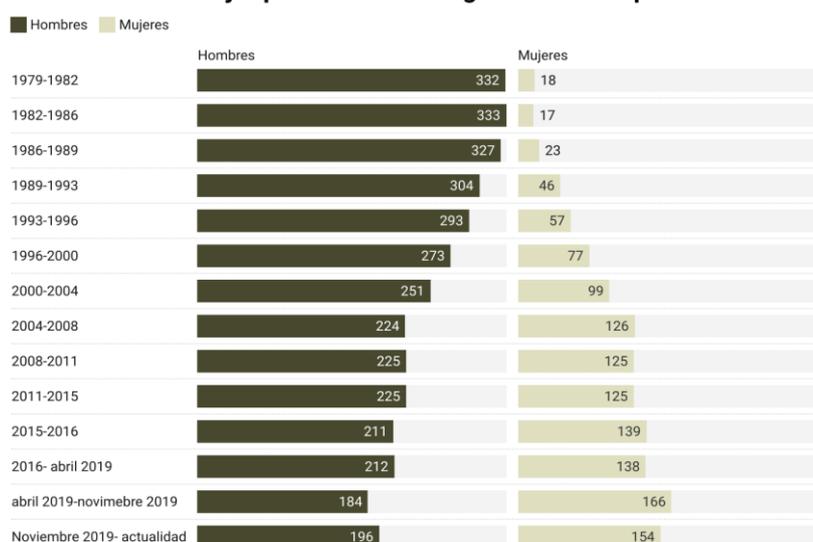


Chart: Elaboración Propia · Source: Congreso de los Diputados · Created with Datawrapper

GRÁFICO 1

En los parlamentos autonómicos, la participación política de la mujer se eleva a un 46,8% en el pasado año 2020 y en el Consejo de ministros las mujeres representan el 47,8%.

## Porcentaje de la mujer política en los Parlamentos Autonómicos



Chart: Elaboración Propia • Source: Instituto de la Mujer, Instituto Europeo para la Igualdad de Género • Created with Datawrapper

GRÁFICO 2

## Evolución de la mujer política en el Gobierno Central

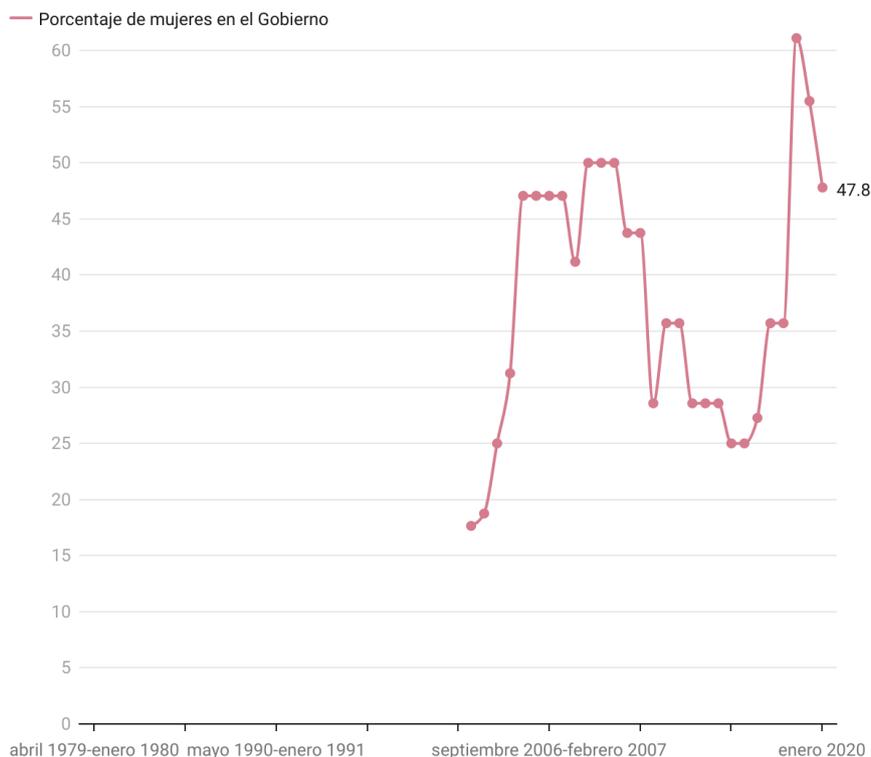


Chart: Elaboración Propia • Source: Instituto de la Mujer • Created with Datawrapper

### GRÁFICO 3

Con palabras de Postigo Asenjo (26/04/2021), ponente de las charlas virtuales “Periodismo y el difícil camino hacia la igualdad”, reflexionamos sobre la presencia de la igualdad en la política:

La igualdad no es un asunto de un partido político determinado, sino de derechos humanos universales. Desde los años 70, la corriente del feminismo ha estado siempre catalogada en partidos de izquierdas. No se puede manipular el feminismo para llevarlo a la confrontación social y política. Cualquier partido tiene obligación de respetar ese principio de igualdad.

A vista de todos, se contempla que la mujer tiene voz en la política. La mujer está presente en las diferentes administraciones públicas e instituciones, mujeres en la presidencia de la Junta de Andalucía, mujeres como ministras y cabezas de listas de los grandes partidos. No obstante, cuando se acude a los números y se estudia la evolución,

siguen siendo pocas las voces políticas femeninas que participan en política en comparación con las voces masculinas. “Está de moda quizás para alcanzar objetivos puntuales o para vender más, pero (...) la paridad está muy lejos. En el mundo solo hay nueve jefas de Estado y cinco primeras ministras. Sólo el 16,3% de los parlamentarios del mundo son mujeres. Sólo el 36% de los diputados y el 25% de los senadores son mujeres”, Asunción Ibáñez (2009: 208, 209).

Los datos revelan el progreso, pero al mismo tiempo se percibe que a la sociedad todavía le faltan capacidades para ser totalmente igualitaria en la esfera política del poder. Como expresa Postigo (26/04/2021):

El feminismo internacional ha puesto el acento en la educación de las niñas, en la educación de las mujeres para que éstas tengan poder; poder político, social y económico. Las mujeres forman parte ya del poder, pero se siguen encontrando con las barreras sociales que siguen sin desaparecer. Cuando las mujeres logran la igualdad formal, se encuentran con las barreras de la igualdad real; techo de cristal, diferencias salariales. A las mujeres hay que educarlas para que se empoderen. Educar a las mujeres es clave para que la sociedad sea realmente igualitaria. Si a las mujeres no se las empodera y no se les permite participar en las decisiones totales, la sociedad no avanzará.

Todo este proceso en la educación quedará reflejado en las diferentes esferas de poder y un sector clave para comprobar si la igualdad entre los géneros se ha conseguido es la presencia de las mujeres en la política que, a su vez, esta realidad estará plasmada en los medios de comunicación y, por lo tanto, en la sección de opinión de los diarios como es el humor gráfico y las viñetas, que es otra herramienta de comunicación. Una herramienta que tiene poder de penetración, plena autonomía comunicativa y capacidad de transgresión de la que se sirven los profesionales para explorar los límites o intentar mostrar las cosas desde otro ángulo.

