

JUAN GARGUREVICH



Periodista, es decano de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la PUCP y profesor en la Universidad Nacional de San Marcos. Especializado en la historia del periodismo, ha escrito varios libros, entre ellos, *Historia de la prensa peruana* (1991) y *La prensa sensacionalista en el Perú* (2000).

## LOS MEDIOS MASIVOS DE INFORMACIÓN EN EL PERÚ, 1980-2012

Revisar cuarenta años de historia de los medios masivos de información en tan breve espacio es sin duda insuficiente, pero lo hacemos considerando que cada vez más alumnos —y en especial tesis-tas— requieren de información histórica básica para sus trabajos.

El propósito de este texto es, entonces, fijar hitos para quienes deseen repasar la historia de nuestros medios informativos, no ciñéndose a fuentes únicas sino atendiendo a que existen distintas visiones que no se pueden eludir si la intención es genuinamente académica. Debe advertirse que en un tema tan complejo como la historia de los medios, las clasificaciones y nominaciones son arbitrarias. Los interesados en su estudio deben someterse a ese riesgo.

En ese sentido, trataremos de proveer las fuentes de consulta que a nuestro parecer son básicas para acceder a los escenarios, muy complejos, que hicieron posibles eventos tan significativos como la fundación de medios, su desaparición o la influencia que tuvieron en contextos determinados.

Se ha venido además insistiendo, en especial en los estudios políticos, en la ausencia de trabajos en nuestro país que se acerquen más y mejor a las relaciones del poder con los medios masivos de infor-

mación, que son empresas que pugnan por la rentabilidad a la vez que tratan de situarse como promotoras de opinión proclamando una independencia que nunca han tenido.

Seguramente, en el encuentro de los aportes de las ciencias sociales, el periodismo y la historia, surgirán las claves para entender mejor el comportamiento de los medios de información en las diferentes etapas de nuestra historia.

Hemos elegido esta vez como punto de partida el año 1980, porque esta fecha marca un hito histórico de gran relevancia, esto es, el término del gobierno militar iniciado en 1968 y el retorno de la democracia representativa.

### **LAS FUERZAS ARMADAS Y OCTUBRE DE 1968**

En octubre de 1968, las fuerzas armadas decidieron remover al gobierno del presidente Fernando Belaunde Terry y reemplazarlo por un “gobierno revolucionario” liderado por el general Juan Velasco Alvarado.

Las razones formales que adujeron para una decisión tan drástica fueron, entre otras, la necesidad de combatir la corrupción y de crear nuevas estructuras de poder que aseguraran dignidad y justicia. No obstante, llamaba la atención la violencia del discurso revolucionario expresado ya sea directamente por el propio Velasco Alvarado o por comunicados difundidos por los medios de comunicación, tanto por la prensa escrita como por la radio y la televisión.

El discurso alarmó así a muchos sectores, que luego del impacto de los primeros días de cambio de gobierno reaccionaron oponiéndose con sus armas de costumbre, esto es, los medios masivos de comunicación y particularmente la prensa diaria. Los sectores laborales, en cambio, manifestaron simpatía por el nuevo régimen y no acompañaron a los grupos de presión empresariales.

Desde el comienzo, la relación de los militares con las empresas periodísticas y con los periodistas mismos fue muy difícil y de confrontación. Hubo severas expresiones de ambos bandos endureciéndose a medida que se avanzaba en la implementación de un proyecto de cambios que tocaba intereses que nunca antes habían sido perturbados, como la propiedad de la tierra, con la reforma agraria de 1969.

La relación entre los medios de comunicación y los militares golpistas o revolucionarios puede sistematizarse de la siguiente manera:

- 1968-1970: primera clausura de los diarios *Expreso* y *Extra*.
- 1970-1974: expropiación de los diarios *Expreso* y *Extra*; ensayo de instituir un modelo cooperativista para los medios; nueva Ley General de Telecomunicaciones que expropió las principales emisoras de radio y canales de televisión.
- 1974-1980: expropiación e intento de implantar un modelo de propiedad social para la prensa nacional cuyo tiraje fuera de más de 20 mil ejemplares diarios; fracaso y devolución de los medios a sus antiguos propietarios.

Debemos advertir que empleamos el vocablo “expropiación” porque esa fue la palabra usada en el decreto correspondiente. Es probable que expropiar los medios de comunicación fuera la intención del gobierno militar, pero en la práctica, al no realizarse la tramitación judicial correspondiente (justiprecio, pago a los propietarios, etc.), la toma de las empresas fue una confiscación.<sup>1</sup>

El fin de este gobierno militar, que tuvo dos partes —la primera liderada por el general Juan Velasco Alvarado de 1968 a 1975 y la segunda por el general Francisco Morales Bermúdez de 1975 a 1980—, significó la interrupción o revisión de una serie de cambios impulsados en esos años, como la Ley de Educación.

Debemos recordar otro proceso que se interrumpió al finalizar ese régimen: la adhesión al movimiento de los Países No Alineados, que no solo buscaba posiciones independientes respecto de la política de los grandes bloques de poder mundial, sino que abarcaba el tema de la información global.

Desde inicios de la década del setenta, se venía señalando el severo desequilibrio informativo mundial marcado por la predominancia de las agencias informativas del Norte, las principales proveedoras de noticias de las empresas informativas del Sur. El tema adquirió característica de denuncia cuando numerosos estudios comprobaron que, efectivamente, la visión del Sur... en el Sur... era proveída por el periodismo del Norte.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Sobre el proyecto militar relativo a los medios, recomendamos ver el capítulo “El sueño de una prensa diferente” de Gargurevich 1991.

<sup>2</sup> Para revisar los principios que inspiraron el reclamo de un nuevo orden informativo, debe leerse, entre otros textos importantes, el informe de la Unesco sobre problemas de la comunicación. Ver MacBride 1980.

