



## Presencia de historietas y caricaturas en la prensa peruana y colombiana

Presence of comics and cartoons in the Peruvian and Colombian press

Mario Buenaventura Castillo Hilario<sup>1</sup>  , César Augusto Smith Corrales<sup>2</sup>  

### Cómo citar

Castillo-Hilario, M. B. y Smith-Corrales, C. A. (2026). Presencia de historietas y caricaturas en la prensa peruana y colombiana. *Socialium*, 10(2), 81-98. <https://doi.org/10.26490/uncp.sl.2026.10.1.2772>

<sup>1</sup> Magíster en Comunicación Social con mención en Investigación en Comunicación y Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional Agraria la Molina. Lima, Perú.  
[mcastillo@lamolina.edu.pe](mailto:mcastillo@lamolina.edu.pe)

<sup>2</sup> Magíster en Administración con mención en Comercio Exterior y Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad Tecnológica del Perú. Lima, Perú.  
[csmith\\_c@hotmail.com](mailto:csmith_c@hotmail.com)

### RESUMEN

El objetivo de esta investigación ha sido medir la presencia de las historietas y las caricaturas en la prensa peruana y colombiana. Para ello, se optó por una investigación con un enfoque cuantitativo y diseño no experimental. Se tomó una muestra no probabilística de una semana cronológica simple y en total se analizaron 122 números de periódicos de Lima y Bogotá. Se encontró que las historietas y las caricaturas están presentes, pero en muy poca medida. En Colombia están más presentes que en el Perú. La historieta se publica como un género periodístico eminentemente diversional y la caricatura, como opinativo principalmente. Las historietas tienen como finalidad el entretenimiento y las caricaturas, la crítica política. La muy poca presencia de las historietas y las caricaturas es un síntoma de la severa crisis de los diarios impresos de Lima y Bogotá.

**Palabras clave:** *historieta; cómic; caricatura; periodismo gráfico.*

### ABSTRACT

The objective of this study was to measure the presence of comic strips and cartoons in the Peruvian and Colombian press. To this end, a quantitative approach with a non-experimental design was adopted. A non-probability sample covering a single calendar week was taken, and a total of 122 issues of newspapers from Lima and Bogota were analyzed. The findings indicate that comic strips and cartoons are present, but to a very limited extent. They are more prevalent in Colombia than in Peru. Comics are published primarily as a form of entertainment, while cartoons are published mainly to express opinion. Comics are intended for entertainment, and cartoons for political criticism. The very limited presence of comics and cartoons is a symptom of the severe crisis facing print newspapers in Lima and Bogota.

**Keywords:** *cartoon; comic; caricature; photojournalism*

Arbitrado por pares ciegos

Recibido: 21/10/2025

Aceptado: 15/12/2025

Publicado: 05/01/2026



## Introducción

En América Latina, la prensa escrita ha sido una de las más afectadas por la irrupción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Los efectos se han mostrado en la disminución de lectores, de ingresos, de personal y de tamaño de las empresas. Muchos periódicos, inclusive, han desaparecido (Suenzo *et al.*, 2020).

Estos efectos se han acelerado por la pandemia de la Covid-19. Unos diarios impresos han impulsado su versión digital, otros han migrado totalmente a lo digital o simplemente han cerrado.

Los investigadores han abordado los efectos de las nuevas tecnologías en la prensa escrita principalmente en tres aspectos: el económico-financiero, la crisis laboral y el rol de la prensa en la sociedad democrática contemporánea (Suenzo *et al.*, 2020).

Sin embargo, no se han estudiado lo suficiente los cambios ocasionados por las nuevas tecnologías en la forma y el contenido de la prensa escrita. Por ejemplo, no se han investigado con amplitud las transformaciones de los géneros o especies periodísticos como las historietas y las caricaturas, la disminución de su presencia e, inclusive, su desaparición.

La simple observación permite constatar que las historietas y las caricaturas están presentes aún en los periódicos impresos de hoy. Pero, ¿en qué medida? Esta pregunta todavía no tiene respuesta, por lo menos no en el caso peruano ni colombiano, y su búsqueda motiva esta investigación. En ese sentido, esta investigación se propuso resolver el siguiente problema: ¿En qué medida están presentes las historietas y las caricaturas como especies del género gráfico en la prensa impresa del Perú y Colombia?

### Breve historia

La posibilidad de imprimir gráficos y de mejor calidad fue aprovechada por la industria de la prensa de masas de inicios del siglo XIX. Las historietas fueron formas de captar lectores e incrementar las ganancias de las empresas periodísticas. Así, en el siglo XIX, la prensa de masas emergió incorporando en sus páginas a las historietas (Acevedo, 2021).

La amplia difusión de las historietas se dio en los años cuarenta y cincuenta del siglo XX, aunque su estudio fue en los sesenta y setenta (Diviani, 2016). Y en el siglo XX, estas evolucionaron: pasaron del entretenimiento a la opinión, la información y la interpretación.

En la prensa de hoy, se observan no solamente las historietas de entretenimiento, sino también lo que se ha llamado periodismo cómic, periodismo de cómic o, genéricamente, periodismo gráfico.

En Estados Unidos, la historieta evolucionó hasta la información y la interpretación de los hechos de interés general. Un ejemplo conocido son los reportajes gráficos de Joe Sacco. Sus obras representan una

suerte de “nuevo periodismo”: Palestina: en la franja de Gaza, El fin de la guerra, El mediador, Gorazde: zona segura, Reportajes o días de destrucción, días de revuelta (López Hidalgo & López Redondo, 2021).

