

LA CARICATURA EN LA PRENSA SATÍRICA PERUANA (1892-1909)

Isabelle Tauzin-Castellanos
Université Michel de Montaigne Bordeaux 3

Las guerras de Independencia y las rivalidades entre los caudillos militares acrearon una producción satírica abundante en toda América Latina. En el Perú, los primeros artistas gráficos que salieron del anonimato fueron Marcelo Cabello, quien caricaturizó a Rodil, y Francisco Fierro, reconocido por sus escenas y tipos de la vida cotidiana.

La literatura satírica peruana también corresponde a una antigua tradición; allí figuran escritores como Pardo y Aliaga, Segura, Fuentes y otros más, mientras que las caricaturas solían aparecer de manera episódica. A mediados del siglo XIX constituyeron todo un hito los “adefesios” vendidos por León Williez, un norteamericano que expuso caricaturas de Castilla y Echenique en el portal de Botoneros. En 1874 aparece en *La Mascarada* un “Fandango semanal político-económico, crítico-burlesco y de trueno” que representa al Presidente Manuel Pardo como si fuera Julio César rodeado por traidores. Esta caricatura les costó una clausura a los editores, hecho que no pudo evitar que Manuel Pardo fuera asesinado unos años más tarde justo al entrar en el Senado. A partir de 1887, *El Perú Ilustrado* innova con viñetas humorísticas ubicadas en la contracarátula¹.

La prioridad de la sátira se establece en *La Caricatura*, una revista semanal relegada hoy al olvido a pesar de su originalidad en el panorama periodístico peruano. Tras analizar dicha publicación, recordaré el papel de *Actualidades* y *Monos y Monadas*, cuando en los albores del siglo XX la historia de la sátira gráfica se confunde con la Historia cultural. Finalmente, me interesaré por el desarrollo de la prensa satírica anticlerical con dos de sus exponentes: *Fray K. Bezón* y *Fray Simplón*.

LA CARICATURA: UNA AVENTURA DE SEIS MESES

Fue durante la primavera de 1892, un martes 11 de octubre, que apareció por primera vez *La Caricatura*. La vida de esta revista fue efímera: duró seis meses y el último número, el 26, apareció el 8 de abril de 1893. Aunque forma parte del Catálogo de la Biblioteca Nacional, cayó en tal olvido que no aparecía en el Índice de la prensa redactado por Jorge Basadre y por eso no fue mencionada en los estudios sobre el tema.

¿Qué papel desempeñó *La Caricatura* en el panorama cultural peruano? El título era en sí todo un programa. *La Caricature* fue una mítica revista francesa de la década de 1830, que con Daumier y Gavarni se convirtió en modelo para todos los grabadores y republicanos. El título fue retomado en España en 1884 (Alary 2002). En el Perú, ese nombre define la organización de toda la revista: cuatro páginas de formato folio –la primera y la última página están dedicadas a los textos, mientras que la doble página central ofrece una caricatura que puede servir de cartel gracias a sus dimensiones. Asimismo, un subtítulo indica la orientación del periódico: “independiente, político, ilustrado y de caricaturas, propagandista de la verdad y la justicia”.

El director de la revista era un español llamado Luis Moncayo. Su hijo mayor solía ser el autor de la caricatura central de la revista, pero como el semanario se fue radicalizando la caricatura a menudo quedó firmada con un anónimo “yo” destinado a proteger la identidad del dibujante insolente. Luis Moncayo murió unas semanas después de la aparición del primer número, a los cuarenta y nueve años. Una extensa nota necrológica (*La caricatura*, 12 nov. 1892) expone al lector la vida de aquel periodista desconocido. Fervoroso republicano, colaboró primero con *La Linterna* de Madrid y luego no dejó de viajar entre España y América Latina. Fundó, durante sus breves estadias, antes de ser expulsado por la censura, revistas humorísticas. Su nombre se halla íntimamente vinculado con *O Mosquito* de Brasil, *Las Plagas* y *Las Calamidades* de Buenos Aires, *La España Federal*, *España y Uruguay*, *España y Chile*, que llegó a los 20.000 ejemplares en 1886, *El Padre Padilla* y *El Papel Libre* de México, que llegó a los 16.000 ejemplares, *La Semana* de Guatemala y *El Padre Español* de Costa Rica. Víctima del gobierno de Porfirio Díaz y, peor aún, herido por un esbirro en Costa Rica, terminó por instalarse en el Perú con su mujer y sus siete hijos, cuyos nombres reflejaban sus convicciones. Los cuatro menores se llamaban Democracia, Luz, Ciencia y Porvenir².

La Caricatura costaba diez centavos diariamente, cuarenta centavos al mes y un sol la suscripción por un trimestre, módico precio que no llegó a asegurar la rentabilidad de la revista.