Los Países No Alineados fundaron entonces una gran agencia, el Pool NO-AL, que reunía a las agencias informativas nacionales, para así conformar un sistema noticioso alternativo, otra visión de la realidad del Sur. En ese esfuerzo participó el Perú con la agencia de noticias Andina, que tuvo una actuación importante en otra organización, la Acción de Sistemas Informativos Nacionales (ASIN), ya desaparecida.<sup>3</sup>

Todo esto venía aparejado a la discusión sobre la pertinencia de formular políticas explícitas de comunicación, entendidas estas como acciones gubernamentales destinadas a regular los contenidos informativos para orientarlos al desarrollo, pero sin adoptar el modelo socialista que coloca a los medios a disposición del gobierno y del partido único.<sup>4</sup>

Culminado el gobierno militar, la discusión sobre una política de comunicación se abandonó en gran parte por la presión de sectores empresariales informativos privados que veían en el proyecto un importante enemigo de la libertad de prensa. Vale la pena recordar que el debate central estuvo entre quienes reclaman un “libre flujo de expresión” y quienes proponían un “libre pero equilibrado flujo de expresión”.<sup>5</sup>

El proceso de discusión no se interrumpió bruscamente, pero poco a poco fue desapareciendo de las agencias políticas de los países que habían estado más involucrados, como México y Venezuela.

En los meses previos al retorno de la vieja prensa, las izquierdas se organizaron por primera vez en la historia para editar el *El Diario de Marka*, que circuló a partir de mayo de 1980 en una experiencia ciertamente enriquecedora que examinaremos con atención mas adelante.<sup>6</sup>

## **LA RECONSTRUCCIÓN DE LA AUDIENCIA: 1980-1990**

Dos gobiernos democráticos fueron elegidos en el decenio en campañas en las cuales los medios informativos tuvieron un rol importante, tanto por los debates como por la presencia cada vez mayor de la comunicación publicitaria

<sup>3</sup> Recomendamos revisar Carrillo 1985.

<sup>4</sup> Véase, entre otros, Cornejo Polar 1993.

<sup>5</sup> Para una visión crítica y contraria a la propuesta de la Unesco y los Países No Alineados, véase Righter 1982.

<sup>6</sup> Una descripción detallada del proyecto inicial la hizo Niezen Matos s. f.

política: los gobiernos de Fernando Belaunde (1980-1985) y de Alan García Pérez (1985-2000).

En julio de 1980, Fernando Belaunde Terry volvió a la Presidencia y su primera e importante decisión política fue decretar el retorno del control de los medios informativos a sus antiguos propietarios. Regresaron entonces las antiguas administraciones de los diarios *El Comercio* (familia Miró Quesada), *La Prensa* y *Última Hora* (herederos de Pedro Beltrán), *Correo y Ojo* (herederos de Luis Banchemo Rossi), y *Expreso y Extra* (Manuel Ulloa Elías).

En lo que respecta a los medios audiovisuales, la devolución fue menos espectacular porque el proceso se había iniciado ya meses antes, debido a que el proyecto fue desde el principio confuso y fue peor implementado que el de los periódicos. De aquel tiempo de transición, Vivas destaca la adopción de la televisión a color: “El lento remontar vuelo que la televisión vivió a partir de 1980 tiene un factor dual en el color: por un lado, su introducción elevó costos y complicó técnicamente el despegue; por otro lado, marcó positivamente la nueva etapa” (Vivas 2001: 202).

En lo que atañe a la radio, para formalizar la devolución, el gobierno nombró a una comisión presidida por el ministro de Justicia (decreto ley 19020), que devolvió a sus antiguos dueños las emisoras Atalaya, Once Sesenta y otras, en un proceso que Bustamante describe como complicado porque no había idea cabal de la magnitud del medio ni del negocio.<sup>7</sup>

Una vez instalados los antiguos dueños de los diarios, sucedió lo previsible: las redacciones sufrieron una verdadera ola de despidos de aquellos periodistas que se habían adherido a los principios del gobierno militar.

Para justificar este hecho, las empresas periodísticas lograron que el gobierno expediera un decreto que autorizaba el despido del personal considerado “de confianza” con un límite del 15%. En la práctica, los diarios se deshicieron de decenas de profesionales con el propósito de rehacer las visiones informativas para recuperar la vieja lectoría perdida por el bajo nivel de credibilidad de la prensa de los años militares.

En ese orden de cosas, los empresarios de los medios también obtuvieron la dación de los decretos legislativos 76, 77 y 79, que les concedieron reducciones

<sup>7</sup> Para detalles de este proceso, véase Bustamante 2012.

de impuestos y tasas arancelarias, exoneraciones de alcabalas, fraccionamientos de deudas, etc.

Por otro lado, por medio del Banco de la Nación, el Banco Industrial y la Corporation Financiera de Desarrollo (Cofide), recibieron créditos llamados “blandos” a corto y largo plazo, y bonos del Estado “para compensarlos de su pérdida patrimonial durante la expropiación por el régimen militar”.<sup>8</sup> Las enormes ventajas, que fueron sabiamente aprovechadas por las empresas de televisión, duraron hasta 1985, cuando la Cámara de Diputados eliminó varios artículos de la ley de exoneraciones.<sup>9</sup>

Se inició así una nueva e importante etapa de la historia de los medios de comunicación nacionales, lapso que contempló la desaparición de los diarios *La Prensa* y *Última Hora* por el debilitamiento de los grupos de poder y de presión de la oligarquía terrateniente, principal gestora de ambas publicaciones.