Para la elaboración de estas obras sigue un proceso que es puro periodismo: El autor se sumerge en el terreno de lo que luego va a recrear, se acerca al lugar, toma fotografías, se documenta, prepara y hace entrevistas, escribe textos y reportajes, y todo ello para tener un “armazón” sobre el que luego irá construyendo sus libros, que no son otra cosa que extensas piezas informativas y reflexivas, parecidas a reportajes, de importante fuerza y crudeza visual. (Matos, 2015, p. 9)

La caricatura, por su parte, estuvo presente en la prensa desde antes de la Revolución Francesa, desde el Renacimiento. En esas épocas, las opiniones, las críticas, se expresaban también a través de imágenes impresas (Orobon & Lafuente, 2021).

La caricatura nace en Italia en el siglo XVII como mera actividad de diversión, pero tiene antecedentes en el Renacimiento. Leonardo da Vinci podría ser su precursor (Orobon & Lafuente, 2021).

La caricatura aparece en la prensa en el siglo XIX para criticar a las instituciones sociales, personajes, sucesos de la vida política y cultural. En la prensa fueron una nueva forma de entretener y de opinar que se correspondían con el analfabetismo imperante en las multitudes (Ávila, 2002).

En Colombia, la caricatura como género periodístico se inició en el siglo XIX, unida a la creación de los partidos políticos Liberal y Conservador. Los caricaturistas atacaban al adversario a través de la mordacidad, la ironía y la ridiculización (Acevedo Carmona, 2009).

Por esto, las caricaturas pueden servir como documentos históricos. Pueden servir para conocer los imaginarios políticos presentes en un determinado periodo de la historia. Alfredo Greñas en el siglo XIX y Ricardo Rendón en el siglo XX son los caricaturistas destacados en Colombia (Acevedo Carmona, 2009).

Inclusive, durante varios años, los directores le daban tanta importancia a las caricaturas que las publicaban en la portada. Después, pasó a las páginas editoriales o de opinión (Acevedo Carmona, 2009).

En el Perú, la caricatura también fue un arma de lucha política presente en los periódicos decimonónicos. Se ha documentado que, en el enfrentamiento entre los dos más conspicuos caudillos peruanos de fines del siglo XIX, Andrés Avelino Cáceres y Nicolás de Piérola, la caricatura jugó un papel importante. La guerra mediática de la época también incluyó a la caricatura (Ayala, 2021).

Como en otros países, las caricaturas expresaron los imaginarios de la nación peruana. Por ejemplo, la representación femenina de la patria se observa en las viñetas de la prensa del siglo XIX (Ayala, 2021).

## Definiciones importantes

Para responder la pregunta de investigación, fue necesario precisar y diferenciar los conceptos de historieta y caricatura. Asimismo, precisar sus características más relevantes.

Las historietas tienen varios nombres. En América Latina se llaman chistes, monitos, muñequitos y cuentos; en Estados Unidos, *cómics*; en España, tebeos; en Italia, *fumetto*; en Japón, manga; en Francia, *bande dessinée*; y en Portugal, *quadrinhos* (Acevedo, 2021; Rodríguez, 2017).

El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española registra dos significados para el término historieta: 1) fábula, cuento o relación breve de aventura o suceso de poca importancia, y 2) serie de dibujos que constituye un relato cómico, fantástico, de aventuras, etc., con texto o sin él, y que puede ser una simple tira en la prensa, una o varias páginas o un libro. Como se puede leer, el DRAE recoge un primer significado despectivo (historia de poca importancia) y un segundo que alude a lo secuencial y gráfico. Este último significado describe mejor la historieta.

La historieta es una narración mediante secuencia de imágenes dibujadas. Se caracteriza por ser narrativa, diacrónica. “Su estructura está organizada en secuencias a modo de narración” (Di Palma, 2010, p. 90). En ella se puede hallar la siguiente estructura: introducción, desarrollo y desenlace. Integra códigos verbales e icónicos. Tiene amplia difusión y su creación está subordinada a la difusión. Su finalidad es principalmente la distracción (Rodríguez, 2017).

La historieta tiene una semántica y una sintaxis. La semántica está constituida por el encuadre, la nubecilla y las palabras. Asimismo, la sintaxis por las leyes de montaje (Eco, 2013).

Di Palma (2010) establece varias diferencias entre el cartón cómico de actualidad y la historieta. El cartón cómico es un dibujo compuesto de un solo cuadro con texto o exclusivamente imagen. Se ubica en la página de opinión o la de dibujos y tiras. Presenta un título relacionado a su contenido y es obra del mismo dibujante. La historieta utiliza elementos similares al cartón, con la diferencia de que es narrativa. Como la única característica diferencial entre el cartón cómico y la historieta es la secuencia o la narración, en esta investigación no se ha diferenciado.

En cambio, se considera a la caricatura como que es diferente de la historieta. La palabra caricatura proviene del italiano *caricare* que significa recargar o exagerar. Aunque hay investigadores que sostienen que la caricatura precede inclusive a la escritura, puede afirmarse que la caricatura y la caricatura política nacieron en el siglo XVII en Italia y otros países europeos en los que se desarrollaron los movimientos protestantes. Su masificación llegaría todavía en el siglo XIX (Ávila, 2002).