El enfoque humorístico e independiente de esta revista respecto tanto de los civiles como de los militares va a distinguirla de las demás (menciónese, por ejemplo, *Ño Bracamonte*, cacerista, o *El leguito Fray José*, pierolista) a lo largo de su existencia. La primera caricatura presenta al mundo político peruano reunido en una cocina, con una leyenda irónica que anuncia el tono “de la actualidad. En sus puestos todos fieles y en su tarea todos ocupados preparan siempre guisados que luego salen... PASTELES” (11 oct. 1892) El tercer número propone una variante de esta sátira, con los jefes de los partidos ahora claramente definidos y reunidos a ambos lados de un tablero de ajedrez, con el siguiente comentario: “Juegan las negras y dan mate en una jugada” (29 oct. 1892). Una viñeta domina la página doble y en el ángulo de la derecha se distingue a una mujer indígena con una mantilla y un escote donde se puede leer “Café del Perú”. El mensaje implícito propuesto al lector salta a la vista: todo está en venta, la vida política es un juego, una tómbola, y a nadie le importa el interés nacional.

Moncayo, que acababa de llegar a Lima, no dudó en aventurarse en el campo de la denuncia política aunque pudo dedicarse, sin riesgo, a la sátira social. Ha transcurrido un siglo y las víctimas de las caricaturas son ahora simples sombras, pero aun hoy persiste intacta la voluntad iconoclasta gracias a la firmeza del trazo. La técnica suele ser siempre la misma, Moncayo dispone en un lugar inusual a dos líderes que pelean en duelo como los personajes de *El Trovador* de Verdi o son amamantados por una indígena con una cornucopia emblemática del Perú. La degradación a través de la imagen de los caudillos que se hallan en la cúspide del Estado, ya sea el general Cáceres o el Presidente Morales Bermúdez, forma parte tanto de la rutina como de la representación sistemática de la República como una mujer que es víctima inerte del acoso de ambos bandos.

La caricatura central tiene siempre una solución de continuidad con el diálogo de dos personajes, Don Timoteo y Doña Encarnación. El título de este diálogo es un anglicismo, “Reportage”, que le confiere una tonalidad humorística; con ese texto interpolado se transcriben los rumores acerca de los políticos de turno. Poco a poco, Timoteo y Encarnación se van materializando hasta aparecer en el ángulo superior de la página como espectadores de una actualidad que comentan con dureza u observan fingiendo indiferencia.

A principios de 1893, las imágenes se enriquecen con dos colores, el rojo y el verde, y la imagen se divide en tres viñetas que ofrecen sendos espectáculos al lector. Aparece otra novedad: las palabras de los personajes se representan en globos que dan la impresión de simultaneidad³.

Además de la caricatura sistemática del presidente Morales Bermúdez, la revista pone en escena a las multitudes. Un gentío se manifiesta contra una alegoría de Argentina que lleva en brazos a una máquina en la que se puede leer “Cigarros a vapor”. La razón de la protesta popular aparece en la primera página con una denuncia contra la importación de la máquina que amenaza los empleos de tres mil cigarreros. El Presidente de la República, acosado por la multitud, termina por decir al ministro de Gobierno: “¡Sí reconsideraré el decreto!”. Por encima de los gobernantes en aprietos, Doña Encarnación, interpretando los sentimientos del ministro, afirma: “Si no reacciona contra el decreto... lo fusilo” (4 feb. 1892). Don Timoteo cierra la escena con una pregunta retórica que pone en evidencia la colusión del presidente: “¿Y si se le enoja la compañía?” (4 feb. 1892).

El antepenúltimo número de *La Caricatura* (18 mar. 1892) utiliza, una vez más, una alusión blasfematoria: la “Libertad de sufragios” es crucificada por un legionario que tiene el rostro de Cáceres. La multitud protesta a pesar de la presencia de la policía: “Muera Cáceres. Mueran los tiranos”. Un título nos indica donde transcurren los acontecimientos: “Votaciones en el Callao. Intervención gubernativa”. Por desgracia, la revista de Moncayo pasó en aquel momento por una grave crisis económica que le llevó a dirigir un mensaje a los suscriptores morosos.

Interesémonos ahora por uno de los últimos números de *La Caricatura* que apareció el 25 de marzo de 1893, se trata del número 24, encabezado con un editorial sobre la libertad de prensa y cuya ilustración central vuelve a tomar los temas tratados durante las semanas anteriores. *La Caricatura* era atacada por su rival, *Ño Bracamonte*, que la acusaba de servir a los intereses chilenos.

De buenas a primeras, ante el tamaño de la imagen, se dispersa la mirada entre todas las figuras que tienen la misma jerarquía debido a su multiplicidad. El tamaño de las imágenes no es un factor determinante ya que los rasgos de los personajes políticos son tan precisos en el primer plano como en el fondo. La técnica empleada es elemental: basta con el rostro al que se le agrega una silueta humana. La principal preocupación del artista no fue, sin duda, la exactitud de la perspectiva ni la perfección de las formas. Quiere, simple y llanamente, ridiculizar a todos los grupos políticos sin excepción: hacer escarnio de los hombres públicos es el único objetivo del dibujante.

