



Esta recensión se encuentra disponible
en acceso abierto bajo la licencia Creative
Commons Attribution 4.0 International License

IusInkarri

Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política

Vol. 8, n.º 8, enero-diciembre, 2019 • Publicación anual. Lima, Perú

ISSN: 2519-7274 (En línea) • ISSN: 2410-5937 (Impreso)

DOI: 10.31381/iusinkarri.v8n8.2747

EL COMERCIO Y LA POLÍTICA PERUANA DEL SIGLO XXI. PUGNAS ENTRE LIBERALES Y CONSERVADORES DETRÁS DE LAS PORTADAS

José Alejandro Godoy Mejía (2019). Instituto de
Estudios Peruanos, Lima, 289 pp.

GÍLMER ALARCÓN REQUEJO
Universidad Jaime Bausate y Meza
(Lima, Perú)

Contacto: galarcon@bausate.edu.pe

¿La prensa tiene una misión tanto democrática como de promoción y vigencia de los derechos fundamentales públicos y subjetivos? Más allá de nuestras percepciones sobre la conducta de estos medios de comunicación, la respuesta es afirmativa, aunque no libre de tensiones. La industria cultural de los medios de prensa oscila entre lo público y lo privado y no siempre permite que la ciudadanía conozca, vigile y valore la conducción de las instituciones que conforman el Estado, las políticas públicas y otros asuntos de interés público. Tensiones que se configuran entre la visión empresarial de los dueños del medio de prensa, el director que imprime una línea editorial al medio y el ejercicio de derechos en la actividad de los periodistas. Sin duda, los propietarios

casi siempre terminan privilegiando el principio de maximización de beneficios y minimización de costos. Así es como el mercado ejerce una presión específica sobre la prensa. Con otros propósitos y una dinámica más compleja aún, se suman los intereses de actores políticos y las respectivas presiones que suelen derivar en autocensura periodística.

De la mano editora del Instituto de Estudios Peruanos, José Alejandro Godoy (2019) elabora un estudio riguroso de esta compleja problemática en su obra *El Comercio y la política peruana del siglo XXI. Pugnas entre liberales y conservadores*. La importancia de *El Comercio* radica en su longevidad, su ubicuidad y su posicionamiento como el medio escrito de referencia en el Perú. Dado que su historia transcurrió paralelamente con los principales acontecimientos históricos de nuestra vida republicana, el enfoque planteado por Godoy es audaz y atinado, porque a través del método de estudio de caso, analiza en profundidad la compleja interacción y las permanentes tensiones entre factores ideológicos, intereses económicos y manejo de la línea editorial. Estamos frente a un análisis acucioso de uno de los poderes fácticos más emblemáticos del Perú, representado por su producto insigne: *El Comercio*.

En la construcción de este texto, hay suma de aciertos de parte de su autor. El primer lugar, cuenta con un marco teórico idóneo que le permite trabajar el caso de *El Comercio* como unidad de análisis, y desagregar simultáneamente sus matices periodísticos, empresariales, ideológicos y políticos. Su examen comprende un adecuado manejo del análisis documental de este complejo sujeto de la industria cultural de la prensa escrita en Perú; además, incluye entrevistas que convierte en protagonistas a los miembros del directorio, exdirectores, editores y periodistas que pasaron por los distintos espacios informativos no solo del decano de la prensa nacional, sino también de otros medios escritos y la plataforma televisiva integrante del giro empresarial del Grupo El Comercio.

En segundo lugar, el autor enfoca las coaliciones, diferencias y pugnas entre las ramas de la familia propietaria con el propósito de determinar su incidencia en la postura editorial de *El Comercio*. Señala que las cinco ramas de la familia Miró Quesada han mantenido una clara constante: la salvaguarda de sus intereses empresariales. Para lograrlo, no dudaron en explotar su capital mediático, social y político. Godoy observa que de todos los fenómenos políticos, las campañas electorales constituían el punto más crítico para el decano de la prensa nacional. De estas, la campaña electoral del 2011 representa un punto de quiebre para el referido medio, su imagen, credibilidad y la valoración de su público (pp. 221-240).

