

# Introducción a la Historia del Periodismo

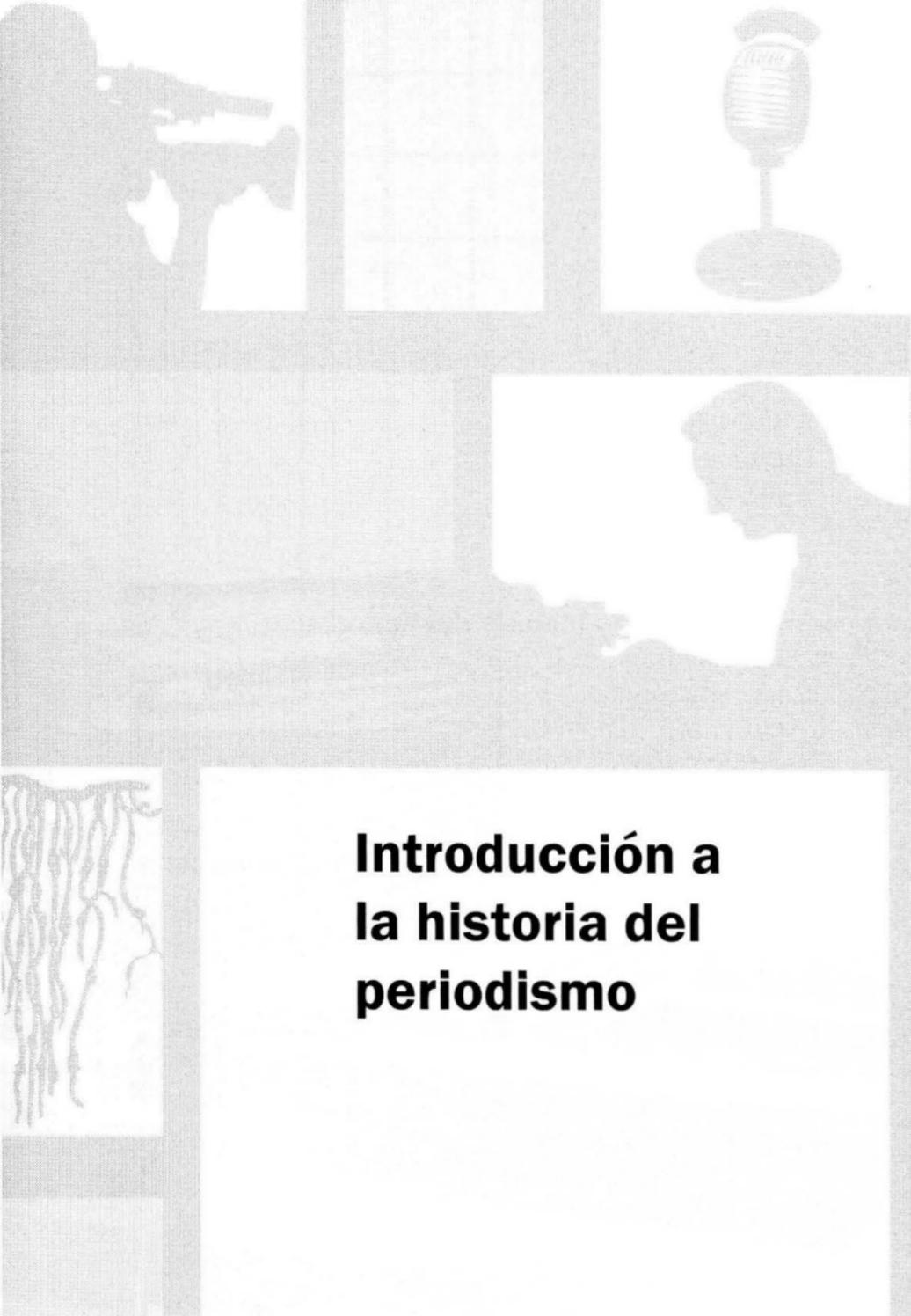
Juan Gargurevich R.

DEPARTAMENTO  
ACADÉMICO DE  
COMUNICACIONES



PONTIFICIA  
**UNIVERSIDAD  
CATÓLICA**  
DEL PERÚ





# Introducción a la historia del periodismo

DEPARTAMENTO  
ACADÉMICO DE  
COMUNICACIONES



PONTIFICIA  
**UNIVERSIDAD  
CATÓLICA**  
DEL PERÚ

Primera edición  
Lima, junio del 2011  
Tiraje: 400 ejemplares

### **Introducción a la historia del periodismo**

© Juan Gargurevich R.

De esta edición:

© Pontificia Universidad Católica del Perú

Departamento Académico de Comunicaciones

Av. Universitaria 1801- San Miguel

[www.pucp.edu.pe/departamento/comunicaciones](http://www.pucp.edu.pe/departamento/comunicaciones)

ISBN: 978-9972-2932-5-2

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del  
Perú N° 2011-05349

Edición: Giuliana Cassano

Corrección: Sara Mateos

Diseño y diagramación

Carolina Arredondo

**Área de Diseño de la FCAC-PUCP**

Impresión:

Tarea Asociación Gráfica Educativa

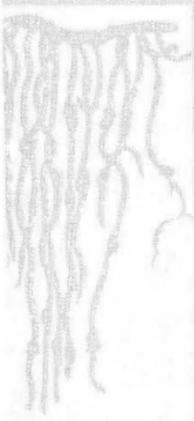
Pasaje María Auxiliadora 156 - Breña



# **Introducción a la historia del periodismo**

Juan Gargurevich R.

2011





# Índice

Introducción .....	9
1. Fuentes para la historia del periodismo .....	13
2. La imprenta .....	25
3. La libertad de prensa .....	41
4. La transmisión de señales a distancia .....	59
5. La prensa de bajo precio .....	75
6. La ilustración periodística .....	91
7. Los periodistas .....	107
8. La radiodifusión, el gran invento .....	133

9. El periodismo versus la propaganda	149
10. El sensacionalismo peruano	167
11. La televisión	183
12. El debate sobre la nueva información	201
13. La invención de Internet	217
14. ¿Hacia una sociedad de la información?	231
Bibliografía	251

# Introducción

Con frecuencia nos preguntamos si vale la pena conocer la historia del periodismo. Más aún cuando en muchas universidades ya se ha eliminado este curso de los planes curriculares de los estudios de comunicaciones.

Obviamos, sin embargo, que los hombres de prensa<sup>1</sup> recogen día a día la historia cotidiana y que será en sus entrevistas, reportajes, crónicas, que los historiadores encontrarán material significativo para relatar cómo éramos en el pasado y por qué pasaron las cosas.

Esto incluye al periodismo mismo, sus modos de producción, sus personajes, toda aquella madeja compleja que hace posible la aparición y circulación de un medio informativo que al final suele ser, nada más, la punta del iceberg de una historia mayor.

Para comprender ese periodismo y por qué hoy es así, es indispensable recorrer el largo proceso que lo hizo posible. Son cientos de años en que fue tes-

---

<sup>1</sup> El vocablo “prensa” se utiliza ya para todas las variables del oficio, incluso las llamadas virtuales.

tigo y a veces protagonista de importantes transformaciones sociales, económicas y culturales. Se debe agregar que las experiencias del pasado sirven para conocer los hallazgos que luego se han convertido en rutinas.

Estas son las razones elementales de por qué todo estudiante de comunicaciones debe poseer un conocimiento general de cómo ha evolucionado la comunicación y el periodismo en el mundo. Al lado de los estudios técnicos, debe seguir la evolución de los medios, sus contenidos, usos y consumos y su influencia en la sociedad, de tal manera que esta experiencia sirva para su futuro desarrollo profesional. Existen distintos enfoques para estudiar la historia del periodismo. Se lo puede analizar desde el punto de vista de:

- Los medios: periódicos, radio, televisión o Internet, describiendo en detalle cada medio según se plantee la investigación.
- Las tecnologías: escritura, imprenta, nuevas tecnologías, pues cuando la Revolución Industrial permitió superar el clásico método de Gutenberg, se sucedieron muchas maneras de difundir información, desde la rotativa hasta las páginas web.
- Los sistemas políticos: los medios informativos han sido casi siempre instrumentos de los gobiernos y, por tanto, su desarrollo ha estado supeditado al contexto en que se fundaron y desarrollaron.

- Las ideologías e ideas: los medios de comunicación masiva tienen objetivos distintos, según el modelo ideológico que adopten.

- Los periodistas: su historia está ligada al avance del periodismo mismo, pues fueron ellos quienes plantearon las innovaciones y los logros que hoy en día conocemos.

- La libertad de expresión: seguir la historia de la censura, primero, y luego de la libertad de prensa, es fundamental para entender la historia del periodismo.



# 1. Fuentes para el estudio de la historia del periodismo

## Marco teórico elemental

Antes de pasar a examinar las fuentes de que disponemos para estudiar la historia del periodismo, debemos enfatizar algunos aspectos teóricos que habrá que tener en cuenta:

- a) La historiografía es la ciencia de la historia.
- b) La historia es el objeto de la historiografía. No habría historia sin historiografía.

Citemos algunas frases relevantes del famoso historiador Adam Schaff,<sup>2</sup> que nos serán útiles para el desarrollo de nuestro marco teórico:

¿Qué es el hecho histórico? [...] un acontecimiento, un proceso, un producto, el producto de un acontecimiento o de un proceso de la vida social.

[...]

¿Quién decide la importancia histórica que se debe atribuir a los hechos?: El historiador.

[...]

Pero este acto nunca es la expresión de la arbitrariedad individual, del puro subjetivismo y de la buena voluntad del individuo. Puesto que nuestro historiador es

---

<sup>2</sup> Adam Schaff 1974: 284.

un “producto” social, ha sido formado también en el espíritu de una teoría de la que es a su vez exponente [...]. La selección de los hechos está pues en función del contexto histórico del historiador, de la teoría que él aplica que, al mismo tiempo, es un hecho social. [...]

Y es precisamente en este sentido que la teoría precede a los hechos. [...]

La interpretación es, pues, la que eleva los hechos ordinarios al rango de los hechos históricos o derriba a éstos de su pedestal.

[...]

Es el historiador quien procede a la selección [...] selecciona los materiales que componen el contenido del hecho que constituye; selecciona los hechos históricos dentro de la masa de hechos ordinarios de la vida [...].

Teniendo en cuenta las acertadas premisas citadas, surge la interrogante de cómo investigar los diversos aspectos de la historia de algo especializado como el periodismo. Lo ideal sería contar con esfuerzos y vertientes distintos, a la vez que afines, que concurren para explicar un hecho o fenómeno determinado, reconociendo que muchas veces pueden surgir conflictos por lo que se supone es invadir campos ajenos y a veces muy especializados. De cualquier modo, se habrá de investigar y luego explicar los siguientes elementos:

- El marco histórico, político, ideológico y económico que impulsó la decisión de fundar un nuevo medio de comunicación.
- Los grupos de poder o de presión que consideraron necesario convocar adhesiones a través de ese medio (los fundadores).

- Los lectores de la coyuntura, lo que hoy llamaríamos “el mercado”.
- Los marcos legales para ejercer el periodismo (las regulaciones).
- La libertad de prensa, sus límites y posibilidades.
- Los periodistas.
- Las decisiones editoriales básicas (la llamada “propuesta periodística”).

### **Fuentes primarias y secundarias**

La investigación histórica aplicada al periodismo de cualquier época no se diferencia de la que se practica en otras áreas, pues la metodología es la misma. Si emprendiéramos una indagación sobre alguno de los ítems descritos en la lista anterior, acudiríamos a lo que los expertos llaman fuentes primarias y secundarias, directas e indirectas.

Las fuentes primarias son aquellos registros elaborados en el tiempo mismo de los sucesos, como los relatos de los contemporáneos. Podríamos colocar a la prensa en esta categoría porque sus crónicas son trabajadas, en particular en los diarios, casi al pie de los acontecimientos. Las fuentes secundarias, en cambio, son las que recogen estudios ya realizados sobre un tema.

Por otro lado, también se reconocen fuentes directas, que son las huellas o los testimonios destinados a dejar constancia de hechos significativos. En esta categoría se encuentran los monumentos, las memorias, las “arcas del tiempo”, etc. Por último figuran las fuentes indirectas, aquellas que no tuvieron in-

tención de dejar memoria pero que son reconocidas por el historiador como importantes; por ejemplo, las huellas de la vida cotidiana de épocas diferentes, como nuestro Camino Inca o la documentación de archivos, las cartas y los registros en general que exigía la administración de cada época.

La historiografía no puede prescindir de la prensa, en particular de la de los dos últimos siglos, aun cuando se sepa que el periodismo siempre ha estado teñido de pasión, ideas y conveniencias. Así y todo, es un derrotero indispensable.

No obstante, pocos historiadores han estudiado la prensa misma y por lo general han sido los propios periodistas los que se han esforzado en describir el desarrollo de una actividad tan importante en la vida cotidiana.

Para seguir esa historia, contamos con el Archivo de la Nación y con los indispensables registros públicos que nos acercan a informes generalmente ocultos al público, como la composición de las empresas promotoras de la publicación. También hay colecciones de periódicos y hemerotecas que conservan publicaciones muy antiguas. Entre las más importantes hemerotecas del país figuran la de la Biblioteca Nacional, la de la Biblioteca del Congreso y las de algunas universidades, como la Universidad Nacional Mayor San Marcos y la Pontificia Universidad Católica del Perú. Contamos además con importantes intentos de sistematizar la historia de la prensa. La bibliografía es abundante. Por último, es posible consultar las páginas webs y los blogs especializados, como por ejemplo el que mantiene la Universidad Católica.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Véase: <<http://blog.pucp.edu.pe/index.php?blogid=599>>.

## Los orígenes: el Mundo Antiguo

La información que originalmente se transmitía de manera oral, pronto halló maneras de ser conservada. La humanidad ha encontrado así diversos soportes o sustentos físicos para registrar y fijar códigos. De manera sucesiva y a lo largo de miles de años, estos soportes han sido la piedra, el barro, el papiro, las pieles en forma de pergamino y el papel.

Por otro lado, la escritura fue la etapa final de un largo recorrido en que ha pasado por las siguientes fases: mnemónica (que recuerda lo que se quiere decir); pictográfica; ideográfica; y fonética (en la que un sonido es representado por una figura y un fonema es igual a un signo; se agrupan los fonemas y surge la lengua hablada).

La información requería ser transportada y por ello el soporte de barro apareció en Mesopotamia hace seis mil años. Los arqueólogos han encontrado evidencias de que el sistema de escritura llamado “cuneiforme” tuvo vigencia por lo menos un millar de años. (En las ruinas de la ciudad de Nínive, capital del imperio asirio, se halló una gran biblioteca de tabletas de barro con un código que fue descifrado). En ese tiempo aparecen también el ábaco, una herramienta que servía para hacer cálculos.

En la antigua civilización china se desarrollaron sistemas eficaces, no solo de conservación y reproducción de textos, sino de traslado rápido de información indispensable para el control de territorios extensos. Se usaron para ello mensajeros a caballo con un sistema de postas. Fueron los chinos también los pioneros del uso de palomas mensajeras (un sistema

vigente hasta hoy) y, sobre todo, gracias a la invención de la pólvora, utilizaron activamente las señales con cohetes. También inventaron códigos para banderas. Gracias a su sistema de escritura ideográfica (signos), los chinos perfeccionaron la reproducción de textos en grabados en madera o xilografías. Incluso llegaron a hacer una especie de libros en colores. Egipto, por su lado, fue una civilización que dio un gran impulso a la comunicación y la escritura. Faraones y escribas desarrollaron cuatro fases en la escritura: jeroglífica; hierática; demótica; y copta.<sup>4</sup> Y en todas estas fases, el papiro tuvo el rol fundamental de soporte. Los gobernantes egipcios también afinaron una red oficial de comunicaciones a base de mensajeros y está registrado que en el siglo IV a. C. usaban palomas mensajeras.

Ya en el siglo VI a. C. había aparecido en Grecia el *aedo*, un personaje que cantaba o recitaba noticias recientes de pueblo en pueblo. También encontramos entre los griegos al *rapsoda*, que recitaba obras como *La Iliada* y *La Odisea*. Los griegos desarrollaron de manera extraordinaria el teatro como medio de comunicación y propaganda. En Grecia se escribía en tablillas de madera (los *sirves*) en las que se transmitían las comunicaciones oficiales.

Por último, en Roma aparecen las “actas del Senado”, consideradas como un “protoperiodismo”, un primer indicio histórico de un sistema para conservar información destinado a ser conocido por el pú-

---

<sup>4</sup> Los famosos jeroglíficos egipcios fueron descifrados recién a mediados del siglo XIX por el lingüista francés Champollion, gracias al hallazgo de la “Piedra de Rosetta” que contiene un mismo texto fijado en demótico, jeroglífico y griego.

blico. Dichas “actas” eran escritas en tablillas de cera y fijadas en lugares públicos. Para asegurar el control del Imperio, los romanos desarrollaron un sistema de caminos que mantenían con eficacia y que servía para trasladar mercancías y movilizar tropas y mensajeros por todo el territorio.

En las ciudades importantes, como Roma, las novedades gubernamentales eran difundidas en lugares especiales por los *praecos* (pregoneros). Además, existían los *strilloni*, que voceaban productos para vender, y los *subrostani*, que vendían información en un lugar fijo en el Foro.

## El Perú precolombino

En el extenso territorio peruano hay huellas de civilizaciones de miles de años de antigüedad. No se trata solo de construcciones o caminos sino de también de signos que formaban parte de códigos que son hasta hoy indescifrables. Hay en el Perú una enorme cantidad de petroglifos: están los célebres geoglifos o líneas de Nasca y otros indicios que han llevado a muchos especialistas a interrogarse sobre los sistemas de conservación de información del Perú precolombino.

A continuación transcribimos un fragmento de la introducción de nuestro libro *La comunicación imposible*:<sup>5</sup>

¿Tuvieron escritura los antiguos peruanos? ¿Quiénes habitaban lo que hoy es nuestro territorio antes de la llegada de los conquistadores españoles? ¿Podían comunicarse por lo que reconocemos como

---

<sup>5</sup> Juan Gargurevich 2002b.

“escritura”? La cuestión planteada así ha provocado una respuesta que no admite matices. Sin embargo, si aceptamos otros criterios más amplios, la respuesta podría ser afirmativa. Las preguntas debían ser entonces, aparte del lenguaje oral, ¿cómo se comunicaban los antiguos peruanos? ¿Cómo guardaban información? ¿Cómo se comunicaron con los extraños “huiracochas” que llegaron hasta el Inca Atahualpa?

[...]

Prácticamente todos los cronistas citan los hermosos y extendidos caminos, cuentan historias de chasquis que llevaban pescado fresco del mar al Inca en el Cusco; además, agregan que los Incas guardaban información en quipus, dibujos, palos pintados, etc. Los cronistas apelaron a la memoria de informantes para reconstruir cómo fueron los reinos anteriores; pero no tuvieron acceso a información que los arqueólogos descubrieron siglos después. Aquellos cronistas no supieron, por ejemplo, que existieron los hombres de Chavín, Moche, Tiahuanaco, etc., con verdaderas culturas que debieron necesariamente influir en las que llegaron después.

Esas viejas culturas tenían sistemas de comunicación. No se sabe cuál de ellas construyó los primeros caminos, los puentes, cuál utilizó de manera sistemática los mensajeros. Pero, sobre todo, no puede establecerse todavía a ciencia cierta detalles sobre sus sistemas de transmisión de información tanto de orden cultural como de emergencia, es decir, enemigos, catástrofes, etc. Los Incas recogieron toda esa sabiduría y los cronistas y descriptores de su cultura se la adjudicaron sin mayor discusión obviando el proceso que debió necesariamente precederla. Las feroces caras de los dioses de Chavín, los maravillosos dibujos y los pallares pintados de los mochicas, los frisos de los chimúes, así como

los geoglifos gigantes y los ceramios de Nasca, los dibujos de las telas de Paracas y tantas otras muestras de expresión, ¿fueron realizados solo con intenciones estéticas sin más finalidad que agradar a la vista o satisfacer a los dioses? Parece imposible que estas fueran las únicas intenciones. Una de las consecuencias de esta visión incaica fue adjudicar crédito absoluto a las afirmaciones de cronistas de gran reputación, como Garcilaso de la Vega. En sus célebres Comentarios Reales el gran mestizo sentenció: “el nudo dice el número mas no la palabra”, negando así la misión del quipu como portador de ideas y desterrándolo a método de ayuda-memoria, obviando que aun con números los quipus tenían historias para relatar y que los había de varios tipos, como lo comprobaron Porras Barrenechea, Radicati y muchos otros. Estos conceptos han sido revisados y se concede ya mayor atención a la “lectura” del quipu incaico como método de guardar información y eventualmente recuperarla. En los últimos años se ha venido acumulando información sobre los sistemas de comunicación de las diversas culturas peruanas. Son principalmente trabajos aislados que conforman un corpus científico que desmiente la ausencia de una manera de comunicarse que no fuera la oral. En esta inteligencia un grupo de estudiosos se reunió en 1991 en un coloquio en los Estados Unidos para estudiar los sistemas de comunicación de la América precolombina. Posteriormente se publicó un libro con el sugestivo título *Escribiendo sin palabras (Writing without words. Alternative literacies in Mesoamerica and the Andes)*. Aquellos científicos no dieron todas las respuestas; pero la cita constituyó un hito histórico ya que abrió nuevas puertas de comprensión y búsqueda que habían sido arbitrariamente cerradas.