Puede definirse la caricatura como una técnica específica del dibujo consistente en aislar un defecto físico, mental, social o moral de un modelo y magnificarlo. Consiste en deformar los rasgos del rostro y el cuerpo

del personaje, asignarle a este una característica que lo diferencie y, a veces, compararlo con animales con intención satírica o irónica (Ávila, 2002).

La caricatura es un dibujo satírico y de humor. La caricatura es una hipérbole gráfica que representa a personajes, exagerando sus rasgos físicos o espirituales. La caricatura es sátira, trata de denunciar y ridiculizar al adversario (Fernández, 2015; Ávila, 2002).

Para Di Palma (2010), la caricatura es un dibujo de una persona pública con los rasgos del rostro exagerados. A veces busca un efecto puramente cómico, pero la mayoría de veces está acompañada de juicios, críticas.

Para Tovar (2004), “la caricatura no es, como creen algunos, una deformación arbitraria del personaje”. El caricaturista peruano sostiene que “la caricatura es un ejercicio de profundo realismo, porque no hace sino resaltar rasgos que de hecho están presentes en el rostro del personaje”. Carlin, como también se le conoce, asegura que “la exageración caricaturesca puede ser muy grande, pero solo será acertada si en ella podemos reconocer a la persona”.

La caricatura está orientada a desacralizar y vulgarizar cualquier asunto. Establece una tensión entre lo artístico y lo no artístico. Es un arma de combate, temida por las autoridades (Orobon & Lafuente, 2021).

La caricatura puede provocar respuestas violentas de seguidores o gobiernos, así la caricatura puede ser un barómetro de las libertades democráticas (Orobon & Lafuente, 2021).

### **Historieta y caricatura como géneros periodísticos**

Los géneros periodísticos son formas de comunicación establecidas y reconocidas por la comunidad de periodistas y académicos. Son formatos normados que facilitan los procesos comunicativos.

¿La historieta y la caricatura son géneros periodísticos? Los teóricos del periodismo coinciden en que sí lo son. Las historietas son consideradas como del género de entretenimiento y las caricaturas, como del género de opinión.

Marques de Melo y de Assis (2016) proponen cinco géneros periodísticos: informativo, opinativo, interpretativo, diversional y utilitario. Estos investigadores clasifican las caricaturas como del género opinativo. Si bien, no comprenden explícitamente la historieta con temática humorística, esta se puede clasificar dentro del género diversional.

Sin embargo, la historieta puede ser más complejo de clasificar. Si bien las que tienen como finalidad el entretenimiento pueden encajar indubitavelmente en el diversional, las que son una suerte de reportaje gráfico plantean una serie de cuestionamientos a la clasificación. La historieta o cómic puede ser un género periodístico de divertimento y también informativo e interpretativo. Una muestra son los trabajos

mencionados antes de Joe Sacco. Como se señaló, este historietista elabora grandes cómics-reportajes, auténtico periodismo informativo e interpretativo. Esto hace pensar que las historietas y las caricaturas no pueden ser encasilladas en un solo género.

## Método

**Tipo de investigación.** Esta investigación tuvo un enfoque cuantitativo, puesto que se ha medido la variable de estudio. Siguió un diseño no experimental, ya que no se manipuló la variable estudiada. Y fue de un nivel descriptivo simple, debido a que se ha estudiado una sola variable con la finalidad de describirla. Asimismo, fue de corte transversal, debido a que se han recogido los datos en un solo momento.

**Población y muestra.** La población estuvo conformada por todas las publicaciones periodísticas diarias impresas de Lima y Bogotá de cobertura nacional de enero y febrero de 2023. Se tomó una muestra no probabilística por conveniencia conformada por una semana simple o cronológica. Así, la muestra estuvo conformada por los diarios de Lima de la semana del 9 al 15 de enero de 2023 y por los de Bogotá de la semana del 13 al 19 de febrero. El número de diarios estudiados de Lima fueron 16 y 108 números y de Bogotá, 3 y 14 números. En total se estudiaron 122 números de diarios.

**Tabla 1**

*Muestra de diarios de Lima*

| Publicación periodística | Semana del 9 al 15 de enero de 2023 |     |     |     |     |     |     | Total |
|--------------------------|-------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
|                          | Lun                                 | Mar | Mié | Jue | Vie | Sáb | Dom |       |
| El Comercio              | 1                                   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 7     |
| Perú 21                  | 1                                   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 7     |
| Trome                    | 1                                   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 7     |
| Gestión                  | 1                                   | 1   | 1   | 1   | 1   | 0   | 0   | 5     |
| Ojo                      | 1                                   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 7     |
| Correo                   | 1                                   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 7     |
| La Noticia               | 1                                   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 7     |
| Nuevo Sol                | 1                                   | 1   | 1   | 1   | 1   | 0   | 0   | 5     |
| La Razón                 | 1                                   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 7     |
| El Chino                 | 1                                   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 7     |
| El Men                   | 1                                   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 7     |
| La República             | 1                                   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 7     |
| El Popular               | 1                                   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 7     |
| Expreso                  | 1                                   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 7     |
| Extra                    | 1                                   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 7     |
| Uno                      | 1                                   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 7     |
| <b>Total</b>             | 16                                  | 16  | 16  | 16  | 16  | 14  | 14  | 108   |

