

“La historia de la prensa es la síntesis de una evolución que no ha terminado”

Carmen Vidaurre Güiza

Directora de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Lima. Docente Asociada

INTRODUCCIÓN

Compartimos con María Mendoza Michilot agitadas jornadas periodísticas en el diario El Comercio. Siempre fue muy acuciosa con la información que recababa en los archivos del Diario para completar sus artículos de opinión. Ahora, en el mundo académico, elabora toda una retrospectiva de la historia de los diarios en dos tomos “100 años de periodismo en el Perú”. Una investigación que brinda una mirada panorámica sobre los diarios y revistas. María se introduce en el estudio de la historia del periodismo, cuando desarrolla su tesis de licenciatura sobre “Inicios del Periodismo en el Perú: Relaciones y Noticieros”, que se convierte en una publicación que brinda información de cómo era el periodismo durante el virreinato. Es profesora en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y en la Universidad de Lima; en este último espacio, hace un alto para conversar sobre el devenir de los diarios en el Perú.

Tus libros son muy valiosos y de consulta constante para los académicos. ¿Qué te motivó para realizar este trabajo sobre la historia de los diarios?

En realidad, es una iniciativa corporativa. Se formó un grupo de profesores con el apoyo del Instituto de Investigación Científica de la Universidad de Lima. La idea era analizar un medio de comunicación. Ricardo Bedoya se encargó de cine y televisión; Emilio Bustamante, de radio, el profesor José Perla, de la legislación en el siglo XX; y a

mí me encargaron prensa. Tuvimos el apoyo; hacer la historia de un medio no es sencillo.

¿Cómo has abordado los 100 años de periodismo? ¿Cómo has podido recopilar y contextualizar los procesos? Al leer el trabajo, se aprecia procesos coyunturales en los que se refleja la aparición y desaparición de los diarios y revistas.

Fue un proceso de aprendizaje y de sistematización. En el grupo, descubrimos que, a lo largo del siglo XX, se daban momentos interesantes. El

gran apoyo que se tuvo fue el contexto. Existe una gran relación entre los contextos: vivencias, experiencias, sucesos aparecidos en el siglo y el desarrollo de la prensa. Se corroboró la información. Por ejemplo, la primera parte del siglo, desde 1900 a 1920, tuvo lugar la República Aristocrática que coincidía con un tipo de publicaciones. Después, viene el Oncenio de Leguía que definió un proceso histórico en el Perú. También se analizaron periodos que corresponden a las guerras mundiales. En 1930, cae Leguía y, hasta 1950, se vivió una época de conflictos internos en el país. Luego, en la segunda mitad del siglo, establecí una estructura y una periodicidad: dividí los otros 50 años en dos momentos, desde 1948 al 80.

En esos años, ¿existe una estabilidad en la creación de publicaciones?

No. Es un periodo movido. Esto coincide con ciertas modernizaciones. En la prensa se dan eventos interesantes que de alguna manera explican la forma de ser de los diarios. En los '50, se da la Declaración Universal de los Derechos Humanos y se revalora el derecho a la Libertad de Prensa; aparece la Escuelita de Beltrán y, al mismo tiempo, el diario La Prensa saca el tabloide Última Hora, iniciándose el periodismo popular. Nace la revista Caretas y los tabloides serios como Expreso y Correo. Además de los 100 años, se revisa las últimas décadas del siglo XIX. Existen cosas interesantes relacionadas con el desarrollo de la comunicación y los primeros inventos; aparece el hábito de leer periódicos, la publicidad, la fotografía y otros.

¿En esa relación, se pudo determinar las diferencias en formatos y contenidos entre los diarios del siglo XIX y el XX?

Efectivamente. En materia de formatos, hasta entrado el siglo XX, se mantuvieron los periódicos estándar o súper estándar; este último más grande. A finales del siglo XIX, aparece la variable política como una constante que ha regido todo el siglo XX y creo que continúa en nuestro siglo. La prensa peruana, a partir de la experiencia de la prensa limeña, se torna eminentemente política o rabiosamente política (risas). La agenda nacional es una agenda muy politizada y los periódicos han recogido eso.

