

## La caricatura contemporánea en el Perú y las huellas de una larga travesía<sup>1</sup>

Urbano Muñoz Ruiz

Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga

urbano.munoz@unsch.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-4445-8334>

**Resumen.** Esta reseña valora el contenido del libro *La caricatura contemporánea en el Perú y las huellas de una larga travesía*. Destaca la presencia de una teoría social del humor a partir del estudio crítico e histórico de la caricatura peruana.

**Palabras clave.** Sociología del humor, humor gráfico, caricatura, historieta.

Más que forma de entretenimiento, la caricatura trasciende como modo de conocimiento del humano y la sociedad, si se identifica sus conexiones sutiles con las ideas que dominan la mente de la gente en determinado contexto. Es lo que nos recuerda el libro *La caricatura contemporánea en el Perú y las huellas de una larga travesía* de Carlos Infante. Se trata de un importante desarrollo teórico sobre el humor, al que acompaña una aproximación crítica a la historia y la situación actual de la caricatura peruana.

Sobre las posibilidades científicas del humor como categoría de estudio, abundan los aportes, desde varias disciplinas: axiología, estética, fisiología, psicología, lingüística, semiología, historia, antropología, sociología. Ello se explica porque aquel es un fenómeno inteligente; es decir, propio de quienes son capaces de generar un mundo subjetivo hilarante con base a paradojas y contradicciones diversas.

En el libro, se hace una entrada al entramado conceptual sobre la cuestión, desde lo que el autor denomina la sociología del humor. Una microsociología que le permite discutir la categoría asociándolo a conceptos fronterizos como la ironía

---

<sup>1</sup> Infante, C. (2021). *La caricatura contemporánea en el Perú y las huellas de una larga travesía*. Fondo Editorial de la UNSCH.

y la parodia. Sin duda, las diferencias con el humor son más que sutiles. El deslinde con los conceptos referidos ayuda consecuentemente a delimitar el campo de estudio del humorismo, el cual abarcaría como categorías y microcategorías: la comicidad, el humor, la parodia, la historieta, la caricatura y el chiste.

La propuesta del autor, quien viene trabajando en el tema desde hace más de dos décadas y como resultado suma ya varios artículos científicos publicados, es que el humor como campo de estudio científico tenga un estatuto epistemológico “propio”; es decir, se convierta en una disciplina científica. La clave sería considerar como su matriz disciplinar a la sociología del humor.

En esta dirección, plantea sus postulados para la constitución de una teoría general del humor. Para lo cual se apoya en la revisión de las contribuciones del filósofo H. Bergson, el psicólogo S. Freud y otros autores clásicos, asimismo en su propio análisis de las evidencias en las que se ha focalizado y que corresponden al humor gráfico y, particularmente, a su expresión más potente que es la caricatura.

Definida como producto cultural de esencia social, que se alimenta de toda forma de simbolismo, la caricatura, escribe Infante, “tiene como característica esencial la exageración de los elementos visuales de personajes u objetos centrales, de sus rasgos físicos, de su conducta ética o moral, de su inclinación política o ideológica”. ¿Y cuál es su propósito? Nuestro autor responde citando a Bergson: “estimular el juego de la vida”.

En ese sentido, si bien un rasgo distintivo de la caricatura es la exageración o deformación, ello no queda ahí, sino que debe tener un efecto cómico, generar risa. Por eso, se advierte: “Si la exageración aparece como el objetivo del humor gráfico, su esencia cómica se diluye. La auténtica caricatura privilegia la contorsión en el dibujo humorístico, su eje es el movimiento. La idea de la caricatura, cuando se exagera, no es irse contra las formas dictadas por la naturaleza, sino, de prolongarlas en el mismo sentido en que ella lo hubiese hecho”.

Infante se refiere a la caricatura auténtica, a la que está cargada de humor crítico y corrosivo y que, por ello mismo, se orienta a romper las rigideces que le van imponiendo a la vida las convenciones, el poder establecido.

El postulado sugiere que existen caricaturas sin humor, cuasi caricaturas, que usan como recursos la ironía, el sarcasmo y el sin sentido; y si tienen algo de humor, este es instrumental, utilitario, casi siempre como apoyo informativo o propagandístico. Su ejemplo serían las caricaturas chicha, generadas durante la dictadura fujimorista, para denigrar a los opositores y afirmar el régimen dictatorial.

Siguiendo esta línea de análisis, se configura una tipología profusa, en la cual se pueden identificar los siguientes tipos de caricatura: política, social (o realista),

surrealista (o absurda), de humor negro, chicha y erótica.

Estas variantes se visibilizan en los momentos de mayor tensión, como el que ocurrió durante la fase final del Fujimorato, cuando los operadores de la dictadura impulsaron la elaboración de caricaturas chichas y eróticas, de elaboración simple y contenido procaz, para denigrar y desacreditar a los opositores. Se publicaban en los diarios sensacionalistas de la época, creados para controlar a la opinión pública.