La pandemia del Coronavirus ha perjudicado a los sujetos más vulnerables de la sociedad, entre ellos las mujeres que son más del 50% de la población. Los estragos de COVID-19 también se han visto reflejados en la política y en consecuencia en los medios de comunicación. Con nuestro objeto de estudio, comprobamos que las mujeres políticas no han tenido voz en la sección de opinión de los diferentes periódicos analizados y, por lo tanto, no han sido recogidas o pocas veces por las viñetas.

Los medios y la prensa escrita en particular no son solo el mero reflejo de la sociedad, sino que, además contribuyen a construir de forma activa esta realidad y la transforman. En este sentido, tienen potencial para configurar la percepción del conjunto de la sociedad sobre una realidad concreta y “capacidad para moldear actitudes desde diversas posiciones ideológicas y éticas”, Ibáñez (2009: 213).

Con otro registro más feminista, E. Kaufmann (2009: 10) advierte que:

Leer, observar y participar de los medios de comunicación es esencial para superar las limitaciones y ayudarles a ser conscientes de cómo contribuyen a construir la realidad, con el fin de luchar contra la representación sesgada y cargada de tópicos de la mujer.

Por lo tanto, para que la sociedad progrese y avance y posteriormente, los cambios se vean reflejados en la vía de información y opinión de la sociedad hay que educar a las mujeres desde las escuelas. Por su parte, Gutiérrez- Rubí (2008: 53) interpreta que:

La paridad es solo una parte de la imprescindible feminización de la política. Necesitamos otra política de equidad efectiva, cierto. Pero se necesita, sobre todo, compartir el poder (no solo la representación) y hacerlo de otra manera para revitalizar la democracia. Las mujeres que hacen política pueden (...) comportarse con los roles y estereotipos culturales del machismo político. Pero también pueden, y mayoritariamente, incorporar otras escalas de valores en las relaciones (personales, sociales, institucionales, políticas), con otras sensibilidades y renovados matices.

Aunque la exploración e investigación del futuro de la mujer en sectores de poder como la política hace albergar esperanzas reales de avances significativos, las viñetas realizadas durante los meses de marzo, abril, mayo y junio del pasado año 2020 son el espejo de la presente realidad; aún quedan peldaños por subir. A las mujeres, aun teniendo ya un lugar protagonista en la esfera de poder donde han sido vetadas durante décadas, les falta mucho camino por recorrer para equiparar sus derechos con los hombres.

Hasta fechas recientes la mujer política ha estado ausente como sujeto informativo de los medios y ha actuado como un sujeto pasivo sin formar parte de las “noticias duras” puesto que también ha estado ausente de la actualidad informativa que conforma la esfera pública. Que las mujeres sigan sin participar plenamente del núcleo duro informativo es una muestra más de donde se sitúan y de lo que les queda por recorrer.

Ibáñez y Narbaiza (2009: 158) reflexionan sobre la mujer política y su presencia en los medios de comunicación e indican las siguientes afirmaciones; “las mujeres en las noticias tienden a ser, por lo general, pasivas: les pasan cosas, no hacen noticias, no aparecen como agentes activos, las noticias les pasan. Y mayoritariamente se las representa con una imagen frívola y débil”.

En los datos se puede comprobar que, la sociedad contemporánea y con ella la actualidad cuenta con la participación de la mujer en la política; los parlamentos, los gobiernos, las democracias y otros sistemas de orden político cuentan con la presencia femenina, pero éstas no tienen o tienen poca voz en la toma de decisiones. La mujer en un partido político moderniza y renueva las bases de este puesto que es una imagen atractiva de modernidad y avance social como expresa Ibáñez (2009: 162) con su afirmación “para cualquier partido político presentar a una mujer liderando una lista como candidata es una forma de renovación que le otorga un plus de modernidad”. No obstante, vuelve a insistir en que:

El poder político de muchas mujeres que aparecen en las conocidas listas de personas influyentes no ha redundado necesariamente en políticas más radicales de paridad ni en la visibilidad de las mujeres como sujetos legítimos y legitimados para compartir esos espacios de poder. A las bases de poder tradicionales, todavía sustentadas en paradigmas masculinos, se impone una realidad en constante transformación y más plural.

La renovación de la política y la participación de la mujer como sujeto activo no va a venir de que las mujeres hagan una política femenina, sino de que la equidad sea efectiva. La paridad, como se comenta al principio del marco teórico de la investigación, es necesaria para corregir la disfuncionalidad que encontramos en el terreno sociopolítico y que dificulta la presencia de las mujeres. Por ello, no se trata de buscar temas específicos para la mujer, sino de abrir los temas ya existentes a la visión y al análisis femenino y enfocar la agenda mediática también desde su perspectiva.

## METODOLOGÍA

---

El corpus del presente estudio está compuesto por las viñetas publicadas en la versión digital de tres diarios españoles de referencia como son El País, ABC y elDiario.es durante los tres meses de confinamiento que comprende un periodo de tiempo que va desde el 14 de marzo de 2020 hasta el 21 de junio de ese mismo año. Para ello, se ha aplicado un análisis de contenido como estrategia metodológica, considerándola la más adecuada para las pretensiones expuestas, y se han recogido un total de 279 viñetas.

En primer lugar, se recogen todas las publicadas en la edición digital de los periódicos (que no siempre suelen coincidir con las publicadas en el formato impreso) y se realiza un análisis de aspectos generales. En una primera recopilación de las unidades de muestreo, se realiza una distinción para a posteriori, ajustar el estudio a la hipótesis formulada y a los objetivos que se pretende conseguir; por un lado, se extraen aquellas viñetas (198) cuya temática son las actuaciones del Gobierno Central (sin la figura del político/a) y contenidos relacionados con la política, el COVID-19 y sus consecuencias en la vida diaria de los ciudadanos. Por otro lado, aquellas (81) en las que se haga referencia a personalidades políticas de la esfera tanto nacional como internacional (aunque en su mayoría, las figuras políticas que aparecen son líderes nacionales).

Por último y como acotación final tras realizar una segunda criba, de las 81 viñetas que se seleccionan, en 13 exclusivamente son en las que aparece la figura de la mujer política. Finalmente, de las 13 viñetas seleccionadas para analizar, se puede comprobar que en solo 5, la mujer política es la protagonista puesto que aparecen solas sin ningún otro cargo político hombre en el marco comunicativo. En el resto, que son 8, éstas aparecen acompañadas por otro político hombre o por otro cargo del Estado. Esto permitirá saber cuál es el porcentaje del total que representa el humor gráfico analizado y, por tanto, el protagonismo que en él tiene la mujer como figura política.

No obstante, se debe tener en cuenta que los resultados están influenciados por la actualidad y por el año en concreto que se ha analizado, siendo de interés por la situación pandémica que ha atravesado el panorama sociopolítico.

Por lo tanto, no se puede confiar en que haya un resultado idéntico si el estudio se repitiese otro año puesto que los resultados cambiarán con el cambio a la nueva normalidad, el avance de la sociedad y con ello, el aumento de la presencia de la mujer en la política.