En la actualidad, el énfasis de los estudios del tema ha sido puesto en los quipus, y académicos importantes de los Estados Unidos, como Gary Urton, los esposos Ascher y otros, vienen publicando hallazgos que podrían conducir hacia la decodificación de aquella todavía misteriosa combinación de cordones y nudos.

### **La noticia manuscrita**

Los historiadores fijan el año 476 d. C. como el fin del imperio de Roma de Occidente, ultimado por las sucesivas invasiones de los bárbaros que el viejo sistema no pudo repeler, resignándose a la desaparición. Se inicia entonces la Baja Edad Media con la aparición de las grandes murallas y fortalezas que protegen a las ciudades-Estado. Se afianza la Iglesia como institución y el Papa como autoridad máxima religiosa y política.

Será también indispensable crear redes para la transmisión de información a base de mensajeros, aunque debe puntualizarse que las noticias son en esa época solo un privilegio de los nobles, los sacerdotes y de algunos comerciantes importantes. Aunque el pueblo llano también quiere informarse, solo tiene acceso a lo que cuentan y cantan los peregrinos, predicadores, mercaderes y juglares. Más culto es el trovador, que escribe poemas épicos y relata hechos militares. Un dato importante es que en la Edad Media los juglares y trovadores cantan y recitan en las lenguas populares —las lenguas romances—, abandonando el latín que impuso Roma como el idioma oficial.

Al crecer las ciudades, en la Edad Media la plaza pública recupera la función del ágora griega o romana. Allí llegaban los mensajeros que contaban noticias. En esas plazas se hacía también teatro. Los actores ambulantes narraban sucesos, historias recogidas en los lugares en los que habían estado, y los vendedores ambulantes ofrecían estampas realizadas en planchas de madera: las xilografías.

Con el Renacimiento —que se consolida en Italia del siglo XIV al XV—, surge una época en la que se recupera y se vuelve a valorizar la Antigüedad Clásica: su arte, su pensamiento, su filosofía. Surge también el Humanismo, un movimiento en el que el hombre se ve como protagonista de la historia y que corresponde a un contexto sociopolítico en el que se consolida la burguesía comercial y el artesanado urbano. En ese entonces, se pasa del mercado de intercambio al mercantilismo, se abandonan los trueques y los productos comienzan a venderse por dinero.

Las monarquías organizan también servicios de correos estatales, en especial Inglaterra y Francia. En el centro de Europa, en cambio, el emperador Maximiliano auspicia la creación de un correo y se lo concede al banquero Franz von Taxis.

¿Qué información era considerada indispensable en esa época? La comercial, la política, la que concernía a la nobleza. Pero el afán de saber promovió la creación de un activo mercado de noticias recogidas y redactadas por los antecesores de los periodistas, quizá escribanos de puertos, de centros de correos o de ciudades importantes, y cronistas de bandos en guerra. Ellos informaban sobre los movimientos de los barcos, de los precios, sobre la meteorología, los

cambios políticos, etc. A más comercio, mayor el número de noticias. Estas novedades escritas a mano se escribieron en pergamino, primero, y luego en papel, y fueron conocidas como *folle d'avissi* en Italia, *newsletters* en Inglaterra y “relaciones” en España. Las noticias manuscritas tenían como características centrales la ausencia de un título fijo; no había intención de periodicidad y en consecuencia carecían de numeración. Recién en el siglo XV aparecen las gacetas, que ya se parecen a un periódico. No pocas monarquías fundan o auspician sus propias gacetas. Con una circulación tan activa de noticias fue inevitable que surgieran los primeros esfuerzos de control, en especial de parte de la Iglesia, que establece la censura, la necesidad de una autorización previa para la circulación de informes. Por supuesto, los protoperiodistas de la época procuran evadir el control, iniciándose así una historia que continúa hasta hoy.

## 2. La imprenta

### El indispensable contexto

Cualquier evento que los historiadores consideren digno de ser registrado, debe ser examinado en función de su contexto, esto es, las múltiples condiciones que lo impulsaron. No será posible comprender un evento a cabalidad si no atendemos al llamado “escenario”, que muchas veces es sumamente complejo.

El contexto está formado por los siguientes elementos:

- Los elementos geográfico-políticos, nacionales e internacionales
- La acción de las clases sociales
- Los factores económicos nacionales e internacionales
- Las influencias ideológicas
- La acción de los líderes
- Los elementos culturales

Para nuestro propósito, que es analizar la historia de Gutenberg y la imprenta, debemos considerar algunos aspectos de lo que sucedió a mediados del siglo

XV para que surgiera y se expandiera esta extraordinaria innovación que cambió para siempre, entre otras cosas, el rostro del periodismo.

En primer lugar, debemos revisar el formidable movimiento de cambios culturales que se produjo en Europa a mediados del siglo XV y comienzos del XVI y que fue llamado “Renacimiento” por los historiadores modernos. Fueron los expertos en arte los que llamaron la atención sobre la concentración notable de grandes artistas y pensadores en unas pocas décadas que renovaron los campos del arte, la literatura, la filosofía.

En síntesis, el Renacimiento fue la etapa histórica que, en un contexto liberal y en particular en Italia, renovó el interés por hallar y revitalizar los conocimientos de Grecia y Roma que habían sido ocultados e incluso ignorados por la larga Edad Media, o por lo menos encerrados en las bibliotecas.

En esa época tenemos, además, el cambio de una economía basada en la agricultura a nuevas formas urbanas y mercantiles que favorecieron el desarrollo de la educación.

Entre los efectos importantes de este cambio se cuenta el reforzamiento de la burguesía, que ocupa espacios que eran antes solo privilegio de la nobleza, y la pérdida por parte de la Iglesia Católica del control absoluto del pensamiento. La Reforma de Lutero significará una verdadera conmoción que obligará a la puesta en marcha de la Contrarreforma.

Por otro lado, son tiempos de grandes inventos que revolucionan la vida de los europeos, como la brújula, que permitirá los viajes más lejos de la costa, a la que se suman los timones de popa; y los lentes para

observar el cielo que explican a científicos como Galileo o Copérnico. En la industria ya se construyen hornos de hierro y en lo que respecta a la vida intelectual, social y administrativa comienza a adoptarse el papel como soporte para conservar cualquier tipo de información, abandonando para siempre al obsoleto papiro y el oneroso pergamino.

El mundo se expande gracias a los descubrimientos geográficos. El portugués Bartolomé Díaz bordea el África en 1486, dobla el bautizado cabo de Nueva Esperanza y descubre las islas de las especias. Pocos años después, en 1492, Cristóbal Colón se tropieza con América creyendo que llegaba a China. La expedición de Magallanes encuentra el paso de un océano a otro y logra dar la vuelta al mundo.

En el arte tenemos a creadores tan importantes como Leonardo de Vinci, Miguel Ángel, Botticelli, Tiziano y Holbein. En filosofía, a Erasmo de Róterdam e Ignacio de Loyola. Y en ciencia, a Copérnico y Galileo.

## **Gutenberg y su invento**

Todo ese gran escenario histórico acunará y hará posible la imprenta, el invento que se atribuye al alemán Johannes Gensfleisch zur Laden zum Gutenberg, del que solemos registrar solo su apellido.

Aunque Corea y China reclaman ser los verdaderos inventores del método de tipos móviles, fue Gutenberg quien puso en valor una serie de innovaciones y hallazgos que dieron como resultado la imprenta,<sup>6</sup> en un contexto económico y social muy favorable.

---

<sup>6</sup> Véase “La invención de la imprenta en China y Europa” en: <<http://www.hiperlibro.net/contenidos/La%20imprenta.pdf>>.

La imprenta, tal como la conocemos hoy, es un sistema que reemplazará al manuscrito por medio de la tipografía (tipos móviles). Luego de muchos experimentos, Gutenberg logró una tinta grasa que se adhería al metal de los tipos y al papel y adaptó de la industria del vino una prensa para imprimir. Impuso además el uso del papel, un invento que había llegado de la remota China y que los árabes producían industrialmente en Damasco desde el año 700 d. C. Se han tejido muchas historias sobre Gutenberg; algunas cuentan sus desventuras comerciales, otras que murió pobre luego de numerosos litigios y fracasos. Se sabe que nació en Maguncia (Alemania) entre 1390 y 1400, que provenía de una familia acomodada y que eligió el oficio de orfebre —una combinación de grabador y fundidor—, un conocimiento que le fue muy útil después. Con un socio, que luego se quedaría con el negocio, publicó en 1449 el *Misal de Constanza* y luego, en 1456, sus antiguos socios publicaron la célebre *Biblia de 42 líneas* que él había comenzado a componer.

Lo cierto es que Gutenberg murió en la pobreza en 1468, pero no en el olvido, pues siempre fue reconocido como el inventor de la imprenta, un sistema de impresión que tuvo una vigencia de casi quinientos años.

El invento de Gutenberg se expandió con una rapidez extraordinaria por el resto de Europa. El especialista S. H. Steinberg dirá:

La historia de la imprenta forma parte integral de la historia general de la civilización. Principal vehículo para la transmisión de las ideas durante los últimos cinco siglos, la imprenta está en relación,

y a menudo las informa, con todas las esferas de la actividad humana. No es posible comprender completamente los acontecimientos políticos, constitucionales, eclesiásticos y económicos, ni los movimientos sociológicos, filosóficos y literarios, sin tener en cuenta la influencia que la prensa de imprimir ha ejercido sobre ellas.<sup>7</sup>

¿En qué se interesaba el escaso público lector de los siglos XV y XVI. ¿Qué informaciones necesitaba conocer?

Una revisión de los contenidos de los *avvisi* en Italia, los *newsletter* en Inglaterra, las *zeitung* en Alemania, y las relaciones en España, nos muestra que predominaban las noticias sobre las alteraciones del orden y la tranquilidad, como las guerras y los resultados de sus batallas. Había una enorme ansiedad por el avance otomano en Europa Oriental, aunque también por los embates de la naturaleza —terremotos, inundaciones, eclipses, cometas— y los llamados prodigios, es decir, casos de nacimientos raros, rumores de monstruos, etc. Noticias importantes eran también los descubrimientos marítimos, en especial para los comerciantes y armadores de barcos.

## **Las relaciones y los noticieros en el Perú colonial**

La primera expresión periodística de América —usamos este término en el sentido ya popularizado de periodismo como forma de difusión de noticias— es la relación escrita y editada en México en 1541 con el título de “Relación del espantable terremoto que agora nuevamente ha acontecido en la ciudad de Gua-

---

<sup>7</sup>S.H. Steinberg 1955: 13.

temala: es cosa de grande admiración y de grande exemplo para que todos nos enmendemos a nuestros pecados y estemos apercebidos para cuando Dios fuere seuido de nos llamar”.

Para entonces las relaciones eran ya muy populares en España. Una de las más famosas había sido justamente la que transcribía el relato de Cristóbal Colón a su retorno del Nuevo Mundo, que fue editada en Barcelona, en latín, con el título de “*Insula Indiae supragangen nuper inventus*” y difundida rápidamente por toda Europa.

Sevilla era el centro principal de tráfico de las relaciones que, por lo general, aparecían los domingos para ser vendidas por voceadores que se disputaban los clientes en las puertas de las iglesias. Las noticias que más atemorizaban por entonces a los colonos españoles en América eran las incursiones de los piratas o corsarios holandeses e ingleses. Ya en los días del virrey Toledo el famoso Francis Drake había pasado por Chile y Perú asolando sus costas y obteniendo un enorme botín. A este corsario le siguieron otros, como Juan Orehan (1579) y Tomas Cavendjsh (1587), que atacaron y saquearon puertos coloniales. Y cuando era virrey García Hurtado de Mendoza, llegó la noticia de que el inglés Richard Hawkins había atravesado el Estrecho de Magallanes y bordeaba la costa de Chile a bordo del navío *Dainty* en dirección al Perú. El virrey organizó tres navíos que puso al mando de su cuñado, Beltrán de Castro, para salirle al paso. Luego de varios incidentes, lo encontraron en las costas de Ecuador y después de un combate Hawkins fue capturado el 2 de julio de 1594. Fue conducido a Lima, aunque no fue ajusticiado pues

se había rendido bajo la promesa de clemencia de Beltrán de Castro. El triunfo alborotó a la colonia española y el orgulloso virrey encargó al correo mayor Pedro Balaguer de Salcedo redactar la relación sobre la victoria (cuyos méritos, al parecer, fueron exagerados), que fue impresa en el taller de Antonio Ricardo y apareció con el siguiente título:

Relación de lo que hizo Don Beltrán de Castro y de Cveua en la entrada de Juan de Aquines inglés por el estrecho de Magallanes y mar del Sur. Lo svcedido desde diez y siete de Mayo Quinientos noventa y quatro años, que Don García Hurtado de Mendoza, Marqués de Cañete y Visorrey y Capitan General en estos Reynos y prouincias del Piru, Tierra Firme y Chile, por el Rey nuestro Señor tvuo aviso de auer desembocado y entrado en este mar del Sur, Juan Richarte Aquines de nacion inglés, Pirata, con vn nauio. Hasta dos de Julio día de la visitación de nuestra Señora, que don Beltran de Castro y de Cveua que fue por General de la Real Armada lo desbarató, venció y rindió. Y de las preuenciones de mar y tierra, que para ello se hicieron.

Esta relación fue la primera pieza periodística redactada e impresa en esta lejana colonia adonde solo se permitía las impresiones o reimpressiones llegadas de España con autorización del Rey y de la Iglesia.

A las relaciones, que estaban dedicadas a un solo tema, le siguieron los noticieros a partir de 1618 que traían noticias cortas, sintéticas, pero abundantes. En Lima se publicaban a la llegada del "aviso", o sea, el correo de la Península. Debe considerarse el retraso con que los limeños recibían las noticias, debido a que el viaje de Cádiz a Cartagena de Indias duraba

unos dos meses, y de ahí se debía llegar aún a Paita, desde donde las valijas eran conducidas a Lima a lomo de mula.

Los noticiarios fueron el primer gran cambio respecto del periodismo primitivo. Por mucho tiempo circularon simultáneamente con las viejas relaciones, que poco a poco fueron desapareciendo.

### **La *Gaceta de Lima* (1715)**

En 1715 apareció la “Gazeta reimpressa en Lima: de las novedades más sobresalientes de la Europa del mes de Febrero de 1715”. No se conocen los números siguientes, pero los especialistas suponen que se siguió publicando un tiempo a juzgar por un comentario en la *Gaceta de México*, que el 1 de enero de 1722 decía que la costumbre de reimprimir las gacetas madrileñas había “llegado hasta la Imperial Lima, Corte célebre del Perú, y practicando esta plausible diligencia, imprime cada mes sus acontecimientos [...]”. El hecho es que la publicación reapareció formalmente en enero de 1744 con el título de *Gaceta de Lima*: “Con privilegio y licencia; en Lima, en la Imprenta de la Calle de S. Ildephonso, y se vende allí mismo, y en el papel sellado”. Su presentación (lo que sería hoy el editorial) es digna de ser reproducida pues contiene la primera definición que se publica en Lima sobre el periodismo:

Es la Gazeta vna breve historia de los sucesos, en que inmediata, y progresivamente, se esparcen las noticias. Es un sumario de las novedades, con que se establece, y cultiva la policía de las gentes; resultando muchas vezes la común utilidad de esta

política invención; porque mediante ella circulan por el cuerpo del mundo racional las noticias de los acaecimientos; y sin el costo de los viages, afán de los correspondientes, se adelanta el Comercio de las más sobresalientes novedades.

La *Gaceta* fue siempre un periódico oficial, muy controlado por el gobierno y la Iglesia y con pocas noticias locales. Sin embargo, algunas merecieron atención especial, como aquella del 23 de julio de 1750 que relata la “Conspiración de indios y mestizos en Urna y Huarochirí” en tiempos del virrey Manso de Velasco.

Esta publicación acostumbraba a dividirse en dos partes: las “noticias de Europa” y las “Noticias de Lima” o el “Diario de Lima”. Es evidente que la *Gaceta* cumplía un rol de información, pero sobre todo servía para reafirmar la relación entre la metrópoli y su colonia. La *Gaceta* era más que nada el testimonio de lo que ocurría en el reino español; y para los criollos en particular, era la certeza de su pertenencia a esa realidad.

### ***El Diario de Lima (1790)***

Francisco Antonio de Cabello y Mesa, más conocido por su seudónimo profesional Jaime Bausate y Mesa, llegó a Lima en abril de 1790, cuando Europa estaba conmocionada por las noticias de que lo imposible había sucedido: una revolución violenta había estallado en Francia y los viejos cimientos de las monarquías parecían resquebrajarse al impulso de sus ideas.

Bausate y Mesa era joven e impulsivo y pronto se casó con una dama de buena familia; no tuvo fortuna en su aspiración de ser minero, pero logró la autorización del virrey Gil de Taboada y Lemos para publicar un periódico, al que llamaría *Diario Curioso, Erudito, Económico y Comercial*, que circuló a partir del primero de octubre de 1790.

Se ha especulado sobre las razones que tuvo el virrey para permitir la circulación del que sería el primer diario de América. Porras Barrenechea opinó al respecto:

Es la época de la Ilustración, España se suma a ese gran movimiento cultural europeo e incorpora a él a sus colonias [...]. Las universidades mayores dejan entrar en sus claustros los vientos de la Enciclopedia. Bausate y Mesa es simplemente el hilo conductor de una gran corriente colectiva.<sup>8</sup>

El mismo Bausate era lo que se llamaba entonces un “afrancesado”, esto es, un liberal, lector de la prohibida *Enciclopedia francesa* que muchos criollos tenían oculta en sus bibliotecas gracias a un activo contrabando. Había sido periodista por breve tiempo en el *Diario de Madrid* y probó aplicar su experiencia en la lejana, pequeña, pero influyente Lima.

*El Diario de Lima* tenía formato de libro, de cuatro a ocho páginas y algunos avisos publicitarios. Pero ni estos ni la venta le alcanzaban para solventar la aventura y fue decayendo en calidad, perdió su interés inicial, y luego de dos años perdió también el favor virreinal. Entonces Bausate abandonó el negocio para marcharse a Buenos Aires. El último número

<sup>8</sup> Raúl Porras Barrenechea 1970: 93.

del *Diario* apareció el 26 de setiembre de 1793 bajo la responsabilidad del impresor Martín Saldaña.<sup>9</sup>

### **El Mercurio Peruano (1791)**

Cuando Bausate y Mesa llegó a Lima, ya existía en esta ciudad un activo movimiento intelectual. Notables españoles y criollos, entre funcionarios, académicos y artistas, se habían agrupado en la llamada Sociedad Filarmónica en 1787 con el fin de comentar noticias y temas literarios, aunque esta iniciativa funcionó poco tiempo. A principios de 1790, quizá con el interés renovado por los sucesos europeos, los promotores iniciales de la Sociedad Filarmónica fundaron la hoy célebre Sociedad Amantes del País, que tenía el mismo propósito de intercambio de ideas que la anterior, pero al que esta vez se le añadía uno central, esto es, editar un periódico al estilo de las demás “sociedades” que habían aparecido en España y en otras colonias.

Los impulsores principales de esta nueva agrupación fueron Hipólito Unanue, José Baquíjano y Carrillo, Jacinto Calero, José María Egaña y otros que, como dice López Soria, “pertenecían al grupo rector de la estructura social del virreinato, participaban de los mismos sentimientos, perseguían los mismos intereses y obedecían a las mismas vigencias culturales”.<sup>10</sup> La mayoría eran liberales que, si bien no cuestionaban el orden ni la monarquía, seguían con interés creciente la ola de reclamos que surgía de las colo-

---

<sup>9</sup> Cabello y Mesa fundó en Buenos Aires el primer diario argentino con el nombre de *Telégrafo Mercantil, Rural, Político e Historiográfico del Río de la Plata*. Circuló poco más de un año, entre 1801 y 1802.

<sup>10</sup> José Ignacio López Soria 1972: 20.

nias. Fundaron entonces el novedoso *Mercurio Peruano de Historia, Literatura y Noticias Públicas que da a luz la Sociedad Académica de Amantes de Lima*, como un bisemanario que se repartió a sus suscriptores a partir del 2 de enero de 1791.

El éxito fue instantáneo y los suscritores pasaron de los doscientos. Se enviaron ejemplares a España y todo fueron elogios para los editores que eligieron como primer artículo un texto de Unanue titulado “Idea del Perú”, en el que se hacía una descripción del territorio que era ciertamente novedosa y útil para imaginar el país.