Aparecieron en cambio nuevos medios impresos, como el citado *El Diario de Marka*, y *El Observador* y *La República* (estos dos últimos en 1981), que tuvieron como características centrales su independencia de los sectores políticos tradicionales — aunque no ocultaron, como en el caso de *Marka*,<sup>10</sup> su posición de izquierda— y la conformación de nuevos equipos de periodistas, que provenían de universidades o que eran escogidos de entre aquellos que habían sido despedidos por las empresas que retornaron a sus antiguos propietarios —incluidos los diarios estatales. Una revisión somera de nombres confirmará que la mayoría de los profesionales de los nuevos periódicos adquirieron experiencia durante el gobierno militar.

## LA VIOLENCIA ANDINA: UN NUEVO ESCENARIO

El gobierno de Belaunde debió enfrentar el comienzo de las actividades subversivas del Partido Comunista del Perú – Sendero Luminoso, nombre este último de su hoja de propaganda.

---

<sup>8</sup> “Medios de comunicación crecieron con apoyo económico del Estado. Créditos de hasta 6 millones de dólares recibió cada canal de televisión y hasta 300 mil dólares cada radio”. En *El Peruano*, 29 de diciembre de 1990, p. B/16.

<sup>9</sup> “Cámara Baja recorta subsidios que beneficiaban a las empresas de TV”. En *La República*, 7 de enero de 1985.

<sup>10</sup> El semanario *Marka* circuló a partir de mayo de 1975 y fue su empresa fundadora, Runa-marka, quien impulsó su lanzamiento bajo el nombre *Marka El Diario*. Se ha popularizado como *El Diario de Marka* y la mayoría de los estudiosos de la prensa lo llaman así.

Las fuerzas armadas se enfrentaron a la guerrilla senderista con un saldo trágico que el informe posterior de la Comisión de la Verdad y Reconciliación considera que fue de más de 60 mil muertos, y entre ellos, muchos periodistas. Durante años, los departamentos considerados como zona de guerra fueron declarados en emergencia y, en consecuencia, perdieron las garantías que concede la Constitución sobre libertad individual, derecho de reunión, etc., y, por supuesto, libertad de expresión.

Pero el drama tardó en ser asumido. Jorge Acevedo, un estudioso del tema de la comunicación en esta etapa, nos dice que “Es muy posible que en la década del ochenta buena parte de la sociedad peruana no haya percibido el problema de los derechos humanos en toda su magnitud”. Acevedo agrega que “En los primeros años de la guerra interna, los atentados, las acciones de violencia no tocaban a los habitantes de las grandes ciudades del Perú, en especial a Lima, donde se concentra un tercio de la población peruana” (Acevedo Rojas 2002: 49).

Otro observador, Víctor Peralta, afirma que el fenómeno subversivo, al alcanzar niveles inéditos, “hizo proliferar toda una serie de enfoques discursivos para explicar la violencia política peruana” (Peralta 2000: 11). “Al mismo tiempo”, añade, “Sendero Luminoso se fue convirtiendo progresivamente en un fenómeno mediático, es decir, en un objeto cuyo tratamiento noticioso se hizo atractivo para la prensa en su intención de ampliar la demanda de sus lectores” (ibíd.).

Efectivamente, el drama llegó a la prensa limeña por el impacto noticioso provocado tanto por las acciones subversivas como por la respuesta militar a ellas, y tuvo, en el plano periodístico, su punto más álgido cuando fueron asesinados ocho periodistas en el remoto poblado de Uchuraccay (Ayacucho), en enero de 1983 (Falconí Gonzales 2010).

Pese al tiempo transcurrido y la gran información publicada, todavía se discute la autoría de ese crimen. Hay quienes sostienen que fueron los campesinos quienes asesinaron a los hombres de prensa, azuzados por los militares, y quienes opinan que fueron estos últimos los que ejecutaron la orden de eliminarlos.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Quien desee acercarse al tema deberá revisar el informe de la Comisión Investigadora de los Sucesos de Uchuraccay, llamada también “Comisión Vargas Llosa” porque fue presidida por el famoso escritor. Igualmente, ver el Informe de la Comisión de la Verdad ya citado.

A la tragedia de Uchuraccay se sumaron las desapariciones y muertes de varios periodistas más, y los asaltos de grupos subversivos a emisoras, todo lo cual convirtió al Perú en uno de los países más inseguros para ejercer la profesión.<sup>12</sup>

Por otro lado, el gobierno de Fernando Belaunde dejó como herencia al de Alan García, el sistema informativo que a su vez había recibido del gobierno militar. Los militares habían creado el Sistema Nacional de Información (Sinadi), que tenía como eje ejecutor la Oficina Central de Información (OCI), y que fue convertido por los belaundistas en el Sistema Nacional de Información Social (Sinacoso), reteniendo el control de los diarios *El Peruano* (oficial), *La Crónica* y *La Tercera* (que habían pertenecido antaño al Grupo Prado), la extensa red de emisoras de Radio Nacional, radio La Crónica y, lo mejor, la creciente red de estaciones de televisión encabezada por Canal 7, en Lima, y la agencia de noticias Andina.

En sus entusiasmos iniciales, García prometió desactivar el aparato estatal de información, pero lo mantuvo y más bien lo reforzó al otorgarle visos de política instrumental, es decir, capacidad de colocación de temas en la agenda de los medios, con una eventual respuesta.<sup>13</sup> Asimismo creó el Instituto Nacional de Comunicación Social con las mismas características que los anteriores.

El Apra tuvo desde su fundación una cercana relación con el periodismo y un interés en general por la comunicación. Fue quizá por eso que, en su campaña, García propuso un plan nacional de comunicación social, aunque este proyecto fue rápidamente olvidado luego de asumir el poder.