La investigación ha pasado por las siguientes fases:

1. Preanálisis. En esta primera fase se han seleccionado los medios a analizar y sus respectivas viñetas para posteriormente, ceñirnos a la hipótesis y objetivos generales y específicos. Se seleccionan todas las viñetas de las tres ediciones digitales de los siguientes medios; El País, ABC y elDiario.es. Seguidamente, se acotó el periodo de tiempo a estudiar, tres meses de análisis, desde el 14 de marzo de 2020 hasta el 21 de junio de 2020 por ser los meses más duros de confinamiento. Esto permite cuantificar la importancia de la mujer política durante la pandemia del Coronavirus según su reflejo en el humor gráfico y con ello, dar base a nuestra hipótesis, ¿fueron olvidadas las mujeres políticas durante los tres meses de confinamiento?
2. Explotación del material. En esta fase se hicieron diferentes cribas para ajustar nuestro objeto de estudio. Tras la recopilación general de todas las viñetas, seleccionamos las viñetas que basan su contenido en temas políticos y tras esta, se extraen aquellas viñetas en las que aparece la representación física de la figura de la mujer como política para ceñirnos exhaustivamente a nuestro objeto de estudio.
3. Tratamiento de los resultados e interpretación. En esta última fase “se extraen los datos útiles del proceso de explotación del material y se verifican los objetivos planteados previamente” a través de estadísticas y porcentajes (Núñez Domínguez (2015: 214).

Con la extracción de todos estos datos, se ha elaborado la siguiente ficha de análisis con la que vamos a interpretar las viñetas seleccionadas:

**Tabla 1.**

<b>CARACTERÍSTICAS DE LA PIEZA ANALIZADA:</b> identificación, contenido y aspectos formales
1. <b>Medio</b>
2. <b>Autor</b>
3. <b>Fecha de publicación</b>
4. <b>Temática</b> -Crítica al gobierno por su mala gestión durante la pandemia  -Consecuencias de la pandemia  -Acciones políticas  -Otros temas
5. <b>Representación física de la figura política</b>
6. <b>Líder político representado</b>
7. <b>Escenario de representación</b> -Político  -Ajeno a la política

## RESULTADOS

---

El número total de viñetas recogidas en el periodo de tiempo elegido por las diferentes ediciones digitales de los diarios El País, ABC y elDiario.es ha sido 279.

Tabla 2.

EDICIÓN DIGITAL	Nº DE VIÑETAS
EL PAÍS	<b>Derecho al Pataleo</b> José Rubio “Magalón” (16)
	<b>Talón de Aquiles</b> Flavia Banana (22)
ABC	<b>El Sacapuntas</b> José Manuel “Puebla” (74)
	<b>Fe de Ratas</b> José María Nieto (100)
ELDIARIO.ES	Bernardo Vergara (43)
	Manel Fontdevila (24)
TOTAL	<b>279</b>

Tras esta primera criba general, se hace una distinción entre las viñetas que tratan sobre temas políticos y aparecen los representantes y las viñetas que tratan temas sociales. Hacemos una selección exclusivamente de aquellas viñetas en las que aparecen representados los principales líderes políticos y políticas y forman un total de 81.

**Tabla 3.**

EDICIÓN DIGITAL	Nº DE VIÑETAS POLÍTICAS
EL PAÍS	4
ABC	54
ELDIARIO.ES	23
TOTAL	81

Una vez que se han extraído todas las viñetas en las que aparecen representados las figuras políticas, se realiza la última criba para llevar a cabo el análisis de contenido de aquellas que se ajustan al objeto de la investigación, siendo un total de 13 viñetas repartidas de la siguiente manera; en solo 5 viñetas aparecen las políticas solas y en 8 salen acompañadas por otro cargo político, en su mayoría, hombre. Del total de viñetas recogidas durante los tres meses de confinamiento domiciliario, que es el tiempo seleccionado para la presente investigación, tan solo 13 representan o hacen mención a mujeres políticas, un pequeñísimo porcentaje que supone el 4,66% del total. No obstante, un porcentaje del 1,79%, mucho menor al anterior, representa a la mujer sola.

**Tabla 4.**

EDICIÓN DIGITAL	Nº DE VIÑETAS MUJERES POLÍTICAS
EL PAÍS	Magalón (0)
	Flavia Banana (0)
ABC	Puebla (3)
	Nieto (4)

ELDIARIO.ES	B. Vergara (1) Fontdevila (5)
TOTAL	13
%	En 1,79% aparecen solas En 2,87% aparecen acompañadas por otro cargo político hombre

El corpus de análisis está compuesto por tanto por 13 piezas dibujadas por los humoristas gráficos del diario en cuestión. En la siguiente tabla se puede observar cuáles son las políticas que han sido recogidas por los humoristas de los tres diarios analizados:

**Tabla 5.**

<b>HUMORISTAS GRÁFICOS</b>	<b>Nº DE VIÑETAS</b>	<b>POLÍTICAS REPRESENTADAS</b>
José Manuel 'Puebla' (El Sacapuntas)	3	Dolores Delgado Carmen Montón Irene Montero (2)
José María 'Nieto' (Fe de Ratas)	4	Carmen Calvo Isabel Díaz Ayuso Margarita Robles Nadia Calviño

Bernardo Vergara	1	Macarena Olona
Manel Fontdevila	5	Ada Colau Isabel Díaz Ayuso Nadia Calviño (2) Irene Montero

Manel Fontdevila, humorista gráfico del diario de Ignacio Escolar, es el autor que más piezas dedica a las mujeres políticas firmando más del 38% del total analizado. Es el más ligado a la actualidad nacional y representa a las políticas del momento, aunque una de sus protagonistas se repita, como es el caso de Nadia Calviño. Lo mismo ocurre con Puebla del diario *ABC* y el caso de Irene Montero -presente, por otra parte, en otro de los autores-, que dedica dos de sus tres viñetas a la militante de Podemos. En una de éstas aparece como única protagonista.

El periódico *El País* conforma una excepción en el análisis conjunto de las firmas, puesto que es el único diario seleccionado que no recoge en su sección de opinión a ninguna mujer política a través del humor gráfico. Las viñetas analizadas de *El País* son obras de José Rubio “Magalón” y Flavita Banana (Flavia Álvarez). Uno de los motivos por el que seleccioné *El País* para analizar su información, además de porque es un medio de referencia nacional, fue porque era el único periódico que tenía bajo el perfil de humorista gráfico en su plantilla a una mujer.

El humor gráfico ha dado un paso adelante en la sociedad y ha derribado las barreras que no le permitían renovarse. La tira cómica cada día pasa a ser algo más habitual para las audiencias, sobre todo en la nueva parcela del saber, Internet y los medios digitales, donde cada vez es más frecuente el surgimiento de nuevas autoras que llenan de tintes feministas las viñetas de los medios de comunicación como es el caso de Flavia Álvarez, conocida popularmente bajo su seudónimo Flavita Banana.