**Tabla 2***Muestra de diarios de Bogotá*

| Publicación periodística | Semana del 13 al 19 de febrero de 2023 |     |     |     |     |     |     | Total |
|--------------------------|----------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
|                          | Lun                                    | Mar | Mié | Jue | Vie | Sáb | Dom |       |
| El Tiempo                | 1                                      | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 7     |
| Portafolio               | 1                                      | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 0   | 6     |
| El Espectador            | 0                                      | 0   | 0   | 0   | 0   | 0   | 1   | 1     |
| <b>Total</b>             | 2                                      | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 14    |

**Instrumentos de recolección de datos.** Para recoger los datos se ha utilizado una cinta métrica y una tabla elaborada a partir de la variable y sus indicadores. La validez del instrumento se evaluó a través del juicio de tres expertos. Se obtuvo un coeficiente V de Aiken de 1,00 que se interpreta como válido. Y la confiabilidad del instrumento se determinó a través del Alfa de Cronbach. Se obtuvo un coeficiente de 0,9 que se considera como confiable.

**Métodos de análisis de datos.** Para los análisis de datos se utilizaron las frecuencias y los porcentajes, así como las medidas de tendencia central y las de dispersión. Todo esto se realizó con la ayuda del software SPSS.

**Aspectos éticos.** En esta investigación se han respetado las normas éticas de la ciencia, tanto en el recojo de datos como en el procesamiento de los mismos. También, se han cumplido con las normas sugeridas por APA.

## Resultado

### Presencia de las historietas en la prensa peruana y colombiana

Las historietas están presentes en la prensa peruana y colombiana, pero no en la mayoría ni en gran medida. Se divulgan muy pocas historietas. Están presentes menos en Perú y más en Colombia.

En el Perú, el 63% de los 108 números de diarios analizados no publica historietas; el 25% publica 1; el 4,6%, 2; el 6,5%, 3; y el 0,9%, 4. Y en Colombia, el 50% de los 14 números de diarios estudiados no publica historietas; el 42% publica 5; y el 7,1%, 7 (ver Tabla 3).

**Tabla 3***Presencia de historietas en Perú y Colombia*

| <b>País / N° de historietas por día</b> | <b>N° de diarios</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-----------------------------------------|----------------------|-------------------|
| Perú                                    | 0                    | 68                |
|                                         | 1                    | 27                |
|                                         | 2                    | 5                 |
|                                         | 3                    | 7                 |
|                                         | 4                    | 1                 |
|                                         | Total                | 108               |
| Colombia                                | 0                    | 7                 |
|                                         | 5                    | 6                 |
|                                         | 7                    | 1                 |
|                                         | Total                | 14                |

Los resultados anteriores corresponden a toda la muestra. Cuando se analizan cada uno de los diarios, los resultados no son diferentes a los anteriores.

Se estudiaron 16 diarios peruanos, de ellos, el 50% (8) publica por lo menos una historieta a la semana y el 50% (8), ninguna. De los 3 diarios colombianos, el 66,7% (2) no publica historietas y 33,3% (1), cinco historietas o más (ver Tabla 4). En el caso peruano, en La Noticia y El Chino, las historietas son rellenos eventuales de los espacios que sobran, mientras en Correo, Perú 21, Trome, El Comercio, El Popular y la República, forman parte permanente de sus contenidos y se presentan en secciones de amenidades o entretenimiento. En el caso colombiano, El Tiempo tiene historietas que forman parte de su contenido permanente y en un número superior a cualquier diario peruano (ver Tabla 4).

**Tabla 4***Historietas por día a la semana en Perú y Colombia*

| <b>Diario</b> | <b>N° historietas</b> | <b>N° días</b> |
|---------------|-----------------------|----------------|
| Diario Uno    | 0                     | 7              |
|               | 0                     | 6              |
| La Noticia    | 2                     | 1              |
|               | Total                 | 7              |
| Nuevo Sol     | 0                     | 5              |
| La Razón      | 0                     | 7              |
| El Men        | 0                     | 7              |
| El Chino      | 0                     | 5              |
|               | 1                     | 2              |
|               | Total                 | 7              |
| Correo        | 0                     | 1              |
|               | 1                     | 6              |
|               | Total                 | 7              |
| Ojo           | 0                     | 7              |
| Gestión       | 0                     | 5              |

|               |       |   |
|---------------|-------|---|
|               | 1     | 6 |
| Perú 21       | 4     | 1 |
|               | Total | 7 |
| Trome         | 1     | 7 |
|               | 0     | 3 |
| El Comercio   | 2     | 2 |
|               | 3     | 2 |
|               | Total | 7 |
|               | 0     | 1 |
| El Popular    | 1     | 6 |
|               | Total | 7 |
|               | 2     | 2 |
| La República  | 3     | 5 |
|               | Total | 7 |
| Extra         | 0     | 7 |
| Expreso       | 0     | 7 |
|               | 5     | 6 |
| El Tiempo     | 7     | 1 |
|               | Total | 7 |
| Portafolio    | 0     | 6 |
| El Espectador | 0     | 1 |

En la prensa peruana y colombiana, las historietas tienen como tema principal el humor. Están orientadas al entretenimiento principalmente. Como se observa en la Tabla 5, en el caso peruano el 55% de las historietas publicadas tiene como tema el humor; el 17,5%, la actualidad social; el 15%, la política y el 12,5%, político y humorístico al mismo tiempo. En el caso colombiano, el 100% es humorístico. Así, la historieta en Perú y Colombia constituye un género periodístico diversional, mas no opinativo ni interpretativo como ocurre en otros países (ver Tabla 5).