El Comercio acompañó los episodios críticos del transcurso de la construcción de la institucionalidad democrática peruana. Por ello, Godoy, dedica la primera parte de su libro a explorar algunos hitos históricos en los que la influencia del referido medio se aprecia de manera más clara. Aquí, el autor advierte que sus propietarios adquirieron una temprana conciencia del rol que desempeñaban, en tanto actores políticos. También identifica episodios en los que el decano de la prensa nacional se sumó a favor de causas trascendentales como la abolición de la esclavitud, la condena del tráfico de coolíes y la denuncia de los abusos cometidos contra los indígenas, entre otros. Neutrales en sus primeras décadas y decididos partidarios a partir de su activa participación política desde la época del Partido Civil. La postura partidaria también da cuenta de aquél respaldo o de la posición de combate virulento, tal como sucedió con el Partido Aprista del Perú (pp. 49-53).

Así, *El Comercio* se va configurando en tanto actor político, industria cultural y formador de opinión pública. Advertir que la prensa decide contenidos, enfoques y calidad de las noticias, opta por una línea editorial en lugar de otra, o publica, respalda o cancela investigaciones, nos señala la importancia del factor ideológico en la construcción de una realidad social e histórica.

La obra de Godoy describe y explica los procesos mediante los cuales *El Comercio* imprime su ideología preponderante en

el tratamiento de las noticias, a primera vista. A partir de una lectura detenida, el autor nos demuestra la importancia de ir más allá de la percepción de los medios de comunicación como entes monolíticos. Si bien esta es la imagen que éstos suelen proyectar hacia el exterior, asumirla nos brindaría una visión simplista que terminará descuidando los aspectos internos de los medios. El autor demuestra que, en los entretelones de las redacciones y las discusiones de los integrantes del directorio, es el director periodístico el que pugna por delimitar la línea editorial y política del medio.

En esta línea de explicación, coincide con quienes consideran que en el análisis de la industria cultural de la prensa escrita no se debe perder de vista las relaciones y vicisitudes entre estructura empresarial, poder económico y vaivén sociopolítico. Estas conexiones terminan incidiendo en la producción periodística. Godoy ilustra este aspecto a partir de casos tales como: Petroaudios (pp. 181 y ss.), Bavaria (pp. 153 y ss.), abusos del Sodalicio (pp. 261-263 y 302 y ss.), Lava Jato (pp. 329 y ss.), entre otros.

En dichos casos las decisiones del director de turno no siempre respondieron a la misión democrática del periodismo y a los principios rectores de *El Comercio*, sino que fueron condicionados por pugnas internas entre miembros del directorio y editores. Aquí, el autor nos permite apreciar que los silencios, enfoques y aparente *esquizofrenia* de la línea editorial del diario respondía, precisamente, a esta dinámica. Godoy logra exponer los detalles de dicha dinámica a través de un registro documental de editoriales, titulares e informes, y de entrevistas a profundidad. Fuentes que arrojan luces sobre el tratamiento que recibieron los referidos casos, tanto en el decano de la prensa escrita peruana, como en los demás medios pertenecientes al Grupo El Comercio.

Es el «director del diario *El Comercio* quien termina delimitando la línea política del periódico más importante del país» viene a ser la hipótesis central del trabajo de investigación, que discurre entre los años 1998 al 2018. Este período tiene la particularidad de coincidir no solo con el período de recuperación del sistema

democrático en el Perú y la realización de procesos electorales democráticos, sino también con el de la judicialización por casos de corrupción de todos los presidentes de la república, electos en dichos periodos. En tanto medio de comunicación emblemático del Perú, *El Comercio* no solo cubrió los hechos noticiables de esta etapa, sino que también volvió a esgrimir una posición partidaria, especialmente militante en la campaña del 2011, tal como lo hiciera en épocas pretéritas.

Otro acierto de Godoy consiste en advertir la resistencia que manifestaron los Miró Quesada a la progresiva «profesionalización del manejo del medio». Un director que presenció el proceso de transición a la democracia en el 2000, Alejandro Miró Quesada Cisneros, ya había advertido sobre la importancia que tenía el retiro de la familia propietaria de los altos puestos de dirección periodística de *El Comercio*. Esta visión no se implementó sino hasta la llegada del economista Fritz du Bois a la dirección. Las transformaciones que el público lector de *El Comercio* percibió a lo largo de estos años, no sólo respondieron a las exigencias del mercado y de la industria cultural de medios digitales, sino también a una visión que oscilaba entre darle prioridad al periodismo de las noticias, al periodismo de investigación o al análisis de coyuntura, a partir de expandir las columnas de opinión suscritas por especialistas; estos últimos, no necesariamente provenientes de las canteras periodísticas. La credibilidad se constituye en un desafío permanente.

