


La viñeta de prensa en el circuito expositivo canario: cómo concienciar sobre el cambio climático por medio de un género periodístico único

Political cartoon in the Canarian circuit of exhibition: How to raise awareness about climate change through an unique journalistic genre


Lucas Morales Domínguez

Universidad de La Laguna | Calle Padre Herrera, s/n, 38200, La Laguna, Santa Cruz de Tenerife | España

 0000-0001-8094-5706 | lморaldo@ull.edu.es

Váleri Codesido-Linares

Universidad Rey Juan Carlos | Avenida del Alcalde de Móstoles, 28933, Móstoles, Madrid | España

 0000-0002-9581-2815 | vcodesid@ull.edu.es

Recepción 16/01/2025 · Aceptación 08/02/2025 · Publicación 15/04/2025

Resumen

La programación del XXI Salón Internacional del Cómic y la Ilustración de Tenerife, organizado por la Fundación Cine+Cómics y la Cátedra Cultural Moebius de la Universidad de La Laguna, incluyó la exposición *El cambio climático en viñetas*, instalada en el Parlamento de Canarias entre los días 10 de octubre y 2 de noviembre de 2024. La muestra encuentra su origen en este estudio exploratorio, que analiza 70 caricaturas de prensa de 36 cabeceras occidentales donde diferentes autores abordan la problemática del calentamiento global a lo largo de la última década. La metodología utilizada es la propuesta por Marín-Arrese (2019), donde se tienen en cuenta tres pasos: interpretación y conocimiento contextual; estructura y comprensión del subtexto; y reacción, crítica y persuasión. Como resultado de esta primera aproximación, se observa algo poco común en el periodismo: la vertebración de una narrativa que ha permanecido inmutable desde 2014 hasta el día hoy. Es reseñable que, durante los últimos diez años, los diferentes artistas han predicho que la acción del hombre sobre el clima traerá las mismas consecuencias y, además, han señalado a los mismos agentes —empresarios codiciosos, los negacionistas y a Donald Trump— como responsables de la situación actual. Esta acción de transferencia del conocimiento, en la que los resultados de una investigación han alcanzado a 1.290 personas que han visitado el espacio cultural anteriormente mencionado, se ha visto reforzada con la inclusión de la exposición en la página web del evento, convirtiéndola en un recurso atemporal y universalmente accesible.

Palabras clave: *political cartoon*; caricatura política; narración gráfica; viñeta periodística; cambio climático.

Abstract

The activities of the 21st Tenerife International Comic and Illustration Fair, organized by the Cine+Cómics Foundation and the Moebius Cultural Chair of the University of La Laguna, included the exhibition *El cambio climático en viñetas*, which had been on display in the Parliament of the Canary Islands from October 10th to November 2nd, 2024. The

exhibition was inspired by this exploratory study, which analyses more than 70 press cartoons from 36 Western newspapers, in which different authors address the problem of global warming over the last decade. The methodology applied is the one proposed by Marín-Arrese (2019), where these three steps are followed: interpretation and contextual knowledge; structure and understanding of subtext; and reaction, criticism and persuasion. As a result of this first approach, something unusual in journalism can be seen: the structuring of a narrative that has remained unchanged from 2014 to the present day. It is noteworthy that, over the last ten years, different artists have predicted that humanity's action on the environment will bring the same consequences and, in addition, they have pointed to the same agents— greedy businessmen, climate change deniers and Donald Trump —as responsible for the current situation. This knowledge transfer action, where the results of a research project have reached the 1,290 visitors of the cultural space, has been reinforced with the inclusion of the exhibition on the Tenerife International Comic and Illustration Fair's website, making it a timeless and universally accessible resource.

Keywords: political cartoon; journalism; climate change; global warming.

1. Introducción

Numerosas personas procedentes de la academia han reconocido de manera tajante el papel integral de los medios en la dinámica holística que contribuye al aumento de la conciencia sobre el cambio climático y el calentamiento global. No son pocos los estudios que indican que, actualmente, existe una narrativa visual dominante que se asocia con esta situación en los medios de comunicación, especialmente en las naciones occidentales examinadas en artículos como el firmado por Saffron O'Neill (2020). Partiendo de que el humor gráfico aplicado a este fenómeno no está ampliamente estudiado (Motswaledi, 2022) y aludiendo a lo descrito por Thabang Richard Motswaledi (2022), las caricaturas políticas tienen la capacidad de funcionar como un altavoz de la agenda que persigue concienciar a la población sobre este fenómeno. En añadido, ha sido apuntado que las temáticas más recurrentes son configuradas de forma convencional en la representaciones de imágenes simbólicas, representaciones alegóricas, personificaciones, híbridos entre humanos y animales, monstruos o adversarios sobrenaturales, entre otros, junto con géneros narrativos familiares como dispositivos de encuadre y reencuadre —mitología, leyendas y otras construcciones de la cultura popular—, así como la intertextualidad en el uso de alusiones, parodias y citas y recitas de fuentes históricas y literarias (Marín-Arrese, 2019).

Las caricaturas políticas constituyen un género periodístico que sirve para que los medios den importancia a esa agenda, lo que otorga relevancia a temas y eventos mediante una cobertura recurrente que busca moldear la comprensión del lector y, al mismo tiempo, generar un cambio que se presupone positivo para el conjunto de la sociedad (Sani et al., 2012). Por tanto, es adecuado indicar que la viñeta de prensa llena este vacío al informar a los lectores, prescindiendo de la necesidad de interpretar el mensaje subyacente para las masas. La contribución de estas unidades comunicativas a los medios y, en extensión, a toda la población es innegablemente significativa, ya que acercan a los lectores al mundo de la política, cuestionando, mostrando y, en ocasiones, denunciando el estado de las élites de diferentes sectores de la esfera pública, a menudo de manera humorística y satírica, pero sin perder su capacidad de informar (Motswaledi, 2022).

En el caso concreto del cambio climático, este elemento se posiciona como un vehículo de comunicación eficaz y accesible que permite transmitir mensajes complejos de forma comprensible.

Un rasgo distintivo de la narrativa de la viñeta política es su naturaleza multimodal, ya que combina aspectos verbo-pictóricos (Movchan et al., 2023). Esto hace que, en parte, su detección sea “inmediata y no exige ningún esfuerzo” (Domenach, 1955, p. 50). A nivel visual, la sátira se construye mediante la iconicidad, expresada por medio de imágenes aparentemente sencillas que, sin embargo, tienen una predominancia del efecto simbólico. Por tanto, puede decirse que el *political cartoon* recurre a la semiótica como unidad informativa. Ello incluye el uso de animales que representan cualidades o un empleo inteligente de la metonimia; además, se incorporan escenarios reconocibles que evocan eventos históricos, movimientos sociales o instituciones. La parodia también es clave, puesto que ayuda a tipificar a personajes icónicos, como políticos o banqueros.

En otras ocasiones, los protagonistas se representan mediante símbolos concretos —edificios o lugares— que, aunque reconocibles por el contexto (Suárez, 2015), encapsulan ideas complejas. Por eso, no es de extrañar que, por ejemplo, “los principales referentes de la crisis económica en el humor gráfico aparecen seleccionados estrictamente por un criterio de proximidad” (Segado, 2008, p. 165). Esto nos hace reflexionar sobre que el juego de significados convierte la interpretación en un ejercicio intelectual para el lector, quien a menudo necesita recurrir a conocimientos previos de índole histórica, cultural, social o política para entender plenamente el mensaje (Fernández & Villaplana, 2019).