**Tabla 5**

*Tema de la historieta en la prensa peruana y colombiana*

| País     |                        | Frecuencia | Porcentaje |
|----------|------------------------|------------|------------|
| Perú     | Político               | 6          | 15,0       |
|          | Actual                 | 7          | 17,5       |
|          | Humorístico            | 22         | 55,0       |
|          | Político y humorístico | 5          | 12,5       |
|          | Total                  | 40         | 100,0      |
| Colombia | Humorístico            | 7          | 100,0      |
|          | Total                  | 7          | 100,0      |

Sobre la presencia de las historietas en la prensa peruana y colombiana, los estadísticos de tendencia central y de dispersión muestran resultados similares a los anteriores.

En el Perú, la media de historietas en los diarios es de 0,57. Es decir, apenas media historieta por diario. La desviación estándar 0,9 indica que unos diarios tienen uno o más historietas y otros ninguna. Esto se corrobora con una moda de 0. Asimismo, con el valor máximo 4 y mínimo 0. Y el espacio que ocupan las historietas en los diarios es en promedio solo de 0,38% del total de espacio que dispone un diario (ver Tabla 6).

En Colombia, la media de historietas en los diarios es de 2,64, cifra mucho mayor que la peruana. Es decir, más de dos historietas por diario. La desviación estándar 2,79 indica que unos diarios tienen uno o más historietas y otros ninguna. Esto se corrobora con una moda de 0. Asimismo, con el valor máximo 7 y mínimo 0 indican la brecha que hay entre los que presentan y los que no. Y el espacio que ocupan las historietas en los diarios es en promedio 5,19% del total de espacio que dispone un diario, un espacio mayor del que ocupan las historietas en los diarios peruanos (ver Tabla 6).

**Tabla 6**

*Estadísticos descriptivos de la presencia de las historietas en la prensa peruana y colombiana*

| País     |   |                     | Número de historietas | Número de viñetas de la historieta | Porcentaje del espacio total del periódico que ocupan las historietas |
|----------|---|---------------------|-----------------------|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| Perú     | n | Válido              | 108                   | 108                                | 108                                                                   |
|          |   | Perdidos            | 0                     | 0                                  | 0                                                                     |
|          |   | Media               | ,57                   | 1,61                               | ,3810                                                                 |
|          |   | Moda                | 0                     | 0                                  | ,00                                                                   |
|          |   | Desviación estándar | ,919                  | 2,838                              | ,58377                                                                |
|          |   | Mínimo              | 0                     | 0                                  | ,00                                                                   |
|          |   | Máximo              | 4                     | 9                                  | 2,29                                                                  |
| Colombia | n | Válido              | 14                    | 14                                 | 14                                                                    |
|          |   | Perdidos            | 0                     | 0                                  | 0                                                                     |
|          |   | Media               | 2,64                  | 8,93                               | 5,1935                                                                |
|          |   | Moda                | 0                     | 0                                  | ,00                                                                   |
|          |   | Desviación estándar | 2,790                 | 10,095                             | 5,52542                                                               |
|          |   | Mínimo              | 0                     | 0                                  | ,00                                                                   |
|          |   | Máximo              | 7                     | 30                                 | 11,06                                                                 |

### Presencia de las caricaturas en la prensa peruana y colombiana

Las caricaturas están casi ausentes en la prensa peruana y muy presentes en la colombiana. En el Perú, el 92,6% de los diarios no publican caricaturas; el 4,6% publica 1; el 0,9%, 2; el 0,9%, 3; y el 0,9%, 5. En cambio, en Colombia el 42,9% de los diarios publica 1; el 50%, 3 y el 7,1%, 9.

**Tabla 7***Caricaturas en la prensa peruana y colombiana*

| <b>País</b> | <b>N° de caricaturas por día</b> | <b>N° de diarios</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-------------|----------------------------------|----------------------|-------------------|
| Perú        | 0                                | 100                  | 92,6              |
|             | 1                                | 5                    | 4,6               |
|             | 2                                | 1                    | ,9                |
|             | 3                                | 1                    | ,9                |
|             | 5                                | 1                    | ,9                |
|             | Total                            | 108                  | 100,0             |
| Colombia    | 1                                | 6                    | 42,9              |
|             | 3                                | 7                    | 50,0              |
|             | 9                                | 1                    | 7,1               |
|             | Total                            | 14                   | 100,0             |

Los resultados anteriores corresponden a toda la muestra. Cuando se analizan cada uno de los diarios, los resultados son similares a los anteriores.

Se estudiaron 16 diarios peruanos, de ellos, solo el 12,5% (2) presenta por lo menos una caricatura y el 87,5% (14), ninguna. De los tres diarios colombianos, el 100% publica una caricatura por lo menos. En el caso peruano, solamente Perú 21 y La República publican caricaturas. En el caso colombiano, El Tiempo, Portafolio y El Espectador tienen caricaturas en un número igual o mayor a los diarios peruanos (Tabla 8).