*El Diario de Lima* saludó la aparición del periódico que ciertamente llegaba para hacerle competencia, teniendo en cuenta el reducido mercado de lectores. Y cuando parecía que ya no habría espacio para otra publicación, se publicó el dominical *Semanario Crítico* en junio de ese año 1791, que dirigía el sacerdote franciscano Antonio Olavarrieta, un ultraconservador que no tardó en atacar a los “mercuriales”. Este periódico alcanzó a circular solamente dieciséis semanas. Desaparecido el *Semanario*, y luego *El Diario*, solo quedó *El Mercurio*, que también comenzó a languidecer. En 1795 el grupo casi se había disuelto y fue necesario que un entusiasta como el cura Diego Cisneros solventara el gasto de publicación del último número, que apareció ese año.

¿Por qué se coincide en afirmar que *El Mercurio* fue tan importante para el futuro independiente del país? Alarco reflexionó sobre el tema:

No era *El Mercurio Peruano*, como no pretendió ni hubiera podido serlo, un periódico que expresara intentos políticos revolucionarios. No insinuó siquie-

ra algo que pudiera incitar a la sedición. Pero hacía resaltar a la figura misma del Perú en su importancia como unidad geográfica, natural y humana.<sup>11</sup>

Obviamente, en una sociedad tan cerrada al reconocimiento de la realidad, los “mercuriales” eran sospechosos. Quizá por eso el virrey les retiró su apoyo, aunque “se había sembrado una importante semilla” —continúa Alarco— “que prepararía a las mentes a sacudir los vetustos moldes en que discurría su pensar y que habían regido durante siglos”.<sup>12</sup>

## El periodismo en Europa

En Francia, Alemania e Italia también se cumplió la etapa de las relaciones, pero el periodismo en esos países evolucionó más rápidamente que en España. En Francia, al amparo del cardenal Richelieu, el médico Theophraste Renaudot logró para él y sus hijos el privilegio real, y a perpetuidad, de imprimir una *gazzete*. Pocos años después aparecería el *Journal des Savants* (1665), dedicado a la vida intelectual, que obtuvo rápida difusión en Europa. Por otro lado, El *Mercure*, que salió a la luz en 1672, apasionó a los que seguían con atención las noticias en detalle sobre nombramientos, matrimonios, fiestas, etc. En un momento determinado circularon los tres periódicos; paralelamente surgían gacetas clandestinas que eran perseguidas por las autoridades.

En Inglaterra, la prensa floreció cuando se impuso al Rey la abolición de la censura en 1641. Pasarían dos años antes de que esta fuera reestablecida por el Par-

---

<sup>11</sup> Eugenio Alarco 1971: 21.

<sup>12</sup> *Ibíd.*

lamento, pero fueron suficientes para que circularan gran cantidad de *newsbooks* repletos de noticias que despertaron inquietud entre los gobernantes; finalmente, en junio de 1643 se impuso nuevamente la censura. Se inició entonces el primer gran debate sobre la libertad de prensa. Desde entonces, la prensa inglesa conocería un desarrollo extraordinario. Los nombres de Joseph Addison, Richard Steele, Daniel Defoe y Jonathan Swift marcan la historia del periodismo al popularizar el ensayo como un género periodístico que sería imitado en toda Europa.

El primer diario de la historia, *The Daily Courant*, se publica en Londres en 1702, aunque hay versiones sobre periódicos que circularon antes (en Alemania se afirma que *Relation* se publicó diariamente desde 1605 y hay otras versiones que hacen el tema controvertido).<sup>13</sup>

Por último, en España se hacía sentir la rigidez de la Corona y las disputas por el poder. El medio se activa con la presencia decisiva del gran periodista Francisco Sebastián Manuel Mariano Nipho y Cagigal, quien funda el *Diario de Madrid* en 1758, innovando al periodismo hispano.

## Resumen

No se puede comprender a cabalidad los elementos que hicieron posible las innovaciones importantes para el periodismo sin examinar su contexto, o lo que llamamos también el “escenario”. Fueron una serie de fuerzas sociales, políticas, económicas y cul-

---

<sup>13</sup> “Y el primer periódico nacía...”. Elena de Regoyos. En: <<http://www.escribiendo.net/blog/112.html>>. Consultado el: 09/06/05.

turales las que actuaron como espacios favorables a la imprenta y a su promotor en Occidente, el alemán Gutenberg. Por otro lado, el Renacimiento, con su renovado interés por las culturas antiguas —Grecia y Roma— fue un contexto ideal para los cambios e inventos.

Con la llegada de la imprenta al Perú colonial, el periodismo se abrió paso en estos territorios. En 1594, sin el permiso de la Corona, se publica la primera “relación”, dedicada a la captura de un corsario inglés. Ya en el siglo XVIII, bajo el influjo de las nuevas ideas que llegaban de Europa, un grupo de importantes intelectuales fundó la Sociedad Amantes del País con la idea de publicar el periódico *Mercurio Peruano*.

A este grupo, sin embargo, se le adelantó el español Antonio Cabello y Mesa, quien con el seudónimo “Jaime Bausate y Mesa” lanzó el *Diario de Lima* el primero de octubre de 1790. Este fue el primer diario de América. Meses después, los “mercuriales” publicaron su periódico como un bisemanario y también comenzó a circular el *Semanario Crítico*, de poca relevancia.

### 3. La libertad de prensa

#### Conceptos y definiciones

La libertad de prensa es la garantía de que los ciudadanos tengan derecho a expresar libremente su opinión a través de los medios de comunicación. Los mensajes, cualquiera que sea el registro a utilizar, no pueden ser controlados por el Estado, que debe garantizar su independencia y de hecho lo hace — como es el caso del Perú— mediante la Constitución Política.

No obstante, hay una discusión respecto del contenido y alcances de la definición, porque hay quien considera que tal libertad debe servir a intereses generales, ya sea mediante la autorregulación o la asignación forzosa de fines políticos, educativos o culturales. De hecho, en todos los Estados del mundo hay limitaciones establecidas por los códigos civil y penal. De cualquier modo, las libertades de que gozamos hoy en día son producto de un largo y a veces doloroso proceso de conquistas de quienes porfiaron por difundir su opinión.

La libertad de prensa moderna (llamada originalmente “libertad de imprenta”) se compone de los siguientes elementos:

- La libertad de informar, que es garantizada por los Estados y que es la base del ejercicio del periodismo siempre y cuando, como decimos arriba, sea ejercida con responsabilidad formal y apego a la ética.
- La libertad de recibir información, es decir, que los ciudadanos tengan la posibilidad de reclamar noticias veraces, oportunas y útiles.
- La libertad del ejercicio del periodismo (o interna), que incluye la cláusula de conciencia que protege tanto la libertad individual del profesional ante las empresas editoras como su derecho a no revelar las fuentes de una información.

## **Primero fue la censura**

La noticia manuscrita, nacida en tiempos tan lejanos como Roma o la Edad Media, no representaba peligro alguno para los príncipes o la Iglesia porque era muy fácil controlarla. Tanto los vendedores de novedades como sus lectores eran pocos y no existía ni por asomo algo que pudiera parecerse a la moderna opinión pública movilizada por los medios. Es verdad que las Cruzadas fueron fruto de una intensa campaña de predicadores que convirtieron a las iglesias en verdaderas cajas de resonancia, pero ellos utilizaron mensajes orales, sermones encendidos que prometían recompensas eternas a quienes se unieran al rescate de los Santos Lugares.

Es la imprenta y su capacidad de reproducción rápida de textos las que alarman a los poderosos. Así,

pronto los príncipes del Renacimiento inventaron el “privilegio real” para autorizar el funcionamiento de las flamantes imprentas y sus publicaciones. Solo los reyes y la Iglesia podían dar permiso para que circulara una publicación.

“En esta política represiva y en su instrumento más depurado, la censura” —dice Benito— “jugará un papel decisivo la Iglesia a través del Tribunal del Santo Oficio de la Inquisición creado mediante bula de 1 de noviembre de 1479 por el Papa Sixto V a instancia de los Reyes Católicos”.<sup>14</sup>

Se sucederán entonces una serie de decretos para impedir la circulación de libros prohibidos, como aquel que impedía los “romances”, que fueron considerados “perniciosos”, conducta que será exacerbada por la Reforma de Lutero que tendrá en la imprenta a un valioso aliado de difusión de sus *Noventicinco tesis* de 1517.

Por cientos de años se enfrentó a la censura o el control rígido de publicaciones en una lucha constante por la libertad de expresión, que logra por fin una enunciación definida en la Declaración de Derechos del Buen Pueblo de Virginia del 12 de junio de 1772, que proclama que “la libertad de prensa es uno de los grandes baluartes de la libertad y no puede ser restringida”. Luego el *Bill of rights* de la Constitución de los flamantes Estados Unidos de América establece en su primera enmienda que el Congreso no emitirá ley alguna que limite la libertad de prensa.

Finalmente, la Declaración de Derechos del Hombre promulgada en agosto de 1789 proclama como texto definitivo: “La libertad de pensamiento y de opinión

---

<sup>14</sup> Ángel Benito 1991: 859.

es uno de los derechos más preciados del hombre: todo ciudadano tiene el derecho de hablar, escribir, imprimir libremente, debiendo responder del abuso de esta libertad según lo determine la ley”.

Esta Declaración es el punto de partida de la historia de la libertad de prensa moderna, aun cuando perdure el verbo “censurar” como acto de limitarla.

## **El control en las colonias**

En las colonias españolas, de los dos primeros siglos por lo menos, la censura era sumamente rígida porque —salvo raras excepciones— solo se “reimprimía” los materiales informativos que llegaban de la metrópoli y que luego de ser revisados por las audiencias y el virrey y aprobados, eran enviados a las escasas imprentas autorizadas. Las aduanas se encargaban además de controlar los envíos particulares y se ponía celo especial en los impresos. Incluso en tiempos de Felipe II, la pragmática *Novísima revelación* de 1558 amenazó con la pena de muerte a quienes importaran libros y otra, en 1588, permitió inspeccionar las bibliotecas de particulares y las librerías, ordenando la requisa de lo sospechoso, una ordenanza que perduró hasta el final del virreinato, aun cuando para ese entonces el control se hizo más difícil.

Todos los productos periodísticos coloniales que hemos revisado —relaciones, noticieros, gacetas, *El Diario de Lima* o *El Mercurio*— fueron objeto de un severo control por parte del gobierno. Esta censura sería suspendida por un tiempo gracias a la llamada “Primavera de Cádiz” de 1810, tema que desarrollaremos más adelante.

## La Revolución Francesa

La Revolución Francesa, nacida formalmente el 4 de julio de 1789, fue producto de un largo proceso que puede rastrearse desde por lo menos la publicación del primer tomo de la *Enciclopedia* compuesta por Diderot y D'Alembert, que se caracterizó por su pensamiento liberal. En los tomos siguientes participaron todos los sabios “ilustrados” franceses, como Montesquieu, Voltaire y Rousseau, los mismos que coincidieron en su crítica a la Iglesia y a la monarquía absoluta de derecho divino y reclamaron un gobierno elegido por el pueblo.

La *Enciclopedia* tuvo una enorme influencia en el mundo occidental y sería la base de las futuras rebeliones antiabsolutistas, de las cuales la francesa fue la primera y más importante. La censura la persiguió implacablemente y en muchas ocasiones sus ejemplares fueron quemados en público.

### *La Revolución y la prensa*

El gran historiador del periodismo Pierre Albert<sup>15</sup> distingue cuatro fases decisivas en la dramática historia de la libertad de prensa en la gran Revolución:

- La conquista de la libertad, de 1788 a 1789: la convocatoria a los Estados Generales provoca una explosión de libelos, hasta que en mayo de 1789 se reanuda la censura de la prensa en lo que sería el último esfuerzo de control del *Ancien Régime*.

---

<sup>15</sup> Pierre Albert 1970.

- La nueva prensa que nace de la libertad ilimitada, de 1789 a 1792: circulan hojas impresas, periódicos de aparición irregular, en distintos formatos a veces suscritos por un solo autor; por su contenido es posible dividir a esta prensa de la siguiente manera:
  - a) Prensa cotidiana de información, como *La Gazeta de Francia*, el *Journal de Paris*, el *Journal de Débats*, *Le Moniteur*.
  - b) Prensa revolucionaria, entre la que destacan el *Courrier de Provence* de Mirabeau, *Patriote Français* de Brissot, *Révolutions de France* de Camilla Desmoulins, y *L'Ami du Peuple* de Marat.
  - c) Prensa contrarrevolucionaria, como el *Journal Politique et National* de Rivarol, *Petit Gautier* de Syonnet, y *L'Ami du Roi* de Royou.
  
- El Terror y el fin de la oposición, de agosto de 1792 a julio de 1794: en agosto de 1792 se suprime brutalmente la prensa de oposición y varios periodistas, tanto extremistas como moderados, son ejecutados. Solo se permitirá entonces la prensa autorizada por el Comité de Salud Pública.
  
- La prensa después del 18 Brumario (10 de noviembre), 1799: Napoleón Bonaparte se hace del poder y mediante el decreto del 27 Nevoso (17 de enero de 1800) suprime por lo menos medio centenar de periódicos, permitiendo la circulación de solo una docena que

serán controlados por el nuevo gobierno, que restaurará la monarquía con Napoleón como emperador.

La gran Revolución había terminado, pero dejó lecciones, y sobre todo ideas, que serían aprovechadas por los revolucionarios americanos.

## **La prensa liberal en Europa**

La prensa fue decisiva en la difusión de las ideas liberales, pese a que luego de la restauración y derrota de Napoleón se produjo como reacción una verdadera ola de ideas conservadoras que parecían borrar todo lo anterior. Hubo, sin embargo, otros movimientos liberales, en especial el de Francia en 1830 (la “Revolución de Julio”), que se extendió por Europa movilizándolo a la opinión pública, y luego el de 1848 en ese mismo país (“La Primavera de los Pueblos”), que terminó instaurando la segunda república francesa y provocó cambios importantes en los países vecinos. Este fue el triunfo del liberalismo: la mayoría de los Estados reconocieron la libertad de prensa, dictando leyes especiales para estipular responsabilidades. Ya por entonces era fácil distinguir entre prensa política, utilizada como soporte de ideas y propaganda, y prensa de información, que evolucionaría hacia la prensa popular concebida como una empresa comercial.

En este último campo se distinguieron los ingleses porque ellos fueron los creadores de los periódicos dominicales de entretenimiento que ya podrían ser descritos como “sensacionalistas”. Es el caso del fa-

moso *Weekly Messenger*, fundado en 1796, que fue un eficaz promotor de la lectura y creador de un mercado de lectores que fue bien aprovechado por el nuevo periodismo que le siguió.

### ***Las Cortes de Cádiz***

Es necesario hacer un corte en la historia del periodismo colonial americano, y peruano en especial, para describir lo que se llama la “Primavera de Cádiz”, un episodio que interrumpió por pocos años la férrea censura gubernamental y eclesial de la prensa en España y sus dominios.

Napoleón Bonaparte envió sus ejércitos a España en 1807 porque había firmado un pacto con el rey Carlos IV para dejarlo ocupar Portugal; desde ese país pensaba bloquear mejor a Inglaterra y eventualmente invadirla. Pero las desavenencias entre Carlos y su heredero Fernando VII fueron aprovechadas por los franceses y Napoleón decidió sustituir a la Casa de Borbón por su propia familia y entronizar a su hermano José. Los primeros fueron obligados abdicar.

El 2 de mayo de 1808 se inició, sin embargo, en España la resistencia y la guerra de independencia que provocó que un grupo importante de políticos e intelectuales se refugiara en el Sur, fundando un Parlamento: las llamadas “Cortes de Cádiz”. Para lograrlo, convocó a elecciones en las que debían participar delegados incluso de las colonias más lejanas.

Las sesiones se iniciaron en setiembre de 1810 y su primer y más famoso decreto fue el que estableció por primera vez en España y sus colonias la libertad de imprenta, es decir, la posibilidad de publicación sin censura previa.

Este fue un triunfo del liberalismo, que por entonces pugnaba por una monarquía parlamentaria, mientras que los conservadores preferían el absolutismo aunque participaron en las Cortes. El artículo primero estipulaba:

Todos los cuerpos y personas particulares, de cualquier condición y estado que sean, tienen libertad de escribir, imprimir y publicar sus ideas políticas, sin necesidad de licencia, revisión o aprobación alguna anteriores a la publicación, baxo las restricciones y responsabilidades que se expresarán en el siguiente decreto.

Lo siguiente era la creación de una junta de censura de nueve miembros (tres eclesiásticos), cuya misión era examinar las denuncias para controlar los excesos y eventualmente pasar a la requisa, pero con un derecho a reclamo que podía llegar hasta España. Fueron elegidos para esta Junta numerosos delegados americanos, entre ellos varios peruanos, siendo el más señalado Vicente Morales Duárez, quien llegó a ser presidente del flamante Parlamento.

### **La libertad de imprenta en el Perú**

La lejana Lima recibió con cautela las noticias del triunfo francés y puso sus esperanzas en la creciente resistencia. El virrey de turno, el conservador Fernando de Abascal, reconocido como astuto y hábil para el manejo de las relaciones con los criollos, decidió aceptar y promulgar las disposiciones. Cuando llegó aquel primer decreto, Abascal ordenó su publicación en la *Gaceta de Gobierno* del 18 de abril de 1811.

La Constitución de Cádiz se juró en Lima el 2 de octubre de 1812. Abrió fuegos el periódico bisemanal *El Peruano* recién en setiembre de 1811, con la protección inicial del virrey y bajo la dirección del editor Guillermo del Río. *El Peruano* destacará por la presencia de Gaspar Rico y Angulo, monárquico a favor del Parlamento. Y de allí seguirán decenas de otras publicaciones que son difíciles de calibrar. Citemos a *El Cometa*, *El Satélite del Peruano*, *El Verdadero Peruano*, *La Abeja Española*, *Argos Constitucional*, *Anti Argos*, *Ramalazo*, *Anti Ramalazo*, *El Investigador* (considerado el más importante en términos noticiosos y descripción del contexto), *El Peruano Liberal*, *El Moderno Antiguo*, *El Semanario*, *El Verdadero Investigador*, y *El Pensador del Perú*.

Lo importante de esta etapa es el intenso debate de ideas entre los conservadores agrupados alrededor del virrey y los liberales todavía no organizados. Se enfrentaban así quienes estaban por la monarquía parlamentaria —los liberales— y quienes preferían el poder absoluto.

Los franceses fueron expulsados de España, ocupando el trono Fernando VII, quien no perdió tiempo en abolir las conquistas liberales, retornando la vieja censura. Pero cuando llegó el real decreto en setiembre de 1814, ya la calma había vuelto a Lima pues el virrey Abascal había logrado combatir con eficacia a los liberales criollos. Es obvio, sin embargo, que luego de esa experiencia el Perú político ya no sería el mismo porque se incubaba ya la Independencia.

## La prensa en la República

El virrey Abascal partió del Perú pocos años después, en 1816, dejando a su sucesor Joaquín de la Pezuela un país en erupción a pesar de sus esfuerzos, ciertamente eficaces, por detener el proceso de emancipación.

Pezuela contuvo alzamientos en Quito, Chile y el Alto Perú (Bolivia) y persiguió a conspiradores en el Perú, convirtiéndolo en el centro del poder realista a la vez que en el objetivo principal de los independentistas.

En enero de 1821, Pezuela fue depuesto por sus oficiales y reemplazado por el virrey José de la Serna, quien sería derrotado en Ayacucho y suscribiría la rendición española. Las acciones de guerra de los patriotas eran acompañadas de verdaderas andanadas de proclamas, llamados y noticias a los que él solo oponía la *Gaceta del Gobierno*. Cuando La Serna asumió el mando, decidió inmediatamente apoyar la publicación llamada *El Triunfo de la Nación*, que apareció en Lima desde el 13 de febrero hasta el 29 de junio de 1820, editada por Guillermo del Río, quien también se ocupaba de la *Gaceta*. Se hicieron allí promesas de respeto a la Constitución, pues La Serna era liberal, aunque no admitía la Independencia.

Al iniciarse la campaña militar en los Andes, el periodista Gaspar Rico y Angulo siguió con su imprenta a las tropas realistas, editando *El Depositario* primero en Lima, y luego en Huancayo, Huamanga, Cusco y el Callao. Por otro lado, el general español Canterac publicó el *Boletín del Ejército Nacional de Lima* en Huancayo, Jauja, Cusco y Arequipa de 1822

a 1824, con novedades y comentarios favorables a los realistas. El último número de esta publicación está fechado en Huancayo el 4 de junio de ese mismo año. También publicaron los realistas la *Gaceta del Gobierno Legítimo del Perú*. El primer número apareció en Huancayo en octubre de 1821 y el último probablemente en Cusco en 1824. Solo contenía noticias de batallas y proclamas. El periodismo de los patriotas fue por supuesto más activo y relevante para la historia, pues forma parte de la saga iniciada por el general San Martín y culminada por el general Simón Bolívar, El Libertador.

### ***Las imprentas volantes de San Martín***

Cuando los patriotas desembarcan en la bahía de Paracas —al sur de Lima— en setiembre de 1820, sus barcos no solo transportan soldados, cañones y caballos, sino también las famosas “imprentas volantes” que inmediatamente sacan a luz una proclama fechada el mismo día de la llegada y titulada: “Que habiendo llegado al lugar de su destino, solo falta que el valor consume la obra de su constancia”.