Hay un común denominador: todos los políticos son enanos y lucen una desconmune cabeza. Este defecto reductor simboliza la incompetencia de los hombres de Estado. En el primer plano se representa a un grupo de civiles y militares que huyen en tropel. A la derecha, un grupo de ciudadanos desfila en una marcha que acosa a los fugitivos. En el centro, dos navíos de guerra se aproximan a la costa, uno de ellos conduce al líder del partido demócrata que saluda a los manifestantes con un sombrero de prestidigitador. En la esquina de la derecha, una viñeta se destaca gracias a dos líneas separadoras, en ella el lector de *La Caricatura* puede reconocer los dos tipos populares que dialogan desde los primeros números de la revista, Doña Encarnación y Don Timoteo, dos bustos cuidadosamente vestidos. El sol de forma geométrica declina en el mar, donde se puede leer la palabra “Libertad”. No es la única inscripción, los nombres de los navíos, “República” y “Democracia”, les confieren también el estatuto de alegorías. El “República” parece alejarse mientras que el “Democracia” se aproxima con sus cañones dirigidos hacia el grupo de civiles o cívicos y militares del partido constitucionalista, los dos bandos huyen despavoridos.

El lugar donde se verifica la escena se reconoce fácilmente: la torre del reloj y la dársena son las del Callao, y la isla, al fondo, es El Frontón. Hay dos palabras más que sirven para definir a los personajes que se destacan del grupo en fuga y que aparecen inscritas en sus sombreros: “Ganso” está en el bicornio del general Cáceres y tiene una connotación peyorativa, y “Gelatina” es el título que luce el segundo personaje y alude de forma jocosa a un carácter particularmente débil⁴. En los hombros del general Cáceres se encuentra montado el Presidente de la República en persona, el coronel Remigio Morales Bermúdez, testaferro del general. En el grupo de hombres que huyen se puede también identificar al vicepresidente Justiniano Borgoño, definido por el bigote descuidado como un atributo cómico. Los demás figurantes contribuyen al ridículo desfile: en el centro, por ejemplo, hay un civil particularmente obeso que lleva en la cabeza, a modo de sombrero, una jeringa de médico. Esa gordura es, a la vez, representativa de una oligarquía que necesita purgas y lavativas, según los redactores de *La Caricatura*; es, además, una burla del Doctor Rosas, uno de los prohombres de la Unión Cívica.

El siguiente personaje, idéntico a Manuel González Prada –quien en aquel entonces se encontraba en Francia–, lleva un embudo como marca de ingenuidad o locura. Otro huye sosteniendo con las manos la cabeza con un gesto de dolor que tal vez se explique por el estado deplorable del sombrero, mientras que el último, con rasgos mestizos, hace un esfuerzo tal al correr que adopta una postura ridícula.



Ilustración central de *La Caricatura* 24 (25 mar. 1893).

Un punto de interrogación invertido y entre paréntesis invita a elucidar la identidad de los personajes desbandados; al respecto, cabe señalar que ese punto de interrogación invertido coincide con el denominado “punto de ironía”, un signo tipográfico de Historia aun mal conocido⁵. Los sombreros en mal estado, aplastados, simbolizan el mal momento en el que se encuentran todos los fugitivos mientras que los manifestantes que ovacionan al recién llegado, Piérola, exhiben sombreros hongo impecables.

Este grabado es representativo de la revista fundada por Moncayo, el mensaje que posee es que la denuncia política es más importante que la calidad estética de la imagen, aunque esta sea muy superior a la de las revistas contemporáneas. Lo único fundamental es acosar a los culpables y precaverse contra el error, fruto de la novedad y el entusiasmo. En abril de 1893 *La Caricatura* deja de publicarse, una nueva ley de imprenta prohíbe los dibujos satíricos. La hostilidad del régimen, el hostigamiento del que son víctimas Juan de Arona, redactor de *El Chispazo*, y Emilio Sequi, director de *La Voce d'Italia* (1893), así como las leyes del comercio sepultan, una tras otra, a las revistas de esa índole en beneficio de otras publicaciones.

1904-1907: LA RENOVACIÓN DEL HUMOR GRÁFICO

En los albores del siglo XX la fotografía se impone en la prensa. Esta novedad confiere una imagen moderna a las revistas que comienzan a editarse en papel cuché para un público con un nivel económico superior al de los lectores de *La Caricatura*. Es entonces cuando van a surgir los grandes nombres de la prensa satírica. El semanario *Actualidades* publica, por primera vez, a partir del número 68 fechado el 14 de junio de 1904, seis caricaturas. Llevan la firma de P. Chall⁶ y un título, “Tipos”; estos tipos son: “Mocita casquivana”, “Viejoverde”, “Huachafita”, “Huachafón”, “Solterona” y “Un farsante”, es decir, una galería de personajes populares. Diez versos satíricos de Leonidas Yerovi completan la representación de la “Huachafita”. Tres semanas más tarde aparece una nueva caricatura, que representa a un policía que intenta ayudar a un mendigo que yace por el suelo; un intercambio de palabras completa la imagen con humor: “-Vamos amigo... - ¿Qué convida?” (7 jul. 1904). La imagen lleva la firma de J. Málaga G., es decir, Julio Málaga Grenet, el gran dibujante de la primera mitad del siglo XX. La anécdota policial aparece nuevamente un mes y medio más tarde en “Perspicacia policial – Historieta en 7 actos” (21 ago. 1904): siete viñetas presentan a un ricachón arrestado por un policía que lo confunde con una mujer. La comicidad de cada escena se encuentra acentuada con un cuarteto. Dos

ilustraciones más de Málaga Grenet aparecen en 1904, sin poner en evidencia la originalidad y la fineza que iban a caracterizar su producción posterior. En noviembre de 1904, el español Sixto Montealegre remplace a Málaga con obras poco originales.