En 1986, el Apra renunció de manera definitiva a la información independiente que le aseguraba su adhesión a los Países No Alineados. Una dura campaña acusando de comunismo a dicho movimiento hizo retroceder a García, quien solo logró conservar la agencia de noticias Andina, que también era señalada como parte de los “instrumentos que usan las dictaduras para liquidar la prensa independiente del mundo libre” (Hurtado 1986).

---

<sup>12</sup> Una lista pormenorizada de periodistas víctimas del terrorismo puede consultarse en *El Comercio* 2004: 114.

<sup>13</sup> En una entrevista concedida a *El Comercio*, García declaró lo siguiente: “se plantea la disolución del Sistema de Comunicación Social, organismo creado por el régimen anterior para controlar y dirigir la prensa. En una democracia este tipo de organismos son inaceptables”. En *El Comercio*, 24 de marzo de 1985, p. A-4.



Por otro lado, el manejo de la economía por el gobierno, que llevó a una inflación inédita en el Perú, golpeó severamente a los medios de comunicación. La televisión perdió su entusiasmo por la producción de telenovelas que la caracterizó el quinquenio anterior, pero tuvo en contraste mayor presencia política porque el Apra —salvo en las regiones declaradas en emergencia por el problema subversivo— concedió espacios de libertad de expresión. Aparecieron nuevos medios, como la revista *Sí* (1987), que tuvo una importante actuación en la década siguiente, *Cambio*, primero revista y luego diario desde 1987, y *La Voz*, un diario que surgió en 1986, que hizo una férrea oposición al gobierno y que cerró finalmente por el boicot de publicidad que le hizo este —el principal anunciante en esa época— y la galopante inflación.

La desaparición del antiguo diario *La Prensa*, que había sido fundado en 1903 y había pasado por diferentes propietarios y tiendas políticas, marcó el fin de lo que podríamos llamar el “viejo periodismo”, aquel que promoviera Pedro Beltrán en los años cincuenta y que insistía en que era posible la objetividad periodística... siempre y cuando se fuera liberal, anticomunista, católico, anti-reformista agrario y promotor de las derechas en general. Ante el nuevo periodismo en la televisión y el esfuerzo de renovación de *El Comercio*, por ejemplo, pocos extrañaron al diario del jirón de la Unión cuyo bello edificio, construido a principios del siglo XIX, hoy aloja a varias tiendas de ropa.

Al acercarse el fin del gobierno aprista y perfilarse las nuevas candidaturas —en especial la de Mario Vargas Llosa en representación del Frente Democrático (Fredemo)—, se hizo evidente que los medios llevarían el peso de la campaña (ya terminaban los tiempos en que los mítines masivos eran decisivos) y que la inversión publicitaria podría ser decisiva.

Entonces se debatieron en el Congreso varios proyectos de equilibrio informativo en los medios y sobre todo de regulación del gasto en publicidad. Los proyectos de los senadores Rolando Ames y Carlos Malpica fueron recibidos con agrado por amplios sectores, pero cuestionados por grupos de presión tan importantes como la Asociación de Radio y Televisión, y el Apra les retiró su apoyo.

## LA COMUNICACIÓN MASIVA AL MEJOR POSTOR: 1990-2000

Alberto Fujimori derrotó a Mario Vargas Llosa en las elecciones de 1990 e inmediatamente se deshizo en promesas de respeto a la libertad de expresión. Heredaba del Apra el aparato informativo estatal y la presencia de grupos de

presión, como la citada Asociación de Radio y Televisión, la Asociación de Diarios del Perú y la Asociación Peruana de Agencias Publicidad, entre otros.

La historia del extenso gobierno fujimorista es cercana, pero recordemos las etapas en que podríamos sistematizarla para revisarla:

- 1990-1992: presidencia constitucional
- 1992-1995: golpe cívico militar y presidencia autoritaria
- 1995-2000: presidencia constitucional y fuga del Presidente

¿Cómo podríamos definir el periodismo fujimorista? Quizá como el ejercicio de simular informar, mintiendo, exagerando, ocultando noticias, deformando otras, sembrando rumores o alimentándolos, promoviendo el miedo, asegurando la fidelidad de periodistas y medios, eliminando la competencia, y urdiendo campañas para lanzarlas a través de los medios bajo su control, amedrentando o despidiendo periodistas.<sup>14</sup>

Y todo esto haciendo creer que se actuaba con el debido respeto a los principios de la libertad de expresión y reclamándola con vehemencia para asegurar la impunidad. Sin embargo, esto no fue una novedad en nuestro país: periodismos así han existido en varias etapas de nuestra historia, podría alegar un buen estudiante.

Es verdad. Por ejemplo, en los once años en los que fue presidente Augusto B. Leguía (legitimado democráticamente mediante elecciones, como Fujimori), se hizo exactamente lo mismo promoviendo un periodismo servil, expropiando diarios, persiguiendo periodistas. Al final, como en una buena lección de historia, la caída del régimen de Leguía provocó la aparición de un periodismo explosivo que demolió al leguismo para siempre.

El “pensamiento Fujimori” para el periodismo hizo su aparición en la escena política con el llamado autogolpe del 5 de abril de 1992. Esa noche ingresaron tropas al diario *La República* y un oficial censor corrigió varias informaciones. Los propietarios se negaron a aceptar este hecho y la edición apareció con elocuentes espacios en blanco.

No tuvieron éxito los fujimoristas en la censura directa, y debieron por tanto diseñar una manera distinta de formar y manejar la opinión pública en frentes

---

<sup>14</sup> Sobre el tema, recomendamos Conaghan 1999.

bien definidos, utilizando sistemáticamente prácticas perversas, como el soborno a los propietarios de prensa impresa, la fundación de periódicos de corte popular y la compra de la línea editorial a los principales canales de televisión. En resumen: la corrupción del régimen trasladada a nuestra profesión.