Eso podría ser en la medida en que los diarios responden a los movimientos políticos, a las gestas, a los caudillistas. Es una realidad que hasta la actualidad se vive.

Existe una relación indudable entre el contexto, política, la agenda de los periódicos y otros elementos. Por ejemplo, entre 1900 y 1920, existió una prensa que defino como una prensa comprometida. Había manifestaciones anarquistas, incluso una publicación de la Iglesia. Leguía tuvo que enfrentar la coyuntura de la consagración del Perú al Sagrado Corazón de Jesús. En el año 1924, se puso en debate si el Estado Peruano era un estado laico o no. Esta prensa comprometida con una ideología y con una forma de pensamiento no perduró en el tiempo.

Pero eran diarios que no duraron en el tiempo. ¿Crees que la prensa comprometida, como la llamas, se percató de que sus públicos no estaban de acuerdo con lo propagado en sus páginas?

Creo que es una tendencia. En el ámbito mundial, el periodismo quiere sacudirse de todo lo que se le había atribuido, precisamente, con el compromiso con determinadas ideologías. Estamos entrando a una suerte de premodernización de la prensa. La prensa internacional era una prensa sin compromiso político. Entonces, quiere dejar estos "lastres" y aparecer como independiente. Hay un factor de tendencia. Un periódico no debe tener compromisos políticos y si los tiene, debe separar su discurso: esto es información y este es mi punto de vista. Pero se podían encontrar periódicos que salían a defender causas políticas muy puntuales.

Los contenidos y las agendas que se desarrollan en un contexto determinado son importantes

Fue interesante ver la evolución de las agendas. Se tenían ejemplares de diferentes periodos y podías evaluar el contenido de la prensa comprometida. Se observó que esta prensa comprometida presentaba una periodicidad muy irregular. Y, además, había periódicos que tenían los mismos nombres: siete u ocho La República en la historia. Se decía ¿Esta es La República de qué año?, el director ¿ya cambió? Por ejemplo, en Última Hora,

hay manifestaciones antes de 1950. Esto dificultó un poco el descubrir la historia de qué tipo de periódicos se estaba hablando.

¿Crees que es lamentable que la prensa política no le haya dado cabida a una prensa alternativa o a otra propuesta informativa más interesante? Los lectores nos hemos visto a través de la historia atrapados en esta prensa política hasta la actualidad.

Los periódicos se deben a su contexto, pero, también, a su público. Esta prensa, bastante politizada, defensora de determinadas ideologías y formas de pensamiento, tampoco "la tenían fácil". Siempre tuvo que enfrentarse a un contexto que no coincidía con sus ideas. Sus seguidores eran pocos. Poseían un discurso interesante, pero no comercial. Incluso, las publicaciones se regalaban. Era difícil publicar y muchas murieron. Las personas que podían solventarlas, empezando por sus lectores, no las compraban. En perspectiva, uno dice: "pudieron haber ensayado otros mecanismos". Tal vez sí. No eran publicaciones que chocaban con otras formas comerciales de la época. Tenían su espacio y su público. Estaban junto a la gran prensa. Al final, no supieron sacar un modelo que, hoy en día, llamaríamos un modelo de negocio.

Había modelos de negocios en los diarios que ya existían. Pero, ¿no te parece que carecían de una visión a largo plazo?

La modernización de la prensa se da muy avanzado el siglo. Los periódicos de referencia que reconozco como El Comercio, La Prensa y La Crónica siguen adelante, fruto del entusiasmo de sus gestores. Principalmente, eran familias o empresas familiares o grupos afincados en ciertos estamentos de poder.

De estos cien años de historia que has podido investigar ¿con qué periódico te identificarías más? ¿Cuál es la publicación que más te ha gustado?