Debe distinguirse aquí el periodismo militar, de campaña, del periodismo de doctrina, de reflexión y discusión. Así, por ejemplo, el *Boletín del Ejército Libertador* que aparece entre 1820 y 1821 contiene decretos y proclamas indispensables de ser difundidos oportunamente, pues formaban parte del proyecto de construcción del nuevo orden. Lo mismo sucede con el *Boletín del Ejército Unido Libertador del Perú*, redactado por Monteagudo, y con pie de imprenta en Pisco, Ancón, Supe y Huaura. Este boletín apareció

en Pisco el 6 de octubre de 1820; el último está fechado en Barranca el 20 de junio de 1821.

El primer periódico de doctrina es *El Pacificador del Perú*, que los patriotas fechan en Huaura el 10 de abril de 1821 y después en Barranca. El último aparece en Lima el 12 de setiembre de 1821. Entre ambas fechas se producen acontecimientos decisivos, como la Declaración de la Independencia el 28 de julio.

### ***La libertad de imprenta en 1821***

Poco después de los acontecimientos narrados, se decretó la libertad de imprenta en el Perú, aunque el texto reglamentándola apareció recién en la *Gaceta del Gobierno* el 17 de octubre. Debe recordarse que San Martín había expedido un “Estatuto provisional dado por el Protector de la libertad del Perú para el mejor régimen de los departamentos libres interín se establece la constitución permanente del Estado”. En la sección octava, artículo 42, este documento decía: “Queda sancionada la libertad de imprenta bajo las reglas que se prescribirán por separado”.

Sin esperar al reglamento, se publicó *El Americano* el 10 de julio de 1821, gracias a que estaba prácticamente dedicado a elogiar a San Martín y a divulgar sus últimas proclamas. *El Consolador* se publica entre el 19 de julio y el 6 de agosto; son siete números redactados únicamente por Félix Ayuso, decidido sanmartiniano que luego se volvió incómodo para el gobierno.

El 24 de julio de ese mismo año aparece *Los Andes Libres*, hasta el 6 de diciembre. Este es el periódico

de los patriotas; allí escriben Fernando López Aldana, Félix Devoti y Santiago Negrón. En su primer número no disimulan su entusiasmo: “Llegó por fin el suspirado día en que la capital del Perú, árbitra de su destino, proclamará a la faz del mundo su Independencia”.

El 14 de marzo de 1822 aparece en Lima *El Sol del Perú*, que alcanza a publicar diez números hasta el 27 de junio del mismo año. Se informa en el prospecto es auspiciado por la Sociedad Patriótica que promovía el hábil ministro Bernardo Monteagudo, que por entonces todavía defendía los planteamientos monárquicos y rechazaba los republicanos. *La Cotoarra* se edita del 14 de julio de 1822 al 22 de marzo de 1823, adhiriéndose a la idea de la monarquía.

Los más ilustrados patriotas republicanos, que ya han incursionado en el citado *Correo*, editan entonces *La Abeja Republicana* que aparece desde el 1 de agosto de 1822 hasta el 7 de julio de 1823. Hay más periódicos: *El Brujo*, publicado de agosto a setiembre de 1822 y que ataca a Monteagudo; *El Loro*, que aparece entre agosto y octubre de 1822 y que se une a quienes convocan a Bolívar, aunque sin agredir a San Martín; *El Loquero*, del que se imprimen dos números en setiembre del mismo año, prorreligioso; *El Católico*, en las mismas fechas, confesional; y *El Imparcial*, fundado en noviembre de 1822, liberal.

Se funda también un diario, *El Diario de Lima*, que se publica del 3 al 27 de noviembre de 1823 y que ofrece tribuna a posiciones antagónicas, es decir, a republicanos y monárquicos. Fracasa por falta de suscriptores. José Faustino Sánchez Carrión edita, por su lado, *El Tribuno de la República Peruana* en-

tre el 28 de noviembre y el 26 de diciembre de 1822. Son nueve números abogando por un gobierno republicano, representativo.

*El Investigador Resucitado* se publica entre el 2 de diciembre de 1822 y enero de 1823, republicano; *El Vindicador* aparece en 1823, sanmartiniano; *El Corneta de la Guerra* se edita entre marzo y mayo de 1824 y critica al Congreso; *El Lince del Perú* se imprime en Trujillo y ya no refleja la discusión original sobre la forma de gobierno sino que toma partido por Riva Agüero en la división patriota. Y en Trujillo también aparece *El Nuevo Día del Perú*, auspiciado por el famoso Hipólito Unanue, entre el 1 de julio y el 25 de setiembre de 1824. Es decididamente bolivariano y crítico de San Martín.

Entre el 1 de marzo y el 5 de enero de 1825 se publica *El Triunfo del Callao*, un semanario que se esfuerza en ser imparcial. Hay referencias de que en el mismo puerto se publicaba en 1823 *El Parte del Callao*, un diario oficial, así como *El Desengaño*.

### ***El Libertador y la prensa***

Simón Bolívar, el Libertador, permanecerá en el Perú de agosto de 1823 a setiembre de 1826, tres años en los que derrota y expulsa definitivamente a los españoles, instala la república de Bolivia, vigila su máxima creación política que llamó la Gran Colombia (Venezuela, Colombia y el antiguo reino de Quito), convoca al Congreso de Panamá y trata, en fin, de organizar a los difíciles peruanos que lo colman de elogios.

El general venezolano tenía una enorme experiencia en cuestiones de propaganda; sabía que un periódico

valía tanto como un batallón y que había que movilizar a la opinión pública. No bastaban las tropas para difundir el credo revolucionario y el nuevo orden. Por eso, en la biografía política del general Bolívar se lee que fundaba o inspiraba periódicos a su paso, lo que revela que era un voraz lector de noticias. Se preocupaba tanto por los pertrechos bélicos como por la imprenta y tan pronto como en 1811 adquiere la primera en Inglaterra. Con respecto a los periódicos, en 1818 funda *El Correo del Orinoco* en Angostura, Venezuela; en 1819, *La Gaceta de Santafé de Bogotá*; *El Peruano*, en Lima, en 1826; y *El Registro Oficial*, en Bogotá, en 1828.

Al iniciar la que sería la campaña final contra los realistas, Bolívar encarga la redacción del periódico *El Centinela en Campaña* al capitán Andrés Negrón, quien se haría también cargo de la imprenta. *El Centinela* apareció en Huamanga el 4 de abril de 1824, luego el 27 de abril en Santiago de Chuco, después en Caraz y finalmente en Huariaca. El último está fechado el 24 de julio de 1824. Fue reemplazado por el *Boletín del Ejército Unido* que apareció en las semanas previas a la batalla de Ayacucho del 9 de diciembre de 1824 y también bajo la dirección del capitán Negrón. Bolívar todavía permaneció en el Perú dedicado a la tarea de organizar la nueva administración. Decide entonces conservar la vieja *Gaceta del Gobierno* para publicar la multitud de decretos, órdenes y avisos oficiales que se suceden en su enorme obra legislativa.

## ***La fundación de El Peruano***

Simón Bolívar ordenó la fundación del diario *El Peruano*, que es hoy el periódico más antiguo del Perú. Hay una interesante discusión, pues generalmente se aceptaba que su punto de partida era el 13 de mayo de 1826, fecha en que circuló su primer número. Sin embargo, su origen está en *El Peruano Independiente*, que circuló entre octubre de 1825 y mayo de 1826, y que luego se transformó en *El Peruano* a secas y pasó a ser oficial. En su editorial de presentación dirá:

Quando un pueblo ha superado grandes contrastes políticos, y espera repararlos consolidando su administración, es un deber sagrado sostenerla, desenvolviendo los principios de justicia y utilidad común que sirvieron de base a las reformas. Entonces los periódicos, que son los órganos de la opinión, pueden coadyuvar sobremanera a fijarla y dirigirla rectificando las ideas para uniformar los intereses privados con los públicos. Pero cuando bajo la égida de la libertad de imprenta se difunden instigaciones pérfidas, y atacan al gobierno sin examinar si sus providencias son buenas ó malas, si son contrarias ó no a la ley, si están o no en la esfera de sus facultades, inmediatamente se convierten en destructores de la sociedad.

Como se ve, la idea de Bolívar al fundar el diario no era convertirlo en un simple registro de avisos o leyes oficiales, sino dotar al gobierno de una herramienta de defensa e incluso útil para atacar a sus enemigos. El Libertador se retiró del país y *El Peruano* ha conservado, hasta la actualidad, su doble misión de registro e instrumento.

## Resumen

La historia de la libertad de prensa y de expresión tiene su origen en la antigua censura que los poderosos, los príncipes y la Iglesia ejercieron sobre la información. Fue fácil controlarla, por lo menos cuando las noticias eran manuscritas, pero cuando el uso de la imprenta se extendió y las noticias pasaron a ser impresas, nacieron las leyes que la limitaron. Recién en 1789, al proclamar los Derechos del Hombre, la Revolución Francesa sentó las bases de la moderna libertad de prensa. El debate alcanzó también a España y sus colonias, donde ya había un creciente movimiento liberal que se manifestó de manera abierta cuando Napoleón invadió España y la resistencia eligió un Parlamento llamado “las Cortes de Cádiz”.

La primera decisión de aquellas Cortes fue proclamar la libertad de imprenta en toda España, orden que llegó al Perú en 1811 y que se aplicó de inmediato, con lo cual se publicaron numerosos periódicos sin pasar por la censura del gobierno o de la Iglesia. Al iniciarse el proceso independentista, la prensa tendrá un papel decisivo en la propaganda, siendo utilizada agresivamente por ambos bandos. En el lado patriota, San Martín traerá nuevas imprentas y, luego, ya bajo el gobierno del Libertador Bolívar, se fundarán diarios en varias ciudades del virreinato. En Lima, circula por primera vez en 1826 el diario *El Peruano*, hoy el periódico más antiguo del país.

## 4. La transmisión de señales a distancia

### Antiguos métodos de transmisión

Probablemente fue la guerra la que impulsó desde tiempos muy antiguos la necesidad de enviar señales, ya sea visuales o auditivas, compuestas en código y a manera de mensajes. Hay referencias, por ejemplo, de que los griegos usaban un sistema nocturno de señales de fuego y se recordará que *Agamenón*, la obra teatral del famoso Esquilo, se inicia cuando un vigía avista la señal de fuego que anuncia que Troya ha sido vencida y que retornan los aqueos. Los romanos tenían un curioso “telégrafo de agua” que estuvo muy extendido en el Imperio y que ha sido registrado en ánforas e inscripciones; y se afirma que había miles, así como existían “telégrafos del humo”.

Pero también existían las señales auditivas, como las cornetas para dar órdenes a los ejércitos, las campanas chinas con sus herméticos códigos, y los tambores. En el África nadie puede decir cuándo nació el tam-tam, y en la selva amazónica todavía se puede escuchar el misterioso y antiguo manguaré de troncos huecos, por el que se trasmite sonidos a grandes distancias, fáciles de escuchar en las horas de silencio.

Para enviar mensajes, las viejas culturas usaron mensajeros a pie (como los chasquis peruanos) o a caballo, estableciendo postas a distancias regulares de tal manera que un mensaje pudiera ser trasladado con rapidez. El mensajero a pie más famoso de la historia es quizá Filípedes, quien según la leyenda corrió 42 km para dar el aviso del triunfo sobre los persas en la batalla de Maratón.

Por otro lado, las palomas mensajeras son utilizadas hasta hoy en día por su eficacia; no se sabe quiénes descubrieron sus virtudes. Se trata sencillamente de que las palomas siempre retornan al palomar donde nacieron. Se puede llevar una paloma a mucha distancia, y al soltarla, volverá al palomar donde la espera el receptor del mensaje. También, es verdad, se entrenaba halcones para interceptarlas.

Por último, las banderas fueron el sistema favorito de los samuráis japoneses, que las preferían a las cornetas. Cuando se ordenaba un movimiento de tropas, los mensajeros portaestandartes recorrían el campo de batalla.

## **El telégrafo óptico francés**

Fueron los hermanos Chappe, franceses, quienes desarrollaron un eficaz sistema de señales a distancia, aunque el crédito se concede por lo general a Claude, el mayor. En plena Revolución Francesa, los Chappe estaban obsesionados con la idea de transmitir señales y entonces probaron un “emisor sonoro” que consistía en recipientes (*casseroles*, dice el relato) que chocaban entre sí y podían escucharse a cuatro-

cientos metros.<sup>16</sup> Fracasaron con este experimento y probaron con pizarras blancas de un lado y negras del otro, que giraban alrededor de un pivote central. Con el aliento de las autoridades revolucionarias, llegaron finalmente a afinar un sistema de postes con brazos movibles y a confeccionar un código relativamente fácil de interpretar y aprender.

El Comité de Salud Pública autorizó la instalación de la primera línea en 1793, que comunicaba Paris y Lille —una distancia de 230 km—, y se comprobó su eficacia pues un mensaje podía llegar en menos de un hora a su destino. Le siguió una línea hacia Toulon y en los años siguientes se calcula que el telégrafo óptico, ya en versiones muy mejoradas, cubrió por lo menos cinco mil kilómetros de territorio.

Por supuesto, Napoleón usó este sistema en sus campañas y los países vecinos —España, Alemania e Italia— instalaron sistemas parecidos, siempre manejados por los gobiernos. En 1824 Ignacio Chappe pretendió utilizarlos con fines comerciales, es decir, para enviar mensajes particulares a bajo precio, pero no tuvo éxito.

Durante más de cincuenta años el telégrafo óptico fue el mejor sistema de transmisión de mensajes en Europa. Esta herramienta fue también utilizada por el periodismo.

## **El telégrafo eléctrico**

Cuando todavía el telégrafo óptico francés seguía en boga, en Inglaterra y en los Estados Unidos varios científicos interesados en la electricidad desarrolla-

---

<sup>16</sup> Paul Chardon 1989: 64-70.

ron nuevos métodos de enviar señales. Los ingleses William Cooke y Charles Weathstone instalaron un telégrafo en la empresa de ferrocarriles, que comenzó a funcionar en 1837. Se cuenta que el primer despacho cablegráfico apareció en ese mismo año en el diario *Morning Chronicle*, con el discurso completo de la reina Victoria con motivo de la apertura del Parlamento. Se lo transmitió de Londres a Portsmouth. El norteamericano Samuel Morse conocía esas experiencias y desarrolló su propio telégrafo y, sobre todo, su célebre “Código Morse” de puntos y rayas (señales cortas y largas) que fue utilizado en el todo el mundo hasta hace muy pocos años.

La primera línea de postes e hilos de transmisión telegráfica fue instalada entre Washington y Baltimore en 1844, continuando luego su expansión por prácticamente todo el territorio norteamericano.

Varios países europeos adoptaron entonces el invento, conviviendo por un tiempo el sistema óptico y el eléctrico. Sin embargo, este último era imbatible, por ser más rápido, más barato, más sencillo y además magnífico para el periodismo.

El historiador de las comunicaciones Prufer dirá:

La prensa se reveló desde el primer momento como el mejor cliente de las empresas de telégrafos, lo mismo de naturaleza privada como oficial. Las compañías de telégrafos se preocuparon de celebrar contratos con los editores de periódicos, con los que concertaban moderadas tasas.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Guntram Prufer 1964: 332.

Los editores norteamericanos fueron los más rápidos. Los indios llamaban a este sistema el “hilo que canta” y fue el protagonista de una verdadera revolución periodística, pues fue de gran utilidad durante la Guerra de Secesión (1861-1865), cuando nació el método de redacción noticiosa conocido como la “pirámide invertida”, en el que se privilegia los datos principales al comienzo de la nota.

### ***El telégrafo y la prensa en el Perú***

En el Perú, el presidente Ramón Castilla fue quien autorizó la instalación de la primera línea telegráfica, entre Lima y el Callao, en el año 1857. Era una época en que la República buscaba una estabilidad difícil de alcanzar por las ambiciones de caudillos como Echenique, San Román, Pezet y Vivanco.

La ansiada autorización mediante decreto la logró el francés Augusto Goné por solo diez años, con el compromiso de instalar otra línea entre Lima y Cerro de Pasco. Sin embargo, las disputas entre Castilla y Vivanco lo impidieron.

Luego de los diez años en que un tal Santiago Lombardo administró la línea, el Estado se hizo cargo y se inició un lento proceso de instalación con miras a crear una red nacional. Carlos Paz Soldán fue el pionero del crecimiento de la telegrafía peruana: hacia 1874 la Compañía Nacional Telegráfica que dirigía había instalado más de dos mil kilómetros de líneas enlazando a Lima con las principales capitales de departamentos. A partir de 1875, el Estado asumió el control del telégrafo hasta 1921 en que lo dio en concesión a la empresa Marconi.

El telégrafo comenzó a ser también de utilidad para la prensa. Así, el diario *El Comercio* quiso imitar el método de los editores de Nueva York o Londres, que enviaban periodistas al encuentro de barcos en busca de noticias, usando luego el telégrafo para adelantarse a la competencia. Así lo hizo el viejo diario remitiendo un corresponsal a Pisco cuando se instaló la línea en esa ciudad, y en 1870 a Paita, un puerto al que llegaban todos los navíos del Norte antes de pasar por el Callao.

Finalmente, *El Comercio* optó por formar en 1872 una entidad llamada Prensa Asociada, que instaló un solo corresponsal que debía surtir de noticias también a otros periódicos, como *El Nacional* y *The South Pacific Times*, de José Antonio Miró Quesada. Faltaba poco para que llegaran al primer puerto los cables submarinos, el West Coast inglés y el All American Cables, de los Estados Unidos.

## **Las agencias de noticias**

El concepto moderno de agencias de obtención y venta de noticias a periódicos nació en Francia, por inspiración del emprendedor comerciante francés Charles Havas, quien fundó en 1832 en París una oficina de traducciones, inaugurando un sistema de corresponsales y vendiendo tres tipos de servicios a los periódicos: las informaciones proporcionadas por los ministerios, los despachos privados de sus corresponsales y la traducción de noticias del extranjero. En ese tiempo el método de transmisión de información que se usaba, como vimos, era el telégrafo óptico de los hermanos Chappe, por lo que Havas optó

por organizar el uso masivo de palomas mensajeras. Cada día partían hacia las ciudades cercanas carretas con palomas para reemplazar a las que llegaban a sus oficinas diariamente con noticias. Las palomas de Havas podían recorrer hasta doscientos kilómetros. La concepción del negocio de este francés era simple: si se distribuía entre varios clientes el costo de obtención de una noticia, cualquier periódico podría comprarla sin gastar demasiado. A más clientes, más barato era el servicio.

Tuvo por esos años dos refuerzos notables: el alemán Bernhard Wolf, interesado en la Bolsa; y Paul Julius Reuter, que pertenecía a una familia de editores. Ambos se unieron a Havas y aprendieron el sistema y el negocio. Sin embargo, pronto se separaron para emprender sus propias empresas en otros países. Wolf fundó la Sociedad Berlinesa de Telégrafos y la Oficina Wolf, cuando ya había llegado a Alemania el telégrafo eléctrico, en 1849. Reuter, por su lado, se trasladó a Inglaterra en 1851 y fundó la Oficina Telegráfica con el mismo objetivo, es decir, la venta de noticias obtenidas por corresponsales.

A partir de entonces —mediados del siglo XIX—, el mercado de informaciones de Europa quedó principalmente en manos de tres agencias: Havas (Francia), Wolf (Alemania) y Reuter (Inglaterra).

En los Estados Unidos el camino fue diferente. Conociendo el sistema de distribución de gastos, varios propietarios de diarios de Nueva York fundaron la famosa Associated Press en 1848.

Se debe puntualizar que buena parte del éxito de las agencias de noticias fue la insistencia de los fundadores en conservar el principio de credibilidad.

## Los cárteles de noticias

En 1859 Havas promovió una reunión con los dos otros “grandes” europeos —Wolf y Reuter— para negociar un acuerdo que permitiera reducir los costos utilizando corresponsales únicos. El mundo se había hecho un poco más pequeño gracias al crecimiento de las líneas telegráficas. Eran tiempos de cambios, de guerras y de un nuevo periodismo que era consumidor voraz de noticias. Sin embargo, mantener corresponsales propios era muy costoso. El fruto de ese encuentro fue la creación del primer cártel de la historia, es decir, el reparto de mercados para no hacerse competencia. Los socios de esta iniciativa acordaron dividirse la cobertura de noticias de la siguiente manera, que tenía que ver con las zonas de influencia de las naciones en se basaban sus agencias:

- a) Reuter: las posesiones del imperio británico, parte de Asia, los Estados Unidos, el canal de Suez y los países del Mediterráneo.
- b) Havas: las posesiones del imperio francés y algunos países de África.
- c) Wolf: Prusia, el Imperio Austro Húngaro, Rusia y los países escandinavos y eslavos.

Los corresponsales enviaban sus informes a su oficina central, la que a su vez los redistribuía a las centrales de las demás agencias que los traducían y entregaban a sus clientes. Estos últimos podían ser tanto periódicos como gobiernos o particulares interesados en información especializada, sobre economía,

por ejemplo. Este primer cártel terminó formalmente en 1865, pero era tan eficaz que siguió funcionando gracias a una serie de tratados hasta que en 1875 volvieron a reunirse los tres “grandes” para firmar un nuevo gran convenio.