El fujimorismo persiguió sañudamente a *Liberación*, el diario fundado por César Hildebrandt en noviembre de 1999, que pronto fue una pesadilla para el gobierno. *Liberación* no pudo soportar el boicot publicitario y dejó de circular meses después de su creación.

Esta operación mediática fue manejada por el presidente Fujimori y su asesor Vladimiro Montesinos, y puesta en práctica por el puñado de publicistas que pagaba el régimen, esto es, Borobio, Vinitzky, Mankevich, artífices reales de la llamada prensa chicha que sostuvieron hasta el año de la fuga presidencial. Y entonces muchos creyeron que, tal como el leguismo, la pesadilla fujimorista había acabado para el periodismo. Citemos informaciones de algunos diarios:

Luego de casi un año de silencio, el ex asesor de inteligencia Vladimiro Montesinos rompió ayer su mutismo ante la opinión pública y admitió haber pagado millonarias sumas de dinero a diversos medios de comunicación televisivos a cambio de que brindasen su apoyo al régimen del entonces presidente Alberto Fujimori. (*El Comercio*, 20 de abril del 2004, p. A-4)

Tras ser citado de grado o fuerza, el periodista Nicolás Lúcar de la Portilla, confiado y con sonrisa a flor de labios, admitió ayer que Palacio de Gobierno, durante el régimen de Alberto Fujimori, favoreció con noticias y primicias informativas a su ahora desaparecido programa “La Revista Dominical” que transmitió Canal 4. (*El Comercio*, 11 de junio del 2004, p. A-5)

A 15 años de cárcel condenó ayer la Sala Penal Anticorrupción al corrupto ex asesor presidencial Vladimiro Montesinos por pagar con dinero del Estado, entre 1998 y el 2000, a los entonces directores de televisión Francisco y Enrique Crousillat (de Canal 4), Julio Vera Abad (de Canal 9) y Samuel y Mendel Winter (de Canal 2) para que apoyen al gobierno del prófugo Fujimori. (*La República*, 29 de junio del 2004, p. 11)

La venta de la línea editorial había sido puesta en evidencia en los famosos videos en los que se ve a Montesinos entregando fajos de dólares al dueño de Canal 5, Schutz, y a los Crousillat, padre e hijo, y que pueden ser vistos en Youtube.

No debe olvidarse la maniobra del gobierno para controlar Canal 2 en 1997, al retirársele a Baruch Ivcher la ciudadanía peruana y traspasar “legalmente” la propiedad a los hermanos Winter, accionistas minoritarios. A raíz de este incidente, todo el equipo periodístico del programa *Contrapunto* debió renunciar.

Con relación a la prensa, y en ese mismo proceso judicial, Montesinos confirmó, acogiéndose al beneficio de la confesión sincera, que “los pagos se hicieron por órdenes del prófugo ex mandatario, quien le autorizó a usar el dinero del Estado para cubrir los ‘servicios’ de los directores de los diarios La Chuchi, La Yuca, El Chino, Repudio, República y Referéndum. El dinero era entregado por Augusto Bresani” (*El Comercio*, 12 de mayo del 2004).

Bresani era el personaje clave del periodismo chicha al servicio del régimen. Fugó a los Estados Unidos, donde fue detenido y extraditado al Perú, decidiendo contar los detalles del sistema de corrupción de la prensa en un libro que circuló en el año 2003 bajo el título de *Ocaso y persecución*. Prometió otro titulado *Los acólitos de Satanás*, pero murió sin completarlo en marzo del 2007. Otro personaje de la prensa chicha fue el periodista Rubén Gamarra, quien dirigió uno de los diarios amarillistas y más tarde publicó también un libro testimonial: *La prensa chicha de Montesinos* (2001).

La aventura fujimorista terminó en desastre para el dictador civil y sus partidarios. La noche del 14 de setiembre del 2000, los políticos Luis Iberico y Fernando Olivera convocaron a los periodistas al Hotel Bolívar y mostraron un video en el que se veía al asesor presidencial Vladimiro Montesinos entregando 25 mil dólares al congresista Alberto Kouri en recompensa por su paso a la bancada fujimorista. Un clásico caso de transfuguismo, fenómeno que la prensa venía denunciando con insistencia.

Las escenas pasaron a la televisión y se desató un escándalo político de tal proporción que el presidente Fujimori anunció el alejamiento de Montesinos y la convocatoria adelantada a elecciones. Poco después viajó a una cita internacional en Brunei y envió un fax renunciando a la Presidencia, luego de lo cual se quedó a vivir en el Japón. El cargo de Presidente quedó vacante, pues el Congreso rechazó la renuncia y destituyó a Fujimori “por incapacidad moral”.

En el escenario de los medios, Fujimori dejó como herencia una televisión desprestigiada, pues fueron apareciendo los llamados “vladivideos” que mostraban la venta de la línea política de los principales canales a Montesinos en representación del gobierno. Otro de los legados fue un periodismo sensacionalista extremo acostumbrado a la irresponsabilidad, porque ninguna denuncia judicial por difamación prosperaba y mucho menos obtenía justicia.

### **MÁS MEDIOS, PERO MENOS VOCES: 2000-2011**

La responsabilidad del futuro político del país recayó en el Congreso que presidía la fujimorista Martha Hildebrandt. El Parlamento aprobó un voto de censura a la Directiva, que debió renunciar en el acto. Entonces fue elegido presidente del Congreso Valentín Paniagua, quien luego pasó a ser presidente transitorio con el encargo de convocar a elecciones.

Se inició entonces la tercera etapa que examinaremos, que ha tenido tres partes claramente diferenciadas:

- 2000-2001: presidencia transitoria de Valentín Paniagua
- 2001-2006: presidencia democrática de Alejandro Toledo
- 2006-2011: presidencia democrática de Alan García

El nuevo gobierno de Valentín Paniagua significó un enorme alivio para amplios sectores que contemplaban con angustia la impunidad con que se cometían actos de corrupción. Uno de los más afectados era la comunicación masiva, en particular los medios televisivos.

