

RESEÑAS

El Comercio y la política peruana del siglo XXI: pugnas entre liberales y conservadores detrás de las portadas

José Godoy Mejía (2019). Lima: Instituto de Estudios Peruanos, 389 pp.

La línea ideológica que define a un medio periodístico posee una vinculación estrecha con los intereses de los propietarios. Sin embargo, aplicar un enfoque basado en el análisis del producto desde una mirada externa solo nos puede acercar a una explicación de direccionamiento causal, que, por lo general, suele obviar la serie de tensiones internas que intervienen en la construcción de la línea editorial. Este vacío en la investigación de la sociología de los medios de comunicación en el Perú fue la principal justificación del estudio de Godoy, donde el autor se propone explicar cómo los conflictos internos condicionan la línea política de un medio. A partir de esta tesis se introduce en la historia de los giros políticos del diario *El Comercio* en el siglo XXI. El período examinado recorre la actuación del diario de 1999 al 2018. Los contenidos del texto están estructurados en tres partes.

«*El Comercio*: Antecedentes históricos, político y empresariales», primer sección de análisis, sintetiza el rol de actor político del diario, un análisis preliminar, desde la fundación en 1939 hasta 1999, que da cuenta cómo la línea editorial de *El Comercio* ha oscilado entre el liberalismo y el conservadurismo dentro de una historia signada por giros políticos. En este transcurrir, vale subrayar los testimonios de periodistas que reconocen que «*hay hitos en los que El Comercio se compra el pleito*», como señaló Pedro Salinas, en especial, *en relación con la defensa de libertades democráticas y derechos humanos*. Este primer apartado, también, aborda la composición del accionariado empresarial —con ramas y coaliciones familiares— y los productos del Grupo El Comercio (GEC); se aborda la problemática del accionariado difuso del GEC y las divergencias en las ramas de la familia Miro Quesada, que devienen en la conformación de coaliciones para la gestión de la empresa y sus medios periodísticos.

«Trayectoria de *El Comercio* como actor político en el siglo XXI», segunda parte que dedica su atención al actuar de los directores periodísticos del diario como objeto de estudio medular. Son cuatro gestiones examinadas durante el período 1999-2018: Alejandro Miró Quesada Cisneros (1999-2008), Francisco Miró Quesada Rada (2008-2013), Fritz Du Bois Freund (2013-2014) y Fernando Berckemeyer Olaechea (2014-2018). El liberalismo moderado de Alejandro Miró Quesada condujo a un proceso de desfamiliarización y profesionalización de la gestión administrativa y línea periodística; resalta en la dirección periodística la institución de los principios rectores que encaminaría la conducción del

diario en los siguientes períodos y que se constituiría en guía para otros medios del GEC. Con Francisco Miró Quesada la línea política vira hacia una etapa conservadora, la gestión otorgó el poder fáctico a los editores Martha Meier Miró Quesada y Hugo Guerra, un lapso en el que acentuó la línea confesional en las páginas del diario, fue notoria la influencia de la agenda de la iglesia católica en temas de defensa de la familia tradicional, oposición a la despenalización del aborto y la legalización de la unión de parejas homosexuales. Miró Quesada Rada afrontó uno de los momentos más críticos de la historia de *El Comercio* en el presente siglo; durante la campaña electoral presidencial de 2011, el diario asumió una posición periodística parcializada, que lo condujo al desequilibrio informativo y la coordinación de las posturas editoriales de los medios del GEC en contra del candidato Ollanta Humala y en abierto apoyo a Keiko Fujimori. El resultado fue una crisis de credibilidad de los medios de la corporación y el deterioro de los vínculos internos dentro del diario. Fritz Du Bois continuó la línea editorial conservadora con una clara desconfianza y oposición al gobierno nacionalista de Humala, además, le tocó asumir la defensa de la concentración de diarios absorbidos por el GEC. Su gestión reestructuró y redujo la redacción, al tiempo que despidió a periodistas experimentados bajo una visión de costo-beneficio comercial. Cabe mencionar que el director recibió duras críticas por el cierre de la unidad de investigación que funcionaba desde 1994. A partir de la postura liberal de Fernando Berckemeyer en la dirección de *El Comercio* se produjo un quiebre en la línea editorial. Fue una administración que defendió una línea promercado, impulsó relevos profesionales y generacionales, cambios y creaciones de nuevos puestos y encumbró a un conjunto de editores liberales no periodistas. En esta etapa, el diario perdió relevancia en el debate público frente a nuevos medios periodísticos digitales a causa de su mayor interés por maximizar las ganancias que en el ejercicio periodístico. La línea liberal Berckemeyer apostó más por un producto con valor agregado que se adecuó a cambios en el negocio. Será el período donde se reactiva la unidad de investigación —que entra en tensión con la línea editorial—, cambia el formato impreso berlinés y se rediseñan las secciones.