Es muy difícil. Por ejemplo, a El Comercio, se le debe reconocer que es el primero en todo, es decir, la modernización, la tecnología y la ampliación de los públicos. La Prensa trae un discurso

novedoso en el periodismo. He encontrado unas crónicas del año 50 que pueden publicarse ahora y funcionan. Su último director, el señor Salazar Larraín, ensaya una serie de justificaciones que van más allá del entusiasmo de la empresa. Ellos querían seguir adelante, pero hay cuestiones del mercado, del papel, del público que no les amparó en el proceso. Es estupendo el discurso popular de La Crónica. Sus primeros años son muy simpáticos, muy interesantes por la foto, el peso de lo gráfico, etc. Pero creo que a partir del 80, con la proliferación de tabloides, cambia la visión de público y de la administración. En la década del ochenta, por ejemplo, existía el diario El Observador que era un periódico que gustaba a todo el mundo, lo leíamos y queríamos trabajar allí. Uno lo veía en la universidad y apreciaba el pluralismo en la página editorial. Lamentablemente, no prosperó. Entonces, hablarte de una sola manifestación es difícil.

Esta historia que recoges en tus libros se encuentra también catalogada por las cualidades de los diarios, por las propuestas que brindaron a los lectores en un momento específico.

Por ejemplo, el periodismo de investigación con La República. Digamos que de todos los medios, La República ha marcado un hito y es representativa. Y no al inicio sino después, porque La República nace de una manera y luego evoluciona. En el libro reconozco varias etapas del diario.

Estamos hablando de periódicos como productos, pero detrás de ellos, están también los directores ¿Cuál crees que ha sido el director más destacado, el que ha dado el mayor empuje a su medio?

Bueno, se puede ver detrás de las experiencias. Los directores de referencia que tuvieron en su momento decisiones importantes como el caso de la familia Miró Quesada. También el gestor de La Crónica que se inició como fotógrafo; luego, supo darle una proyección a sus productos. La Prensa con Beltrán, creo que es un icono en el periodismo, mencionaría como los principales. Pero, hay una lista de personajes que llevaron adelante proyectos cortos. Existe una serie de publicaciones.

Además, se aprecia la evolución de la tecnología en todas estas publicaciones.

En el siglo XIX y XX, la tecnología es resaltante; por ejemplo, el teléfono. Se observó un empuje que permitió cambios a mediados de siglo XX y, luego, en los 80, se presenta una renovación. Digamos que la prensa ha sido fruto de su contexto, de sus gestores y de la tecnología. Hemos ido del buen periodismo al mal periodismo, de las nuevas iniciativas e innovadoras a experiencias poco gratas.

¿Cómo ves los próximos 100 años de los diarios en nuestro país (risas)? Ya no estaremos aquí. De hecho, los diarios evolucionarán. Existe una gran proliferación de publicaciones que siguen vigentes. Pero ya no se han creado más.

Están saliendo algunas iniciativas. El tema es que nacen, crecen y mueren.

Pero ¿crees que históricamente nos hemos estancado en la producción de publicaciones?

Todo está igual; es cierto.

En la medida que se está viviendo una estabilidad económica y política

Se está presentando una suerte de estancamiento porque no hay nuevos títulos. El motivo es que los públicos están cambiando. No sé si el reto es crear un nuevo periódico. No sé si ha llegado el momento de reinventarse. A partir del 95 y hasta el 2000 con la llegada de Internet, se crea el periodismo digital. No estoy segura de que necesitemos otros periódicos. Pero, si nace otro periódico será porque existen vacíos, espacios amplios. Existen públicos que están demandando otro tipo de información.

Pero en reinventarse también deben considerarse los contextos. Actualmente, el contexto que vive el país es más o menos estable. No hay cambios bruscos como en el siglo pasado.

Hay temas que la prensa no ha debido abandonar, como el periodismo de investigación. Es una necesidad permanente en una sociedad como la

nuestra. No todos los medios están haciendo periodismo de investigación. Allí tienes un vacío y que algunos semanarios están llenando. Tienes el caso de Hildebrandt en sus 13 y Caretas. El tema es ver si ha llegado el momento de complementarse con lo digital. Tal vez ese es el reto de los próximos años. Tengo la sensación de que todavía la prensa no ha encontrado la complementariedad. Lo digital es un mundo que no lo estamos aprovechando en su gran magnitud. El día en que los medios de comunicación encuentren una receta y se combinen con lo digital, habremos llegado a una segunda etapa. Ahora andan en paralelo, cuando deberían unirse, converger y generar productos diferenciados.