Hasta ese momento, el cuadro de propiedad de los principales canales era el siguiente: Canal 2 Frecuencia Latina pertenecía a los hermanos Winter; Canal 4 América Televisión a la familia Crousillat; Canal 5 Panamericana Televisión a las familias Delgado Parker y Schutz; y Canal 9 Andina Televisión a los Vera.

Todos fueron procesados e incluso condenados a prisión, como los Winter y los Crousillat. Schutz logró escapar y se refugió en Suiza. También huyeron Eduardo Calmell del Solar, de Cable Canal de Noticias, y Julio Vera Abad, de Canal 9.

Surgieron entonces voces que reclamaban retirar las licencias de funcionamiento a las empresas que habían vendido su línea editorial al gobierno fujimorista, planteándose la necesidad de promulgar una nueva ley de radio y televisión u otra de telecomunicaciones.

La regulación de los contenidos de los medios también se discutió. Se hicieron en aquel momento aportes importantes, que fueron inmediatamente rechazados por los grupos de presión empresariales, como la Asociación de Radio y Televisión del Perú que dijo, el 23 noviembre del 2001: “La mejor ley de prensa es la que no existe. La libertad no necesita tutela. Crear un Consejo de Criterio que regule la Radio y la TV es introducir la censura”, recogiendo así los viejos criterios que aseguraban la impunidad empresarial (Perla Anaya 2003: 39).

El gobierno transitorio no avanzó más y traspasó el debate a su sucesor, el régimen que encabezó Alejandro Toledo. Sin embargo, fue significativo que se abriera un espacio de cuestionamiento público a empresas que, no obstante, finalmente conservaron sus licencias, pues la nueva ley que se aprobó en 1994 no pasó de ser una reforma que modernizaba conceptos pero que no tocaba lo sustantivo, es decir, la obligación social de la comunicación masiva. Las licencias fueron renovadas por diez años con opción a diez años más.

Es necesario mencionar que en esos años se creó el Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV), una institución que sigue y estudia el comportamiento de los medios audiovisuales. Aunque no es obligatorio acatar sus recomendaciones, su presencia es importante.

La prensa diaria, en cambio, no tuvo mayores sobresaltos, abriéndose una brecha entre los periódicos sensacionalistas que siguieron creciendo en ventas y los llamados serios o de referencia, como *El Comercio*, que decidió crecer empresarialmente hasta llegar a convertirse años más tarde en el principal grupo mediático del país.

Con relación a Internet, el conocido y antiguo semanario *Caretas* sorprendió en el medio al ser la primera publicación en colocarse en la Red, el 12 de enero de 1995, al comienzo solo de manera quincenal. Más adelante sería también pionero en reclamar un pago por el acceso total a sus informaciones. Pocos meses más tarde, el 15 de mayo de 1996, le siguió *La República*, y en noviembre apareció *La Encuesta*, el primer diario digital nacional que no era la versión virtual de ningún medio ya existente (Yesers'ka 2008: 174 y ss.). Luego, en rápida sucesión aparecieron en el mundo virtual nacional las páginas de RPP, América Televisión y el portal Yachay de la Red Científica Peruana. Retrasado esta vez, *El Comercio* recién dio el salto a la Red el 15 de enero de 1997 (ibíd.: 353).

En los años siguientes, el espacio virtual nacional comenzó a nutrirse de numerosas ofertas noticiosas y hoy puede decirse que no hay medio masivo de cierta estabilidad que no tenga su página web, tal como la tienen todos los medios de la región.<sup>15</sup>

Los analistas políticos se interrogan sobre la influencia de las redes sociales (Facebook, Twitter y otras) en el periodismo, en la medida en que se acrecienta su uso hasta llegar en países del Norte a cientos de millones de conexiones. Se afirma que en las elecciones norteamericanas las redes fueron decisivas para el triunfo de Obama y se prevé que será lo mismo para las siguientes.

En el Perú, mirando al futuro, Alfredo Torres imagina el uso intenso de los *smartphones* (teléfonos móviles): “En 2009, apenas el 1 por ciento de la población peruana contaba con ellos. Cuando la mayor parte de la ciudadanía tenga un ‘smartphone’, la comunicación se acelerará exponencialmente”. Y agrega: “El cambio en la dinámica política será enorme. El impacto se verá tanto en las campañas electorales como en la gestión pública” (Torres 2010: 192).

#### UNA CONCENTRACIÓN QUE SE ACELERA

La conocida revista *Poder* hizo en el año 2009 un análisis de la influencia política y económica en el Perú. Al trabajar extensamente el tema, y problema, de los poderosos en el terreno de la información, afirmó:

La concentración ha dejado el mercado de prensa peruano en poder de la familia Miró Quesada (Grupo ECO), la familia Mohme (Grupo La República), la familia Agois Banchemo (Grupo Epena) y la de Manuel Delgado Parker (Grupo RPP). Este esquema ha ido desplazando del imaginario la tradicional visión del “club de los periodistas más influyentes” que rigió en el Perú desde 1980. Para diversos analistas incluso existen hoy periodistas ligados a esos grupos que ejercen discretamente el poder detrás del poder. (*Poder*, diciembre del 2009, pp. 69-74)<sup>16</sup>

<sup>15</sup> Para una revisión de la prensa virtual sudamericana, recomendamos visitar la publicación virtual <[www.infoamerica.com](http://www.infoamerica.com)> desarrollada en España por el grupo que dirige el reputado especialista Bernardo Díaz Nosty de la Universidad de Málaga.

<sup>16</sup> En artículo titulado: “El poder de los Grupos (mediáticos)”.