Hace décadas, la mujer no tenía cabida en el humor gráfico como profesional contratante en los medios de comunicación, pero gracias a la aparición de las nuevas tecnologías han conseguido posicionarse en este sector tan específico de la comunicación hasta llegar a las redacciones de medios nacionales a la altura del periódico *El País*. No obstante, la autora de la sección de opinión ‘Talón de Aquiles’ en sus obras no dibuja a ninguna mujer que se dedique profesionalmente a la política y cuando sus viñetas son de temáticas políticas tira del cliché de hombre político, un señor con traje que comparece para los medios, sin ser ninguno en concreto. La propia dibujante apunta que intenta “hacer viñetas totalmente desvinculadas de la actualidad y la sociedad, simples chistes absurdos para relajar ese músculo político, pero cuando las hago recurro a los estereotipos para facilitar la lectura de la viñeta. Si pusiera a una mujer política ya habría un tinte de feminismo que quizá distrae de la intención final de la viñeta”.

Aun así, aunque las políticas no tengan cabida en las viñetas de Flavita Banana, el perfil de la mujer es el más recurrente. Sus viñetas tienen como centro protagonista a la mujer, sus rutinas y sus cambios de etapas. Durante el tiempo analizado, a la temática general de sus ilustraciones se le ha sumado las consecuencias del Coronavirus para sus personajes.

En cuanto a la distribución temporal, desde el primer día seleccionado se publican viñetas relacionadas con la pandemia mundial y sus consecuencias en el terreno político y social que suman más de la mitad del total analizado. No obstante, la aparición de personajes políticos se concentra en los primeros meses del confinamiento, sobre todo marzo y abril y en su mayoría, hombres. Generalmente recogen situaciones concretas, en las que los protagonistas de la pandemia del Covid-19 en España cómo han sido Fernando Simón, el presidente del Gobierno y su asesor Iván Redondo, entre otros, se encuentran involucrados.

Cabe destacar entonces que, la frecuencia de publicación de viñetas políticas con la mujer política como centro de análisis se ve reducida. Estas viñetas son poco numerosas, tienen un elenco de protagonistas reducido y, además, el posicionamiento mayoritario de los dibujantes respecto a las políticas representadas es negativo.

La actual ministra de Igualdad, Irene Montero, seguido de la vicepresidenta Segunda y ministra de Economía del gobierno de Pedro Sánchez, Nadia Calviño y de la presidenta de la Comunidad de Madrid Isabel Díaz Ayuso, son las tres políticas más representadas en viñetas ligadas a la actualidad concreta, con una temática relacionada con las consecuencias del Coronavirus en el terreno político y en la rutina diaria de la sociedad contemporánea.

Por otro lado, el resto de políticas recogidas por el humor gráfico en la cronología seleccionada son las siguientes: Dolores Delgado, antigua Ministra de Justicia y la actual Fiscal general del Estado; Carmen Montón, política socialista y actual embajadora observadora permanente del Reino de España ante la Organización de los Estados Americanos; Carmen Calvo, actual Vicepresidenta primera y Ministra de la Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática; Margarita Robles, Ministra de Defensa; Ada Colau, alcaldesa de Barcelona y primera mujer en ocupar el cargo; Macarena Olona, portavoz y Secretaria General del grupo parlamentario de extrema derecha VOX en el Congreso de los Diputados.

Tocante a cómo se perciben las actitudes de las políticas a través de las viñetas, comencemos con las que más figuran. En párrafos anteriores del estudio, hemos mencionado que el posicionamiento de la mayoría de los humoristas respecto a las mujeres políticas que aparecen en las viñetas es negativo.

La política madrileña del partido morado, Irene Montero, aparece en tres viñetas del total y en dos de éstas bajo la firma de José Manuel 'Puebla'. En esta sección de opinión del diario *ABC*, 'El Sacapuntas', la ministra de Igualdad del gobierno de Pedro Sánchez es caracterizada con atributos como frivolidad, despreocupación y, además, como una política cursi.

También es destacable la representación de la ministra de Economía, Nadia Calviño, otra de las figuras políticas más tratadas. Por el contrario, la ministra de Pedro Sánchez es representada como un personaje correcto que aparenta seriedad, compromiso y toma de control. La personalización en su figura la convierte en un rostro visible dentro del Gobierno Central, como se observa en las diferentes viñetas.

# La guerra



# Discrepancias con la nueva moqueta

Domingo 24 de mayo



Es destacable que, aunque representada por diferentes medios de comunicación, como son *ABC* y *elDiario.es* y dibujantes dispares, como José María Nieto y Manel Fontdevila, la representación de ésta es similar.

Le sigue en representatividad la presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, retratada por los humoristas mencionados anteriormente. En este caso, la representación de la política en las dos viñetas es totalmente contraria y diferente según cada periódico.

# Ayuseñuelos

Miércoles 13 de mayo



# Limosna



De entre las figuras con menos representación, podemos destacar a la vicepresidenta del Gobierno, Carmen Calvo, que aparece sola en una única viñeta y es valorada de forma negativa debido a su defensa de la Ley Celaá; o Ada Colau, que también aparece en solitario y es representada en un momento de colapso por las consecuencias de la pandemia del Coronavirus.



### Indicando a Celaá

Sábado 9 de mayo



### El re-confinamiento



Por otro lado, cabe destacar que predominan considerablemente las representaciones físicas de los políticos en las viñetas en las que aparece la figura de la mujer como figura política del Estado. Es así en más del 60% de las ocasiones, siendo minoritarias en un menos del 39% aquellas en las que aparecen en solitario. Este es el caso de la anterior ministra de Justicia y actual fiscal general del Estado, Dolores Delgado, la embajadora permanente del Reino de España ante la Organización de los Estados Americanos, Carmen Montón, la ministra de Defensa, Margarita Robles y, por último, la secretaria general de VOX en el Congreso, Macarena Olona.

Sin embargo, la figura del hombre político no está representada en escenarios puramente correspondientes a la esfera de poder como pudiera ser en un atril, en el Congreso o dando un discurso político ante los medios de comunicación, sino que en su mayoría aparecen en lugares no politizados como la calle o simplemente, con fondos neutros como en las siguientes ilustraciones.

## Un nuevo vehículo para el Ejército de Tierra

Sábado 23 de mayo



## La celebración



Con estas últimas viñetas nos adentramos en describir cuáles son las temáticas concretas en las que se basa cada una de las ilustraciones, en el descriptor temático. Cuando se llevó a cabo la selección temporal, se podía intuir o imaginar que las viñetas iban a estar manchadas por temas políticos relacionados con el Coronavirus o, por otro lado, que iban a mostrar sus consecuencias en la vida diaria de los ciudadanos. No obstante, la crisis del COVID-19 no es el tema principal:

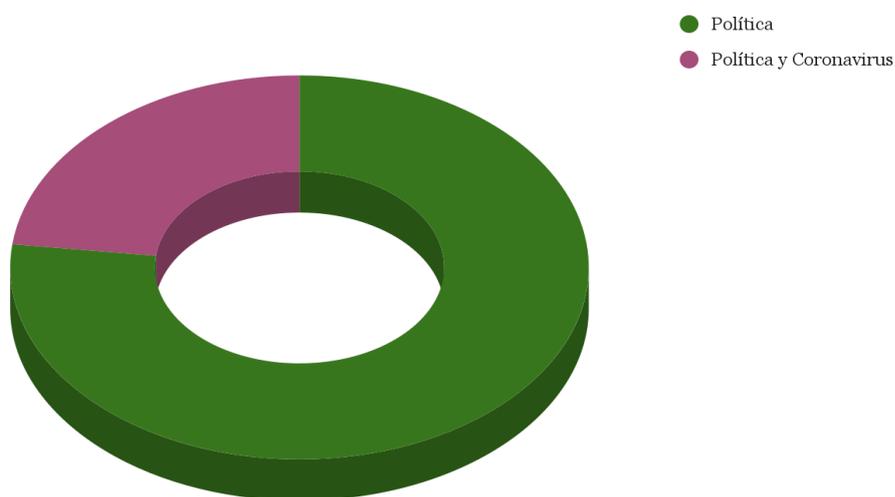


GRÁFICO 4

Como se puede observar, sobresalen los temas políticos sin que estén relacionados con la pandemia del Coronavirus. La figura de la mujer está relacionada con esta temática, puesto que, sin duda, tiene presencia en la esfera de poder. No obstante, la mayoría de las viñetas analizadas no la retratan como protagonistas en la toma de decisiones que ha tenido que llevar a cabo el Gobierno sobre el control de la pandemia mundial del COVID-19.

Por ello es llamativo que, además de que la figura política de la mujer no tenga cabida en la sección de opinión de un medio a través del humor gráfico, ésta desaparezca de las viñetas durante los tres meses fuertes de confinamiento aun perteneciendo a uno de los grupos sociales más afectados por el virus.

En relación con los apuntes anteriores, es significativo señalar que los países mejor encaminados, con mejor gestión y en fase de recuperación gradual durante toda la pandemia, desde sus comienzos hasta ahora, han sido liderados por políticas. No obstante, hay que tener en cuenta que menos del 7% de los líderes políticos del mundo son mujeres.

Citando a la periodista de *La Vanguardia*, Marina Meseguer (2020: ¿Han gestionado mejor las mujeres la crisis del Coronavirus?): “la gestión de la pandemia del coronavirus ha sido muy diferente en cada país (...) pero hay un rasgo que parece común entre las naciones que mejor están superando la crisis: están liderados por una mujer”.

Los ejemplos de las buenas gestiones políticas durante el COVID-19 son los siguientes:

1. La decisión tomada por Tsai Ing-wen, presidenta de Taiwán, a finales del mes de diciembre de suspender todos los vuelos procedentes de esa ciudad. Además, ésta puso en marcha más de 120 medidas para detener el avance del virus sin tener que recurrir al confinamiento domiciliario de sus más de 24 millones de habitantes.

2. La cuarentena impuesta por la primera ministra de Nueva Zelanda, Jacinda Ardner, para cualquier persona que entrase en el país desde mediados del mes de marzo en el que solo se habían registrado seis contagios y la prohibición de la entrada al país de todos los extranjeros. Además, la política optó por comunicarse con los ciudadanos a través de conferencias más íntimas en su página de Facebook.
3. Las gestiones de Ángela Merkel, la canciller alemana, como por ejemplo la campaña de test masivos.
4. Los test gratuitos de la primera ministra de Islandia, Katrín Jakobsdóttir, para todos los ciudadanos además del sistema de monitoreo y aislamiento que puso en marcha para todas aquellas personas que podrían haber estado en contacto con el virus. Estas decisiones a tiempo permitieron evitar un confinamiento severo.
5. La previsión y rapidez de ordenar el cierre de fronteras, establecer un confinamiento estricto, realizar una campaña de test a todos los ciudadanos y hacer ruedas de prensa personalizadas por sectores de la sociedad por parte de Sanna Marin, primera ministra de Finlandia; Mette Frederiksen, primera ministra de Dinamarca y Erna Solberg, primera ministra de Noruega han sido las claves del éxito para superar la pandemia y ser los primeros en volver a la “nueva normalidad”.

Con palabras de la profesora de Liderazgo y Organización de la Universidad de Essex, Elisabeth Kelan (2020: ¿Han gestionado mejor las mujeres la crisis del Coronavirus?):

Desde el punto de vista científico, es difícil argumentar que las mujeres responden mejor a la crisis, pero (...) el hecho de que las mujeres hayan estado expuestas a más retos durante su ascenso hacia el liderazgo las ha forzado a pensar en más opciones, desarrollar más alternativas y flexibilizar su estilo.

En el mismo orden, Núria Mas, profesora del IESE y consejera del Banco de España se expresa con una sutileza similar (2020: ¿Han gestionado mejor las mujeres la crisis del Coronavirus?): “Los países que saben gestionar bien las crisis suelen tener buenas instituciones. Y es muy probable que este tipo de países sean menos discriminatorios a la hora de escoger a una mujer como líder”.

Las consecuencias de que la representación de la mujer política en las viñetas no tenga cabida, no es más que el mero reflejo de los problemas y obstáculos que aparecen para su acceso a los cargos políticos- el antes, el cómo llegan- y las barreras que se encuentran en el propio desempeño de los cargos (mantenimiento en la política, afianzamiento de los liderazgos, etc).

Así lo apunta Mireia Espiau en una entrevista para *elDiario.es* (2016: “Las mujeres que llegan a la política se encuentran con un espacio diseñado por y para los hombres”). Espiau es la responsable de gran parte del contenido de *Basqueskola*, el espacio de empoderamiento creado el pasado año 2012 para mujeres alcaldesas y concejales vascas que surgió para ofrecer formación y apoyo a las mujeres que ejercen la política en los ayuntamientos vascos:

Ya solo en el acceso de la mujer a la esfera política, la desigualdad es clara. Aunque las mujeres están participando cada vez más del ámbito público, no se ha dado de la misma manera la asunción de responsabilidades en el ámbito privado y reproductivo por parte de los hombres y eso provoca que las mujeres accedan a la política con una realidad diferente.

Contrastamos la poca evolución de la mujer en la sociedad política con los argumentos de Natalia Meléndez-Malavé en su tesis doctoral defendida el pasado año 2012 en la facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga (España) “El humor gráfico en el diario *El País*” durante la transición política española (1976-1978”:

Otro apunte sobre las características de los individuos reales caricaturizados es la abrumadora mayoría de personajes masculinos frente a los femeninos. Solo algunas mujeres dedicadas a la política son dibujadas (...) y es esta una falsa concepción de la igualdad entre sexos, pues siendo cierto que el hecho de que la mujer no aparezca representada tampoco en el humor gráfico, como en tantas otras manifestaciones comunicativas o artísticas, ningunea su peso en la sociedad, también es importante tener en cuenta cómo aparece, con qué características, ejerciendo qué roles, con qué objetivo. Pero, sobre todo, tomamos conciencia de que la escasa representación femenina no es más que un reflejo de la propia estructura social y de la mentalidad de una época.

En la misma línea, sustraemos más información para contrastar nuestros resultados con el análisis de Florencia P. Levín en 2009 expuestos en su Tesis de Licenciatura defendida en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires (Argentina) “La realidad al cuadrado: Representaciones sobre lo político del humor gráfico en el diario *Clarín* (1973-1983)”.