Esta vez, la repartición del mundo fue parecida a la anterior: esto es, a Reuter le correspondió el imperio británico y el Extremo Oriente; a Havas, el imperio francés, Suiza, Italia, España y Portugal; y a Wolf, Austria, Escandinavia y Rusia. Por primera vez, sin embargo, tomaron en cuenta un nuevo mercado, América del Sur, porque ya había llegado allá el cable submarino: el telégrafo con el aislante gutapercha que permitía pasar las líneas por debajo del agua.

Havas y Reuter firmaron un tratado aparte para compartir corresponsales en el Sur, además de otro con Associated Press para la cobertura y venta de noticias de los Estados Unidos y México.

Este gran sistema se rompió definitivamente en 1934, aunque ya estaba muy debilitado por la presencia de nuevas y pujantes agencias, como las norteamericanas United Press, de la gran cadena Scripps Howard, o la Internacional News Services, de la cadena Hearst. En Europa también se habían afianzado ya poderosas agencias nacionales, como la Rosta, de Rusia, reemplazada después por la TASS soviética; o la Stefani de Italia.

Al terminar el siglo XIX el oligopolio noticioso mundial se había convertido en un verdadero sistema supranacional fuera del alcance de gobiernos que pudieran incomodarse por algunas de sus informaciones. Era imposible controlar este gran aparato que desde entonces funciona de manera regular y estable.

Más adelante revisaremos las visiones favorables y críticas del sistema informativo mundial que, debido a su desarrollo en los grandes países industrializados, ha afianzado un severo desequilibrio a favor del Norte. Esta desigualdad llevó a una serie de países y organizaciones a plantear cambios, abriéndose un debate de alcance mundial.

### **Los corresponsales periodísticos**

Un corresponsal de prensa es aquella persona, por lo general un periodista profesional, al que se le encarga recoger información en un lugar determinado y enviarla a su centro de noticias. Puede ser un residente permanente de la zona o un enviado especial. Hay variedad de ellos: los que acompañan a ejércitos, los que viajan solo a zonas de conflictos sociales o bélicos, los especializados en ciertos temas, etc.

Los corresponsales nacieron con el periodismo y su tarea se hizo más importante en la medida en que este crecía y requería de más y mejores noticias. Ellos fueron las piezas clave en el auge de las agencias de noticias.

Con frecuencia se cita al griego Jenofonte como el primer corresponsal de la historia o por lo menos el más lejano antecesor de los actuales. Jenofonte había formado parte de un ejército mercenario griego contratado por el sátrapa persa Ciro para derrocar a su hermano el rey Artajerjes II. El rebelde murió en una batalla y los griegos se retiraron hacia su país, pero estaban a miles de kilómetros. Su heroica retirada y llegada a Grecia, en el año 400 a. C., fue relatada como la *Anábasis* o *Marcha de los diez mil*.

Otros mencionan a los cronistas españoles como verdaderos corresponsales, en la medida en que relataron lo que vieron y afrontaron en la conquista de los territorios americanos. Sus textos eran seguidos con enorme interés en las metrópolis europeas, y pueden ser efectivamente calificados como piezas periodísticas en tanto contienen novedades de importancia para los lectores de su tiempo.

Sin embargo, los corresponsales modernos nacieron, al parecer, con la Revolución Francesa, considerando que un evento de tales proporciones y consecuencias no podía ser ignorado por el periodismo. Así, el 27 de agosto de 1792 apareció en el *Times* de Londres el siguiente aviso:

Se necesita inmediatamente un caballero que traduzca del francés. Para evitar problemas debe ser experto en el idioma inglés, tener algún conocimiento de las políticas de Estado de Europa y comprender la situación. Su empleo será permanente y tomará considerable parte de su atención. Para lo cual se ha considerado un atractivo salario. Acuda a la oficina de este periódico entre las cinco y seis de esta tarde o mañana entre las once y doce.<sup>18</sup>

John Walter I había fundado el *Times* en 1785, e inmediatamente contrató a varios agentes para que le informaran de los sucesos europeos. No obstante, la Revolución rebasó a sus corresponsales fijos y decidió entonces contratar a un enviado especial. Los demás periódicos siguieron su ejemplo para estar al tanto de los avances de Napoleón y del resultado de sus batallas.

---

<sup>18</sup> John Hohenberg 1964: 2.

En general, se reconoce como el primer gran corresponsal al inglés William Howard Russell, un irlandés que fue contratado por el *Times* para la cobertura de sucesos en Dublín. En 1854 fue enviado por su diario a la Guerra de Crimea (1853-1856) entre el imperio ruso y la alianza formada por Inglaterra, Irlanda, Francia y el imperio otomano. Russell envió crónicas dramáticas sobre las condiciones en que se peleaba, las graves deficiencias de atención a los heridos y por 18 meses estuvo en el frente de guerra. Sus trabajos indujeron a mejoras y a la creación de un cuerpo de enfermeras militares que, a cargo de Florence Nightingale, se haría legendario.

Entre sus despachos famosos está el relato de la Carga de la Brigada Ligera, en octubre de 1854, en Balaklava (actual Ucrania), en el que inventó la frase “la delgada línea roja” inspirado en las casacas rojas de los fusileros británicos. Un tiempo después los mandos militares ingleses prohibieron la presencia de corresponsales en zonas de guerra y Russell debió regresar a Inglaterra. Cubrió sin embargo otros conflictos, como la Guerra de Secesión en los Estados Unidos y varias otras guerras en Europa.

Las agencias de noticias fueron las mejores promotoras de los enviados especiales, cuya historia está formada por una gran lista de periodistas que estuvieron en todos los eventos dignos de ser cubiertos. En las sucesivas guerras europeas del siglo XIX, en las dos guerras mundiales, en los conflictos de la Guerra Fría, etc., siempre ha habido corresponsales de guerra que, como el irlandés Russell, enviaron noticias frescas a un público ávido de saber lo que sucedía.

## ***Los corresponsales en el Perú***

El tema de los corresponsales en nuestro país ha sido poco trabajado, pero se sabe que en 1875, junto con la llegada a la costa del cable submarino inglés, el West Coast, el Perú quedó unido al esquema noticioso mundial. Llegó entonces a Lima un corresponsal del acuerdo Havas-Reuter que instaló su oficina en la calle de Jesús Nazareno, al costado de la iglesia de La Merced.

Pocos años después, en plena guerra con Chile, llegó el otro cable submarino, el norteamericano. Ambos servirían para informar al mundo del conflicto, cuyas novedades fueron seguidas con atención por la prensa mundial, como lo ha estudiado Juan José Rodríguez, aunque con frecuencia algunas de las noticias eran distorsionadas:

Los periodistas norteamericanos inicialmente se contentaron con transcribir información proveniente de la prensa de los países beligerantes. Pero, a medida que era más evidente la presencia diplomática norteamericana, posaron sus ojos con mayor agudeza sobre el tema. Ya presentes en Lima, sus corresponsales llevaron a la práctica la siguiente directiva: “Cuando no haya noticias, envíen rumores”.<sup>19</sup>

Los diarios nacionales nombraron inmediatamente corresponsales en 1879, al declararse la guerra. Es muy conocido el trabajo del uruguayo Benito Neto, quien cubrió la batalla de Tarapacá y otros incidentes para el diario *La Patria* y fue encargado al año

---

<sup>19</sup> Juan José Rodríguez Díaz: 2009.

siguiente de redactar la “crónica de combate”. También lo son los breves textos del marino Rodolfo del Campo, quien estuvo en el monitor Huáscar como corresponsal de *El Comercio* y relató las peripecias de nuestra Armada, aunque no estuvo en el combate de Angamos.

Los chilenos también enviaron corresponsales e incluso fotógrafos a cubrir el conflicto y los diarios principales de la época publicaron abundante material. Todavía no contamos con una buena historia del rol que cumplió la prensa peruana tanto en el período anterior a la guerra como en el conflicto mismo, aunque hay mucho material disperso. Ojalá se reúna y sistematice en beneficio de la historia de nuestro periodismo.

## **Resumen**

Los sistemas de señales a distancia fueron imaginados en tiempos remotos por la necesidad de transmitir y conocer informaciones importantes, generalmente de carácter bélico. Se usaron humo, fuego, banderas, palomas mensajeras y mensajeros a pie o a caballo por postas, hasta que, durante la Revolución Francesa, los hermanos Chappe inventaron el telégrafo óptico, que se utilizó durante por lo menos cincuenta años en toda Europa.

El telégrafo óptico fue después reemplazado con ventaja por el telégrafo eléctrico, inventado por el norteamericano Samuel Morse, que tuvo sus mejores clientes en el periodismo y, en particular, en las agencias de noticias que se desarrollaron hasta convertirse en un verdadero poder mundial.

Paralelamente al desarrollo técnico que permitía acercar a los países, surgieron especialidades en el periodismo, como los famosos corresponsales de prensa, enviados a cubrir informaciones a sitios determinados. Los primeros corresponsales extranjeros de que tenemos noticia llegaron a Lima en 1875, cuando se instaló el enlace telegráfico de la empresa inglesa West Coast. Otro cable submarino, norteamericano, llegó cuando las tropas chilenas ocupaban Lima, en 1882.

## 5. La prensa de bajo precio

### La Revolución Industrial y la prensa

El formidable cambio que conocemos como la Revolución Industrial fue el que hizo posible el nacimiento de la prensa de bajo precio popular, primero, y luego de la prensa masiva, en los países del Norte que se industrializaban aceleradamente.

La invención de nuevas máquinas provocó cambios espectaculares en la producción y en la sociedad de fines del siglo XVIII y comienzos del XIX, en particular en Inglaterra.

Con los cambios, la economía pasó del campo a la ciudad, es decir, de manos de los terratenientes a los propietarios de las fábricas y a los comerciantes que vieron afianzadas sus posiciones de dominio. Londres creció en desorden mientras el humo de las nuevas factorías ennegrecía el cielo; apareció entonces como nuevo actor social, el proletariado, los obreros. El cuadro se repitió en ciudades como París, Berlín y particularmente en Nueva York, en los Estados Unidos, país que comenzaba a recibir una gran cantidad de inmigrantes que huían de las miserias y guerras europeas para buscar soluciones en el Nuevo Mundo.

Así como en Londres se dieron las condiciones ideales para el gran desarrollo industrial, fue en Nueva York donde surgieron elementos que favorecieron la aparición de un nuevo periodismo.

### **La *penny press* de Nueva York**

Se especula que hubo por lo menos tres razones clave para la creación de una novísima prensa que miraba ahora a los sectores populares. Primero, el avance tecnológico en las máquinas de impresión, la fabricación de papel y el ferrocarril; segundo, el esfuerzo estatal por mejorar la educación y elevar el nivel de alfabetización; y tercero, el desarrollo natural de la sociedad, la necesidad de avanzar con la esperanza de un futuro mejor.

El hecho es que el 3 de setiembre de 1833, el editor Benjamín Day lanzó su *New York Sun* al insólito precio de un *penny* (un centavo), pero sobre todo con una concepción del periodismo diferente a la tradicional. Hasta entonces, los diarios eran sobre todo ideológicos, de partidos; consideraban que su misión era difundir las ideas y posturas políticas de sus mentores y estaban mayormente dedicados a la discusión y promoción de sus ideas.

Day cambió el viejo esquema apostando por las noticias y el éxito fue patentizado por el hecho de que en un año saltó de cinco mil a quince mil ejemplares diarios.

Ante el éxito de la fórmula le siguió en 1835 el *Evening Transcript*, y en ese mismo año, el *New York Herald* de James Gordon Bennet, un verdadero renovador. En otras ciudades americanas, como Bos-

ton, Filadelfia y Baltimore, siguieron el ejemplo, y en Nueva York surgieron más periódicos diarios como el *New York Tribune* en 1841, de Horace Greeley.

Sobre la nueva prensa, escribió Schudson:

Estos periódicos, abandonando sus preferencias políticas, fueron voceros de los ideales de igualitarismo en política, vida económica y vida social a través de la organización de ventas, sus anuncios, su énfasis en las noticias, su búsqueda de grandes audiencias, el decrecimiento de la importancia del editorial [...]. La “penny paper” expresó y construyó la cultura de una sociedad de mercado democrático, una cultura en la que no había lugar para diferencias sociales e intelectuales.<sup>20</sup>

### ***La penny press y el gran cambio***

Los siguientes son los cambios propuestos por el famoso periodismo norteamericano de mediados del siglo XIX y que significaron una verdadera revolución:

- a) Mejoras editoriales y noticiosas en general: la prensa popular inaugura el concepto moderno de noticia, al cubrir toda clase de casos criminales, reuniones anuales de la Iglesia, mítines y convenciones y reportar el “mundo social”. Asimismo se cubren los deportes, la Bolsa, las noticias locales y hasta los eventos humorísticos. En suma, la primera gran conquista de la prensa popular es que “humaniza” al periodismo.

---

<sup>20</sup> Michael Schudson 1978: 43.

- b) Transmisión de noticias a mayor velocidad: el uso del legendario *pony express*, un sistema mediante el cual los mensajeros a caballo cruzaban la nación en postas, aceleró la llegada de noticias en la primera etapa; luego, cuando se introduce el telégrafo, este comenzará a usarse masivamente. Los nuevos barcos de vapor traían más rápido las noticias, y para acelerar aún más el proceso, se usaban veloces botes que les daban el alcance en altamar.
- c) Mejoras en la tecnología de impresión, la tipografía y la ilustración: se desarrollan titulares a más de una sola columna, pese a las limitaciones de no contar todavía con máquinas como los linotipos. Eso hace posible una mayor variedad en la primera página, lo que se complementa con el uso de grabados de madera en bloques.
- d) Se estimula la mejora de la tecnología de prensa y nace la prensa de cilindro que es más rápida.
- e) Se refuerza al departamento de publicidad: gracias a la innovación que viene de Francia, se alienta la publicidad pequeña, especialmente los “clasificados”. La publicidad se cambia diariamente procurando el impacto publicitario.
- f) Mejora la distribución o circulación: nacen los *news boys* o canillitas que vocean las noticias en las calles. Hasta entonces los periódicos se vendían solo por suscripción; a partir de ese momento aumentan los ingresos de dinero en efectivo.

- g) Cambia la redacción y crece el número de personal especializado: se contrata a editores, jefes de redacción, reporteros, corresponsales extranjeros, etc., que inundan de novedades la redacción permitiendo una mejor elección.
- h) Más independencia y más competencia: los periódicos se liberan del control político o por lo menos proclaman su independencia e intención de objetividad. Al enfatizar las noticias y ofrecerlas a voces, surge un nuevo espíritu de competitividad por la cobertura de noticias y por la obtención de primicias. Todo esto traerá como consecuencia la expansión del número de lectores; los periódicos metropolitanos se convierten en empresas a gran escala y más rentables.

## **El aporte de Francia**

En los mismos años en que Nueva York desarrolla su nueva prensa, en París el gran periodista Émile de Girardin funda el diario *La Presse* en 1836. Girardin buscaba rebajar el precio de la suscripción para aumentar las ventas y atraer a los todavía escasos anunciantes. Con el mismo principio se fundó *Le Siècle*, que llegó a vender 38 mil ejemplares diarios.

A Girardin se le atribuye una de las innovaciones más importantes del periodismo: el “folletín” (*le roman feuilleton*) o la novela por entregas, que consistía en ofrecer, siempre en la parte inferior de la primera página, el fragmento de una historia que dejaba en suspenso al lector o que terminaba en un “continuará”. Escritores franceses motejaron a este género de

“lectura para porteras”, pero luego, ante su éxito inusitado, no vacilaron en escribir por encargo. *La Presse* publica entre 1837 y 1847 diez extensas novelas de Balzac; *Le Siècle* contrata a Alejandro Dumas y publica *Los tres mosqueteros*; *Le Journal de Débats* bate todos los récords con *Los misterios de París* y *El judío errante* de Eugene Sué. El célebre Julio Verne también escribió varias de sus novelas de esta manera. Recién en 1863 aparece *Le Petit Journal*, que cuesta solo un centavo gracias a la publicidad. La novela de folletín para diarios fue adoptada en prácticamente todo el mundo, incluso en el Perú. El diario *El Comercio*, por ejemplo, inició esta práctica el mismo año de su fundación, en 1839.

### **Bennet, Pulitzer y Hearst**

Tres nombres será decisivos en la formación de la prensa moderna norteamericana: James Gordon Bennet, Joseph Pulitzer y William Randolph Hearst.

Bennet, un dinámico escocés emigrante, trabajó como periodista en Nueva York y al contemplar el éxito de Benjamín Day con su diario de bajo precio, decidió fundar su versión y lanzó el entonces modesto *The New York Herald* en 1835 con pequeño formato y a un centavo.

Sorprendió a todos con su nuevo y agresivo estilo de competencia por lograr las mejores noticias antes que los demás, pero sobre todo por la novedad absoluta de personalizar el diario, es decir, convertirse él mismo en objeto de noticia.

Tebbel cita un clásico editorial de Bennet, de agosto de 1836:

Ayer publicamos los principales aspectos de las noticias extranjeras recibidas en el Sheffield, con ocho días de retraso a anteriores llegadas del barco. Ni el Sun ni el Transcript dieron el menor asomo del asunto. El Sun no sabía de su existencia. Los grandes periódicos de Wall Street recibieron también las noticias pero como sus directores son todos ellos perezosos, ignorantes, indolentes y estúpidos, no las aprovecharon como nosotros.<sup>21</sup>

Al público le gustaba la manera en que trataba a sus adversarios, insultándolos; y también su esfuerzo por obtener la mejor información y de la manera más rápida. Bennet instaló una oficina en Washington, contrató a seis reporteros en Europa para tener noticias exclusivas, y en general obligó a la competencia a imitarlo so pena de desaparecer.

Bennet mismo, decíamos, era objeto de noticia, como lo demuestra en su editorial en primera página del primero de junio de 1840:

Dentro de unos días me casaré. El tiempo es tan bello, la época tiende a tal bondad, las perspectivas de la reforma moral son tan prometedoras, que no puedo resistir más al divino instinto de la modesta naturaleza; así que voy a contraer matrimonio con una de las más espléndidas mujeres en inteligencia, corazón, alma, propiedades, persona y maneras que haya visto en el curso de mi interesante peregrinación a través de la vida humana.<sup>22</sup>

Tuvo un hijo, del mismo nombre, que siguió la tradición de agresividad impuesta por el padre, lo que

---

<sup>21</sup> John Tebbel 1967: 103.

<sup>22</sup> *Ibíd.*: 104-

hizo famoso el apellido. A los dos se les dedicó un monumento en el centro de Nueva York por su aporte al periodismo.

Por otro lado, Joseph Pulitzer también era un emigrante, nacido en Hungría, que había llegado a los Estados Unidos en 1864 con escasos diecisiete años y había sido reclutado para combatir en la guerra civil. Fue dado de baja al año siguiente y luego de muchas dificultades encontró un empleo en una publicación de negocios en San Luis.

Trabajador incansable y de inteligencia superior, Pulitzer pronto se abrió paso en el periodismo de la ciudad y logró comprar en 1878 el diario *St. Luis Dispatch*, que tenía la ventaja de ser miembro de la agencia Associated Press. A los pocos días lo cerró y fundó el *Post-Dispatch*, convirtiéndolo en el medio más importante de San Luis por sus virtudes periódicas que incluían el interés de Pulitzer por cubrir las novedades de todos los niveles sociales y una redacción sencilla, pensando en el nuevo público de inmigrantes que llegaba masivamente a los Estados Unidos.

Estando en Nueva York por problemas de salud, supo de las dificultades del diario *New York World* y lo compró. Se trasladó luego a residir en la gran ciudad e hizo rápidamente de este diario uno de los más populares de todos los tiempos.

Suelen llamar a Pulitzer el creador de la primera plana debido a su interés en hacer llamativas las portadas utilizando grabados grandes y títulos llamativos. Otros aportes que le reconocen fueron sus grandes campañas (“cruzadas”), como la que promovió para trasladar e instalar en Nueva York la gran estatua de

La Libertad que los franceses habían donado, pero que no habían podido llevar a los Estados Unidos. Pulitzer hizo un concurso para proponer el lugar y el texto que debía colocarse en su base.

También propuso grandes reportajes y contrató a mujeres periodistas, como Nellie Bly, quien logró la hazaña de dar la vuelta al mundo en menos días que los personajes de Julio Verne. Y también promovió la primera historieta de la historia, el cómic del dibujante Joe Outcault y su “Callejón de Logan”, que tenía como personaje central a un muchacho de traje amarillo que sería conocido como “The yellow kid”, color que a su vez sirvió a partir de entonces para identificar a la prensa sensacionalista promovida por Pulitzer y su rival Hearst.

Por último, William Randolph Hearst era todo lo contrario de los anteriores, pues pertenecía a una familia acaudalada e influyente de San Francisco, donde su padre poseía, entre muchas otras propiedades, el diario *The San Francisco Examiner*, que pasó a su hijo en 1887, cuando este tenía solo 24 años.