De aquí en adelante, se examinará cómo se conceptualizan y plasman a los actores sociales en relación con el cambio climático durante la última década (2014-2024) y se utilizará para ello unidades muestrales rescatadas de diarios de todo el mundo. Se pretende con ello analizar la forma en la que estas caricaturas son utilizadas para evaluar, denunciar y hacer pedagogía sobre las consecuencias de esta problemática de extensión universal desde un prisma internacional. Motswaledi (2022) concluye que “es de suma importancia que estos instrumentos se utilicen como los principales intérpretes de la concienciación sobre el cambio climático” (p. 83). Por último, el recorrido de esta investigación ha culminado con la elaboración de una exposición que se ha instalado en el Parlamento de Canarias, Tenerife, una sala cultural con gran afluencia de público debido a su situación espacial. Para llevar a cabo un correcto desarrollo de transferencia del conocimiento en el campo de la comunicación, se han tenido en cuenta los textos de Loiti-Rodríguez & Suárez-Villegas (2022) y Genaut-Arratibel et al. (2022), puesto que ofrecen metodologías adaptables a la dimensión del proyecto abordado.

2. Marco teórico

El punto de partida de este texto es que la caricatura política ha sido un medio clave para difundir ideologías de alcance universal, especialmente en el contexto de la globalización histórica, donde la tradición angloamericana y la europea se han consolidado como el paradigma dominante. Un análisis a lo largo del tiempo ha demostrado que, a pesar de situarse en el campo del humor, también se alinea perfectamente en el género opinativo, hecho que es avalado por otras publicaciones, como las de Armentia & Caminos (2003), Bond (1974), Carabias (1973), Cebrián (1992), León & Travesedo (2005), Morán (1988), Muñoz (1994), Santamaría (1990), Suárez (2015), Tamayo (1988) o Tejeiro & León (2009), por citar solo algunos ejemplos.

Su importancia en la esfera sociopolítica actual se refleja en premios como el Pulitzer o el Caricaturista del Año, este último concedido en Reino Unido. Esta unidad periodística sigue siendo relevante y ha

ampliado su presencia, ahora también en Internet y en varios idiomas —una de las consecuencias inevitables de la democratización de los contenidos por medio de la red—, lo cual plantea retos de traducción adecuados. Hoy, el *editorial cartoon* aborda temáticas como las decisiones de los líderes políticos, las reformas, los conflictos internacionales o la reputación nacional, requiriendo conocimientos previos que van de lo lingüístico a lo extralingüístico y que son indispensables para decodificar correctamente la intención del autor en cada caso particular.

Entre sus características, encontramos que la viñeta de prensa moderna se distingue por combinar elementos verbales, visuales y paralingüísticos, lo que constituye a un crisol de lenguajes (Dugalich, 2018) que crea una visión verbo-pictórica inédita en la acción de informar. Además, los artistas se perciben como personas que ostentan la privilegiada posición de desmitificar las narrativas políticas —ocurre especialmente en Occidente— y revelar verdades ocultas o incómodas. La existencia de una prensa satírica próspera se considera un indicador de libertad, considerándose la crítica hacia nuestros dirigentes como un “pilar de la democracia”, lo cual explica su expansión global a medida que estas formas de gobierno han avanzado desde mediados de la década de 2010 (Scully, 2014).

Como destaca Motswaledi (2022), estas viñetas son capaces de retener y difundir información, lo que les atribuye un papel protagónico en la concienciación pública sobre cuestiones que afectan a la sociedad. Este valor comunicativo radica, en gran medida, en los mecanismos cognitivos que emplean. Entre todos ellos destaca la metáfora, que puede ser verbal, visual o multimodal. Por medio de estas fórmulas, cada opción tiene la capacidad de evocar, de forma independiente o en combinación, tanto el dominio fuente como el dominio de este recurso estilístico (Marín-Arrese, 2019).

La naturaleza interpretativa de las caricaturas políticas se convierte en un juego cognitivo complejo para el espectador, por lo que, en ocasiones, el mensaje implícito requiere que se realice una reinterpretación de la lectura inicial de este elemento. Esto es precisamente lo que Giora (2003) describe cuando explica cómo el receptor puede acceder primero a un significado más prominente, solo para descubrir más tarde que necesita replantearse su comprensión inicial en favor de un sentido nuevo y oculto, pero contextual y apropiado. Así, las caricaturas pueden funcionar tanto para legitimar —parece ocurrir en el caso que nos ocupa— como para cuestionar actitudes y creencias predominantes, utilizando el humor no solo como entretenimiento, sino como una herramienta de crítica y de resistencia social (Marín-Arrese, 2019).

2.1. Representación y concienciación sobre cambio climático

En estudio de la relación entre la comunicación y el mensaje periodístico sobre el cambio climático, presenta una limitación a la hora de ser abordado desde una perspectiva científica: la poca bibliografía que existe al respecto (Fernández-Muerza & Rodrigo-Cano, 2025). No obstante, valdría subrayar que la ausencia de referencias apunala la importancia de integrar diferentes enfoques teóricos y metodológicos para ayudar a desarrollar medidas efectivas contra redes ocultas de influencia y a mitigar sus efectos disruptivos (Gertrudix et al., 2024). Un ejemplo de ello lo encontramos en un artículo de Olli Hellmann (2024), donde se demuestra que aplicando técnicas como el enfoque del debate crítico a *Rick y Morty* (2013-2023), serie de animación que comparte características con la caricatura política, se pueden idear alternativas más radicales que las socialmente consensuadas para combatir la crisis ecológica que afrontamos.

Las caricaturas políticas pueden hacer que la educación sobre el medio ambiente sea más atractiva y mostrar lecciones clave en el proceso de enseñanza sobre temas de alcance global (Gough & Horacek, 2023). Por medio de la educación basada en *political cartoons*, se puede llegar a desarrollar habilidades que permitan analizar y abordar con mentalidad crítica estos problemas ambientales, especialmente si se aplican conocimientos en la investigación de estas cuestiones. Esto posibilita que haya una toma de decisiones que se materialice como acciones concretas en cada una de las posibles implicaciones ecológicas (Toledo et al., 2014).

En las viñetas cómicas sobre el calentamiento global, la experiencia visual genera rápidamente una respuesta emocional. Tal es el caso de la imagen de un oso polar en un témpano en derretimiento, que evoca narrativas de especies animales que podrían extinguirse si continúa la degradación de su hábitat. En casos como el de la representación de China en diarios extranjeros, el gigante asiático es retratado como un dragón disfrazado de oveja que emite gases contaminantes (Wu, 2023), responsabilizando así al país de la contaminación del aire por medio de una metáfora visual. Sin embargo, estos constructos no siempre tienen el mismo significado, porque en un contexto como el de la Guerra de Ucrania, el oso representaría a Rusia (Morales et al., 2024). Volvemos a valorar así la importancia del contexto. Por sí mismas y también en conjunto, estas obras ayudan a identificar conceptos ecológicos importantes relacionados con la crisis energética, la vulneración de la tierra, el desarrollo sostenible, la contaminación o los peligros que entraña el crecimiento poblacional, por lo general todos tratados desde la sátira, pero con cierta oscuridad, seriedad y urgencia (Nemickienė & Vengalienė, 2024). Además, fomentan la identificación de problemas ambientales locales y mundiales, así como la comunicación sobre el impacto humano en el medio que nos rodea y la búsqueda de soluciones alternativas viables.