*Poder* puso una vez más en evidencia que, en el Perú, los numerosos diarios colgados en los quioscos no significan diversidad de opinión, porque solo son un puñado de empresas las propietarias. Son muy pocos los medios periodísticos independientes que, luchando a brazo partido, logran ser incluidos en las listas de la inversión publicitaria que acaparan los grupos citados.

*El Comercio* fue fundado en 1839 y pasó a manos de la familia Miró Quesada a fines del siglo XIX. Desde entonces, sus miembros han controlado con firmeza el diario convirtiéndolo en un influyente medio informativo, incluso decisivo en algunos episodios de la historia del país.

Podríamos considerar como fecha clave para el viejo diario el año 1996, cuando el Grupo El Comercio comenzó a crecer al fusionarse con empresas afines, como Infobanco, la gráfica Amauta y los Servicios Especiales de Edición (SED), avanzando hacia nuevos diseños y comprando tecnología moderna. El proceso ha llevado finalmente a la fundación del Grupo ECO, que controla, en el ámbito informativo, además del diario ya clásico, los cotidianos *Trome*, *Perú21*, *Depory Gestión*.<sup>17</sup> Lo más significativo es su presencia en la televisión, primero con Canal N en la zona de pago por cable, y luego con América Televisión Canal 4 (ambas pertenecientes a Plural TV, en el que el Grupo La República tiene participación minoritaria).

Por otro lado, en marzo del 2012, el Grupo Epensa (Empresa Periodística Nacional) cumplió cincuenta años de creación recordando a su fundador, el magnate de la pesca Luis Banchemo Rossi, quien, con el periodista Raúl Villarán, lanzó *Sur* en junio de 1962 en Tacna (y después *Correo*), instaurando una cadena que tiene como cabecera la versión de Lima. Hay además *Correo* en Piura, Arequipa, Huancayo, Puno, Huánuco, Tumbes, La Libertad, Lambayeque, Chimbote, Ayacucho, Cusco, Moquegua, Ica y Huancavelica.

A estos diarios se incorporaron *Ojo* en 1968, y *Ajá* y el deportivo *Bocón* en 1994, todos de corte sensacionalista. En abril del 2011 se fundó además *Correo Semanal*. Este grupo mediático de opción política conservadora es de propiedad de la familia Agois, heredera de Banchemo Rossi.

En comparación con los grupos ECO y Epensa, el Grupo La República tendría menos influencia, aunque no por su posición política liberal de mayor apertura.

---

<sup>17</sup> Recomendamos consultar: <<http://grupoelcomercio.com.pe/>> para información abundante sobre las actividades de este importante grupo empresarial.



A *La República*, fundada en 1981 por el político de izquierdas Gustavo Mohme Seminario y el periodista Guillermo Thorndike, el Grupo sumó en 1984 el diario sensacionalista *El Popular*, que es considerado el primer diario chicha del Perú. Años más tarde editó *Líbero*, un deportivo.

Más atrás está el Grupo Montecristo de los hermanos Wolfenson, quienes recibieron dinero de Montesinos y fueron en consecuencia juzgados y encarcelados, aunque sus diarios continúan publicándose. *La Razón*, *El Chino*, *El Men* y *Sport* siguen la línea conservadora profujimorista inicial.

En la zona independiente debemos destacar dos esfuerzos importantes: el diario *La Primera*, fundado en el 2005, y el semanario *Hildebrandt en sus Trece*, que data del 2009, ambos alejados de las esferas de poder económico y político vigentes.

Por otro lado, en el ámbito de la radiodifusión, la laxitud de las leyes ha permitido que pocos empresarios controlen decenas de radioemisoras y que algunos grupos alcancen una gran influencia, como la empresa Radio Programa del Perú (RPP), que pertenece a la familia de Manuel Delgado Parker y que solo en Lima controla las emisoras Oxígeno, Studio 92, La Mega, Felicidad y Capital. Este grupo ya opera también en la televisión pagada.

El especialista en radio Carlos Rivadeneyra, al describir lo que llama “la otra radio”, dice lo siguiente:

La inmensa mayoría de estaciones de radio en nuestro país corresponden a empresas privadas de diversas y complejas características, algunas grandes empresas y conglomerados y otras medianas, pequeñas y hasta micro empresas de carácter familiar. Una pequeña parte, menor a la décima porción, son estaciones de radio con autorizaciones de tipo educativo. A pesar de que la Ley de Radio y Televisión (Ley 28278) vigente desde julio del 2004 reconoce hasta tres modalidades de radios: comerciales, educativas y comunitarias. De esta última tipología no existe a la fecha ninguna estación reconocida de manera formal. Pero lo más sorprendente de la clasificación que plantea la ley en mención es que no define un tipo de medio de comunicación de carácter público o en su defecto estatal.<sup>18</sup>

<sup>18</sup> Rivadeneyra s. f.

Por citar un ejemplo, este es el caso —además de RPP, a quien no incluimos por su reconocida influencia— de la cadena radial que posee la familia Capuñay y que reúne a un centenar de emisoras encabezadas por La Exitosa desde Lima, a pesar de lo cual no se le reconoce peso en la formación de una opinión pública. Otra cadena importante es la dirigida por Panamericana, de propiedad de Genaro Delgado Parker.

## ASUNTOS PENDIENTES

Al observar este escenario de los medios de información en el Perú del que hemos hecho una somera descripción, debemos interrogarnos sobre lo que queda pendiente para asegurar que la prensa sea efectivamente un medio de comunicación social en amplio sentido.

Respecto de los contenidos, los sucesivos gobiernos que hemos citado prefirieron no avanzar en el terreno de la regulación so pena de soportar agresivas campañas de los grupos de poder y presión mediáticos, que más bien han proclamado que la vía es la autorregulación. Así, se trató de fortalecer el Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana, que se fundó en 1997 y que ha resuelto cientos de quejas de personas que se han sentido afectadas por diferentes medios informativos. Los periódicos asociados al Consejo son los principales de Lima y algunos de provincias.