**Tabla 8***Caricaturas por día a la semana en Perú y Colombia*

| <b>Diario</b> | <b>N° de caricaturas</b> | <b>N° de días</b> |
|---------------|--------------------------|-------------------|
| Diario Uno    | 0                        | 7                 |
| La Noticia    | 0                        | 7                 |
| Nuevo Sol     | 0                        | 5                 |
| La Razón      | 0                        | 7                 |
| El Men        | 0                        | 7                 |
| El Chino      | 0                        | 7                 |
| Correo        | 0                        | 7                 |
| Ojo           | 0                        | 7                 |
| Gestión       | 0                        | 5                 |
|               | 0                        | 6                 |
| Perú 21       | 5                        | 1                 |
|               | Total                    | 7                 |
| Trome         | 0                        | 7                 |
| El Comercio   | 0                        | 7                 |
| El Popular    | 0                        | 7                 |
|               | 1                        | 5                 |
| La República  | 2                        | 1                 |
|               | 3                        | 1                 |
|               | Total                    | 7                 |
| Extra         | 0                        | 7                 |

|               |   |   |
|---------------|---|---|
| Expreso       | 0 | 7 |
| El Tiempo     | 3 | 7 |
| Portafolio    | 1 | 6 |
| El Espectador | 9 | 1 |

Las caricaturas tienen como tema principal la política. Están orientadas a la opinión política. Como se observa en la Tabla 9, en el caso peruano el 100% de las caricaturas tiene como tema la política. En el caso colombiano, el 100% está orientado a temas políticos, económicos y de la coyuntura actual. Así, la caricatura en la prensa peruana y colombiana es un género periodístico opinativo principalmente.

**Tabla 9**

*Tema de la caricatura en la prensa peruana y colombiana*

| País     | Tema                         | Frecuencia | Porcentaje |
|----------|------------------------------|------------|------------|
| Perú     | Político                     | 8          | 100,0      |
| Colombia | Político, económico y actual | 14         | 100,0      |

Sobre la presencia de las caricaturas en la prensa peruana y colombiana, los estadísticos de tendencia central y de dispersión muestran resultados similares a los anteriores. En el Perú, la media de caricaturas en los diarios es de 0,14. Es decir, está lejos de que haya una caricatura por diario. La desviación estándar 0,6 indica que unos diarios tienen uno o más caricaturas y otros ninguna. Esto se corrobora con una moda de 0. Asimismo, con el valor máximo 5 y mínimo 0. Y el espacio que ocupan las caricaturas en los diarios es en promedio solo de 0,17% del total de espacio que dispone un diario (ver Tabla 10).

En Colombia, la media de caricaturas en los diarios es de 2,57, cifra mucho mayor que la peruana. Es decir, más de 1 caricatura por diario. La desviación estándar 2,10 indica que los diarios tienen por lo menos una caricatura. Esto se corrobora con una moda de 3. Asimismo, con el valor máximo 9 y mínimo 0. Y el espacio que ocupan las historietas en los diarios es en promedio 3,23% del total de espacio que dispone un diario (ver Tabla 10).

**Tabla 10***Estadísticos descriptivos de la presencia de las caricaturas en la prensa peruana y colombiana*

| País     |                     |          | Número de caricaturas | Número de viñetas de las caricaturas | Porcentaje del espacio total del periódico que ocupan las caricaturas |
|----------|---------------------|----------|-----------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| Perú     | n                   | Válido   | 108                   | 108                                  | 108                                                                   |
|          |                     | Perdidos | 0                     | 0                                    | 0                                                                     |
|          | Media               |          | ,14                   | ,14                                  | ,1752                                                                 |
|          | Moda                |          | 0                     | 0                                    | ,00                                                                   |
|          | Desviación estándar |          | ,618                  | ,618                                 | 1,08702                                                               |
|          | Mínimo              |          | 0                     | 0                                    | ,00                                                                   |
|          | Máximo              |          | 5                     | 5                                    | 10,94                                                                 |
|          |                     |          |                       |                                      |                                                                       |
| Colombia | n                   | Válido   | 14                    | 14                                   | 14                                                                    |
|          |                     | Perdidos | 0                     | 0                                    | 0                                                                     |
|          | Media               |          | 2,57                  | 2,64                                 | 3,2395                                                                |
|          | Moda                |          | 3                     | 1 <sup>a</sup>                       | 2,64                                                                  |
|          | Desviación estándar |          | 2,102                 | 2,134                                | 5,13664                                                               |
|          | Mínimo              |          | 1                     | 1                                    | ,46                                                                   |
|          | Máximo              |          | 9                     | 9                                    | 20,07                                                                 |
|          |                     |          |                       |                                      |                                                                       |

*Nota.* a: Existen múltiples modos. Se muestra el valor más pequeño.

## Discusión

En síntesis, en esta investigación se halló que las historietas y las caricaturas están presentes en la prensa peruana y colombiana, pero en un nivel muy bajo, y que están más presentes en Colombia que en Perú. Asimismo, se encontró que en Perú y Colombia las historietas tienen como finalidad el entretenimiento principalmente y no han evolucionado hacia la información, la interpretación o la opinión. En cuanto a las caricaturas, estas tienen como finalidad principal la crítica política principalmente y tampoco ha habido una evolución hacia la información o la interpretación.

Estos resultados, plantean varias preguntas: ¿La historieta y la caricatura están desapareciendo? ¿La historieta y la caricatura, como géneros o especies periodísticos, están desapareciendo o han evolucionado? No están desapareciendo. La abundante difusión de historietas, de mangas, de animes, muestran que han inmigrado a otros medios como los libros digitales, las redes sociales y los periódicos digitales. Siguiendo a Scolari (2019), se puede afirmar que las historietas y las caricaturas han migrado del ecosistema del papel al ecosistema digital, ya que los géneros no desaparecen sino mutan de hábitat.