Las caricaturas actúan como un atajo hacia nuestros sentimientos, siendo efectivas en la crítica del cambio climático. Sin embargo, a medida que las representaciones icónicas se vuelven reiterativas —oso polar, tornado, inundaciones o globo terráqueo sufriendo un sofoco, por ejemplo— su impacto emocional puede disminuir y ser reemplazado por la ironía o la fatiga, lo que podría terminar reduciendo su eficacia (Eide, 2012). Este último aspecto no es analizado en este texto, pero es importante que se conozca porque influye en la creación de este tipo de obras.

3. Objetivos y metodología

El objetivo principal de esta investigación exploratoria es analizar la representación visual del cambio climático en la caricatura política a lo largo de la última década (2014-2024). Se busca identificar si las imágenes simbólicas asociadas a este fenómeno han mostrado continuidad o transformación en este periodo, así como las tendencias predominantes en la producción de estas viñetas. Además, se examinará el impacto de los eventos sociopolíticos y ambientales en la manera en que los artistas representan el calentamiento global.

Como objetivo secundario, se pretende conformar una muestra amplia y representativa que pueda dar lugar a una exposición dentro de un evento de cómic de gran afluencia en Canarias. Esta iniciativa busca acercar la problemática del cambio climático a un público que, atraído por los aspectos lúdicos y festivos de la narrativa en imágenes, podría no estar familiarizado o interesado en el tema, utilizando la viñeta de prensa como herramienta de pedagogía y sensibilización.

3.1. Selección y procedimiento

La selección comprende una muestra de setenta viñetas de prensa (N=70) sobre el cambio climático que fueron publicadas en algunos de los diarios más destacados de diferentes países occidentales, mayoritariamente entre los años 2014 y 2024. La búsqueda se ha realizado replicando el modelo propuesto por Fernández-Muerza & Rodrigo-Cano (2025) en su artículo *El uso del humor gráfico en español e inglés para comunicar los relatos del cambio climático y cómo aparece en Google Imágenes*, donde se han obtenido los *political cartoons* por medio del motor de búsqueda anteriormente mencionado. Tal y como señalan los investigadores, la elección de este sistema de recuperación de caricaturas políticas tiene sentido si se considera que “los motores de búsqueda son el principal punto de acceso para encontrar y consultar información disponible en Internet de los que dispone la ciudadanía, y si bien existen varios, Google es el que mayor cuota de mercado presenta” (p. 212). El número de viñetas según el diario puede consultarse en la *tabla 1*.

Las viñetas de *The Week* ascienden a veintiuna (n=21), *The Boston Globe* cinco (n=5), *NZZ am Sonntag* y *West Central Tribune* tres (n=3), *The Economist*, *Cleveland*, *Der Spiegel*, *Duluth News Tribune*, *The Charlotte Observer*, *The International New York Times* y *The Seattle Times* dos (n=2); y *Le Canard Enchaîné*, *Le Temps*, *Cagle Cartoons*, *Caller Times*, *Central Maine*, *CGTN*, *Kennebec Journal*, *Las Vegas Sun*, *Light Wave Reports*, *Los Angeles Times*, *Metode Science Studies Journal*, *Público*, *Savannah Morning News*, *Statesman Journal*, *Sun Journal*, *The Advocate*, *The Colorado Sun*, *The Minnesota Star Tribune*, *The Philadelphia Inquirer*, *The Star Ledger*, *The Washington Post*, *Toronto Star*, *Washington Examiner* y *Truthdig*, una por cada medio (n=1).

Se aplica la metodología propuesta por Marín-Arrese (2019), que se divide en múltiples pasos que se han sintetizados en las siguientes tres fases:

1. Interpretación y conocimiento contextual. Este primer bloque comprende la “suspensión de incredulidad” en la interpretación de la narrativa ficcional (ya mencionada por Aristóteles y Coleridge), así como la necesidad de un conocimiento contextual, cultural y sociopolítico para comprender estas unidades comunicativas. Aquí también se incluye la capacidad de recepción de los códigos del lenguaje escrito y de la representación icónica, junto con los diversos elementos expresivos.
2. Estructura y comprensión del subtexto. En este segmento se destaca la organización de los elementos narrativos en términos de relevancia (concepto de “prominencia” según Giora, 2003), lo cual revela el mensaje subyacente en el subtexto del *political cartoon*. Este bloque incluye la identificación de incongruencias que surgen tras el reconocimiento del subtexto, así como las señales verbales o visuales que sugieren dicho significado, a menudo transmitido por medio de acciones o verbos.
3. Reacción, crítica y persuasión. Finalmente, este apartado se enfoca en la recepción y respuesta ante el mensaje, que puede incluir una crítica social o política, así como una reacción emocional basada en la complicidad creada entre el emisor (el artista) con el receptor (el lector). Este vínculo señalado por (Lausberg, 1984) puede formarse a partir de la cotidianidad, opiniones compartidas o el uso de hipérboles, por ejemplo. La intencionalidad de la narrativa busca generar un efecto persuasivo o, al menos, fomentar una postura específica en el receptor en un tema que podría estar polarizado.

3.2. Categorías

Para completar la metodología de este análisis, se definieron diversas categorías visuales con base en el esquema de codificación de O'Neill (2020), el cual se centra en temas recurrentes en la representación del cambio climático en viñetas y caricaturas. Estas categorías mayores incluyen los siguientes aspectos: personas, que abarca representaciones de figuras como políticos, científicos, empresarios y celebridades; causas, que identifica fuentes específicas de emisiones de gases de efecto invernadero; impactos climáticos, que incluye efectos visibles del cambio climático; soluciones, refiriéndose a opciones de adaptación o mitigación; y ciencia y tecnología, que considera desde diagramas científicos hasta avances tecnológicos relacionados con el cambio climático. Adicionalmente, se integra el tema de protesta y ayuda para representar la acción ciudadana y la conciencia social frente a esta crisis.

Cada una de estas categorías ha sido desglosada en subcategorías específicas que reflejan diferentes iconos y situaciones recurrentes en las viñetas seleccionadas. Entre estas, destacan la cotidianidad de la ciudadanía, representada en el dibujo como escenario base e identificable en 11 casos; y los animales como sujetos protagonistas (8), así como la figura del globo terráqueo antropomórfico que aparece también en 8 viñetas. Además, se registraron temas visuales como inundaciones (7), desiertos (5), empresarios en traje ejecutivo (5) e iconografía del polo terrestre (5). Otras representaciones menos frecuentes, pero igualmente significativas, incluyen elementos como vendavales (3), figuras políticas —concretamente Donald Trump (3)— y caracterizaciones prehistóricas como cavernícolas o dinosaurios (2), entre otros. Estos elementos, aunque diversos, estructuran un discurso visual que contribuye a la construcción de una narrativa donde el cambio climático es presentado como una crisis global de responsabilidad humana, en la cual se cuestionan desde los líderes mundiales hasta el papel que desempeña el ciudadano común.

3.3. Exposición de la muestra

La muestra seleccionada fue ofrecida como una exposición al equipo organizativo de diferentes festivales centrados en el cómic y la narrativa en imágenes, teniendo como preferencia dos eventos consolidados en el archipiélago canario: el XIII Festival del Manga de Las Palmas & Comic Can Gran Canaria, que se celebró los días 31 de octubre y 1, 2 y 3 de noviembre de 2024 en Las Palmas de Gran Canaria, y el XXI Salón Internacional del Cómic y la Ilustración de Tenerife, que tuvo lugar durante todo el mes de octubre del año pasado en todas las islas. El objetivo de esta acción es que sirviese para divulgar los resultados de la investigación y, al mismo tiempo, concienciase a los visitantes sobre el cambio climático y reforzar el papel de la viñeta periodística como herramienta didáctica. Los autores de este artículo colaboraron con el evento escogido, ayudando en tareas de producción como la reserva del espacio, el diseño y el montaje de la exposición. Por supuesto, también intervinieron en el acto inaugural de la actividad.