Los primeros bocetos de *Actualidades* ponen en evidencia el retroceso de la prensa gráfica que se explica, sin duda, por la prioridad que se le dio durante toda una década a la fotografía. Ahora, en medio de la prosperidad de la República Aristocrática, se trata simplemente de divertirse con elementos de la vida cotidiana en el espacio urbano y con arquetipos populares, tales como el sereno o el policía.

La politización de la revista solo se puede apreciar un año más tarde, con la publicación de varias caricaturas de Málaga Grenet. Con rasgo atrevido, dibuja una alegoría de la República: una vieja mona que luce una joroba en la que se puede leer “congreso extraordinario” (Rivera 2005: 45). La audacia de aquellas imágenes contrasta con el contenido de la revista. Fue por eso, probablemente, que el artista tuvo que hallar un nuevo espacio en un semanario que se convirtió en un icono de la prensa peruana: *Monos y Monadas*.

En aquel entonces, la revista satírica a la que se cita como ejemplo es *Caras y Caretas*, editada en Buenos Aires desde 1898. *Monos y Monadas* sale durante dos años, desde finales de 1905 hasta diciembre de 1907, con unos cien números que convierten el periódico en modelo para las demás publicaciones satíricas. El fundador de *Monos y Monadas* es el poeta y dramaturgo Leonidas Yerovi, quien conoció un gran éxito con su obra titulada *La de cuatro mil*, llevada al escenario en 1903. Yerovi contrata a Málaga Grenet como director artístico de *Monos y Monadas*. Espera tener el mismo éxito con el semanario; el precio de cada ejemplar es módico: diez centavos, y la calidad del papel dista mucho del satinado de *Actualidades*. El título *Monos y Monadas* relaciona el periódico con la tradición de las monadas que se remonta a las animalizaciones del Renacimiento italiano, cuando estos animales servían para representar lo grotesco exótico. Málaga practica la autoirrisión, pues se autorretrata como un chimpancé con sombrero de jipijapa.

Al cabo de un año Yerovi hace un balance de la revista. En una carta abierta reivindica la independencia del periódico, pese a las presiones ejercidas tanto de parte del poder político como de la Iglesia. Según dice, se publican cuatro mil ejemplares, de los cuales dos mil se venden en el centro de Lima mientras que aumenta el número de suscriptores morosos. Tal situación obliga al periódico a reservar la contracarátula para la publicidad de tipo humorístico⁷, tal como había

sucedido con otra revista precursora, *El Perú Ilustrado*. El fundador de *Monos y Monadas* se dice decepcionado por no haber visto aparecer la generación de caricaturistas que anhelaba:

Durante todo 1906 hemos tenido a disposición de quien ha querido las columnas de este semanario (...) hoy, al cabo del año estamos desengañados a este respecto: no hemos logrado la apetecida revelación (...) En cuanto a las caricaturas, hemos esperado igualmente revelaciones valiosas y prometedoras, pero o no hay caricaturistas en Lima –caricaturistas decididos al estudio y a la práctica como en otra profesión cualquiera– o no hemos tenido la suerte de provocar su entusiasmo (...) Por lo anterior, por esa falta de colaboración que señalamos, no ha cumplido *Monos y Monadas* en 1906 como hubiéramos deseado (*Monos y monadas* 53, 29 dic. 1906).

Este juicio es muy severo: es lo que voy a mostrar analizando de forma pormenorizado varias ilustraciones. Ante la abundancia de material, un centenar de portadas, ha sido difícil seleccionar algunos ejemplos representativos de toda la revista. Elegimos un dibujo de Málaga de 1906 y dos de Abraham Valdelomar, el sucesor de Málaga en 1907. Dicha sucesión se debió a que Málaga firmó un contrato editorial en Buenos Aires; años más tarde este volvió y fue Leonidas Yerovi quien viajó a Buenos Aires. Víctima de tales cambios, la revista desapareció al final de 1907.

La primera portada aquí estudiada y dibujada por Málaga es una perteneciente a la primera etapa de *Monos y Monadas*, correspondiente al número 20 (12 may. 1906). El título de la revista ocupa una parte muy limitada de la página con sobrio grafismo. El subtítulo, “Semanario festivo y de caricaturas”, destaca la orientación satírica pero sin alusión a lo político. Un hombre vestido con un poncho a cuadros, con las facciones muy marcadas, bembón, con el bigote descuidado, está en una mesa, con una cañita en la mano. Está volteado a medias y mira socarrón a una mujer serrana parada detrás de él. La mujer tiene una nariz prominente, gruesos pómulos, un rostro impreciso, lleva aretes y trenzas. Contempla aturrida una pompa de jabón en la que está escrita la palabra “promesa”. En esta mujer todo es torpe, hasta el dibujo de las manos. El título “El acercamiento de Bolivia a Chile” permite identificar a ambos personajes: la mujer es una alegoría de Bolivia mientras que el típico roto representa al poderoso Estado vecino.