La oposición, en donde había excelentes caricaturistas, respondió con sus propios productos. Así, en la palestra de los medios periodísticos impresos, se evidenciaron innumerables “golpes de caricatura” desde uno y otro bando. Según señala el autor del libro, el humor oficioso o a favor de Fujimori, caracterizado por su elaboración simple y pragmatismo, se desplegó de la mano de caricaturistas como Crose y Filo, versus el humor de oposición, con una estética mejor elaborada, de lenguaje tropológico y simbolismo que erosionaba el poder hegemónico, merced al trabajo de artistas del dibujo como Alfredo y Carlín.

Infante no precisa cuando se originó la caricatura, aunque sí señala algunas pistas que pueden servir para construir una teoría social del humor en el mundo occidental. El primero sería *Pantagruel y Gargantúa*, conjunto de cinco novelas escritas por Rabelais, en las que se narra de modo entretenido las aventuras de dos gigantes. Otra pista sería la novela *El Quijote de la Mancha*, de Cervantes, por su evidente humorismo que enmascara un cuestionamiento al decadente régimen medieval español. Tampoco se olvida de la obra de nuestro connacional Guamán Poma, *Corónica y buen gobierno*, escrita según algunos autores alrededor de 1615 y que contiene mezclas de dibujo y caricaturas en las cuales se describe escenas de mucha violencia física y simbólica.

En el libro, se hace un recuento de lo que ha sido el periplo mundial de la caricatura, focalizándose en los países donde el cultivo de este artefacto cultural fue intenso: Francia, Italia, Inglaterra, España, Rusia, Alemania, Estados Unidos de América, México, Argentina, Cuba y Chile.

En el caso de la presencia de la caricatura en el Perú, el autor anota que habría ocurrido en la fase final del régimen colonial y cuando coincidentemente se generalizaba el uso de la imprenta. Aunque ya se habían evidenciado algunos antecedentes, como las primeras alegorías impresas de 1549 y 1695, con dibujos en los que se atacaba a las autoridades virreinales.

La caricatura peruana se desarrolla en el siglo XIX, desde medios impresos, algunos de cuyos nombres pintorescos dan cuenta incluso de la existencia de querrelas entre los propios actores mediáticos. “Así, de un impreso llamado *El Loco* saldría *El Loquero*. De *El Argos*, el *Anti Argos*; de *La Tunda*, *La Contra-Tunda*”.

Entre los actores mediáticos, se recuerda a Felipe Pardo y Aliaga, Manuel Segura, Manuel Atanasio, intelectuales dotados de talento para el humor. De esa época es también el acuarelista Pancho Fierro, que trabajó en sus inicios la caricatura de personajes políticos.

En el siglo XX, el autor destaca la aparición del “globo”, recurso gráfico de apoyo al lenguaje de la caricatura. Antes de esta innovación, se solía usar la leyenda al pie de las láminas. Es el tiempo en que los medios acogen a personajes como Chepar, Manyute, Don Vinagrio, Coco, Vicuñaín, Tacachito, con un sitio en la historia del humor gráfico peruano; otros representan los estereotipos nacionales más intensos: Sanpietri (el criollo), Serrucho (el migrante andino), Boquellanta (el niño negro). También hay reconocimiento de personajes que proyectan el potencial futurista del hombre andino: Supercholo, Teodosio.

Entre los caricaturistas peruanos exitosos de este siglo se hallan Abraham Valdelomar, Julio Málaga, Guillermo Osorio, Nicolás Yerovi, Julio Carrión (Karry), Alfredo Marcos (Alfredo), Eduardo Rodríguez (Heduardo), Julio Polar, Juan Acevedo (Cuy), Carlos Tovar (Carlín), Piero Quijano, Miguel Det, Jesús Cossío, entre otros. Dieron el decisivo ingrediente humorístico a publicaciones célebres como *Monos y Monadas*, *La Olla*, *El Idiota Ilustrado*, *La Vaca Sagrada*, *El Otorongo*, por mencionar algunos.

El libro es muy prolijo en cuanto a caricaturistas, personajes trabajados por estos y las revistas, periódicos y producciones sueltas del mundo limeño, que acogieron sus artefactos humorísticos, ya bajo la forma de viñetas o historietas. Aunque se nota la ausencia de caricaturistas de medios regionales, como César Aguilar (Chillico), que desde la ciudad del Cusco se proyecta a nivel nacional.

Este no resta relevancia al trabajo del autor, cuya narrativa crítica no pasa por alto los momentos estelares de los caricaturistas, como fue el caso de Piero Quijano, cuando en el 2007 sufrió la censura del segundo gobierno aprista por exponer, en la Casa Mariátegui, en Lima, sus trabajos en los cuales denunciaba los abusos cometidos por las Fuerzas Armadas en contra de los pueblos indígenas.

El estilo tiene aliento literario, que se nota sobre todo en los capítulos dedicados a la historia de la caricatura. Lo cual hace que su lectura sea fluida y amena.

El libro es un valioso aporte al estudio del humor gráfico en el Perú, de consulta obligada para los humoristas del dibujo y para los investigadores, particularmente los comunicólogos que quisieran trabajar en tópicos pendientes como el humor gráfico en medios regionales y su recepción por los lectores, habida cuenta de que la caricatura y artefactos afines como el comic e incluso el meme son productos simbólicos eminentemente comunicacionales.