4. Resultados

La revisión de los setenta *political cartoon* ha hecho que se hayan detectado cinco líneas temáticas en la representación del cambio climático en este género periodístico: la crítica al sector negacionista (21 %), la alusión a instituciones políticas (20 %), la responsabilidad del sector empresarial (19 %), el papel de la ciudadanía (14 %) y otras representaciones (26 %).

4.1. Líneas temáticas

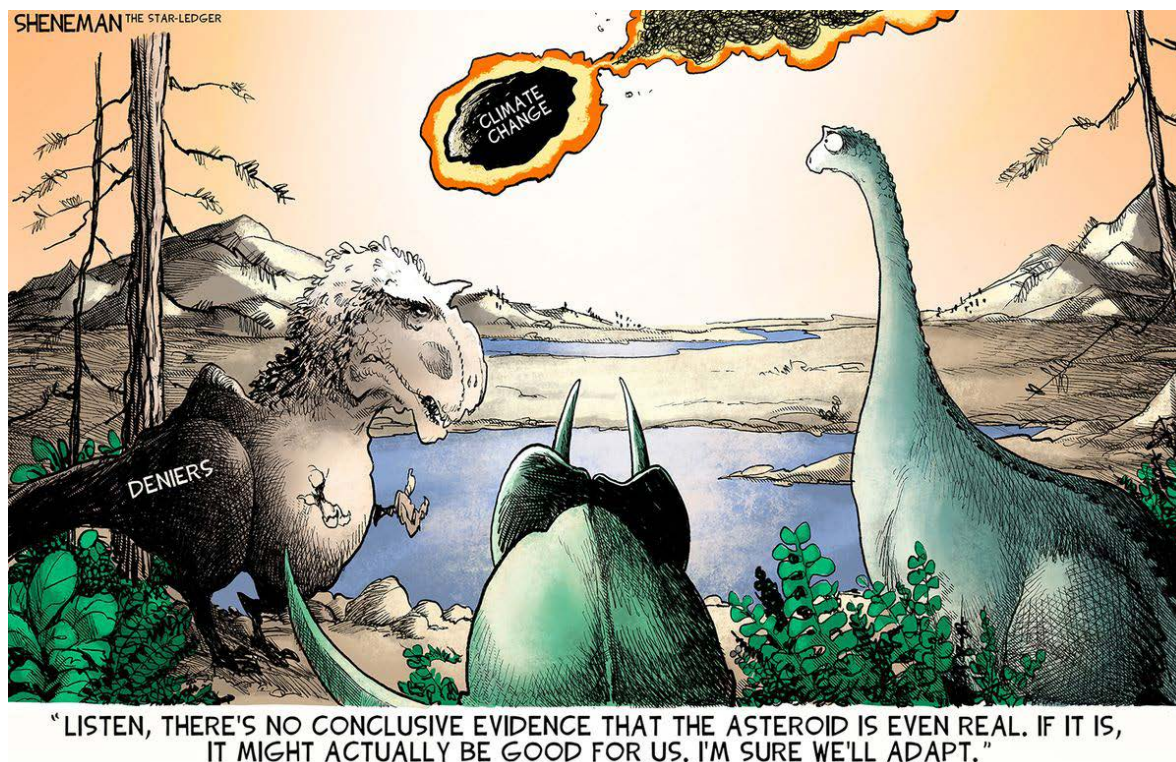
4.1.1. Crítica al sector negacionista

En el análisis de las viñetas seleccionadas, se observa que la crítica a los negacionistas del cambio climático es el planteamiento discursivo más frecuente (n=15). En esta línea, las caricaturas abordan temas variados, desde fenómenos naturales hasta escenas cotidianas que destacan la ironía de esta postura. Algunos ejemplos incluyen las ilustraciones de Patrick Chapatte en *Der Spiegel* (31 de octubre de 2021), que plasma una grave inundación, y de David Horsey en el *Los Angeles Times* (11 de septiembre de 2017), que representa un temporal arrasador en clave de humor. Viñetas como las de KAL en *The Economist* (4 de agosto y 4 de septiembre, ambas de 2021), protagonizadas por animales afectados, o de Rick McKee en *Statesman Journal* (29 de septiembre de 2014), con cavernícolas, y Drew Sheneman en *The Week* (11 de enero de 2024), con dinosaurios, utilizan símbolos irónicos para enfatizar el desconocimiento de los negacionistas (Figura 1) sobre eventos que ya han tenido lugar en la historia de la tierra con resultados catastróficos.

Las escenas de la vida cotidiana también son recurrentes en las viñetas de John Darkow en *West Central Tribune* (6 de abril de 2024), así como en las de Walt Handelsman en *The Advocate* (24 de junio de 2024) y Sheneman en *The Star-Ledger* (15 de agosto de 2024), que muestran la indiferencia frente a la crisis climática en situaciones comunes. En otros contextos, se presentan imágenes de desiertos — Tom Toles en *The Week* (13 de abril de 2015) y Eneko en *Público* (10 de julio de 2023)— y situaciones de calentamiento extremo — Adam Zyglis en *The Week* (6 de agosto de 2023)—, que refuerzan el mensaje.

Figura 1

Viñeta de Drew Sheneman sobre negacionismo y cambio climático, publicada el 11 de enero de 2024



Fuente. www.theweek.com.

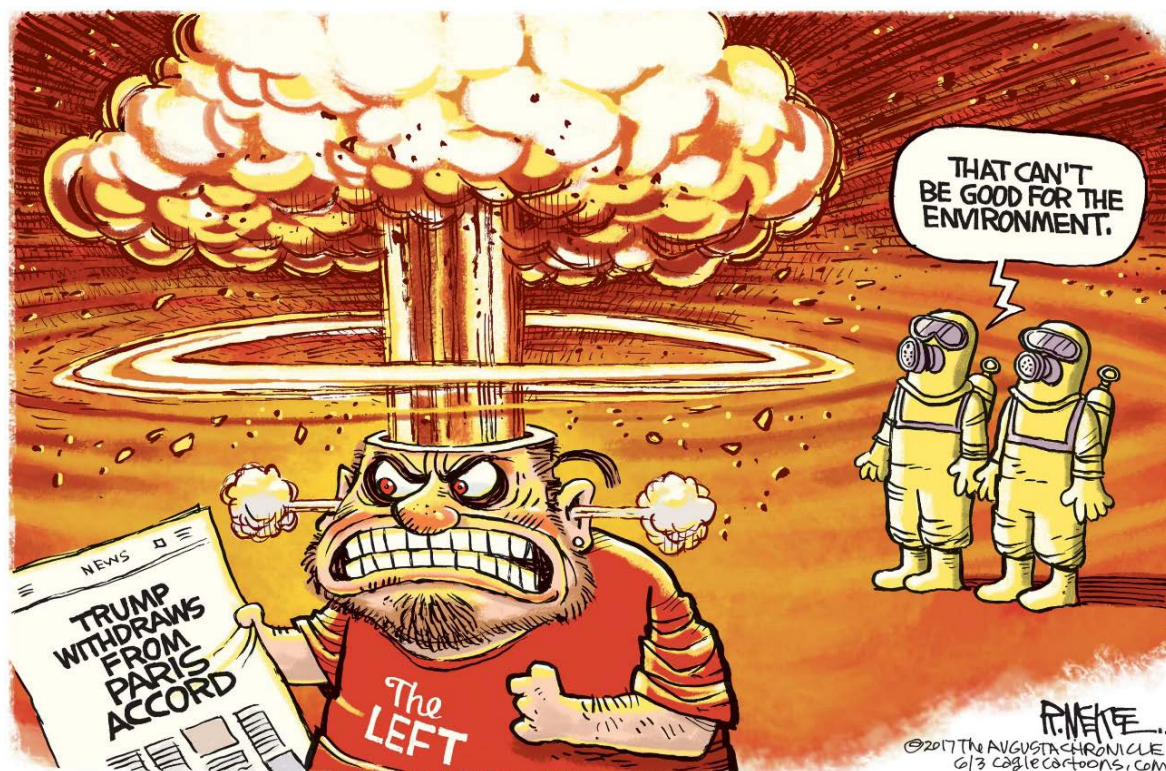
La crítica se amplía con la utilización de protestas —Joe Heller en *The Week* (23 de septiembre de 2019)—, la ironía de un escenario navideño —Dave Granlund en *Sun Journal* (9 de diciembre de 2023)— y la devastación en los polos del planeta —Paresh Nath en *The Week* (21 de junio de 2018)—, lo que conforma una crítica contundente contra el negacionismo y la inacción de las instituciones políticas y del sector ejecutivo.