Gracias a su dinero y a sus pocos escrúpulos respecto de la veracidad, Hearst eliminó pronto a la competencia, adquirió más diarios y finalmente decidió instalarse en Nueva York, el “reino” del aparentemente imbatible Pulitzer. Compró entonces el *New York Journal* e inició su aventura neoyorkina contratando a los mejores periodistas y dibujantes de Pulitzer, desmantelando al *World* y lanzándose a la noticia sensacionalista.

Hearst tuvo tanto éxito que Pulitzer se vio obligado a sumarse a la corriente, en particular cuando por circunstancias políticas los Estados Unidos declara-

ron la guerra a España, en 1895. Ambos periódicos, y en especial el de Hearst, desataron campañas innobles para promover una opinión pública a favor de la guerra, exagerando y mintiendo sobre la situación en Cuba, la última colonia americana de España.

Es famoso el episodio en que un corresponsal enviado por Hearst a Cuba para obtener noticias le telegrafió para decirle que en ese país no ocurría nada. El magnate, entonces, le contestó que no se preocupara, que enviara las fotos y que él pondría la guerra.

En esa famosa batalla neoyorkina fue que se acuñó el término de “prensa amarilla” para llamar al periodismo sensacionalista que ambos editores propiciaron.

## **La prensa diaria de referencia**

Al lado de esta nueva prensa de tamaño pequeño (“tabloide”) que hacía furor en las grandes ciudades, se desarrollaba otra que prefirió conservar el tamaño grande que se llamaría estándar, con un tratamiento distinto de las noticias y que se convertiría en un periodismo ejemplar, es decir, en el periodismo que muchos querían imitar.

El promotor de esta prensa fue Horace Greeley, fundador en 1841 de *The New York Tribune*, quien probó que era posible publicar con éxito un diario barato sin depender de las noticias sensacionalistas, como hacían sus colegas, restableciendo el valor del compromiso político en el caso del periodismo. En vez de contratar a reporteros de combate, Greeley prefirió invertir en mejores editorialistas para elevar el nivel de la opinión.

En esta línea, Henry Raymond fundó *The New York*

*Times* en 1851, con un escaso capital en comparación con los gigantes tabloides, y logró hacerse de un espacio en el mercado como diario serio.

## **Contar la historia de un periódico**

Contar la historia de un periódico de cualquier tipo es una tarea difícil porque hay que investigar, y luego explicar, los siguientes elementos:

- a) El marco histórico que impulsó la decisión de fundarlo.
- b) Los grupos de poder o de presión que consideraron necesario convocar adhesiones por medio de un periódico.
- c) Los lectores de la coyuntura, lo que hoy llamaríamos “el mercado”.
- d) Los marcos legales para ejercer la libertad de prensa.
- e) Las decisiones editoriales básicas, como el diseño tabloide o estándar, el tratamiento noticioso sobrio o sensacionalista, etc.

García Nieto ha propuesto la siguiente metodología:<sup>23</sup>

1. Estudiar e investigar cualquier hecho o aspecto de nuestra realidad nacional en la prensa es hacer al mismo tiempo una historia de la fuente misma que se utiliza; ambas actividades son inseparables.

2. El estudio de cualquier acontecimiento a través de la prensa exige:

---

<sup>23</sup> María del Carmen García Nieto 1975.

- a) La localización y catalogación exhaustiva de toda la prensa del momento.
- b) El análisis previo de las bases estructurales de la misma:  
contexto histórico, origen y génesis de la publicación, base económica y política, base sociológica, técnica periodística.

3. La prensa como fuente de información de un hecho concreto supone la valoración del texto a través de un análisis descriptivo y de la cuantificación del mismo en dos sentidos: tipografía externa (localización, títulos, presentación) y contenido (noticias, cartas, telegramas, etc.).

Otros autores han propuesto metodologías parecidas, pero todos coinciden en la necesidad de describir el contexto para comprender mejor la decisión editorial inicial.

### ***El Comercio (1839)***

La aparición del diario *El Comercio* coincide con el comienzo de una nueva etapa en nuestra historia, en la que se busca la estabilidad política y llegan capitales extranjeros y nuevas prácticas comerciales que harán posible la inserción del Perú en el capitalismo. Cuando se publica *El Comercio*, todavía gobierna el mariscal Gamarra, que pocos meses después perecerá víctima de la enconada lucha por el poder.

Al aparecer *El Comercio*, en Lima circulaban el diario oficial *El Peruano*; *El Amigo del Pueblo*, un semanario limeño de “noticias, moral, civismo, industrias, historia y recreo”; *La Antorcha Peruana*, con

reflexiones políticas; y algunos periódicos más de poco relieve. En Trujillo se publicaba *La Abeja*, cuyo lema era “No, el yugo se sacude con fuerza. ¿Y una tibia pluma crees que convenza?”; en Arequipa, *La Bandera Bicolor* en contra de Santa Cruz y Orbegoso; en el Cusco, *La Estrella Federal*, primero como bisemanario y luego como diario; en Huancayo, *El Registro Oficial*; en Puno, *El Federal*; en el Callao, *Los Rehenes*; y en Piura, *El Observatorio*.

Los fundadores de *El Comercio* no habían nacido en el Perú. Manuel Amunátegui provenía de Chillán (Chile), y se enroló casi niño en el ejército realista del general Osorio. Estuvo en casi todas las batallas de la emancipación chilena y cayó prisionero en la de Chacabuco. Fue confinado en Argentina, logró fugarse y así fue como llegó al Perú. Aquí se alistó nuevamente en el ejército español y combatió a los independentistas. Llegó incluso a la batalla de Ayacucho convertido en comandante de la Compañía de Preferencia del Batallón Burgos de la División Monet, aquella que fue batida por el general Córdova.

El socio de Amunátegui, Alejandro Villota, era en cambio argentino y estaba además en el bando contrario, pues llegó al Perú en 1820 bajo las órdenes del coronel mayor Juan Antonio Álvarez de Arenales. Es difícil imaginar cómo surgió una amistad tan estrecha entre el inveterado realista chileno y el patriota argentino. Luego de Ayacucho, Amunátegui había abandonado la espada, casándose con Dominga Ayarza, y Villota se había decidido por los negocios mineros.

Fue en este contexto en el que se inició la relación entre ambos. El hecho es que en 1833, junto con Juan

Ignacio García, Amunátegui y Villota formaron una sociedad para fundar el periódico *El Indígena* (o *El Indíjeno*). No tuvieron suerte y el chileno Amunátegui optó por regresar a su país.

Amunátegui, sin embargo, retornó al Perú en 1837 acompañando a la Primera Expedición Restauradora, cuando Chile ya había declarado la guerra a la Confederación Perú-Boliviana de Santa Cruz. Fue la Segunda Expedición Restauradora, en 1839, la que tuvo éxito. Es importante señalar que el ejército chileno estaba acampado en Lima, luego de participar en el triunfo contra Santa Cruz en Yungay, cuando el 4 de mayo de ese año, aparece *El Comercio*. Solo a fines de junio el general chileno Bulnes inicia el embarque de sus tropas de regreso a su país.

Villota y Amunátegui se instalaron primero por poco tiempo en una casona conocida como “de la Pila”, en la actual calle Arzobispo; luego se trasladaron a la calle San Pedro y más tarde a la de La Rifa. *El Comercio* comenzó a funcionar en su ubicación actual en 1924.

Debemos a partir de ahora diferenciar cinco etapas muy marcadas en la historia de este diario:

1. Fundación y dirección de Manuel Amunátegui (1839-1875).
2. Desarrollo y prestigio con la codirección de Luis Carranza y José Antonio Miró Quesada (1875-1898).
3. Consolidación con la dirección de José Antonio Miró Quesada y familia (1898-1974).
4. Expropiación durante el gobierno militar del general Velasco Alvarado y devolución al

iniciarse el gobierno de Fernando Belaúnde (1974-1980).

5. Modernización y conversión en una empresa multimedia (1980 hasta la fecha).

Villota murió prematuramente y Amunátegui asumió la propiedad del diario. No tuvo hijos, y dejó su herencia a su sobrino, el médico y científico Luis Carranza, quien compartiría la dirección con el periodista José Antonio Miró Quesada. Carranza también falleció de manera inesperada y Miró Quesada y su familia quedaron en posesión de la empresa hasta hoy.

*El Comercio* ha sido testigo de casi toda la historia de la República, y por tanto, ha participado de sus miserias y grandezas. Sus actuaciones en diversos episodios son controvertidas y hay que explicarlas y comprenderlas en su respectivo contexto.

## **Resumen**

La Revolución Industrial fue decisiva para los cambios en el periodismo, porque su impulso proporcionó los elementos técnicos que se requerían para crear una prensa que satisficiera a los nuevos públicos masivos de las grandes ciudades.

Nació entonces la famosa *penny press*, que sentó las bases del nuevo periodismo que conoció su mejor momento con los grandes hombres de prensa Benet, Pulitzer y Hearst. Sin embargo, el afán de conquistar al gran mercado de lectores llevó a esa prensa a convertirse en extremo sensacionalista, naciendo así la “prensa amarilla”, un estilo que tiene hoy plena vigencia.

Cuando en los países del Norte se planteaban innovaciones tan importantes, en el Perú, la nueva República busca estabilidad tratando de superar el desorden inicial. Fue en 1839 cuando dos extranjeros fundaron el diario *El Comercio*, que continúa publicándose hasta la actualidad.

## 6. La ilustración periodística

### Primero, las imágenes en grabado

La historia del periodismo está ligada a la ilustración, precursora del afán por capturar imágenes, y por eso los sucesivos hallazgos y técnicas que permitieron su conservación tuvieron tanto éxito.

Mucho antes del invento de la fotografía, la mayoría de los periódicos recurría a la ilustración para apoyar la descripción de los redactores, aunque limitados a técnicas de reproducción que tomaban los dibujos como base.

La prensa popular de bajo precio y la preconizada por Pulitzer y Hearst añadieron las imágenes a sus primeras páginas cuando se desató la histórica batalla por dominar el enorme mercado de lectores de Nueva York. Aun cuando la fotografía comenzó a ser usada en el periodismo a fines del siglo XIX, muchos editores prefirieron el impacto del dibujo en el que los artistas podían exagerar lo ocurrido, en particular en los sucesos policiales. De hecho toda la literatura dedicada a la llamada “crónica roja” estaba colmada de dibujos que mostraban versiones exageradas y dramáticas de los grandes sucesos. Un ejemplo notable son los dibujos y grabados utilizados para

describir el hundimiento del famoso navío Titanic en abril de 1912.

Los artistas de aquella prensa labraban ilustraciones en bloques de madera (xilografía). Cuando más adelante se popularizó la fotografía, se utilizaron placas de metal. Los dibujantes trasladaban las imágenes al metal o a la piedra (litografía) por algún sistema óptico y luego las calcaban con cuidado, añadiendo detalles o quitando algunos. Este fue el tránsito de la ilustración manual a la fotografía.

### La ilustración en el Perú

La prensa colonial también utilizó grabados, aunque en pocas ocasiones y en especial con motivos religiosos, siendo los favoritos los de Santa Rosa de Lima y San Martín de Porres.<sup>24</sup>

Por otro lado, la caricatura política nació casi con el periodismo republicano. Son muy conocidos los dibujos satíricos del periódico *Nueva Depositaria* en 1825 para atacar a los españoles que resistían con Rodil en el Real Felipe, en el Callao.

Los primeros esfuerzos peruanos por imitar a las grandes revistas ilustradas de Europa se iniciaron hacia 1871, cuando *El Correo del Perú* publicó imágenes de la primera Exposición Nacional, organizada por Manuel A. Fuentes. Luego, cuando el uso del litogrado era ya común, lo utilizaron sucesivamente *América Ilustrada* (1890); *El Hispano Americano* (1891); *La Ilustración Americana* (1891); y *El Rímac* (1899). Trato aparte merece la revista *El Perú Ilustrado*, que salió a la luz de 1887 a 1892, y que es reconocida

---

<sup>24</sup> José Abel Fernández 1995.

como la verdadera precursora de la ilustración periodística en el Perú. Fue fundada por el comerciante ítalo americano Peter Bacigalupi y tuvo el enorme mérito de sistematizar y popularizar la imagen como acompañante obligada del periódico. La idea gráfica del Perú surgió de esta revista, aunque con severas distorsiones en lo referente a los Andes y los andinos, y a la selva y su gente.

Sus dibujantes usaban fotografías de base, las copiaban o calcaban y luego las firmaban como si fueran dibujos. Esta mezcla fue, como dijimos, precursora del uso de la fotografía, que ya era popular en el país desde mediados del siglo XIX.

Como en Europa, en el Perú los grabados en madera se fueron abandonando, pese a los esfuerzos de los dibujantes:

Para rivalizar con los fotógrafos, los dibujantes ejecutan “instantáneas” y los grabadores multiplican los sombreados, de la mayor finura y con desvanecidos sutiles. Se establece entonces una especie de ósmosis: los grabados se aproximan al “fotorrealismo”, mientras que las fotografías, con frecuencia muy retocadas y fuertemente tramadas, acaban por parecerse a los grabados.<sup>25</sup>

## **La fotografía**

Hicieron falta muchos inventos previos y condiciones económicas y sociales determinadas para que naciera la fotografía. Antes estuvo la ilustración, las imágenes que acompañaban a los textos para explicarlos mejor. Las bibliotecas guardan textos manus-

---

<sup>25</sup> Jean Claude Lemagny y André Rouillé 1988.

critos de crónicas de sucesos —como batallas decisivas— que están acompañados de hermosos dibujos que dramatizaban el relato.

El afán por tener un retrato es también muy antiguo. Recuérdese que famosos pintores, como Leonardo da Vinci, retrataban por encargo (como ocurrió con la célebre *Monalisa*), pero ese era un lujo que solo podían darse los ricos comerciantes o los nobles.

Solo hacia mediados del siglo XVIII, cuando se acercaba la Revolución Francesa, se popularizó el pequeño retrato, la miniatura, que era un poco más “democrática”. Para los menos pudientes se inventó un complicado aparato llamado “fisionatrazo” que permitía obtener el perfil, y de allí el conocido “camefeo” que comenzó a reemplazar a la miniatura.

Es verdad, dicen los historiadores, que esta práctica no tiene que ver directamente con la fotografía pero sí con el deseo de conservar la imagen. Y eso es lo que varios personajes trataban de hacer en Europa, esto es, fijar las imágenes en algún soporte (madera, papel, metal), de manera que pudieran conservarse. La óptica primitiva sabía que era posible proyectar una imagen en la cámara oscura; era una simple curiosidad, hasta que se comenzó a experimentar para fijarla. El invento se atribuye al francés Nicéforo Niepce, quien en 1826 desarrolló, luego de muchos experimentos, la llamada “heliografía”, fijando imágenes negativas en papel tratado con cloruro de plata. Niepce utilizó una especie de cámara oscura y enfocó un lugar de su casa, logrando efectivamente una imagen que pudo conservar.

El problema era que la exposición duraba horas, lo que hacía poco práctico el sistema. En París, un acti-

vo empresario llamado Louis Jacques Mandé Daguerre había hecho una pequeña fortuna con un espectáculo de luces y movimiento que llamaba “Diorama” y que gustaba mucho. Se enteró de los experimentos de Niepce y lo visitó para conocer el método. A pesar de la reticencia del inventor, logró convencerlo de formar una sociedad.

Finalmente, aprovechando las notas de Niepce y realizando muchos experimentos, Daguerre logró perfeccionar hacia 1835 un método que llamó “daguerrotipo” a base de láminas de cobre plateadas y tratadas con vapores de yodo. Redujo además el tiempo de exposición y obtuvo finalmente imágenes fijas en placas.

El daguerrotipo causó gran impresión en el público parisino. El invento fue considerado tan trascendente que el gobierno lo asumió, le dio una generosa pensión al inventor y lo ofreció al mundo en 1839. Se inició entonces una fiebre por el daguerrotipo, a pesar de lo engorroso del método. Pronto el sistema fue perfeccionado y abaratado al punto que cualquiera podía ya tener una imagen propia o de la familia. Sin embargo, el famoso invento tenía un inconveniente: era de ejemplar único, es decir, no se podía obtener copias, algo que sí pudo lograr el inglés William Henry Fox Talbot que también había conocido los afanes de Niepce y los éxitos de Daguerre. Fox Talbot patentó un método que consistía en lograr negativos en papel con cloruro de plata que luego se exponían en contacto con otros hasta lograr un positivo. A esto lo llamó “calotipo”. Este fue un avance definitivo que algunos años más tarde, hacia 1854, se hizo también de dominio público.

Con estos adelantos, la fotografía se hizo popular y aparecieron los profesionales, los fotógrafos que recorrían ciudades o instalaban estudios fijos. El francés Félix Nadar fue quizá el primer fotógrafo en obtener celebridad en el mundo por la originalidad de sus tomas, que incluso llegó a hacer desde un globo.

## **El daguerrotipo y la fotografía en Lima**

El italiano Maximiliano Danti fue quien introdujo en Lima la técnica del daguerrotipo a muy pocos años de la aparición del invento francés. Danti instaló su estudio en la calle Mantas en 1842. *El Comercio* anunció al respecto: “El señor Danti, recién llegado de Francia con un daguerrotipo que sabe manejar perfectamente, ha hecho ya numerosas pruebas, y todas le han salido muy bien”.<sup>26</sup>

Con el tiempo, Danti abandonó el daguerrotipo y se decidió por el comercio. No obstante, abrió la puerta a la posibilidad de guardar una imagen fidedigna y, sobre todo, a precios al alcance de las clases medias y hasta pobres que de ninguna manera hubieran podido contratar a un pintor.

Se iniciaría luego una verdadera batalla entre el daguerrotipo y la fotografía que ganó esta última. Se conservan pocos daguerrotipos de esa época, pues eran ejemplares únicos. Uno de los más famosos fue el tomado al presidente Ramón Castilla, en setiembre de 1856, por el conocido profesional Benjamín Franklin Pease.

En los siguientes cincuenta años se tiene referencia de la instalación en Lima de más de 120 fotógrafos.

---

<sup>26</sup> *El Comercio*, 8 de junio de 1842: 4.

El estudio más conocido será el de los hermanos Courret, quienes llegaron a acumular en su archivo unos 150 mil negativos (la mayoría hoy en la Biblioteca Nacional a disposición del público en una sección ya digitalizada). Muchas de sus fotos han sido rescatadas por el periodismo, aun cuando no fueron tomadas con un objetivo periodístico específico.

### **Del grabado de medio tono a la radiofoto**

La introducción formal de la fotografía en el periodismo se inició en mayo de 1880, cuando el diario neoyorquino *The Daily Herald* publicó el primer grabado de medio tono, una técnica que consiste en reproducir una fotografía a través de una trama que la divide o descompone en puntos, lográndose así el llamado “cliché” o también “fotograbado”.

La revista *Lima Ilustrada*, fundada en 1898, utilizó ya de manera regular el fotograbado, como lo harían después *Actualidades* (1904), *Prisma* (1905) y *Variedades* (1908), entre otras.

Por otro lado, *El Comercio* fue el que introdujo la fotografía en la prensa diaria peruana cuando publicó en julio de 1898 y en la primera página un fotograbado de su director Luis Carranza, con ocasión de su muerte. Más adelante publicaría imágenes tomadas por el fotógrafo portugués Manuel Moral y con fotograbados de la famosa Casa Southwell.

En marzo de 1951 ese diario confirmó su interés por las nuevas técnicas, cuando publicó la primera radiofoto (o “telefoto”) de la agencia Acme, una filial de la United Press. Ilustra el asalto peronista al diario *La Prensa* de Buenos Aires.

La popularización de la técnica del grabado de medio tono consagró de manera definitiva el ingreso de la fotografía al periodismo.

### **La gran fotografía periodística**

Nuevas máquinas para imprimir masivamente, mejores técnicas fotográficas, un interés creciente del público por las ilustraciones de acontecimientos y, finalmente, el invento del fotograbado, hicieron necesaria la aparición del profesional de la foto destinada a la divulgación periodística.

El oficio de fotorreportero moderno nació en Alemania tras la Primera Guerra Mundial y se consagró con la aparición de las grandes revistas ilustradas alemanas *Berliner Illustrierte* y *Muncher Illustrierte Presse* en el tiempo de la célebre República de Weimar y al amparo de su espíritu liberal.

En ese entonces, los fotógrafos dejaron ya de ser anónimos y comenzaron a firmar sus fotos. El más importante de todos fue sin duda Erich Salomón, quien fue, se afirma, el primero en probar la instantánea, la fotosorpresa que más tarde sería común en el periodismo. Este fotógrafo utilizó su prestigio para convocar a colegas e inaugurar la era de los *free lance* que más tarde imitarían los norteamericanos. Otra innovación alemana fue la fotosorpresa no consentida, para lo cual hacían falta cámaras pequeñas, como la célebre Leica de rollo de 35 mm inventada por Oskar Barnak. Esta propuesta periodística es atribuida a Kart Corp, redactor jefe del citado *Berliner*.