Portada de *Monos y Monadas* 20 (12 may. 1906).

Un diálogo completa la ilustración:

Bolivia: ¡Globeto!...¡que lendo!...mocho color! ...

Chile: Te lo regalo si te quedas a mi lado.

Bolivia: Gueno: mas que me machoques otra guelta, mas qui me mates soy toya con corazón y todo...! (12 may. 1906)

La mujer es fea y se expresa con torpeza en castellano, el chileno tampoco es atractivo; sin embargo, el amor ciega a la india y hace que acepte cualquier forma de violencia. La fuerza del dibujo radica en que se prescinde del conocimiento de los sucesos contemporáneos para entender la acusación: el Perú no está representado pero su situación está de por medio, o sea, el temor de ser burlado por ambas partes si es que Bolivia se deja seducir por las promesas chilenas. Obviamente, el desprecio subyacente remite a un público acomodado que no se va a identificar con ninguno de los dos tipos humanos, ni con el roto ni con la serrana⁸.

Se puede hacer un comentario parecido acerca de un dibujo firmado por Valdelomar y publicado el 13 de noviembre de 1907 (Nº 97). El cuadro superior ha cambiado, se ha agrandado el espacio reservado al título con un grafismo a tono: “semanario humorístico” ha sido cambiado por “semanario festivo y de caricaturas”. Los personajes están de perfil y estilizados; la ultranza, una de las características de *La Caricatura*, ha sido abandonada en beneficio de un trabajo más esmerado de la silueta. Los rostros no remiten a individuos conocidos, se trata de una escena de la vida cotidiana con dos anónimos representativos de grupos sociales. Lo depurado del dibujo aumenta la eficacia que nace del movimiento, del dinamismo que transmiten los movimientos. En un primer plano, un petimetre con terno se exaspera al protestar ante un policía con rasgos asiáticos. El uniforme del policía ha sido coloreado de negro, sin cuidado, a diferencia de la delicadeza con que se han dibujado los guantes, el jipijapa y los zapatos barnizados del señorito. La firma del caricaturista también resulta una imagen: es la que Valdelomar escoge como una identidad sobrepuesta en un caballete, en el ángulo derecho de la caricatura. Valdelomar deconstruye su nombre en tres partes que le dan un toque exótico “Val/del/omar”. La delicadeza tanto en la firma como en el dibujo del petimetre contrasta con la apariencia del título y de la leyenda, como recortados y simplemente pegados. Las palabras “Con un futre⁹” rebajan de inmediato al dandi con quien se identificaría el propio Valdelomar, de diecinueve años y que aún no se había desempeñado como autor de cuentos. El diálogo a pie de página justifica la rabia del joven: ha sido reclutado y pretende ser sostén de familia ante el policía ignorante. El efecto de comicidad es doble: resulta del dibujo y de la conversación plagada de deformaciones y equivocaciones¹⁰; no se

manifiestan ni la sutileza ni la delicadeza propias de la generación modernista, sino todo lo contrario¹¹.

Otro dibujo es político. Representa a una pareja elegante. En un primer plano, como en el teatro, una matrona de facciones delicadas, enteramente vestida de blanco, simboliza la presidencia de la República; el hombre con esmoquin abraza a su futura esposa y los rasgos del rostro están simplificados: una nariz desproporcionada y un bigotazo en medio de una cara oblonga. Este personaje no tiene ojos, lo que en la tradición artística sugiere a un ser desalmado. Dominado por la obsesión de las apariencias y la etiqueta, no quiere dejar transparentar ninguno de sus deseos. La identidad de este personaje es inequívoca: se trata de Augusto B. Leguía, ministro de Hacienda del presidente José Pardo y quien será elegido para un primer mandato a la presidencia en 1908. Valdelomar presiente la ambición desmedida, aunque en aquel primer decenio del siglo XX la actuación de Leguía como ministro fue elogiada. El dibujante completa su obra depurada llenando con rayas y florecillas los espacios vacíos y da una impresión de lujo en torno a los dos personajes. La leyenda “-¡Serás mía!- Sí; (hasta que Federico se decida)” (21 set. 1907) es otro guiño al lector por la alusión a la posible candidatura del alcalde de Lima a la presidencia. Tal mensaje no era imprescindible para la comprensión de la imagen.

La obra de Valdelomar como caricaturista está en ciernes, pero ya es digna de atención. Seguirá en otras revistas, como *Cinéma* (1908) y *Gil Blas* (1909), hecho que lo llevará a comentar acerca de otro dibujante: “El caricaturista es, en el fondo, un sentimental que ‘ríe por llorar’: un espíritu que constata con pena, la imperfección del orden universal” (Valdelomar, tomo 4, 2000: 110).

Otras imágenes de *Monos* y *Monadas* merecerían ser analizadas, los aciertos son numerosos aun cuando se repiten los recursos. La alegoría femenina sirve para representar la universidad, la prensa, el Congreso y el Perú. Los personajes llevan toda clase de disfraces (payaso, bailarina, bebé, geisha, viajero) y la originalidad del dibujo importa más que el mensaje político. Las víctimas de la irrisión son poco numerosas: el presidente José Pardo es el blanco más frecuente de los ataques.