Además, debido a la hegemonía de los medios de comunicación visuales, el hombre se ha transformado: Ha pasado de preferir leer a ver, de ser *homo sapiens* a ser *homo videns*, de tener una inteligencia lineal

o secuencial a tener una inteligencia múltiple (Sartori,1998; Simone, 2001). Así, las historietas y las caricaturas no deberían desaparecer.

Las nuevas generaciones tienen una nueva forma de relacionarse con el mundo, de aprenderlo y han creado en torno a las tecnologías visuales una cultura visual (Sartori,1998; Simone, 2001; Castillo, 2009). A partir de la segunda mitad del siglo XX, los hombres y mujeres han nacido y crecido en sociedades dominadas por los medios visuales. Así, son más competentes para codificar y decodificar imágenes que escritos, están más inclinados a ver que a leer (Castillo, 2009).

De lo anterior, se puede inferir que las historietas y las caricaturas, por el lenguaje visual que utilizan, son compatibles con la cultura visual preponderante en la actualidad. Si en el siglo XVIII y XIX las historietas y las caricaturas se correspondían bien con el analfabetismo de las masas, en el siglo XX y XXI son apropiadas para la cultura visual. Entonces, para el periodismo impreso, las historietas y las caricaturas son géneros o especies que ofrecen grandes ventajas para comunicar. Y, sin embargo, como se ha visto en los resultados, las historietas y las caricaturas tienen muy poca presencia en los diarios impresos de Lima y Bogotá. Inclusive, pareciera que tienden a desaparecer de ellos.

Ciertamente, la historieta y la caricatura se han quedado como géneros de entretenimiento y de opinión y no han evolucionado al género informativo ni al interpretativo. En Colombia y Perú, los diarios impresos no han desarrollado las historietas ni las caricaturas como géneros periodísticos. Se ha quedado en el pasado, como género de entretenimiento y de opinión. No han llegado a géneros informativos o interpretativos como ha ocurrido en los Estados Unidos.

Sin embargo, se puede afirmar que historietas y las caricaturas no están desapareciendo como género periodístico, aún están presentes en la prensa, pero digital. Las publicaciones periodísticas en línea tienen historietas y caricaturas. Los más destacados caricaturistas consideran que tienen más libertad de expresión en los medios alternativos digitales, en las redes sociales, que en los diarios impresos con líneas políticas cerradas. Por ejemplo, El Montonero, un portal peruano de opinión periodística, presenta una caricatura por día.

¿Y si las historietas y las caricaturas no están desapareciendo ni como géneros periodísticos, por qué su poca presencia o su ausencia en los diarios impresos? La respuesta es porque la prensa está en declive o desapareciendo. Es el medio de comunicación periodística el que está en el camino de la extinción. Los medios impresos están en una severa crisis económica, porque han perdido su soporte económico que es la publicidad que ha migrado a las plataformas como Google y Meta (García et al., 2026).

En Colombia, los diarios impresos más importantes El Tiempo, El Espectador, Portafolio, Semana, El Colombiano, El Nuevo Siglo, El País, El Heraldo, Vanguardia, El Universal, La Opinión y La Patria atraviesan

una severa crisis económica y financiera. El Espectador ha dejado de publicarse los sábados (García et al., 2026).

Y en el Perú, la crisis económica y financiera es similar para todos los diarios, inclusive, los más importantes como los del Grupo El Comercio y La República. Después de varios años de crisis, se vendió el 62% de las acciones de El Comercio.

Esta crisis económica y financiera de los periódicos impresos ha dejado atrás la era dorada de las historietas y las caricaturas cuando se publicaban en páginas enteras y a todo color. Hoy han sido reemplazadas por información pagada.

La publicación de historietas en la prensa peruana y colombiana está relacionada con la capacidad económica de la empresa periodística para pagar una planilla o los derechos de autor de historietistas globales. Una característica de las empresas que publican historietas es que son empresas medianas o grandes aún con un gran respaldo económico y financiero. En el Perú, Correo puede pagar aún a Alfredo Marcos, humorista gráfico político y Trome, a Karry. Perú 21 y El Popular pueden costear todavía los derechos de autor de Gaturro; El Comercio, de Mafalda, Condorito y Animalitos Locos; y La República, Charly Brown y Garfield. En Colombia, El Tiempo costea aún los derechos de Carlitos, Gaturro, Justo y Franco, Calvin y Hobbes y Olafo.

Al igual que en las historietas, la publicación de caricaturas en la prensa peruana y colombiana está relacionada a la capacidad económica de la empresa periodística para pagar una planilla. Las empresas periodísticas que publican caricaturas son las mismas que publican historietas y tienen todavía respaldo económico y financiero para hacerlo. La República tiene aún el soporte económico como para pagar a Carlín y Eduardo, dos reconocidos caricaturistas peruanos, al igual que Perú 21 que puede solventar todavía la publicación de El Otorongo, un suplemento especial de humor, en el que la caricatura es el principal elemento de su contenido.

El impacto de los nuevos medios de comunicación digitales ha sido devastador para los medios impresos. La disminución y la casi desaparición de las historietas y las caricaturas es un indicador. A esto hay que sumarle el impacto que tendrá la Inteligencia Artificial Generativa (IAGen), que ya hace posible elaborar historietas y caricaturas con mucha facilidad y rapidez.