La Primera Guerra Mundial interrumpió el desarrollo europeo. Sería la revista norteamericana *Life*, fun-

dada en 1936, la que lideraría el fotoperiodismo de la primera mitad del siglo XX, en particular con el estallido de la guerra civil española, primero, y la Segunda Guerra Mundial después.

Se reconoce como los más importantes fotógrafos de esa etapa a los fundadores de la agencia Magnum: el húngaro norteamericano Robert Capa y el francés Henry Cartier Bresson.

El primero es autor de la frase: “Si la foto no fue suficientemente buena, es que no estuviste suficientemente cerca”, que se ha convertido en el lema de los reporteros fotográficos de guerra, que son cada vez más audaces procurando estar “más cerca”, incluso a costa de su propia vida. Por su lado, Cartier Bresson destacó sobre todo por su maestría en la foto instantánea. *Life* tuvo entre sus colaboradores a famosos como Margaret Bourke-White (la primera en llegar a los campos de exterminio nazis), Alfred Einsenstatd (el fotógrafo de los grandes líderes y de las artistas famosas), y Gordon Parks (el fotógrafo de la negritud norteamericana). Los nombres son muchos pero vale también la pena citar, y recomendar, la obra del francés Robert Doisneau.

### **Los detestados *paparazzi***

Al comenzar la década del cincuenta se puso de moda la llamada “prensa rosa” o “del corazón”, generalmente no diaria, que tenía como temas principales a los ricos y famosos, especialmente las estrellas del mundo del espectáculo. Una parte de esta prensa evolucionó hacia la preferencia por el escándalo y en particular por las fotografías-sorpresa no consenti-

das (lo que en jerga peruana se llamaría “de ampay”). Fue necesario también el desarrollo de un tipo particular de fotógrafo, de excelente manejo de sus máquinas y de pocos escrúpulos, pues cuanto mayor era el secreto sorprendido, más alta era la tarifa por su fotografía.

Esta práctica fue dramatizada en el cine por primera vez en la película *La dolce vita*, de Federico Fellini, estrenada en 1959. En una de sus escenas se muestra a una artista de cine, protagonizada por Anita Ekberg, sorprendida por los fotógrafos cazadores de intimidades; y uno de ellos es llamado por sus colegas *paparazzo*. El nombre, con su plural *paparazzi*, ya tiene un lugar en la historia de la fotografía y hoy es una profesión rentable para los más audaces y pacientes. Los ricos y famosos son víctimas de la voracidad de la prensa rosa. Uno de los *paparazzi* famosos fue el norteamericano Ron Galella que perseguía implacablemente a Jackie, la viuda de Kennedy. Otro *paparazzi* fue quien logró tomarle fotos desnuda para la revista *Penthouse*, cuando tomaba un baño en la isla Scorpio, propiedad de su esposo Onassis. Jackie fue la mujer más perseguida por los fotógrafos, hasta que hizo su aparición la princesa Diana de Gales, la bella inglesa que murió junto con su novio huyendo precisamente de un grupo de *paparazzi* en París, la noche del 30 de agosto de 1997.

Las autoridades de Los Ángeles han calificado a los *paparazzi* de “enemigos públicos” y a veces desarrollado costosos operativos policiales para proteger a sus celebridades. Se calcula que una salida de la cantante Britney Spears al hospital le costó a la ciudad más de 25 mil dólares en protección.

## Los fotorreporteros peruanos

En el Perú, la fotografía periodística avanzó desde el retrato simple hasta la toma de sucesos. En este proceso se debe destacar un suceso muy importante. Manuel Moral era un fotógrafo de gran prestigio, llegado a Lima desde Portugal. Gran aficionado al periodismo, Moral fundó la revista ilustrada *Prisma* y luego la célebre *Varietades*. Años más tarde, en 1912, fundaría *La Crónica*, el primer diario tabloide y popular del Perú.

Cuando pasaba algo importante, Moral abandonaba su estudio, salía a la calle con sus cámaras y alentaba a los periodistas a hacer lo mismo. Tenía un hermano, Enrique, que también era fotógrafo.

El 29 de mayo de 1909, un grupo de opositores al presidente Leguía asaltó Palacio de Gobierno, capturó al mandatario y lo condujo por las calles principales a la plaza del Congreso, intentando que firmara su renuncia al cargo. La noticia se esparció por Lima en pocos minutos y entonces una serie de fotógrafos, profesionales —como los Moral— o aficionados, corrieron a fotografiar el hecho. Cuando los facciosos rodeaban al Presidente y Enrique Moral imprimía fotos del drama, apareció por casualidad un grupo de soldados que se dirigía a Palacio. El teniente que los comandaba, al percatarse del suceso, ordenó abrir fuego indiscriminadamente, cayendo varios muertos, entre ellos Moral. Sus fotos fueron reveladas y sirvieron, se dice, para identificar a los opositores.

La revista de su hermano, *Varietades*, publicó el 3 de junio de aquel 1909 una edición extraordinaria con fotos del drama tomadas por varios colaboradores,

entre profesionales y aficionados. En la revista se cita como “reporteros fotográficos” a Benjamín Valverde, Fausto Grandjean, Alberto Álvarez y Manuel Reaño. Enrique Moral podría entonces ser llamado, con justicia, el primer mártir del fotoperiodismo en el Perú.

El nuevo diario *La Crónica* (1912) consagra el fotoperiodismo y propone el punto de partida para la historia de los fotorreporteros peruanos, que ya fueron un número importante a partir del notable auge de la prensa diaria de los años 1915-1920.

Debemos hacer un paréntesis para resaltar el rol del famoso Martín Chambi. Este fotógrafo cuzqueño es mayormente conocido por sus fotos de personajes, paisajes, etc. Sin embargo, tuvo una importante participación en el fotoperiodismo, como lo demostró la investigación que hizo Hermann Swchartz hace pocos años y que dio cuenta del hallazgo de una serie de colaboraciones, artículos y fotos de Chambi publicados en el diario *La Crónica* en los años treinta, que probaron una vez más el enorme talento del gran fotógrafo.

Ya convertidos en gremio, los fotorreporteros fundaron la Asociación de Reporteros Gráficos del Perú en 1952, con una directiva integrada por Alfonso Ego Aguirre (presidente), César Augusto Castillo, Lorenzo Navarro, Ricardo Navarro, Félix Dávila, José Risco, José Cevallos, Jesús Scollo, Javier Betteta, David Méndez, Óscar Rodríguez y Hermes Simbrón.

Esta Asociación fue muy activa durante algunos años, pero hoy también sufre los efectos de la crisis general de los gremios y no conocemos de reuniones recientes. Añadiremos que tenía la costumbre de

elegir a una “Miss Objetivo” cada año y que en 1964 la bella Gladys Reyna logró el título de “Miss Objetivo Internacional”. En 1972, Susana Grundel Jiménez obtuvo el mismo galardón en Brasil.

## **Grandes fotógrafos peruanos**

El Perú ha tenido y tiene profesionales de la fotografía periodística de enorme prestigio, que han merecido muchos reconocimientos y premios internacionales. Hacer una lista cabal es muy difícil y podríamos olvidar nombres importantes. Sin embargo, quisiera mencionar no solo como fotorreporteros sino como promotores del oficio en tanto profesionales y profesores a los hermanos Ego Aguirre, a Raúl Sagástegui, Víctor Medina y en particular a Víctor “El Chino” Domínguez, que incluso ha publicado parte de su obra en dos hermosos libros.

Quizá la primera foto peruana que logró mayor difusión en el mundo fue la que tomó precisamente Alfonso Ego Aguirre, de *La Crónica*, a la niña Lina Medina que aún tiene el récord de la madre más joven del mundo, pues alumbró a un niño cuando todavía no había cumplido seis años. Era el año 1939. El primer gran galardón de que tenemos noticia es el otorgado a Tolentino Alegre, también de *La Crónica*, que recibió el premio Mergenthaler de la Sociedad Interamericana de Prensa por sus fotos de una tragedia aérea en el nevado Yerupaja.

Le seguirían, y citamos en desorden, René Pinedo, de *Expreso*, por sus fotos de Ranrahirca en 1970; Víctor Ch. Vargas, de *Caretas*, que en 1986 recibió el Premio ENCI por sus tomas de alpacas en Puno;

Rolando Ángeles, de *La República*, quien recibió el Premio Caretas en 1986; Sergio Urday, que mereció el Premio Rey de España en 1992; y, por supuesto, Inés Menacho, por su fotografía de los presidentes Toledo y Bush (*El pasodoble*), que obtuvo el Premio Príncipe de Asturias.

Nuestros profesionales han tenido también una presencia importante en el World Press Photo, el concurso mundial de fotografía periodística. Es el caso de Ana Cecilia Gonzáles Vigil, que hace regularmente trabajos para *National Geographic*.

Sin embargo, el más respetado de los fotógrafos peruanos en la actualidad, por su dimensión internacional, es Mario Testino, el favorito de muchas modelos. Testino fue además el fotógrafo oficial de la famosa princesa Diana de Inglaterra.

Por último, entre las revistas ilustradas más antiguas destaca *Caretas*, que puso desde su fundación un énfasis especial en el reportaje fotográfico, avanzando hasta ser la mejor del medio en la especialidad.

## **Resumen**

El periodismo siempre buscó recurrir a las imágenes para completar o dramatizar las informaciones. Así, desde tiempos muy antiguos, dibujantes expertos recreaban escenas que otros igualmente expertos grababan primero en madera y luego en metal. El sistema se utilizó hasta finales del siglo XIX, cuando se logró finalmente reproducir las fotografías imprimiéndolas en papel. Así aparecieron los grabados de medio tono, que se utilizaron hasta hace poco.

Mientras se preparaban las condiciones para la nue-

va prensa popular, en Francia se inventaba la fotografía. El primero fue Niepce, con métodos experimentales. Luego Daguerre puso en valor la conservación de la imagen en placas de metal. Finalmente el inglés Talbot hizo posible obtener copias de esas imágenes. La fotografía se convirtió pronto en una valiosa aliada del periodismo, Así nacieron los fotorreporteros, que proveían de material a las nuevas revistas ilustradas. En el Perú, el periodismo ilustrado surgió en el siglo XIX y ha tenido un desarrollo notable, tanto en los periódicos como entre los fotorreporteros.

## 7. Los periodistas

### ¿Quién es un periodista?

La interrogante sobre quién es en verdad un periodista nunca se ha contestado claramente, especialmente en regiones en las que el periodismo carece de la tradición e historia que sí tiene en países de mayor desarrollo.

Sin embargo, el oficio de recoger y difundir información —no es otro el quehacer de los periodistas— existe desde hace miles de años, como lo han registrado los historiadores. A lo largo de los innumerables laberintos de la memoria escrita, hallamos a estos hombres que buscaban datos, los llevaban lejos y los entregaban a otros a cambio de dinero o por simple afición.

La historia de los periodistas tiene que ver, por supuesto, con la historia misma de la circulación de la información, es decir, con el proceso que se inició en algún momento remoto de la historia en que alguien decidió que poseer una información antes que otros era algo importante y hasta decisivo.

Para conseguir aquella información, se hizo necesario afinar un sistema de correo que fuera eficiente, seguro y rápido. Los historiadores nos relatan que

chinos, mongoles, persas y griegos instalaron sistemas de postas para transportar mensajes que primero fueron orales y después escritos en papiro, pergamino, seda, tabla de cera y finalmente papel. Asegurado el transporte y el soporte del mensaje, se hizo claro que la obtención de noticias era un privilegio de los poderosos, los nobles, la Iglesia y los ricos, y que los informadores, los encargados de acopiar noticias, estaban absolutamente al servicio de quienes atesoraban el secreto de la lectura de los símbolos que representaban mensajes.

El imperio romano aprendió de todas aquellas experiencias y aseguró un sistema de circulación de información que resultó ser el que sentó las bases del correo moderno. Los historiadores relatan en detalle la existencia de las *mutatione* o “mansiones”, lugares de recambio de los caballos y de descanso de los mensajeros. También hablan de los “álbumes”, paredes donde se podía escribir mensajes. Pero sobre todo aluden a la célebre “Acta diurna populi urbana”, un verdadero periódico que se fijaba cada día en lugares públicos y que fue instituido en el año 59 a. C. durante la administración de Julio César (se eliminó luego del reinado del emperador Probo, hacia el año 280 d. C.).

Aparecen entonces las primeras menciones de la historia a los profesionales de la información: el *praeco* (pregonero) y el *strilloni* (voceador comercial), quienes recorrían las calles de la ciudad. El *subrostrani*, por otro lado, era un profesional del rumor y de la información subterránea que vivía de vender noticias a los interesados. El derrumbe del imperio romano, la oscuridad bárbara y la fragmentación que caracteriza

a la Edad Media, no solo no acaban con las ansias de más y mejores noticias, sino que por el contrario alientan la formación de un verdadero submundo informativo que contribuye sustantivamente al avance de la historia.

Los comerciantes ricos insisten en la búsqueda de información confiable y necesitan entonces de circuitos privados de recolección y envío de noticias. Así surge la leyenda de la famosa Casa Fugger, que mantiene una verdadera agencia noticiosa que produce manuscritos, *fogli alla mano* u otros nombres, y que no son otra cosa que boletines informativos copiados y vendidos a altos precios en toda Europa. Cuando se populariza la imprenta de Gutenberg, los poderosos —esto es, la nobleza y la Iglesia— comienzan a perder el monopolio de la información y se alarman al punto de reprimir a los protoperiodistas. El Papa Gregorio XIII, por ejemplo, ordenó encarcelar a quien editara información sin su permiso, lanzando la Bula IV “Contra fumigeratores nuncupatos menantes” en 1572. Y el Papa Sixto V avanzó hasta llamar a los informantes profesionales *pestifiri uomini*. En 1587, el *menanti* Aníbal Capello sufre la venganza papal con una severa sentencia: por difundir noticias consideradas falsas, se le corta la mano, luego la lengua y finalmente lo ahorcan.

Para entonces, ya los periodistas están claramente identificados, y aun cuando no se les reconoce un espacio social determinado, es evidente que conforman una comunidad fácilmente reconocible porque hacen lo mismo de siempre: recolectar información, procesarla o editarla, y venderla.

## Los gaceteros en España y el Perú

La imprenta se difundió muy rápidamente por toda Europa, incluyendo a España donde a fines del siglo XV no hubo control ni problemas para su instalación. También existían, como hemos dicho, los profesionales de la noticia manuscrita, que se sumaron con entusiasmo al invento que abría nuevos espacios de circulación y venta a sus “relaciones”, con formato de libro pequeño, de 4 a 8 páginas, de unos 20 por 15 centímetros.

Con los viajes, y sobre todo con las noticias del hallazgo de Cristóbal Colón, las crónicas adquirieron gran popularidad, convirtiéndose Sevilla en el principal centro de producción y venta de relaciones, crónicas y avisos, hasta la aparición sistemática de las “gacetas” que impusieron el estilo llamado “gaceteril”, de pocas palabras en beneficio de un mayor número de información.

La imprenta llegó al Perú en 1584 con el impresor de origen italiano Antonio Ricardo, y debieron pasar diez años para que se la utilizara con fines informativos. Las ordenanzas reales no permitían la confección de relaciones o de otro tipo de escritos en las colonias. Desde la instauración de un tráfico regular entre los territorios conquistados y la metrópoli, solo era posible leer las noticias provenientes de España. El sistema consistía en que las autoridades locales, incluida la severa Inquisición, revisaban las relaciones o avisos que venían en la correspondencia de España y autorizaban lo que se llamaba las “reimpresiones”, en realidad reproducciones del material noticioso hispano en la imprenta de Ricardo.

## Los periodistas en la República

Al iniciarse la República, la prensa confunde a editores con periodistas. Los periódicos son de pequeño formato, de tirajes muy limitados y, sobre todo, su intención es política. Sus redactores son personajes que no están interesados en las noticias ni en los fines sociales del periodismo, y que solo atacan con ferocidad a sus adversarios y alaban a sus amigos. Se abre así el tiempo del periodismo panfletario que tanto criticarán más tarde los historiadores Vargas Ugarte y Basadre. El primero dirá, refiriéndose a los periódicos de la década del treinta, que “el oficio de periodista estaba prostituido y lo ejercía cualquier audaz plumífero”.<sup>27</sup>

Basadre no se retrasa en la queja: “Escribían para ellos [los periódicos] desde altos personajes de la política que ocupaban ministerios o posiciones directivas en el Parlamento o en la vida intelectual, hasta grafómanos, demagogos y aprovechadores de todo jaez”.<sup>28</sup>

Plumíferos o grafómanos, los periodistas profesionales ya estaban presentes, como el caso del controvertido Bonifacio Lazarte, director y redactor principal de *El Limeño* (1834) y luego de *El Voto Nacional*. Al lado de estos periodistas están personajes como el renombrado Deán Juan Valdivia, que fundó en Arequipa el bisemanario *El Yanacocha*, partidario de Santa Cruz y que se publicó hasta octubre de 1837, o Juan Pardo y Aliaga, salaverrista, que fundó *El Intérprete*, una publicación que se editaba en Chile pero circulaba en el Perú.

---

<sup>27</sup> A. Vargas Ugarte, tomo VII, 1971: 261

<sup>28</sup> Jorge Basadre: 642.

## La Asociación de Prensa de 1891

Se coincide en que la mayoría de las primeras asociaciones de prensa unieron a propietarios-editores y a periodistas propiamente dichos, como por ejemplo la Asociación de la Prensa Suiza, fundada en Berna en 1883, o el Instituto de Periodismo de Londres, creado en 1890.<sup>29</sup> Hubo, sin embargo, algunas que asumieron su rol sindical, como la de Holanda, fundada en 1884, o el Sindicato de Periodistas Franceses, instituido en París en 1886.

En 1891 los dueños de *El Comercio*, José Antonio Miró Quesada y Luis Carranza —ambos personajes de gran influencia— convocaron a la fundación de la primera asociación de prensa. ¿La razón? La declaratoria de principios habla de nobles fines gremiales, pero es probable que fuera la coyuntura política la que empujó a los propietarios de periódicos a organizarse como un grupo de presión frente al autoritario gobierno del general Remigio Morales Bermúdez, al que apoyaba el general Cáceres. Estaba vigente la antigua ley de imprenta de San Martín, pero también el “Reglamento de moralidad pública” de 1877, una verdadera amenaza que permitía el cierre de los periódicos opositores.

Una comisión organizadora cursó invitaciones a los directores de diarios de Lima y provincias, lo cual acentuaba el carácter patronal de la cita. En la primera sesión se hizo evidente la finalidad de esta primera asociación. Miró Quesada planteó de entrada la reforma de la ley de imprenta: “esa reforma es una exigencia social que no puede ser desatendida por

---

<sup>29</sup> Kubka: 41.

más tiempo”.<sup>30</sup> Habló también de los problemas de los periodistas con las autoridades y en medio del entusiasmo general se acordó fundar la Asociación de la Prensa Nacional. Se decidió elegir como presidente a Miró Quesada y redactar un proyecto de estatutos que fue finalmente presentado en sesión del 6 de noviembre de 1892.

El estatuto es sin duda lo más importante de aquella asociación de propietarios. Aunque confuso a ratos, brinda definiciones que demuestran que se comprendía cabalmente la problemática de la profesión. La Asociación no llegó a tener importancia como para lograr que se redactara una nueva ley de imprenta; además, se precipitaron una serie de sucesos que le quitaron sustento político. Por ejemplo, el presidente Morales Bermúdez murió en ejercicio del cargo en abril de 1894, suscitándose una violenta discusión por la sucesión entre los vicepresidentes, hasta que en julio fue elegido el general Cáceres, quien fue derrocado con violencia por los demócratas de Piérola en marzo de 1895. Se hizo cargo entonces del país una junta de gobierno y en setiembre de ese año asumió la presidencia constitucional Nicolás de Piérola. El paso de esta Asociación no fue por supuesto inútil, porque muy pocos años después de su fundación, los verdaderos periodistas la tomaron como referencia para marcar distancias entre los dueños de los medios y los periodistas propiamente dichos.

## **La modernización del periodismo**

Fue necesario el nuevo siglo para que se iniciara la

---

<sup>30</sup> Jorge Basadre 1961: 642

modernización del periodismo peruano, tanto en el aspecto tecnológico como en el profesional. Y fue el diario *La Prensa* el que marcó la diferencia con los viejos periódicos del siglo pasado, de los cuales solo sobrevivía con dignidad *El Comercio*.

Por su parte, *El Comercio* también renovó su maquinaria con una rotativa italiana y cuatro linotipos que comenzaron a funcionar en octubre de 1904.<sup>31</sup>

Cabe destacar la circunstancia histórica: era el apogeo de lo que Jorge Basadre llamó la “República aristocrática”, esto es, la hegemonía civil. Fue una época propicia para el cultivo de las artes y las letras, con una creciente influencia de Europa de la que se importaban las modas, lo que podríamos llamar “las vicencias” de su tiempo.

Comenzó así a cultivarse un periodismo distinto y surgieron nuevas revistas ilustradas de claro estilo europeo. Incluso el periodismo político se volvió menos áspero y se puso de moda cultivar el buen gusto, las formas elegantes, la discreción. Al aumentar el número de publicaciones, se hizo también creciente la demanda de periodistas asalariados a tiempo completo.