LOS PERIÓDICOS ANTICLERICALES

A partir de 1907, después de la partida de Leonidas Yerovi y el cierre de *Monos* y *Monadas*, los periódicos anticlericales ocupan el espacio de la prensa satírica.

El anticlericalismo ya era la razón de ser de varias revistas, piénsese en *El Libre Pensamiento* (1899) o *La Idea Libre* (1900) a principios del siglo. Pero eran periódicos que combatían solo con las palabras, en largos artículos reflexivos, y no con ilustraciones. *Fray K. Bezón*, *Don Giuseppe* y *Fray Simplón* eligen el ataque frontal, basado en imágenes que han de chocar y denunciar los tropiezos del poder y sus aliados, o sea, la Iglesia y el Ejército.

Fray K. Bezón es el más antiguo de aquellos periódicos comprometidos; también será el que tendrá la vida más larga, tres años entre 1907 y 1910, con más de ciento cincuenta números publicados y, en cada uno, una docena de páginas repletas de breves artículos anónimos, poesías satíricas, fotos y caricaturas. El humor asoma desde la portada con la imagen de un franciscano cabezón. El fraile tonsurado y barrigudo tiene entre manos un libro en el que se descubren los centros de interés del periódico: la política y la religión. El precio para la venta es el mismo que el de *Monos y Monadas*, ya desaparecido, diez centavos, pero la mención “periódico que no aspira a tener circulación” ironiza de entrada. Si uno confía en las aseveraciones de *Fray K. Bezón*, el éxito fue rápido, con una tirada primero de ocho mil y luego catorce mil ejemplares y un público popular y masculino (“El artesano y el jornalero le tienen cariño especial”. *Fray K. Bezón* 29, 17 ago. 1907).

Con el paso del tiempo se pergeña una estrategia de comunicación: el periódico incluye colaboraciones externas¹² pero se niega a los excesos verbales de sus rivales¹³. Francisco Loayza, el director de *Fray K. Bezón*, es quien plantea estas reglas deontológicas y asume sus escritos firmándolos¹⁴. Entre los colaboradores se conoce el nombre de algunos dibujantes como Chambon y Polar, al parecer más a salvo de los tijejetazos de la censura que los autores de artículos.

El anticlericalismo se observa con mayor fuerza en el segundo número, fechado el 9 de febrero de 1907. Bajo el título “Los padres salesianos” hallamos un alegato firmado por Juan de la Mecha; hojeando el periódico se encuentran fotos de un cura pederasta y su víctima; después viene una nota en contra de José Santos Chocano titulado “Alma salesiana” y otras tituladas “Bendición apostólica”, “Pidiendo canonización” y, por último, un retrato del francés George B. Clemenceau acompañado con un poema de Loayza encomiando su labor anticlerical. La primera plana anuncia el contenido del periódico: presenta a un fraile con el hábito de los salesianos que avanza con el rostro rabioso, los dientes puntiagudos y el puño apretado, la uña afilada y la navaja ensangrentada en la otra mano. La leyenda que acompaña la caricatura es elíptica: “¡La vida o el...!” (9 feb. 1907). La ultranza de los rasgos hace que el sentimiento de espanto se sustituya a la risa.

La imagen desempeña un papel de propaganda y ha de ser contextualizada: cabe recordar que un alumno ha sido herido de gravedad por un religioso salesiano del Callao. La prensa condena de modo unánime esos hechos, evocados por el propio González Prada en el número treinta y dos de *Los Peruanos*, en febrero de 1907:

El primero de este mes se realizó en la escuela salesiana del Callao una escena trágica entre el padre Moisés Proaño y el alumno Aparicio Grados: el primero dio al segundo un tremendo navajazo en el cuello, infiriéndole una herida tan grave que por dos o tres semanas le ha tenido al borde del sepulcro. Inútil preguntar la causa del atentado, sabiendo lo que suelen hacer los buenos padres con los discípulos cuando se resisten o cuando, después de haber cedido, no quieren seguir en las inmundas prácticas del vicio unisexual. Sodoma no deja de poseer sus Otelos (González Prada 1941: 71).

Otro número de *Fray K. Bezón* denuncia, en julio de 1907, con el título de “Sodoma en Bealochaga. Una pocilga de invertidos” (28 jul. 1907), después de la detención de varios travestis. La cruzada moral que encabeza *Fray K. Bezón* también va dirigida contra los jugadores de pala, una actividad deportiva nueva, motivo de apuestas y que lleva a algunos, según el periódico, a la ruina. Tales sucesos nos informan de los escándalos en la vida cotidiana limeña, nos interesan por revelarnos los tabúes, pero no son representativos del contenido global de la revista. Lo más importante en *Fray K. Bezón* es la reflexión política. Se trata de denunciar no solo los vicios de la Iglesia, sino también los del poder político.