Incluso existen académicos que señalan que, con la tecnología, los diarios desaparecerán, por la crisis del papel y la formación de los periodistas.

Existen aquellos que señalan que marchamos hacia la elaboración de un producto de élite. El periódico para una élite asociado con la crisis del papel y la conservación del medio ambiente. Los medios deberían preguntarse hacia dónde marchan, qué queremos y a qué público queremos llegar. Ha llegado el momento de dar un paso hacia lo tecnológico, el compromiso social y el periodismo de investigación.

¿Crees que en estos cien años, estas personas que han estado a cargo de estas publicaciones han visto la perspectiva a dónde ir o solo han tenido un periódico y han vivido el contexto y la situación? porque en gran parte del siglo eso se ha percibido.

En gran parte del siglo, existe una suerte de beneficio periodístico y una suerte de intuición. El periódico abre su espacio y se genera. Hoy, afirmamos que los medios se posicionan en sus destinatarios. Pero hay un momento en que las empresas periodísticas piensan en la visión, la misión y estrategias de mercado. Creo que a finales del siglo XX comienza esta preocupación por administrar la empresa periodística, que coincide con toda la literatura que tenemos sobre el tema. Se pensaba que un periódico es una fábrica de salchichas o de chocolates. Ahora, se considera como una empre-

sa industrial, pues sacamos un producto; pero, en realidad, es una empresa de servicio.

¿Cómo has podido estructurar la investigación y conseguir la bibliografía para realizar este trabajo de investigación? Cuando he leído estos tomos imaginé que una de tus fuentes principales fue la Biblioteca Nacional, aparte de la bibliografía que señalan fragmentos que explican procesos cortos de las publicaciones.

Fue un trabajo documental y un proceso de organización de los periódicos. Estaba la bibliografía del profesor Juan Gargurevich. Digamos que él es el precursor. A partir de su material uno va llenando los espacios. Pero el recojo de la evolución fue minuciosa. Se recogieron muestras por hitos o momentos importantes del propio periódico. Por ejemplo, cambios de portadas, cambio de color, cambio de formatos y otros. Todos esos ejemplares se recogieron y luego se establecieron las variables. Hay una metodología que permite analizar de acuerdo con variables e indicadores puntuales que van desde cosas superficiales como fechas de fundación, directores, número de página y precios hasta temas de fondo como el contenido y la línea editorial que se desprende de los contenidos.

Has hecho toda una retrospectiva

Fue una retrospectiva. En el segundo tomo está incluido un listado de todas las publicaciones que se han utilizado. Como digo en la introducción, es probable que existan más publicaciones. Resulta que la única manera de encontrar las publicaciones es en la Biblioteca Nacional, institución que

con mucho esfuerzo lucha por conservar los periódicos. Si tuviera un poder de decisión, pediría que, por favor, preserven los periódicos, hay que digitalizar. Cosas valiosísimas están desapareciendo. Entonces, en base de lo que existe en la biblioteca, se pudo elaborar esta lista de ejemplares. Además, una cosa que me llamó la atención fue la cantidad de estudios sobre el tema. Al revisar el índice de la bibliografía, hay gran cantidad de autores que han investigado, no de manera continuada, sino por cortes o por experiencias puntuales. Tenemos una línea como el sensacionalismo de la prensa, la prensa comprometida, la prensa de Mariátegui. También el libro es un esfuerzo por revalorar toda esa suerte de estudios desperdigados.

En dos palabras, ¿cómo puedes resumir toda la historia de la prensa?

Es la síntesis de una evolución que no ha terminado. Una evolución con sus altos y sus bajos, con sus logros y sus falencias, que habla de un quehacer y de una profesión que es muy valiosa y que los mismos periodistas, a veces, olvidamos. No somos conscientes de las implicancias.

Manejamos información y datos que sirven para la historia

Eso es muy importante. A la hora de buscar los datos para la historia y ver el pasado, se utiliza los periódicos. Hay coyunturas que ha tenido el país que se refleja en los diarios y, cuando se escriba la historia, este devenir se verá reflejado. Entonces, los periodistas debemos pensar que siempre escribimos no solo para nosotros sino para esta suerte de registro colectivo.