4.1.2. Alusión a instituciones políticas

La crítica hacia la negación, avaricia y obstinación de las instituciones políticas en relación con el cambio climático (n=14) es otro tema recurrente en las viñetas seleccionadas. En este grupo, muchos caricaturistas utilizan figuras representativas de poder y símbolos de autoridad para enfatizar cómo la inacción y la codicia de estas instituciones afectan al mundo. La humanización del globo terráqueo como víctima del poder es un recurso frecuente, como se observa en las viñetas de Joel Pett en *The Week* (10 de octubre de 2023), Michael De Adder en el *Toronto Star* (5 de julio de 2021) y Christopher Weyant en *Truthdig* (13 de junio, 2024), donde se dibuja con expresiones de sufrimiento y frustración. Otras obras, como las de Bob Englehart en *The Week* (26 de marzo de 2023) y Rick McKee en el *Washington Examiner* (11 de junio de 2017), recurren a la figura del empresario como alegoría de codicia desmedida y la indiferencia hacia la crisis climática, representando a una clase económica insensible (Figura 2).

Figura 2

Viñeta creada por Rick McKee donde se critica a la izquierda estadounidense. Publicada el 11 de junio de 2017



Fuente. www.washingtonexaminer.com.

Algunos caricaturistas, como Paresh Nath en *The Week* (21 de mayo de 2019) y Monte Wolverton en el mismo medio (20 de noviembre, 2018), señalan directamente a algunas figuras políticas, recurriendo a ellas para reflejar la postura negacionista y su incompetencia. Por ejemplo, la imagen de Donald Trump aparece reiteradamente en las ilustraciones de Nate Beeler (5 de junio de 2017), Rick McKee (29 de septiembre de 2014) y Bruce Plante (11 de julio de 2019), algo que simboliza la falta de interés en hacer frente al cambio climático y el rechazo de los compromisos ambientales. Asimismo, en una crítica más reciente, Patrick Chapatte ilustra a Joe Biden junto a un ventilador en *NZZ am Sonntag* (25 de abril de 2021), lo que insinúa una respuesta insuficiente ante la magnitud de la problemática. Por medio de estos iconos, los artistas mantienen una potente posición adversa hacia las instituciones, responsabilizándoles de las consecuencias de su falta de respuesta.

4.1.3. Responsabilidad del sector empresarial

La crítica hacia el sector ejecutivo y empresarial (n=13), focalizada en su negación, codicia e insistencia en políticas que desestiman la gravedad del cambio climático, aparece en varias viñetas clave de la selección. Algunos autores, como Patrick Chapatte en *Der Spiegel* (14 de mayo de 2014) o Steve Sack en *The Week* (5 de octubre de 2015), recurren a la figura de animales para señalar la destructiva indiferencia empresarial. Otros, como Kevin Siers en *The Charlotte Observer* (21 de julio y 12 de noviembre de 2021) o Dave Whamond en *Cagle Cartoons* (2 de noviembre de 2021), emplean al empresario como símbolo de la obstinación y la avaricia que permiten la degradación sistemática y progresiva del medio ambiente (Figura 3). La personificación del planeta como víctima, que aparece en las viñetas de Dan Wasserman (1 de marzo de 2016) y Joe Heller en *The Week* (23 de enero de 2017), así como en la de David Horsey en *Cleveland* (13 de octubre de 2019), refuerza esta denuncia de un sistema que antepone intereses económicos a la preservación del entorno.

Figura 3

Caricatura política que enfrenta a empresarios y clases populares. Dibujada por Dave Whamond y publicada el 2 de noviembre de 2023



Fuente. www.caglecartoons.com.

4.1.4. Papel de la ciudadanía

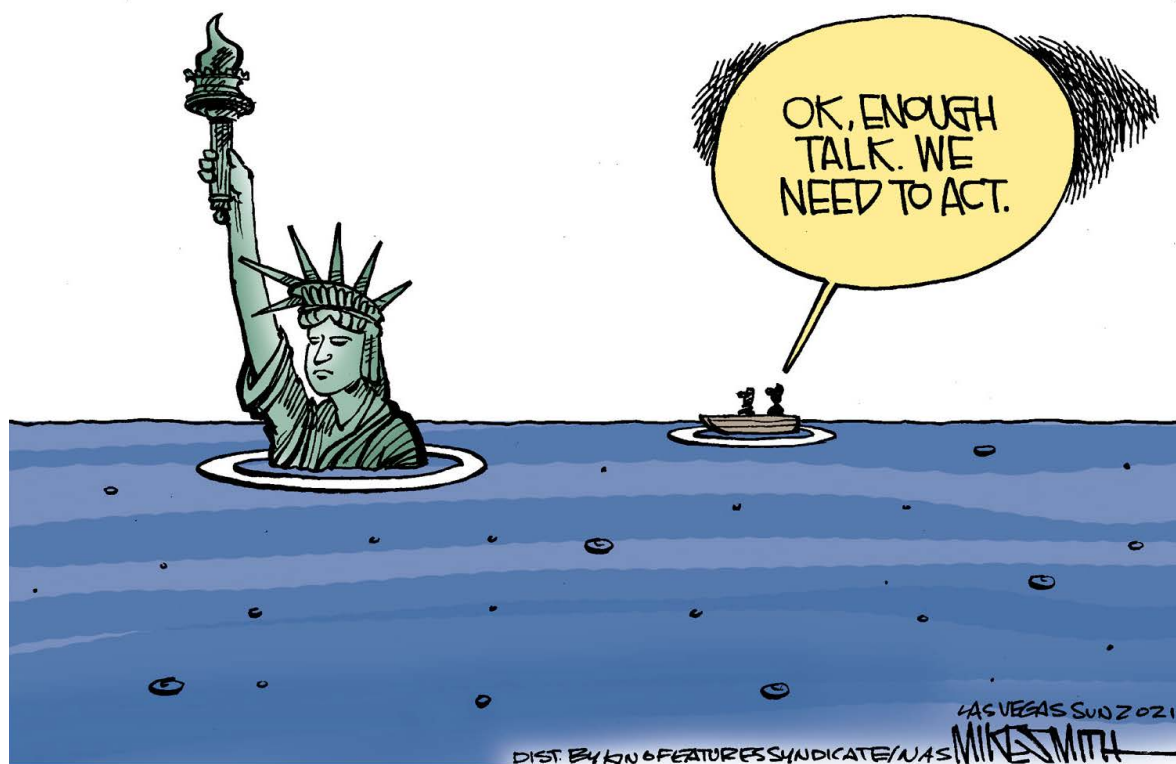
Las viñetas que representan a la ciudadanía afectada por temperaturas extremas (n=10) ofrecen una perspectiva de concienciación de los efectos del calentamiento global en la vida cotidiana. Artistas como Bruce Plante en *The Week* (21 de agosto de 2019), Patrick Chapatte en *Der Spiegel* (7 de agosto de 2021) y Drew Litton en *The Colorado Sun* (17 de septiembre de 2021) muestran a personajes comunes enfrentándose al calor extremo en sus actividades diarias, retratando así la repercusión directa y las terribles implicaciones que conlleva este fenómeno. Patrick Chapatte en *The International New York Times* (23 de diciembre de 2015) y Walt Handelsman en *The Washington Post* (1 de agosto de 2023) se enfocan en cómo los fenómenos climáticos extremos son ya parte de la vida cotidiana y producen un impacto real sobre las personas.