Como se observará con la portada del número 147 (27 nov. 1909), las características del grabado son las mismas que para *La Caricatura*: el dibujante lo quiso representar todo a la vez y por eso recargó la imagen. En el primer plano se enfrentan un gigante con uniforme y un enano, los lectores identificaban a ambos de inmediato: el militar era el general francés Clément, al mando de un grupo de oficiales y soldados franceses llamados al Perú para modernizar el ejército, y el enano canoso con perilla es Nicolás de Piérola, ridiculizado por el tamaño y la camisa de lunares. Completan el grabado las numerosas ametralladoras modernas y las siluetas de anónimos soldados. El decorado, con la estatua de Miguel Grau y los rostros en la columna, permiten reconocer el puerto del Callao. El título del dibujo reza “No es contra el Ecuador”, o sea que el enemigo es interior; son los hijos de Piérola que conspiran contra el gobierno y ya intentaron deponer al presidente Leguía el 9 de mayo de 1909. La incapacidad del francés al pronunciar las erres está trasladada de forma humorística con la grafía “g” (“señog”),



Portada de *Fray K. Bezón* 2 (9 feb. 1907).

“cagamba”, “Ecuador”). El grabado está firmado por Polar, un caricaturista que colaboró en numerosas revistas pero que no tuvo el talento de Málaga ni el de Valdelomar.

El contexto en que se inscribe el dibujo político resulta adverso. La libertad de prensa siempre está amenazada. Cambian los emblemas que acompañan a *Fray K. Bezón*: un ala, símbolo de libertad, reemplaza a la flecha para guiar al lector hacia la luz que se hunde en el océano y la noche. Las amenazas que pesan en la prensa se evocan en varios números de *Fray K. Bezón* y *Fray Simplón*. Esta última aparece en 1909 y tiene como blanco al ministro de Gobierno, representado ya como nuevo Atila (*Fray Simplón*, 10 set. 1909), ya como Papá Noel (*Fray Simplón*, 25 dic. 1909), ya como Nero (*Fray Simplón*, 29 ene. 1910). La imagen firmada por Chambon es un buen ejemplo de este enfoque. Diminuto, cabezón y con armadura anda a caballo y lleva un gran sable; tanto el corte de pelo como el bigote y la perilla recuerdan los tópicos sobre el jefe de los hunos. La cabalgadura como hipnotizada, con la palabra “gobierno” en la frente y enclenque como Rocinante, resulta tan ridícula como el jinete de mirada inexpresiva. El animal despedaza con toda tranquilidad letreros en los que se lee “Partido demócrata”, “Constitución”, “Partido liberal”, “Garantías”, “La Prensa” y “Prisiones”. El mensaje ya explícito está reforzado por el título “Moderno Atila” y la leyenda en el marco inferior “Villanueva: –Donde mi caballo pone la planta, no crece la oposición” (2º sem. Setiembre 1909). El lector espectador se siente incómodo ante esa imagen como ante muchas otras demasiado directas de *Fray Simplón*. El exceso de signos reemplaza ahora la alusión y la representación se ha convertido en instrumento de propaganda. La meta ya no es “ridiculizar al adversario sino acabar con el enemigo” (Baridon y Guédron 2006: 229), una diferencia que retomo de *L'art et l'histoire de la caricature*, cuyos autores observan el tránsito de una etapa a otra en los albores del siglo XX.

El destino de la caricatura y de los periódicos satíricos tropieza con la censura reforzada por ley en 1909. *Fray K. Bezón* desaparece en 1910 al comprometerse cada vez más en el debate político y distanciarse de su enfoque irónico, publicitando con fotos al candidato a la presidencia, Guillermo Billinghurst, y a los congresistas del mismo bando.

Al fin y al cabo, los albores del siglo XX se distinguen por el auge de las revistas humorísticas en el Perú como en el resto del mundo. Esta etapa merece ser

estudiada más a fondo, especialmente los trabajos artísticos de Málaga Grenet y Valdelomar. El trabajo de recuperación de la memoria periodística está en camino, la historia del dibujo humorístico va a coincidir muchas veces con la de la pintura contemporánea (piénsese en González Gamarra y en Teófilo Castillo). Si bien salieron otras revistas por aquellos años (*Variedades* de 1908, *Lléveme Usted* de 1911, *Don Lunes* de 1916), ninguna como *Monos* y *Monadas* merecería una reedición para que revivamos aquellos tiempos, de los que ya han pasado más de cien años.