Pero la autorregulación, que debe basarse en los principios éticos aprobados por el Tribunal, no funciona en los tabloides sensacionalistas de empresas que están asociadas al Consejo. Basta revisar las sanciones —que solo son morales— que impone la institución para comprobarlo.<sup>19</sup>

En el campo audiovisual, la Ley de Telecomunicaciones indica que toda empresa debe obligatoriamente adoptar un código de ética. No obstante, son muchas, especialmente las emisoras de radio, las que no acatan esta obligación.

Una de las tareas más importantes del periodismo es la vigilancia, la fiscalización. Y así se entendió en el 2003, cuando se aprobó y reglamentó la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública para poner fin a lo que muchos llaman “la cultura del secreto”. Esta norma obliga a que todas las entidades públicas coloquen en Internet un “portal de transparencia” donde figuren

---

<sup>19</sup> Se sugiere visitar el sitio: <<http://www.consejoprensaperuana.org.pe>>.

todos sus datos, en especial los económicos. Sin embargo, la ley no se cumple cabalmente.

Está también pendiente la conversión de la televisión estatal en una televisión pública. El Estado posee, y el gobierno de turno la controla, una importante red de estaciones de televisión instaladas en lugares clave del territorio. El propósito de los comunicadores independientes es que esta red se convierta en un espacio de expresión genuinamente democrático.

El gobierno del presidente Humala ha promovido una interesante discusión sobre temas de comunicación en el ámbito nacional, en una serie de foros titulados “Hablemos. Más voces para la comunicación”. Estas reuniones congregaron, en el primer semestre del 2012, a muchos comunicadores estatales y profesionales que coincidieron en que la televisión pública lograría colocarse en un espacio equidistante de las presiones del gobierno y de la clase política. ❖

## BIBLIOGRAFÍA

### **Acevedo Rojas, Jorge**

2002 *Prensa y violencia política (1990-1995). Aproximación a las visiones de los derechos humanos en el Perú.* Lima: Calandria.

### **Bresani León, Augusto**

2003 *Ocaso y persecución.* Lima: Bresani Editores.

### **Bustamante, Emilio**

2012 *La radio en el Perú.* Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima.

### **Carrillo, Sonia Luz**

1985 *Diálogo entre los pueblos. Nuevo orden internacional de la información.* Lima: 1985.

### **Conaghan, Catherine**

1999 “Las amenazas y la complicidad: el Estado y la prensa en el Perú de Fujimori”. En Tuesta Soldevilla, Fernando, ed., *El juego político. Fujimori, la oposición y las reglas.* Lima: Fundación Friedrich Ebert.

### **Cornejo Polar, Jorge**

1993 *Políticas culturales y políticas de comunicación en el Perú*

(1895-1990). Lima: Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Lima.

**Defensoría del Pueblo**

2002 *El acceso a la información pública. No a la cultura del secreto*. Lima: Adjuntía en Asuntos Constitucionales de la Defensoría del Pueblo.

**El Comercio**

2004 *Opinión pública*. Enciclopedia temática del Perú. Tomo XIII. Lima.

**Falconí Gonzales, Julio**

2010 *El caso Uchuraccay. Las claves de un complot contra la libertad de expresión (Ayacucho-Perú, enero 1983)*. Lima: Fondo Editorial de la Asociación Nacional de Periodistas del Perú.

**Gamarra Garay, Rubén**

2001 *La prensa chicha de Montesinos*. Lima: AFA Editores.

**Gargurevich, Juan**

1991 *“El sueño de una prensa diferente”*. Historia de la prensa peruana 1594-1990. Lima: La Voz Ediciones.

**Huerta Guerrero, Luis Alberto**

2002 *Libertad de expresión y acceso a la información pública*. Lima: Comisión Andina de Juristas.

**Hurtado, Víctor**

1986 “La guerra mundial de la información”. En *Quehacer*, Desco, núm. 40, abril-mayo, pp. 44 y ss.

**MacBride, Sean**

1980 “Un solo mundo, voces múltiples”. Informe de la Unesco sobre problemas de comunicación. México: Fondo de Cultura Económica.

**Niezen Matos, Gabriel**

S. f. *El Diario Marka. Un proyecto de comunicación popular*. Lima: CIC.

**Oviedo V., Carlos**

1989 *Prensa y subversión. Una lectura de la violencia en el Perú*. Lima: Mass Comunicación Editores.

**Peralta, Víctor**

2000 *Sendero Luminoso y la prensa 1980-1994: la violencia política peruana y su representación en los medios*. Cuzco: SUR – Casa de Estudios del Socialismo.

**Perla Anaya, José**

2003 *¿La mejor ley es la que no existe? Debate periodístico sobre radio y televisión.* Lima: Calandria.

**Righter, Rosemary**

1982 *El control de la información.* Madrid: Pirámide.

**Rivadeneira, Carlos**

S. f. “Las otras radios: el complejo escenario de la radio en el Perú”. Disponible en: <<http://www2.ulima.edu.pe/Revistas/contratexto/v7/PDFs/13-Rivadeneira.pdf>.> (consultado el 10/8/2012).

**Tuesta Soldevilla, Fernando**

1997 *Los enigmas del poder. Fujimori 1990-1996.* Lima: Fundación Friedrich Ebert.

**Vivas, Fernando**

2001 *En vivo y en directo. Una historia de la televisión peruana.* Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima.

**Yesers'ka, Lyudmila**

2008 *Ciberperiodismo en el Perú. Análisis de los diarios digitales.* Piura: Universidad de Piura.