En gran parte de su tesis Levín analiza el humor de Juan Carlos Colombres, el humorista gráfico argentino conocido bajo el seudónimo de Landrú, en el cuerpo del diario *Clarín*. Y, por tanto, extrae diferentes conclusiones:

El mundo de Landrú es un mundo fundamentalmente machista en la cual la imagen de la mujer es de subordinación e ignorancia y cuya participación generalmente está al servicio de exponer las virtudes y miserias de los hombres, verdaderos protagonistas de los escenarios construidos por el humorista.

A su vez, hace hincapié en que:

El conjunto de estos cartoons se va recortando dos personajes prototípicos que se corresponden, asimismo, con personajes protagónicos del escenario político y cultural del momento (...) es interesante destacar, en este caso, que de acuerdo con las representaciones de estos humoristas las mujeres no forman parte de este universo politizado.

Tenemos consciencia de que, en la época de los años 70 y 80, contexto de las tesis nombradas anteriormente, el terreno político no ofrecía las mismas posibilidades para las mujeres como las que se ofrecen en la sociedad contemporánea, la actualidad que nos concierne. No obstante, nos encontramos con una situación muy similar: la desigualdad en las esferas políticas. La difícil situación de la mujer en la política perdura aún en la actualidad.

## CONCLUSIONES

---

Una vez que hemos profundizado en los resultados más destacables de la presente investigación y para con ello, concretar los avances obtenidos tras la realización de esta, es preciso indicar cuales son las consideraciones principales y finales a las que ha conducido el estudio, tomando como guía la hipótesis general del estudio; ‘la mujer como figura política ha sido ignorada por el humor gráfico y las viñetas de prensa durante la pandemia del Coronavirus’. Efectivamente, de las 81 viñetas que recogimos en las que se hace referencia a las personalidades políticas de la esfera tanto nacional como internacional, solo en 13 aparece la figura de la mujer política y exclusivamente en 5 de estas últimas, aparece retratada la mujer política como foco único de la comunicación. En el resto, que son 8, aparecen acompañadas por otro político hombre o por otro cargo del Estado, por lo tanto, siguen situándose en un segundo plano.

A través de estas píldoras de opinión como son el humor gráfico y las viñetas, observamos diferentes formas de comportamiento entre las propias figuras políticas, de las relaciones de estos con la población y con la oposición de su forma de actuar ante los medios y de plasmar en la ciudadanía sus propios ideales.

Como comentábamos al principio del estudio y citando a Núñez Domínguez (2015: 220): “en el caso de las viñetas, las imágenes cobran gran fuerza junto a unas palabras rotundas. Ese poder sintético de la retórica que es el humor gráfico llega no sólo a la razón sino a la emoción de las personas que acceden a la información/opinión”.

Las mujeres han ganado terreno en el espacio político en la última década, pero la paridad sigue siendo una lejana realidad tanto en España como en el resto de los países europeos. En nuestro país las mujeres ocupan solo un tercio de los cargos públicos, que se transforma en casi el 40%, teniendo como referencia los puestos en Ayuntamientos, como concejalas; en las Comunidades Autónomas; y a nivel nacional, como Diputadas Nacionales.

Aunque las cifras han ido cambiando con el paso del tiempo y el avance de la sociedad, la igualdad todavía queda muy lejos.

Según apunta un estudio aportado por el Consejo de Municipios y Regiones de Europa (2019: ‘Mujeres en Política: tendencias locales y europeas’):

España está solo un poco por encima de la media y las mujeres ocupan el 36% de los cargos públicos. La institución más paritaria del país es el Congreso de los Diputados, donde el 47,4% de los escaños estaban ocupados por mujeres hasta su disolución previa a las elecciones. Hace 10 años, eran el 35,7%, antes de que se introdujera las cuotas mínimas del 40% en las listas electorales (...) España se sitúa en la octava posición en cuanto a paridad en países de Europa.

Atendiendo a las conclusiones del estudio, podemos afirmar que los Ayuntamientos son las instituciones donde la mujer tiene menos representación política, situándose en un 35,8% los cargos como concejalas y en un 21,3% los cargos políticos como alcaldesas. Por otro lado, tocante a los escaños regionales que encontramos en los parlamentos de las diferentes Comunidades Autónomas que conforman nuestro país, las mujeres políticas se sitúan en un 45,4%, más cerca de la paridad. No obstante, solo cuatro de las 19 Comunidades Autónomas de España, incluyendo Ceuta y Melilla, están dirigidas por una mujer: Isabel Díaz Ayuso (presidenta de la Comunidad de Madrid), María Victoria Chivite Navascués (presidenta del Gobierno de Navarra), Francesca Lluc Armengol Sociás (presidenta del Gobierno de las Islas Baleares) y Concepción Andreu Rodríguez (presidenta de La Rioja).

Cabría preguntarse si entra dentro de los límites de lo corriente que ese mínimo porcentaje de mujeres sean las que ocupen una pequeña parte de la esfera correspondiente al poder político del siglo XXI. Según los últimos datos aportados por el Instituto Nacional de Estadística en cuanto a las cifras de población, a 1 de enero de 2021 la población residente en España aumentó en 61.609 personas durante el año 2020 y se situó en 47.394.223 millones de habitantes a primero de este año. Respecto al total, más de 24 millones son mujeres, más de la mitad de los residentes en España, concretamente 24.169.362 millones. Esto indica que, por el contrario, 23.224.861 millones son hombres. Más de la mitad de la población de España son mujeres, pero menos del 40% de ellas se dedican a la política y solo cuatro son presidentas de comunidades autónomas.

Por tanto, si ya de por sí tienen poca cabida en el terreno político, ¿cómo va a tener reflejo en la prensa? Mucho menos entonces en las viñetas y en el humor gráfico. En cambio, cuando aparecen, son retratadas en su mayoría, por la “falta de legitimidad política” que se les atribuye, como es el ejemplo de la presente viñeta en la que aparece Irene Montero, ministra de Igualdad, en múltiples ocasiones magullada por los titulares de los medios de comunicación.