El autor contextualiza una lectura crítica del creciente problema de credibilidad que afrontan los medios de comunicación, y los de la prensa escrita, en particular. Por ello, es minucioso en su afán de examinar la credibilidad con los diversos intereses que se plasman en la dinámica de *El Comercio*, entre estos, el haz ideológico, ora liberal ora conservador.

En el transcurso del texto, Godoy explica el trajín de estas posturas ideológicas que transitan entre bloques de actores que se tejen entre canteras del directorio empresarial y de equipos editoriales sobre temas cruciales que tienen que ver con la corrupción

política y empresarial, el aborto, derechos civiles de minorías, la laicidad del Estado, entre otros. Al respecto, señala y demuestra a lo largo del texto que: «*El Comercio* fue un campo de batalla particular para la definición de coaliciones a favor o en contra de estas materias» (p. 31). Un campo de batalla con sucesivos y sutiles embates. El libro nos ofrece enriquecedores detalles sobre las consecuencias prácticas de esta dialéctica, especialmente en las variaciones de la línea editorial del decano de la prensa nacional, en las postrimerías del siglo XX y la entrada del siglo XXI.

Finalmente, cabe preguntarnos ¿dónde radica la importancia del texto de Godoy? Podemos ensayar algunas respuestas a partir de la identificación de los principales tópicos abordados por el autor. De un lado, tenemos el tratamiento metodológico que permite identificar las principales líneas de investigación sobre medios de comunicación y política. Al abordar el caso de *El Comercio*, comprendiendo sus principales alcances, el autor da cuenta de un trabajo cualitativo que amerita ser observado por estudiantes de pregrado y posgrado que deseen realizar estudios de caso. Nos dice que estamos frente a una investigación de carácter multidisciplinar cuya lectura será especialmente aleccionadora para estudiantes de ciencia política, periodismo, derecho y administración de empresas.

De otro lado, da cuenta de los serios desafíos para las decisiones institucionales en el contexto actual de la industria cultural de medios de comunicación. Hoy, en la sociedad de redes y las nuevas tecnologías, todos somos consumidores y generadores de contenidos debido a las plataformas digitales, especialmente las redes sociales. Soto (*Arden las redes*, Barcelona, Debate, 2017) ofrece una visión sumamente crítica sobre la capacidad de productores y consumidores de medios para renovarse y producir mensajes acordes con el respeto de la democracia y los derechos humanos. En este sentido, los desafíos de *El Comercio*, para no perder influencia social y política, es el comportarse como un actor renovado. Dice Godoy que existen dificultades para mantener su rol de liderazgo

debido a los cambios en el modelo de negocio de los medios impresos, la creciente importancia de los medios digitales, la posverdad como fenómeno que afecta a la credibilidad de los diarios cercanos a las élites y, por supuesto, la precariedad institucional ya aludida. (p. 368)

Esta capacidad entredicha de producir mensajes dota de más complejidad a las decisiones empresariales en un Estado democrático de derecho. Si tomamos a la democracia como un sistema que permite la elección, principalmente a través del debate público (Fiss, *La ironía de la libertad de expresión*, Barcelona, Gedisa, 1999, p. 14), cabe preocuparnos por las dinámicas contemporáneas propiciadas por las redes sociales y su relación con el ideal del debate desinhibido, vigoroso y abierto señalado por el juez Brennan en el paradigmático caso *New York Times v. Sullivan*. Aquí se renueva la tensión entre la actividad periodística en sí misma y los intereses económicos empresariales, no libres del riesgo de que poderes fácticos ahoguen la libertad de expresión y el pluralismo democrático.

Así, el libro de Godoy constituye una destacable contribución de la academia peruana, porque ayuda a despejar ideas preconcebidas y percepciones sesgadas sobre el rol de los medios de comunicación. Algo que el público lector valorará aún más en contextos de crispación política, donde los medios de la prensa escrita no siempre son entidades monolíticas con una voluntad definida y una estructura vertical. *El Comercio y la política peruana del siglo XXI* es una obra cuya lectura permitirá comprender, a partir del estudio de caso, una dinámica sumamente compleja de decisiones en el ámbito de la industria cultural de medios de comunicación. Ámbito en el que los grupos económicos, propietarios de los medios de prensa, tienen sus límites internos en el buen hacer del director periodístico, como ideal regulativo, en el marco de un Estado democrático de derecho.