Las viñetas que muestran a una ciudadanía que decide actuar en el último momento (n=7) apuntalan la necesidad de conciencia y acción tempranas. Artistas como Tom Toles en *The Week* (13 de abril de 2015) y Mike Smith en *Las Vegas Sun* (2 de noviembre de 2021) abordan esta urgencia de última hora como una reacción tardía ante catástrofes climáticas (Figura 4). Por medio de viñetas como las de Paresch Nath en *Duluth News Tribune* (21 de junio de 2018), que plasma un temporal, y Bruce Plante en *Kennebec Journal* (1 de agosto de 2020), con una oscura representación de la desesperación del reino animal, se muestra una postura autocrítica ante la toma de acción solo cuando las consecuencias son insostenibles.

Figura 4

Viñeta de Mike Smith, publicada el 2 de noviembre de 2021

AS SEA LEVELS RISE DUE TO GLOBAL WARMING...



Fuente. www.lasvegassun.com.

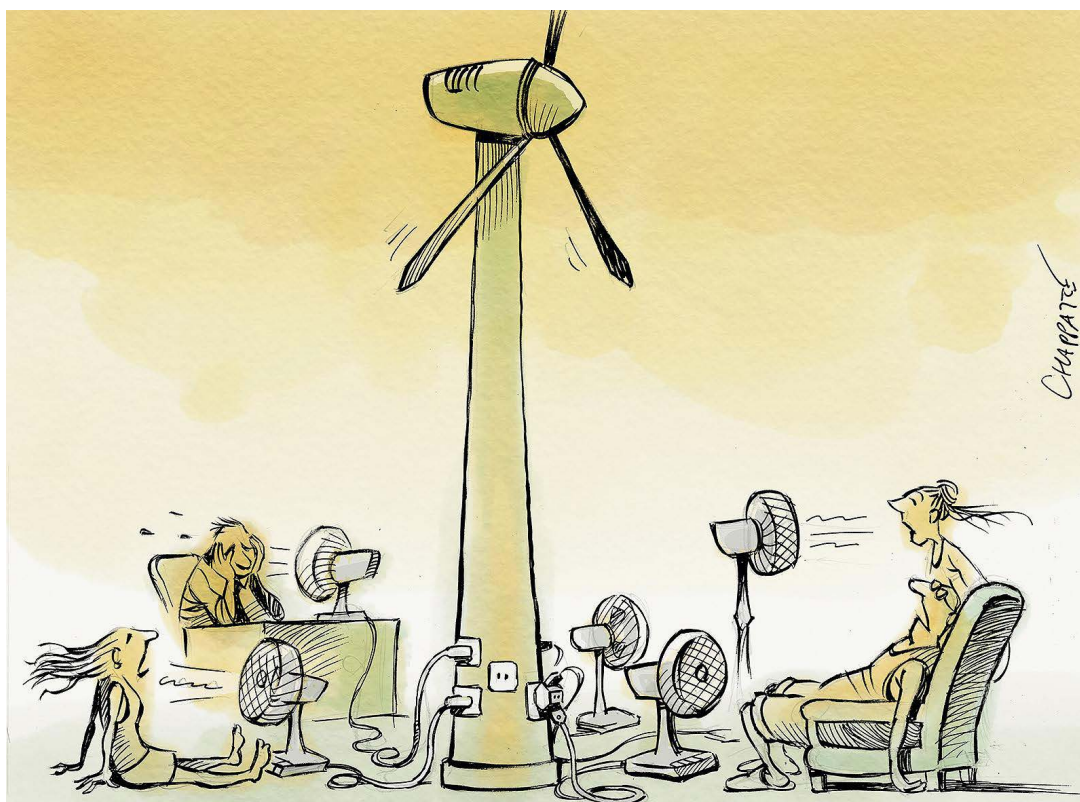
4.1.5. Otras representaciones

La colección de viñetas sobre el cambio climático analizada incluye representaciones visuales directas y sin subtexto que retratan la crisis climática sin interpretaciones adicionales (n=4). Ejemplos de esta estrategia incluyen obras como las de Christopher Weyant en *The Boston Globe* (23 de febrero de 2023) y Jeff Koterba en *West Central Tribune* (17 de enero de 2024), ambas con el polo como icono central. En esta misma línea, Patrick Chapatte, en su viñeta *This year a quit smoking* en *Le Canard Enchaîné* (1 de enero de 2022), prescinde de un subtexto elaborado y, en cambio, plantea la situación de manera simple y directa. Mientras, *editorial cartoons* como los de Patrick Chapatte en *NZZ am Sonntag* (25 de junio y 10 de septiembre de 2017) hacen gala de una incongruencia visual (Figura 5) y emplean elementos inesperados, como un ventilador en medio de una situación climática extrema, para añadir un toque de ironía sutil.

Otras obras de la selección retratan como los científicos alertan tardíamente sobre las consecuencias del cambio climático (n=2). KAL en *The Economist* y Kevin Siers en *The Charlotte Observer* (21 de julio y 12 de noviembre de 2021) ilustran esta demora por medio de figuras de especialistas o empresarios que finalmente reaccionan frente a la evidencia, lo que constituye una forma distinta de crítica implícita sobre la acción tardía ante la crisis. Además, las viñetas que hacen referencia a una minoría que intenta salvar el planeta por medio de metáfora, como el arquetipo del Arca de Noé vista en los dibujos de Bruce Plante en *The Week* (21 de mayo de 2019) y Arend van Dam en *West Central Tribune* (30 de junio, 2023), simbolizan la urgencia de las acciones de conservación frente a la indiferencia general.

Figura 5

Viñeta satírica creado por Chapatte y publicada el 25 de junio de 2017



Fuente. www.nzz.ch.

Finalmente, algunas viñetas resaltan la confusión por temperaturas extremas (n=1) y los efectos desesperados del cambio climático en los animales (n=1). Jeff Darcy en *Cleveland* utiliza viñetas de animales para representar el desconcierto ante los cambios de temperatura drásticos, mientras que David Horsey en *The Seattle Times* (29 de noviembre de 2020; 28 de septiembre 2022) los sitúa en situaciones desesperadas. Esto pone el foco en el impacto directo de la crisis climática en la fauna y la biodiversidad, recurso que subraya la urgencia de una respuesta ambiental.