«Una explicación sobre los cambios en la línea política de *El Comercio*», la tercera sección busca explicar las razones de los giros editoriales con relación al papel de director, accionistas, editores, factores económicos y contexto político. El resultado del estudio pone énfasis en el peso del director de El Comercio, considera que es un rol clave en las decisiones centrales de la línea política: «*La voz del director es el factor central que determina los cambios en la postura editorial de El Comercio y, por tanto, en su rol como actor de influencia en la vida política peruana*». Por otro lado, a pesar de la evidente intervención de los accionistas en elección y asuntos de gestión del director, el autor considera que el directorio, de accionariado difuso y con varias ramas familiares de intereses contrarios, no tiene mayor poder de decisión editorial, esto último asegura al director mayor autonomía para sus decisiones.

A través del relato hay cuestiones que quedan manifiestas como el poder de la ideología del director como lo precisa la periodista Nelly Luna «*El asunto es que, cuando eres el jefe de las portadas, que define el peso de las noticias, tu ideología pesa mucho más porque define finalmente qué notas levantas o qué cosas silencias, como delitos tributarios del sector empresarial*». De igual manera sucede con la observación del cambio que ha tenido la figura del director en el diario El Comercio en el siglo XXI, como anota en sus opiniones Rosa María Palacios «*El principio del director es el director y se respeta era algo que les habían enseñado los abuelos. Ahora el director es un empleado de nosotros, contratado para que haga lo que nosotros queremos. Y nosotros es mucha gente*». En tal sentido, el control de elegir a un director a fin a los intereses de la corporación es un punto imposible de desestimar a pesar de la autonomía que en lo cotidiano pueda ejercer la dirección periodística.

Hemos de valorar los aportes de esta publicación en el campo de estudio de la ciencia política y medios de comunicación en el Perú. En primer lugar, revela nuevos aspectos acerca del control los medios de comunicación masiva por un grupo de poder empresarial. Exhibe la historia reciente de un medio que conserva y asume su papel de actor político con abiertas preferencias, antipatías y sesgos en los cambios de sus líneas editoriales. El resultado de la línea política no deja duda para espacios neutrales, si bien la postura editorial refleja las convicciones ideológicas del director de turno, no es ajena a los intereses corporativos. Un aspecto destacado adicional de este trabajo son los aportes del manejo metodológico, resalta la selección de un conjunto de técnicas de investigación social para el estudio de un caso emblemático; la revisión documental histórica y el análisis de contenidos son recursos de exposición cronológicos que refuerzan el uso central de entrevistas a profundidad en las que las visiones y relatos de los directores son contrastados con los testimonios de periodistas que laboraron en el diario y medios del GEC.

Desde otro ángulo se manifiestan observaciones críticas acerca de la perspectiva epistémica asumida por el autor, Godoy reconoce los vacíos teóricos en el estudio de la problemática, hace uso de un escaso marco teórico que solo alude a las «actuaciones no públicas» planteadas en el artículo «El periódico, actor del sistema político» de Héctor Borrat (1989), quien señala que «*Las actuaciones públicas del periódico son el resultado o producto de una serie de actuaciones no públicas, que se concentran en el proceso de producción de la actualidad periodísticas para su publicación periódica*», ante lo cual, el caso estudiado, solo añade que «*dichas actuaciones no públicas son supervisadas por la dirección periodística de un medio de comunicación, instancia que toma las decisiones finales sobre estas*». Nos llama la atención, a lo largo de la tesis, el vacío epistemológico que produce la ausencia de un marco conceptual y teórico bastante amplio, de discusión vigente en relación con el tema estudiado como la ideología, poder, industrias culturales, producción de noticias, actores políticos, entre otros, que bien pudo seleccionarse de la ciencia política y de estudios de comunicación a fin de consolidar los hallazgos del trabajo de campo. En ese sentido, el

estudio queda abierto para que en próximas ediciones asuma el desafío de brindar nuevos aportes teóricos.

La publicación de un trabajo de tesis de posgrado vigoriza el reconocimiento de la investigación en las universidades para comprender la realidad social, este estudio añade este aporte significativo. Es seguro que será de referencia esencial para los investigadores sociales del campo de la ciencia política y medios de comunicación. De igual modo, debe ser tomado en cuenta en la formación universitaria para preparar a los futuros periodistas que enfrentarán, durante el ejercicio profesional, estas tensiones internas y cambios dentro de las redacciones de los medios de comunicación.

PAUL MUNGUÍA BECERRA

Universidad Nacional Mayor de San Marcos

ppaulmung@hotmail.com