## Conclusión

Las historietas y las caricaturas están presentes en la prensa peruana y colombiana, pero en muy poca medida. Si se compara con las publicaciones periodísticas impresas de las décadas pasadas, se observa una disminución significativa. En el diario La República de los años 90, se podían ver historietas a página completa. Ahora, se han reducido a dos caricaturas.

En Colombia, las historietas y las caricaturas están más presentes que en Perú. La mayoría de los diarios de Perú no tienen historietas ni caricaturas.

En Perú y Colombia, las historietas tienen como finalidad el entretenimiento principalmente. Se presentan como un género eminentemente diversional. No han evolucionado a la información ni a la interpretación ni a la opinión.

En la prensa peruana y colombiana, las caricaturas tienen como finalidad principal la crítica política. Se presentan como un género periodístico eminentemente opinativo. En esto tampoco ha habido una evolución hacia la información o la interpretación.

La publicación de historietas y caricaturas en la prensa peruana y colombiana está asociada con la capacidad económica y financiera de las empresas periodísticas, que pueden asumir los costos de planillas o derechos de autor. Así, la muy poca presencia de las historietas y caricaturas es un indicador de la severa crisis de los diarios impresos.

## Referencias

- Acevedo, D. (2009). *Política y caudillos colombianos en la caricatura editorial, 1920-1950: estudio de los imaginarios políticos partidistas*. La Carreta Editores.
- Acevedo, J. (2021). *Para hacer historietas*. Instituto de Estudios Peruanos.
- Ávila, X. M. (2002). La caricatura, en el periodismo del nuevo siglo. *Revista Latina de Comunicación Social* (46) <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina46enero/4608ximena.htm>
- Ayala, K. (2021). *La patria en disputa. Representaciones de la nación en la caricatura política de la guerra civil entre Andrés B. Cáceres y Nicolás de Piérola (1892-1896)*. Fondo Editorial UCSS.
- Castillo, M. (2009). Acceso y uso de las tecnologías visuales y sus posibles repercusiones en los alumnos de la UNALM. *Anales Científicos*, 70(3) 174-171
- Di Palma, G. (2010). *Introducción al periodismo. Internet y tecnología digital. Prensa gráfica – Radio y TV*. Editorial Brujas.
- Diviani, R. (2016). La crítica a la historieta en Argentina en los años sesenta y setenta. Entre la semiología y la “cultura popular”. *Comunicación y Sociedad*, (26), 145-170.

- Eco, U. (2013). *Apocalípticos e integrados* (1ra. ed.). Sudamericana.
- Fernández, A.M. (2015). Caricatura política, razones y emociones. *Razón y palabra* 89 (2).
- García, D., Jiménez, J., & Rivera, J. (2026). La crisis económica de los medios de comunicación en Colombia: el caso de los medios impresos. *Revista de Comunicación*, 25(1), 121-140.  
<https://doi.org/10.26441/RC25.1-2026-4352>
- López-Hidalgo, A., & López-Redondo, I. (2021). Nuevos registros narrativos en el periodismo cómic. Un estudio de caso: La grieta. *Profesional de la información*, 30 (1), e300117.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.17>
- Marques de Melo, J., & Assis, F. de (2016). Géneros y formatos periodísticos: un modelo de clasificación. *Intercom*, 39(1) 39-56. <https://www.scielo.br/j/interc/a/YYXs6KPXhp8d7pRvJvnRjDR/?format=pdf>
- Matos, D. (2015). *El cómic como género periodístico: De Art Spiegelman a Joe Sacco* [Tesis doctoral, Universidad Pontificia de Salamanca]. Repositorio institucional.
- Odiaga, R. (2021). *El lenguaje visual de la caricatura política peruana en el segundo gobierno de Alan García: El Otorongo*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio institucional.
- Orobon, M.A., & Lafuente, E. (2021). Hablar a los ojos. Caricatura y vida política en España (1830-1918). Prensas de la Universidad de Zaragoza.
- Rodríguez, R. (2017). *Diseño del curso-taller. La historieta como medio de difusión de investigaciones universitarias*. UNID Editorial Digital.
- Sartori, G. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Taurus.
- Scolari, C., & Rapa, F. (2019). Media evolution: Sobre el origen de las especies mediáticas. La Marca Editora.
- Simone, R. (2001). *La tercera fase. Formas de saber que estamos perdiendo*. Taurus.
- Suenzo, F., Boczkowski, P., & Mitchelstein, E. (2020). La crisis de la prensa escrita: una revisión bibliográfica para repensarla desde Latinoamérica. *Cuadernos.info*, (47), 1-25.  
<https://doi.org/10.7764/cdi.47.1867>
- Tovar, C. (2004). Caricatura y política. *Comunifé*, 4(IV), 93–107.  
<https://revistas.unife.edu.pe/index.php/comunife/article/view/1892>

**Contribución de los autores**

**MBCH:** Conceptualización; investigación (recolección de datos en Perú); análisis formal; redacción – borrador original; redacción – revisión y edición.

**AGVS:** Investigación (recolección de datos en Colombia); redacción – revisión y edición.

**Fuentes de financiamiento.**

La investigación fue realizada con recursos propios.

**Conflictos de interés**

No presenta conflicto de intereses.

**Correspondencia**

mcastillo@lamolina.edu.pe