4.2. La exposición

Esta investigación ha cumplido con su objetivo de transferencia del conocimiento mediante la instalación de una exposición que incluyó las setenta viñetas en la sala de arte del Parlamento de Canarias —la cesión del espacio ha sido gratuita debido al interés que la institución pública manifestó desde las primeras reuniones—, sita en Santa Cruz de Tenerife. La muestra, que tuvo por nombre *El cambio climático en viñetas*, pudo visitarse del 10 de octubre al 2 de noviembre de 2024, en el marco del XXI Salón Internacional del Cómic y la Ilustración de Tenerife. Al acto inaugural acudieron varios diputados canarios y la presidenta de la Cámara legislativa, Dña. Astrid Pérez Batista (Figura 6 y Figura 7), y tuvo una cobertura mediática donde participaron medios públicos como Radio Televisión Canaria y Televisión Española en Canarias, así como periódicos locales como *El Día* o *El Diario de Avisos*. Según los datos entregados por la Fundación Cine+Cómics y la Cátedra Cultural Moebius de la ULL, esta exposición ha sido una de las más visitadas de cuantas han ocupado esta sala en 2024, acaparando la atención de 1.290 personas. Otras fotografías y videos del evento asociado a esta actividad se encuentran alojados en esta web: <https://santacruzcomic.es/expo-el-cambio-climatico-en-vinetas/>

Figura 6

Dña. Astrid Pérez, presidenta del Parlamento de Canarias, presenta la exposición “El cambio climático en viñetas”



Fuente. www.santacruzcomic.es.

Figura 7

Un instante de la inauguración de “El cambio climático en viñetas”, donde puede observarse con más detalle la instalación y la gran afluencia de autoridades y de público al acto



Fuente. www.santacruzcomic.es.

5. Discusión y conclusiones

El trabajo de carácter exploratorio que se ha hecho con esta muestra conformada por setenta *political cartoons* permite hacer una aproximación a la evolución en la representación visual del cambio climático a lo largo de una década seleccionada. En primer lugar, es reseñable que existe una forma casi idéntica de abordar esta problemática en los medios occidentales, produciéndose una crítica continuada en el tiempo a las corrientes negacionistas —son representadas como un peligro para la humanidad— o la humanización y personalización de animales e, incluso, del planeta Tierra, a los que se sitúa en un papel pasivo frente a la acción e inacción del ser humano en el devenir de los designios del clima.

La representación en las viñetas de referentes universales como Donald Trump, quien en el momento de la publicación de este artículo ha vuelto a la Casa Blanca como presidente de los Estados Unidos, no es baladí. Aunque este polémico personaje inició una carrera política en junio de 2015 —antes hizo pequeños intentos infructuosos sin alcanzar el apoyo suficiente—, su salto a la escena pública se remonta y le debe mucho a su rol de empresario, siendo este uno de los más internacionalmente conocidos de cuantos proceden de ese país. Es evidente que hay una intención por parte de los artistas de señalar como responsables del cambio climático al *establishment* económico norteamericano y al partido republicano —de corte conservador— y a su presidente. El carácter usurero que se le presupone a estos colectivos —hablamos aquí de un ejercicio de estereotipación hecho por los artistas— es una de las causas del desastre natural que asola a nuestro planeta.

El uso de elementos pictóricos recurrentes como los ya mencionados osos polares, el hielo que se derrite o las chimeneas que expulsan enormes toneladas de CO₂ (O'Neill, 2020) no viene sino a confirmar que, en la última década, se ha confeccionado un discurso social, político y periodístico sólido sobre el cambio climático. Esta construcción intelectual uniforme, apoyada en este caso por la dimensión verbo-pictórica de la viñeta de prensa, no es algo común en los medios de comunicación de masas, que normalmente plantean posturas dispares entre ellos o rehacen su narrativa en un período tan amplio como el escogido en este trabajo. Esto invita a que, más adelante, se evalúe la opción de llevar a cabo una investigación más profunda y segmentada por países, cabeceras y años, donde se identifiquen también cuáles son los diferentes marcos cognitivos que han condicionado la producción particular de cada uno de los artistas.

No deja de ser interesante observar que la exposición ha tenido un impacto público en la ciudad de Santa Cruz de Tenerife, lo que se traduce en un amplio interés de medios de comunicación del primer y del segundo sector y un notable registro de asistencia, con más de un millar de personas que se han desplazado hasta el Parlamento de Canarias para acceder a estos *political cartoons*. Esta expectación ha hecho que una sección de la exposición se haya volcado en la web oficial de Santa Cruz Cómics, lo que la dotó de un alcance universal. De hecho, la muestra ha sido solicitada por otros eventos del archipiélago, lo que hará que en 2025 comience un proceso de itinerancia que la lleve hasta, al menos, alguna isla de la provincia de Las Palmas. Como futura línea de investigación se plantea acompañar estas nuevas exhibiciones con encuestas que permitan medir el verdadero impacto —¿existe realmente una acción concienciadora efectiva?— entre los visitantes, lo que también podría dar continuidad a lo propuesto por Olli Hellmann (2024) y encontrar otras respuestas menos convencionales a la resolución de este problema por parte de la ciudadanía.

6. Financiación y apoyos

La realización de este artículo ha contado con el apoyo de la Fundación Canaria Cine+Cómics, que ha financiado la exposición que se deriva de este estudio y que formó parte del XXI Salón Internacional del Cómic y la Ilustración de Tenerife. A su vez, ha contado con la colaboración de la Cátedra Cultural Moebius de la Universidad de La Laguna, coorganizadora de este festival, y del Parlamento de Canarias, que ha cedido el espacio expositivo. A su vez, esta publicación ha sido posible gracias a la ayuda JDC2022-049248-I financiada por MCIN/AEI/ 10.13039/501100011033 y por la “Unión Europea NextGenerationEU/PRTR”.

7. Declaración sobre la contribución específica de cada una de las autorías, según la taxonomía CrediT

- Concepción y enfoque del trabajo: Autor 1 y 2.
- Curación de datos: Autor 2.
- Análisis formal: Autor 1 y 2
- Adquisición de fondos: Autor 1 y 2.
- Investigación: Autor 1 y 2.
- Metodología: Autor 2.
- Administración del proyecto: Autor 1 y 2.

- Recursos: No aplica.
- Software: No aplica.
- Supervisión: No aplica.
- Visualización: Autor 1 y 2.
- Redacción: Autor 1 y 2.

Semblanza de los autores

Lucas Morales Domínguez es Doctor *Cum Laude* en Arte y Humanidades por la Universidad de La Laguna (2023). Máster en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de La Laguna (2015). Graduado en Periodismo por la Universidad de La Laguna (2013). Técnico Superior en Ilustración, Diseño y Artes Plásticas (2006). Actualmente, profesor sustituto de la Universidad de La Laguna en el departamento de Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social. Profesor universitario en la Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife (2014-2018). Director de la Fundación Canaria para el Estudio y la Promoción de la Narrativa en Imágenes (2018-actualidad). Asimismo, es autor en revistas indexadas como *Estudios del Mensaje Periodístico*, *Visual Review* o *Trípodos*, entre otras. Además, ha participado en proyectos de innovación docente que involucran el desarrollo radiofónico en el aula en el portal Periodismo ULL, asociado a la Universidad de La Laguna. Entre sus líneas de investigación está la comunicación audiovisual, el orientalismo, el *political cartoon* y la narrativa en imágenes.