Notas

- 1 Véase mi artículo “La imagen en *El Perú Ilustrado*” (2003).
- 2 Estos datos se publicaron en el número 5 de *La Caricatura con un retrato de Luis Moncayo firmado por Valenzuela y Tirado* (12 nov. 1892). La viuda del periodista asumió desde entonces la dirección del semanario.
- 3 Esta novedad se observa a partir del número 17 (28 ene. 1893).
- 4 En este caso Manuel María del Valle era el político aludido, según consta en otro número de *La Caricatura*.
- 5 La similitud con el punto de ironía me fue señalada por Astrid Chaffringeon, durante el coloquio dedicado a las estrategias del humor, celebrado en Burdeos en diciembre de 2006. Hasta ahora se señala al poeta francés Alcanter de Brahm como autor del punto de ironía al final del siglo XIX, momento de la publicación de *La Caricatura*.
- 6 Sobre Pedro Challe y la renovación del humor gráfico, puede consultarse el libro de Raúl Rivera Escobar (2005).
- 7 Un ejemplo de ello es el aviso publicitario aparecido el 11 de diciembre de 1906 en *Monos* y *monadas*: “Donde Anaya / no hay quien vaya / que no salga satisfecho de sus telas / y de su modo de cortar... Anaya y sastrería”.
- 8 Se puede comentar de la misma forma la portada del número 24 (9 jun. 1906), en la que se observa a un chino que conversa con un soldado serrano; este le dice: “Yo soy autoridá”, aquel le contesta: “Entonce, seño, tú mucho...borrico!”. Por otro lado, el número 27 (30 jun. 1906), bajo el título “En el sillón presidencial”, muestra a un criado moreno sentado en el sillón presidencial en lugar de hacer la limpieza con el plumero que tiene en la mano.
- 9 Respecto del uso de este vocablo, Martha Hildebrandt menciona: “Los chilenos ricos que a fines del siglo XIX acostumbraban pasar largas temporadas en París se aficionaron probablemente por esnobismo, a esta interjección [foutre] y la siguieron profiriendo a su regreso. El pueblo que no entendía el término, lo devolvió como apodo a quienes lo usaban. Futre de uso relativamente nuevo en el Perú, se documenta en Chile desde el primer decenio de este siglo” (1994: 210-211).

LA CARICATURA EN LA PRENSA SATÍRICA PERUANA (1892-1909)

- 10 “Vamos Comesaría ¡ – ¿Por qué? –¿No sabes hay que tener so bolito azul de presincia?...– ¿Y éste? ...Si aquí dice que soy ‘hijo único de viuda pobre!’ – Tó viuda pobre!...Pécaro, me quieres engañarme... Vamos Comesaría!...– Pero... corazoncito... cachaquito de mi vida, lee... ffjate, no seas incivil...ni meticoloso...–¿Quién es mentecoloso? ...Vamos ahora Comesaría por faltamientos al autoridad...” (13 nov. 1907).
- 11 *La caricatura de Valdelomar* (Monos y Monadas 90, 21 set. 1907) coincide con una de Málaga, con el mismo título y que representa a otro dandi intentando convencer al general Clement de librarlo del servicio militar (N° 95, 30 oct. 1907).
- 12 *Al respecto, se dice en el diario: “La redacción paga toda clase de colaboración artística y literaria, de la índole del periódico, que se le remita y salga publicada”* (Fray K. Bezón 2, 9 feb. 1907).
- 13 “Los insultos no tienen cabida en nuestras columnas. Solo se publicarán en este periódico los artículos que remitan en términos decentes. La agresividad rabiosa y la injuria no entran en el marco de Fray K. Bezón” (N° 29, 17 ago. 1907).
- 14 *Sobre Francisco A. Loayza, escribe Adriana de González Prada en Mi Manuel: “Entre los amigos que nos visitaban sin padecer ‘retiradas intermitentes’, aunque tampoco venían a diario por sus absorbentes ocupaciones, contábamos a Glicerio Tassara, dueño y director de La Idea Libre y a Francisco A. Loayza fundador de Fray K. Bezón. Ambos habían sido condiscípulos en el colegio de Guadalupe y en ese tiempo, entre los dos, fundado un periodiquillo El Microbio, librando allí sus primitivas batallas y cosechando sus primeros laureles (...) Loayza en su Fray K. B. Zón atacaba con agudeza satírica a los frailes y curas que tantas veces merecían sus zurriagazos. Pronto se hizo temer de ellos, poniéndolos en ridículo, publicando sus ‘gracias’ menos que edificantes, gozándose el pueblo en leerlo con avidez”* (1947: 365-366).

Bibliografía

- ALARY, Viviane (ed.)
2002 *Historietas, comics y tebeos españoles*. Toulouse: Presses Universitaires du Mirail.
- BARIDON, Laurent y GUÉDRON, Martial
2006 *L’art et l’histoire de la caricature*. Paris: Citadelles et Mazenod.
- GONZÁLEZ PRADA, Adriana de
1947 *Mi Manuel*. Lima: Cultura Antártica.
- GONZÁLEZ PRADA, Manuel
1941 *Prosa Menuda*. Buenos Aires: Imán.
- HILDEBRANDT, Martha
1994 [1969] *Peruanismos*. Lima: Biblioteca Nacional del Perú.

RIVERA ESCOBAR, Raúl
2005 *Caricatura en el Perú. El período clásico (1904-1931)*. Lima: Biblioteca Nacional del Perú.

TAUZIN-CASTELLANOS, Isabelle
2003 “La imagen en *El Perú Ilustrado*”. *Boletín del Instituto Francés de Estudios Andinos* 32/1: 133-149.

VALDELOMAR, Abraham
2000 *Obras completas*. Lima: Copé.

Fuentes periódicas

Actualidades. Semanario. Lima, 1904.

Fray K. Bezón. Lima, 1907-1910.

Fray Simplón. Lima, 1909-1910.

La Caricatura. Lima, 1892-1893.

Monos y Monadas. Lima, 1905-1907.