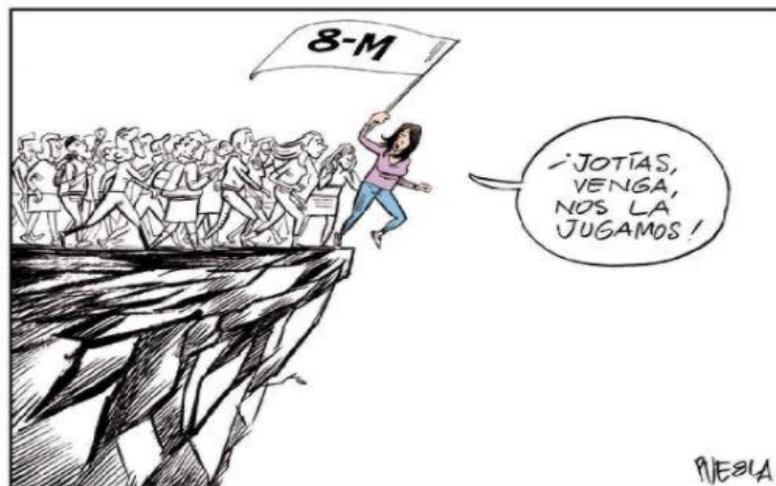
**El sacapuntas**  
por **Puebla**

Ocio

Inicio Sobre el autor España Política Internacional Economía Otros temas

## A sabiendas

Ministerio de chupipandi y cosis



Puebla  
el 01 jun, 2020



A continuación, vemos diferentes ejemplos:

**Noticias** ATRES player

Actualidad Deportes Tiempo Multimedia Programas Series

sociedad

Agresión sexual /

### La madre de la menor violada en Igualada acusa a Irene Montero de "falta de empatía y humanidad"

En una dura carta, la madre de la adolescente agredida dice estar "indignada" por el tuit publicado por la ministra de Igualdad, que tachó de "palmadita en la espalda". "Mi hija no es una mujer, como usted dice en su tuit; es una niña. Y no se "repara", como usted indica, porque no es una muñeca".



Irene Montero, en una rueda de prensa en el Congreso / Efe

ESPAÑA

## Irene Montero da plantón al Congreso: aplaza la convalidación del decreto sobre violencia de género

Busca en COPE  Buscar  Newsletters

PROGRAMAS PODCASTS VÍDEOS ACTUALIDAD MONÓLOGOS DEPORTES RELIGIÓN EMISORAS PROGRAMACIÓN TRECE

< Actualidad

### España

Noticias Vídeos Sin micrófonos Defensa Archivo Bumerán Noticias con molde Blogs Audios Galerías

## Las grandes 'perlas' de Irene Montero: ofensas a los policías y peleas con la RAE

La actual ministra de Igualdad sufría un polémico momento el pasado viernes en el programa de Ana Rosa, que se suma a una larga lista de meteduras de pata

MENÚ   ESP ENTR

◀ POLÍTICA / PARTIDOS POLÍTICOS AUTONOMÍAS GOBIERNO JUSTICIA PARLAMENTO PARTIDOS POLÍTICOS OPINIÓN CASA REAL



LA LIBERTAD DE PRENSA SEGÚN PODEMOS

## Irene Montero queda retratada: pide en antena al Banco Santander que amordace a los periodistas del ABC

Uno de los 'memes' dedicados a Irene Montero. @NicoBolivariano • Twitter

LA JUNGLA / SOCIAL / 'TRENDING TOPIC'

## El posado de Irene Montero que incendia las redes y la convierte en la Preysler de Galapagar

En [La Jungla](#). Miles de críticas a Irene Montero por aparecer en la revista 'Diez Minutos' posando en una lujosa estancia y con un reloj que parece un Rolex.

Estos ejemplos vuelven a ratificar nuestra hipótesis; la función de las mujeres en la política y su figura en la esfera de poder ha sido olvidada por los humoristas gráficos durante la etapa más difícil de la pandemia del Coronavirus.

Olvidadas por los dibujantes, por el bloque de opinión de los diarios y por la prensa en general. Sin embargo, en el olvido está el buen hacer de éstas puesto que su presencia se ha visto reflejada en los medios con tintes diferentes a los expuestos por la política de los hombres.

Una vez más y con esta afirmación, damos por finalizada la presente investigación, el papel de la mujer empoderada en la política que vemos reflejado en la prensa no es más que la realidad social hecha papel. Sin duda, otro ejemplo más de que aún queda mucho por avanzar.

## BIBLIOGRAFÍA

---

### Libros y referencias científicas

Álvarez, F. (13 de 04 de 2021). La mujer política en el humor gráfico. (N. G. Navarro, Entrevistador)

Asenjo, M.P (26 de 04 de 2021). Periodismo y el difícil camino hacia la igualdad. (C.d. Andalucía, Entrevistador)

Boj, F. S. (2008). Un tópico perpetuado. La imagen de la mujer y. *ZER*, 203-224.

Camarena, J. L. (2020). La mujer en la política andaluza: comunicación y rol. Sevilla.

Escribano, J. J. (2011). El sexo excluido, mujer y participación política. *Psicología Política*, nº42, 13-27.

Espí-Hernández, A. (s.f.). *Presencia de la mujer y brecha de género en la política*. Murcia: Femeris, Vol. 2, No. 1, pp. 133-147.

García, N. F. (2012). Mujeres políticas y medios de comunicación. Recomendaciones para una representación no sexista de las mujeres políticas en los medios de comunicación. *I Congreso Internacional de Comunicación y Género*, 564-586.

Herrera, M. H. (2019). La representación de la mujer en la viñeta española: construcción y . *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*.

Madero, G. S. (2008). El papel de las mujeres en la política española: el caso del PSOE. *Estudios Feministas* , 433-462.

Malavé, N. M. (2005). *EL HUMOR GRÁFICO EN EL DIARIO EL PAÍS DURANTE LA TRANSICIÓN POLÍTICA ESPAÑOLA (1976-1978)*. Málaga.

Mendiola, A. M. (s.f.). La igualdad en la política, ¿un espejismo?

Núñez Domínguez, T (2009): La imagen en la era de la comunicación. *Revista Científica de Información y Comunicación*, 6, 427-462.

- Núñez Domínguez, T (2011). ¿Las mujeres generan opinión? *Observatorio de medios de comunicación y sociedad*, 10, 8-23.
- Núñez Domínguez, T. (2015). Viñetas y socialización: el caso de la huelga general de 2010 en España. *Revista Científica de Información y Comunicación*, 203-226.
- Núñez Domínguez, T y Vera Balanza, T (2012). Ilustradoras gráficas y viñetistas: su perspectiva en Instagram. *Cadernus Pagu*.
- Núñez Domínguez y Loscertales Abril, F. (2000). El humor como estrategia didáctica. *Andalucía Educativa*, 14.
- Núñez Domínguez, T y Loscertales Abril, F. (2009). *Las mujeres y los medios de comunicación. Una mirada de veinte años (1989-2009)*. Sevilla: Instituto Andaluz de la Mujer.
- Paula Florencia, L. (2009). *Representaciones sobre lo político en el humor gráfico del diario Clarín (1973-1983)*. Buenos Aires.
- Puebla, J. M. (14 de 04 de 2021). La mujer política en el humor gráfico. (N. G. Navarro, Entrevistador)
- Ricardo Tejeiro Salguero, T. L. (2009). Las viñetas de prensa como expresión del periodismo de opinión. *Diálogos de la comunicación*.
- Romero, M. S. (2015). El humor gráfico como herramienta de crítica: los líderes políticos internacionales en las viñas de El País. *Revista Científica de Información y Comunicación*, 227-255.
- Ruiz, E. U. (s.f.). MUJERES Y HOMBRES EN LAS ÉLITES políticas españolas: ¿diferencias o similitudes? *Reis*, 207-232.
- Theofylakti, Z. (s.f.). *Humor y discurso político: el humor como recurso de opinión y crítica en la prensa contemporánea griega y española*.