Váleri Codesido-Linares es investigadora posdoctoral en la Universidad Rey Juan Carlos y doctora internacional en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid. Su tesis doctoral, financiada por el contrato de excelencia MECD FPU2018, fue calificada con sobresaliente *Cum Laude* por unanimidad y ha recibido el Primer Premio Extraordinario de Doctorado. Actualmente, disfruta del prestigioso contrato posdoctoral Juan de la Cierva en la Universidad Rey Juan Carlos, donde forma parte del Grupo de Investigación de alto rendimiento Ciberimaginario y de la cátedra de cine español FlixOlé-URJC. Autora de artículos en revistas indexadas como *Doxa*, *Visual Review* y *Trasvases entre la Literatura y el Cine*, además de varios capítulos de libros en editoriales como McGraw Hill y Fragua. Su trayectoria investigadora y docente incluye estancias internacionales en Western Sydney University (Australia) y Universidade Católica Portuguesa (Oporto, Portugal), y ha impartido seminarios sobre historia del cine y estéticas cinematográficas en la Universidad de New South Wales (Australia) y en la Escola das Artes de Oporto (Portugal).

Referencias

- Armentia, J. I., & Caminos, J. M. (2003). *Fundamentos de periodismo impreso*. Ariel.
- Bond, F. (1974). *Introducción al periodismo*. Limusa.
- Carabias, J. (1973). *El humor en la prensa española*. Autor.
- Cebrián Herreros, M. (1992). *Géneros informativos audiovisuales*. Editorial Ciencia 3.
- Domenach, J. M. (1955). *La propaganda política (segunda edición)*. Eudeba.

- Dugalich, N. M. (2018). Political cartoon as a genre of political discourse. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 9(1), 158-172.
- Eide, E. (2012). Visualizing a global crisis. Constructing climate, future and present. *Conflict & Communication*, 11(2), 1-16.
- Fernández, P., & Villaplana, V. (2019) An analysis of El Roto's newspaper cartoons discourse as social indictment against Spanish austerity policies, en Kate Power, Tanweer Ali, Eva Lebdušková (eds.), *Discourse Analysis and Austerity: Critical studies from Economics and Linguistics*. Routledge.
- Fernández-Muerza, Á., & Rodrigo-Cano, D. (2025). El uso del humor gráfico en español e inglés para comunicar los relatos del cambio climático y cómo aparece en Google Imágenes. *MHJournal*, 16(1), 207-233. <https://doi.org/10.21134/9n84p259>
- Genaut-Arratibel, A., Suárez-Villegas, J. C., & Cantalapiedra, M. J (2022). Universities and knowledge transfer in the communication field. Letter. *Profesional de la información*, 31(6), 1699-2407. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.nov.08>
- Gertrudix, M., Carbonell-Alcocer, A., Arcos, R., Arribas, C. M., Codesido-Linares, V., & Benítez-Aranda, N. (2024). Disinformation as an obstructionist strategy in climate change mitigation: a review of the scientific literature for a systemic understanding of the phenomenon. *Open Research Europe*, 4(169), 1-35. <https://doi.org/10.12688/openreseurope.18180.2>
- Giora, R. (2003). *On Our Mind: Salience, Context and Figurative Language*. Oxford.
- Gough, A., & Horacek, J. (2023). The generativity of feminist and environmental cartoons for environmental education research and teaching. *Environmental Education Research*, 29(4), 500-519. <https://doi.org/10.1080/13504622.2022.2073332>
- Hellmann, O. (2024). Can Rick and Morty Save the Planet? Re-Politicizing Climate Change Through Humor and Animation. *Television & New Media*, 1-19. <https://doi.org/10.1177/15274764241271200>
- Lausberg, H. (1984). *Manual de retórica literaria: fundamentos de una ciencia de la literatura*. Gredos.
- León, T., & Travesedo de Castilla, C. (2005). El 'discurso eficaz' de la viñeta gráfica. En T. León (dir.), *11M. Las viñetas en la prensa* (59-72). Diputación de Málaga.
- Loiti-Rodríguez, S. & Suárez-Villegas, J. C. (2022). Networks for research and knowledge-transfer in communication: the case of INTRACOM. *Ámbitos*, (57), 11-30. <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i57.01>
- Marín-Arrese, J. I. (2019). Political Cartoon Discourse: Creativity, Critique and Persuasion. *Cultura, Lenguaje Y Representación*, (22), 117-134. <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/clr/article/view/3958>
- Morales, L., Zurita, J. L., & Arrufat, S. (2024). The Ukraine war in Western political cartoons during the first year and a half of the conflict. *Visual Review*, 16(7), 103-115. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5306>
- Morán, E. (1988). *Géneros del periodismo de opinión. Crítica, comentario, columna, editorial*. Eunsal.
- Motswaledi, T. R. (2022). Political Cartoons: Agenda-Setters of Climate Change. *Journal for Creativity, Innovation and Social Entrepreneurship (JCISE)*, 6(2), 74-84.
- Movchan, D., Ushchapovska, I., & Savchuk, A. (2023). Cartoons in the genre spectrum of political discourse. *Philological Treatises*, 15(2), 101-108.
- Muñoz, J. J. (1994). *Redacción periodística. Teoría y práctica*. Cervantes, Salamanca.
- Nemickienė, Ž., & Vengalienė, V. (2024). Humour in Joel Pett's Environmental Cartoons on Climate Change. *Technium Education and Humanities*, (8), 142-152. <https://doi.org/10.47577/teh.v8i.10836>

- O'Neill, S. (2020). More than meets the eye: A longitudinal analysis of climate change imagery in the print media. *Climatic Change*, 163(1), 9–26.
- Sani, I., Abdullah, M. H., Abdullah, F. S., & Ali, A. M. (2012). Political cartoons as a vehicle of setting social agenda: The newspaper example. *Asian Social Science*, 8(6), 156. <http://dx.doi.org/10.5539/ass.v8n6p156>
- Santamaría, L. (1990). *El comentario periodístico. Los géneros persuasivos*. Paraninfo.
- Scully, R. (2014). Towards a global history of the political cartoon: Challenges and opportunities. *International Journal of Comic Art*, 16(1), 29–47.
- Segado Boj, F. (2008). Una pesadilla obsesiva: la crisis económica y la transición española a la democracia a través del humor gráfico (1974–1977). *Comunicación y Sociedad*, 2(21), 141–169. 10.15581/003.21.36286
- Suárez, M. (2015). El humor gráfico como herramienta de crítica: los líderes políticos internacionales en las viñetas de *El País*. *IC – Revista Científica de Información y Comunicación*, (12), 227–255.
- Tamayo, E. (1988). *La caricatura editorial*. Editorial Pablo de la Torriente, La Habana.
- Tejeiro, R., & León Cross, T. (2009). Las viñetas de prensa como expresión del periodismo de opinión. *Diálogos de la Comunicación. Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social*, (78), 1–11.
- Toledo, M., Yangco, R., & Espinosa, A. (2014). Media cartoons: Effects on issue resolution in environmental education. *International Electronic Journal of Environmental Education*, 4(1), 19–51.
- Wu, A. (2023). The Images of China in Political Cartoon of Foreign Media. *Open Journal of Modern Linguistic*, (13), 523–558. <https://doi.org/10.4236/ojml.2023.134033>