## Otras referencias

BBC News. (16 de 04 de 2020). Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-52295181>

Boix, M. (07 de 2005). *Mujeres en Red, El Periódico Feminista*. Obtenido de <https://www.mujiresenred.net/spip.php?article273>

CABRAL, I. A. (05 de 11 de 2019). *Público*. Obtenido de <https://www.publico.es/sociedad/mujer-politicos-mujeres-ocupan-tercio-cargos-publicos-espana.html>

CASTRO, E. (24 de 04 de 1979). *El País*. Obtenido de [https://elpais.com/diario/1979/04/24/sociedad/293752807\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1979/04/24/sociedad/293752807_850215.html)

Cope. (26 de 02 de 2020). Obtenido de [https://www.cope.es/actualidad/espana/noticias/las-grandes-perlas-irene-montero-ofensas-los-policias-peleas-con-rae-20200226\\_630876](https://www.cope.es/actualidad/espana/noticias/las-grandes-perlas-irene-montero-ofensas-los-policias-peleas-con-rae-20200226_630876)

Gurirab, T.-B. (s.f.). *Naciones Unidas*. Obtenido de <https://www.un.org/es/chronicle/article/las-mujeres-en-la-politica-la-lucha-para-poner-fin-la-violencia-contra-la-mujer>

Instituto Nacional de Estadística. (01 de 01 de 2021). Obtenido de [https://ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176951&menu=ultiDatos&idp=1254735572981](https://ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176951&menu=ultiDatos&idp=1254735572981)

Izquierdo, E. (23 de 01 de 2019). *Centro de Educación Superior Next*. Obtenido de <https://www.cesnext.com/la-mujer-en-la-politica-espanola-que-papel-tiene/>

Jarriel, L. (08 de 05 de 2020). *Naciones Unidas*. Obtenido de <https://news.un.org/es/story/2020/05/1474002>

La Vanguardia. (15 de 10 de 2020). Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/vida/20201015/484104747908/humoristas-graficos-defienden-las-vinetas-como-el-futuro-de-la-prensa.html>

- LAMATA, J. (18 de 06 de 2018). *Periodista Digital*. Obtenido de <https://www.periodistadigital.com/politica/partidos-politicos/20180619/irene-montero-queda-retratada-pide-antena-banco-santander-amordace-periodistas-abc-noticia-689401230622/>
- Lardiez, A. (08 de 03 de 2019). *El Plural*. Obtenido de [https://www.elplural.com/politica/espana/radiografia-del-liderazgo-politico-las-mujeres-siguen-siendo-las-segundas\\_212243102](https://www.elplural.com/politica/espana/radiografia-del-liderazgo-politico-las-mujeres-siguen-siendo-las-segundas_212243102)
- Lucas-Torres, C. (05 de 12 de 2018). *El Español*. Obtenido de [https://www.elespanol.com/espana/politica/20181205/mujeres-imprescindibles-anos-democracia/358244181\\_3.html#img\\_2](https://www.elespanol.com/espana/politica/20181205/mujeres-imprescindibles-anos-democracia/358244181_3.html#img_2)
- Luis, L. J. (23 de 06 de 2020). *Genera Igualdad*. Obtenido de <https://americ latinagenera.org/newsite/index.php/es/informate/informate-noticias/noticia/4916-tiempo-activo-mas-importante-para-la-participacion-politica-de-las-mujeres-ante-covid-19>
- M.P. (22 de 04 de 2020). *El Español*. Obtenido de [https://www.elespanol.com/espana/20200422/irene-montero-planton-congreso-convalidacion-decreto-violencia/484203127\\_0.html](https://www.elespanol.com/espana/20200422/irene-montero-planton-congreso-convalidacion-decreto-violencia/484203127_0.html)
- Manso, T. G. (21 de 11 de 2015). *El Mundo*. Obtenido de <https://www.elmundo.es/yodona/2015/11/21/564a21f346163f27218b461d.html>
- Martínez, J. (08 de 11 de 2021). *Antena 3*. Obtenido de [https://www.antena3.com/noticias/sociedad/carta-madre-menor-violada-igualada-acusa-irene-montero-falta-empatia-humanidad\\_20211108618903fc0da58c0001335495.html](https://www.antena3.com/noticias/sociedad/carta-madre-menor-violada-igualada-acusa-irene-montero-falta-empatia-humanidad_20211108618903fc0da58c0001335495.html)
- MESEGUER, M. (04 de 05 de 2020). *La Vanguardia*. Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/internacional/20200504/48940916281/poderio-femenino-contra-la-pandemia.html>

*Oficina de Alto Comisionado Naciones Unidas Derechos Humanos.* (22 de 04 de 2020).

Obtenido de <http://www.oacnudh.org/incrementar-las-vozes-y-el-liderazgo-de-las-mujeres-en-las-politicas-publicas-por-covid-19/>

*ONU Mujeres.* (15 de 01 de 2015). Obtenido de

<https://www.elmundo.es/yodona/2015/11/21/564a21f346163f27218b461d.html>

Perret, M. (s.f.). *ONU Mujeres.* Obtenido de [https://www.unwomen.org/es/what-we-](https://www.unwomen.org/es/what-we-do/leadership-and-political-participation)

[do/leadership-and-political-participation](https://www.unwomen.org/es/what-we-do/leadership-and-political-participation)

*Público.* (08 de 06 de 2016). Obtenido de

<https://blogs.publico.es/strambotic/2016/06/tiorras-putas-malfolladas/>

Ruth Rubio, L. G. (19 de 06 de 2020). *eldiario.es.* Obtenido de

[https://www.eldiario.es/andalucia/desdeelsur/europa-mujeres-vozes-tiempos-covid\\_132\\_6064044.html](https://www.eldiario.es/andalucia/desdeelsur/europa-mujeres-vozes-tiempos-covid_132_6064044.html)

Solanas, M. (09 de 12 de 2014). *Real Instituto Elcano.* Obtenido de

[http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano\\_es/contenido?WCM\\_GL\\_OBAL\\_CONTEXT=/elcano/elcano\\_es/zonas\\_es/eee21-2014-solanas-igualdad-de-genero-y-politica-exterior-espanola](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GL_OBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/eee21-2014-solanas-igualdad-de-genero-y-politica-exterior-espanola)

TEELE, D. L. (20 de 09 de 2019). *La Vanguardia.* Obtenido de

<https://www.lavanguardia.com/vanguardia-dossier/20190920/47498885849/un-siglo-de-mujeres-en-politica.html>

Uriarte, N. G. (29 de 04 de 2016). *eldiario.es.* Obtenido de

[https://www.eldiario.es/euskadi/euskadi/mujeres-politicas-trabajan-espacios-disenados\\_128\\_4047449.html](https://www.eldiario.es/euskadi/euskadi/mujeres-politicas-trabajan-espacios-disenados_128_4047449.html)

## ANEXOS

---

-Entrevista Flavia Álvarez.

-Entrevista José Manuel Puebla.

-Viñetas recogidas de la edición online de los periódicos El País, ABC y elDiario.es del 14/03/2020 al 21/06/2020.

-Viñetas analizadas como objeto del estudio.