## **El Círculo de Periodistas de 1908**

En noviembre de 1908 presidía el Perú Augusto B. Leguía, por entonces ligado al civilismo. Leguía había llegado al poder en setiembre de ese año, sucediendo al encumbrado civilista José Pardo, y parecía continuar la línea de gobierno del viejo partido.

No conocemos detalles de la convocatoria para la for-

---

<sup>31</sup> López Martínez: 364.

mación del Círculo de Periodistas, salvo que se formó una comisión organizadora bajo la presidencia del distinguido literato y periodista Abelardo Gamarra, director y propietario del semanario *Integridad*.

## El Círculo de Cronistas de 1915

El año 1915 fue de un crecimiento espectacular para la prensa, como lo reconoció *Variedades* en una reseña publicada en 1916. En la prensa diaria figuraban *El Comercio*, *La Prensa*, *La Unión*, *La Crónica*, *El Diario Judicial*, *El Peruano*, *La Patria*, *La Capital*, *La Época*, *La Tribuna* y *El Imparcial*.

Las revistas que se conocían como “ilustradas” eran *Variedades*, *L'Alliance*, *La Actualidad*, *Perú Moderno*, *El Mosquito*, *Eva*, *Sin Caba*, *Arte y Artistas*, *El Motín*, *Rigoletto*, *Lulú*, *Evolución Peruana*, *Alma Latina*, *El Turf*, *La Gaceta*, *Toros y Toreros*, *Lápiz y Tinta*.

Por su lado, en la “prensa doctrinaria” figuraban *Integridad*, *La Autonomía*, *La Protesta*, *El Mensajero*, *El Herald*, *La Temperancia*, *El Empleado*, *El Amigo del Clero* y *Los Nuevos Tiempos*.

Además, existía una prensa para los extranjeros: *Man Shin Po* (para la colonia china); *La Crónica de los Andes* (para la japonesa); y *L'Italiano* y *La Voce Da Italia* (para la italiana), y una multitud más de revistas técnicas, boletines oficiales, de balnearios e incluso escolares.

Si tan solo consideráramos a diez periodistas por cada diario (realmente una cantidad mínima para editarlo), sumaríamos más de cien profesionales en esa época. Considerando las revistas podríamos añadir unos cien más, lo que nos daría no menos de dos-

cientos periodistas en Lima entre los notables y los de segunda línea.

Una vez más fue *La Prensa* el diario promotor o divulgador principal del nacimiento del Círculo al publicar completo el texto de la esquila de invitación, el 15 de agosto de 1915. ¿La circunstancia política? Está por cesar el mandato provisorio del coronel Óscar R. Benavides, designado para reemplazar al derrocado Guillermo Billinghurst y el día 18 se hará cargo José Pardo llevado nuevamente a la presidencia apoyado por el civilismo. La batalla democrática hizo florecer al periodismo y sobre todo a una nueva generación en la que encontramos nada menos que a José Carlos Mariátegui recién cumplidos los 21 años. No obstante, un incidente de poca relevancia acabó con la unidad de la prensa. En la noche del domingo 4 de noviembre de 1917, un grupo de intelectuales y artistas convenció a la bailarina Norka Rouskaya de ir al cementerio a medianoche y danzar entre las tumbas con música de Chopin. Al día siguiente, todos fueron citados a la comisaría. Mariátegui, Falcón y la Rouskaya quedaron detenidos, desatándose un verdadero escándalo.

La consecuencia más grave fue para el Círculo, porque uno de sus miembros, Luis Varela y Orbegoso, que firmaba una sección en *El Comercio* de la tarde con el seudónimo de "Clovis", lanzó un durísimo ataque contra los organizadores del evento, diciendo que:

[...] la enfermedad física y moral de que padece el grupo de analfabetos que entre nosotros se ha arrogado el monopolio del talento y la genialidad, ha

dado en la madrugada, sus frutos, llevando hasta la necrópolis a una joven artista para que profanara las tumbas de nuestros padres con sus músicas macabras y sus lúbricas contorsiones.<sup>32</sup>

Cuando Mariátegui reclamó solidaridad, recibió más ataques como respuesta y entonces decidió renunciar. Le siguió el propio presidente del Círculo, Alejandro Ureta, y después César Falcón, Ladislazo Meza y decenas más. Algunas de sus cartas se publicaron,<sup>33</sup> enrareciendo de tal manera las relaciones entre los periodistas que Ureta llegó incluso a batirse a duelo con Marcial Helguero, un redactor de *El Comercio*.

## La Asociación Nacional de Periodistas de 1928

¿Por qué concedió el presidente Leguía el permiso para fundar la Asociación Nacional de Periodistas, a pesar de que la idea surgió de *La Prensa*, expropiada en 1921 por su gobierno? No hemos hallado respuesta a esta interrogante.

En *La Prensa* puede seguirse la discreta actividad de los primeros meses de esta institución, como la sesión del 10 de diciembre en que se aprobó una moción de simpatía y aplauso al socio Mariátegui por la publicación de sus *Siete ensayos de interpretación de la realidad peruana*.<sup>34</sup>

Ese mismo mes la Asociación hizo su primera defensa cuando protestó con energía porque un torero llamado Joselito había golpeado en la calle al crítico taurino Balarezo Pinillos por una crítica adversa.<sup>35</sup>

---

<sup>32</sup> El Comercio, edición de la tarde, 5 de noviembre de 1917, p. 1.

<sup>33</sup> El Tiempo, 7 de noviembre de 1917, p. 2.

<sup>34</sup> La Prensa, 14 de diciembre de 1928, p. 2.

<sup>35</sup> La Prensa, 20 de diciembre de 1928, p. 2.

## El gran cambio de 1930

En agosto de 1930, el gobierno del presidente Leguía fue derrocado por militares liderados por el comandante Sánchez Cerro. Luego de once largos años de dictadura, se inició un proceso de cambios muy agitado, frente al cual los periodistas no pudieron permanecer ajenos.

La mayoría de los periódicos cerró. Clemente Palma dejó la dirección de *Variedades*, que un tiempo después publicó su último número; Andrés Aramburú marchó al destierro y su *Mundial* también dejó de circular; *La Prensa* fue devuelta a sus antiguos dueños; el diario *El Sol* desapareció.

Surgió entonces una nueva ola periodística que se caracterizó por sus violentas acusaciones contra el leguismo y por su prédica social, considerando que en esa época aparecieron nuevas fuerzas políticas e ideológicas, como el APRA y el Partido Comunista. Para asegurar la conducción plural y democrática de la Asociación, se aprobó un sistema de presidencias por cuatrimestres, de tal manera que en las elecciones del 2 de agosto de 1930 se eligieron tres presidentes, a saber, Fernando Franco, Francisco Loayza y Armando Herrera.

Franco, un entusiasta profesional que llegó a ser jefe de redacción de *La Crónica* por aquellos años, propuso que la Universidad de San Marcos abriera una sección especial de periodismo.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> La Crónica, 22 de abril de 1938, p. 6.

## La Federación de Periodistas de 1950

La Asociación Nacional de Periodistas eligió a Alfonso Rosales como su presidente en 1945. Rosales era un periodista ya veterano; la Asociación era por lo demás una modesta institución muy poco representativa del gremio, pues agrupaba a muchas personas ajenas. En suma, los auténticos periodistas no se sentían representados por la organización que pronto cobraría importancia debido a la coyuntura política. Durante los tres años de gobierno de Bustamante y Rivero, Rosales debió participar con cierta energía contra la ley de imprenta.

Producido el golpe militar de octubre de 1948, la situación de la Asociación cambió radicalmente, pues debió enfrentarse al creciente autoritarismo de Odría que bien pronto demostró que no tenía ningún respeto por el periodismo y menos por la libertad de prensa.

Más de cien periodistas se reunieron para decidir la fundación de la Federación de Periodistas del Perú (FPP) y suscribieron un acta que decía lo siguiente:

Los periodistas presentes en la reunión efectuada el martes 18 de julio de 1950 en la Asociación Nacional de Escritores y Artistas, considerando la necesidad de constituir un organismo representativo de los periodistas profesionales, acuerdan fundar la Federación de Periodistas del Perú.

El 4 de agosto se volvieron a reunir en una especie de gran asamblea permanente, redactaron sus estatutos provisionales, la declaración de principios, el lema "Libertad para la verdad, responsabilidad en la

expresión y decorosa condición económica para el periodista”, y eligieron a la primera directiva provisional que incluía representaciones regionales. Carnero Checa fue designado primer presidente y encargado de organizar el Primer Congreso Nacional de Periodistas.

La fecha elegida para el Congreso fue el primero de octubre, aniversario de la fundación de *El Diario de Lima* en 1790 por el español Jaime Bausate: recién en 1953 el gobierno de Odría promulgaría el decreto declarando al primero de octubre como el Día del Periodismo Nacional.

### **“Profesión: periodista”**

En 1956 el presidente Manuel Prado fue derrocado por los militares, quienes bloquearon la probable llegada al poder del APRA y de su líder Haya de la Torre. Un año más tarde se realizaron elecciones y ganó Fernando Belaúnde Terry, que llegaba con una imagen de liberal, democrático y moderno, en contraste con los gobernantes anteriores.

La célula parlamentaria aprista presentó en 1963 un proyecto de colegiación, pero pocos estaban en el Parlamento dispuestos a enfrentarse a los editores. Solo se pudo lograr que en 1965 el senador David Aguilar Cornejo presentara un proyecto de profesionalización del periodismo que fue aprobado el 20 de setiembre de ese mismo año. La idea de fundar un colegio de periodistas era una aspiración continental. En varios países se luchaba por lograr la ley que lo creara; solo Chile tenía una institución de ese tipo desde 1956. Los más persistentes eran los venezola-

nos, que se agrupaban en la Asociación Venezolana de Periodistas desde 1941.

La interrogante era cómo hacer para que los periodistas en ejercicio tuviesen un título profesional. Se habló de cursos especiales en las universidades y de ayudas para el ingreso directo sin dar examen, entre otras medidas. Al final, el asunto se resolvió directamente por ley. Muchos recibieron la noticia de la profesionalización como una mera formalidad que abría el camino hacia el Colegio. Como fuere, hubo gran satisfacción en el gremio y muchos periodistas acudieron a Palacio de Gobierno para asistir a la promulgación de la ley llamada “Aguilar Cornejo” por el mismo presidente Belaúnde, el 28 de setiembre de 1965.

Leamos los primeros artículos, que fueron clave:<sup>37</sup>

Artículo 1ro.- Reconócese en todo el país la profesión de periodista.

Artículo 2o.- Las Universidades Nacionales y Particulares, a través de sus facultades o escuelas de periodismo, extenderán los títulos correspondientes a los periodistas, que a la fecha de la dación de la presente ley, tengan por lo menos seis años en la función periodística y acompañen el carnet de miembro activo de alguna de las instituciones que agremian a los hombres de prensa.

El reglamento de la ley zanjó legalmente la vieja discusión sobre quién era periodista. Fue promulgado el 23 de noviembre de 1965 y decía:

---

<sup>37</sup>Ley 15630, promulgada el 25 de setiembre de 1965 por el presidente Fernando Belaúnde Terry.

Declárase que es periodista toda persona que, de acuerdo con lo establecido en este Reglamento, y ciñéndose a normas morales y desarrollando exclusivamente la actividad intelectual remunerada, escribe, compone, edita, dirige o colabora por escrito o gráficamente de modo regular y permanente en algún órgano de difusión del pensamiento que tenga periodicidad definida.

[...]

Se considera también periodista al reportero gráfico que al servicio permanente de un órgano de difusión del pensamiento con periodicidad definida, ejercita iniciativa en el cumplimiento de su función.

En el artículo tercero el reglamento sentenció:

Para ser considerado como profesional, se requiere cursar estudios superiores de periodismo y optar el correspondiente grado académico en los centros de enseñanza superior de periodismo reconocidos por el Estado. En dichos centros de enseñanza se incluirá, además, la enseñanza de la especialización de fotografía periodística.

Lo significativo vino en el artículo noveno:

Por excepción y de acuerdo con las disposiciones de la Ley 15630, las Universidades Nacionales o Particulares, a través de sus Facultades o Escuelas de Periodismo, y los planteles de enseñanza de periodismo que tengan nivel superior, según lo prescrito por la Ley Orgánica de la materia, extenderán títulos de periodistas profesionales [...].

Para acceder al título era necesario ser miembro de la Asociación, la Federación o la Asociación de Reporteros Gráficos. Y como ya se ha dicho, tener un mínimo de seis años en la función periodística, lo que debía probarse con una constancia del centro de trabajo.

El reglamento fue afinado después por otro decreto que aclaraba detalles de una situación realmente novedosa en el país: la obtención de un título universitario sin haber pisado la universidad.

## **El Colegio de Periodistas**

La primera mención oficial al Colegio de Periodistas la hizo el gobierno militar en enero de 1970, cuando por decreto supremo nombró a una comisión encargada de proponer “un proyecto de Decreto-Ley para la creación del Colegio de Periodistas, que incluya las rentas necesarias que aseguren su funcionamiento, y la preparación de su correspondiente estatuto”. La comisión era frondosa y los hombres de prensa de la Federación de Periodistas y de la Asociación Nacional de Periodistas estaban en minoría. Al mes siguiente se añadió delegados de la “prensa chica” y de la Unión de Periodistas Profesionales del Perú, una institución que pocos conocían aunque debió tener la suficiente influencia como para promover un decreto a su favor.

Sin embargo, los militares velasquistas se desentendieron del proyecto enfocando la atención en otras batallas periodísticas que consideraron más importantes, como asegurar el control de los medios informativos y crear el Sistema Nacional de Información.

En setiembre de 1978, ya en la “segunda fase” del gobierno militar, se designó otra comisión que envió el producto de su trabajo al gobierno en marzo de 1979. Un año y medio después, la primera decisión del presidente Belaúnde al asumir el mando el 28 de julio de 1980 fue devolver el control de los diarios principales a sus antiguos propietarios, prometiéndoles indemnizarlos por los perjuicios causados por la expropiación inconclusa de 1974.

El paso siguiente fue la promulgación del decreto 039, que suspendió la estabilidad laboral de los periodistas que ocupaban cargos “de confianza”, calificación que las propias empresas hacían. Este fue el momento del desquite y centenares de profesionales fueron despedidos de los grandes diarios.

En medio del malestar que provocó la medida, el senador gobiernista Javier Alva Orlandini presentó un proyecto de ley creando el Colegio de Periodistas. Luego de la fundamentación, el proyecto fue aprobado y pasó a la Cámara de Diputados.<sup>38</sup>

Los diputados lo aprobaron sin reticencias, ignorando los reclamos de los egresados de los institutos de periodismo Uceda, de Trujillo, y Bausate y Mesa, de Lima. También esta vez se hizo caso omiso a la protesta de *El Comercio* que, una vez más, se opuso diciendo lo siguiente:

[...] estos Colegios han representado, en otros países, instrumentos de coacción, ya que, a través de ellos, los gobiernos controlaron la prensa, ahogando toda crítica y, fundamentalmente, la libertad de expresión.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> *El Comercio*, 18 de setiembre de 1980, p. 4; *La Prensa*, 18 de setiembre de 1980, p. 2.

<sup>39</sup> *El Comercio*, 18 de setiembre de 1980, p. 2.

Finalmente, el primero de octubre, Día del Periodista, el Presidente firmó la ley de creación del Colegio cuyo texto principal, que fue muy negociado por las partes interesadas, resultó el siguiente:

Artículo 1ro. Créase el Colegio de Periodistas del Perú como entidad autónoma de derecho público interno, representativa de la profesión periodística en todo el territorio de la República, sin perjuicio de las otras entidades gremiales o sindicales de periodistas amparadas por el Inciso 11 del Artículo 2 de la Constitución. Sus fines son éticos, culturales y sociales.

Artículo 2do. La Colegiación es requisito indispensable para el ejercicio de la profesión periodística, de conformidad con el artículo 33 de la Constitución del Estado. Esta norma no limita lo dispuesto por el inciso 4) del Artículo 2 de la Constitución.

Se precisaba que para ser miembro del Colegio se requería el título profesional, pero también podían serlo quienes lograran acreditar el ejercicio estable de la profesión por ocho años. La renta asignada fue el 1% de los avisos en los medios masivos.

El punto central de conflicto en la discusión previa había sido la libertad de ejercer el oficio sin pertenecer al Colegio, lo que fue zanjado por aquella frase del artículo segundo de la Constitución de 1979 que se refería a la libertad de expresar el pensamiento en cualquier medio de comunicación social.

## **La enseñanza del periodismo**

El periodismo latinoamericano, que tuvo sus raíces en el viejo y lento sistema informativo colonial, re-

clutaba sus animadores de la política y la literatura porque estas eran las funciones principales que se adjudicaba a la prensa. Luego de las batallas independentistas, un activo y hasta violento periodismo participó en las construcciones nacionales, identificando y definiendo características que lo alejaron para siempre de la homogeneidad colonial.

Cada nueva nación edificó, por así decirlo, su propio periodismo, de acuerdo con unas condiciones irrepetibles aun en los vecinos más cercanos. Todas tenían en común la herencia hispana del idioma y la influencia de sus escritores y periodistas. Y al terminar el siglo XIX e iniciar el XX, todavía los periodismos americanos conservaban rasgos europeos adquiridos en particular en Francia, de los tiempos en que el idioma francés era la *lingua franca* del mundo diplomático y culto. La influencia académica de los Estados Unidos en el periodismo era escasa, si no nula, en nuestros países.

Tampoco se estudiaba para periodista, con la excepción de la Argentina, donde a principios de siglo dos importantes diarios abrieron talleres y luego fundaron una escuela formal en 1931.

La Segunda Guerra Mundial marcó profundamente la historia de la relación con los Estados Unidos, tanto en el ámbito político como en el económico y en el cultural. En nuestra zona de interés, observamos que la mayor parte de las viejas escuelas de periodismo se fundaron luego de la gran confrontación y adoptaron las nuevas formas del Norte.

Con este impulso renovado, y con la mirada puesta en las nuevas propuestas, en el Perú se fundó en 1945 la Escuela de Periodismo de la Pontificia Uni-

versidad Católica del Perú, y en 1947, la de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Mientras que la primera se ciñó a la influencia norteamericana, la segunda conservó el modelo europeo del profesional culto que se prepara para hacer, también, periodismo.

En los Estados Unidos fue el general Robert Lee, vencido en la Guerra de Secesión, quien en 1869 inauguró en el Washington College los estudios de periodismo. Años después, cuando Joseph Pulitzer decidió apoyar a la Universidad de Columbia para fundar en 1912 la famosa Escuela de Periodismo, ya una decena de universidades americanas ofrecían la carrera.

Más adelante, ya en la década del setenta, se produjo el cambio hacia la integración de los “saberes” de la comunicación, iniciándose una activa revisión promovida por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (CIESPAL), fundado por iniciativa de la Organización de las Naciones para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). En realidad, las propuestas del CIESPAL databan de los tiempos de su fundación en Quito, en 1959, extendiendo muy rápido su influencia a través de sus seminarios de diez semanas en los que la Organización de los Estados Americanos (OEA) becaba a profesionales distinguidos, tanto docentes como periodistas en ejercicio. Muchos periodistas peruanos asistieron a esos cursos y contribuyeron a divulgar puntos de vista novedosos y, en particular, bibliografía.

Del CIESPAL entonces surgiría la propuesta de cambiar el estatus académico de las “escuelas” e inte-

grarlas a las universidades, ampliando el aprendizaje hacia especialidades de comunicación. Nacieron así las facultades de comunicación, siguiendo estas recomendaciones:

1. Una escuela debe tener nivel universitario.
2. El programa académico debe constar de no menos de cuatro años.
3. Dicho programa debe incluir cursos humanísticos y técnicos profesionales.
4. Las escuelas deben convertirse en facultades autónomas dentro de la universidad.
5. Las escuelas deben transformarse en escuelas de “ciencias de la información”.

En 1972 la Pontificia Universidad Católica del Perú decidió cerrar su escuela de periodismo, inclinándose hacia la aplicación de las herramientas audiovisuales para la educación, y la escuela de San Marcos pasó a llamarse “De comunicación social” acorde con las recomendaciones del CIESPAL. Como novedad y aporte, la Universidad de Lima fundó en 1972 la Facultad de Ciencias de la Comunicación, iniciando una nueva etapa en la historia de los estudios de periodismo en el Perú, ya integrados, repetimos, a la comunicación.

El periodismo se unió así a la publicidad, la comunicación audiovisual, organizacional, para el desarrollo, las relaciones públicas, naciendo el “comunicólogo”, un profesional culto capaz de encarar los desafíos de una mejor comunicación sobre la base de estudios comunes iniciales (“propedéuticos”), de comunicación y finalmente de la especialidad elegida.

Al iniciarse la década del noventa, una veintena de universidades peruanas ofrecían estudios de comunicación social a casi diez mil estudiantes, de los cuales la mayoría se inclinaba por el periodismo. Destacaría la presencia de la novísima Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú que en pocos años alcanzó un crecimiento notable.

### **¿Se debe estudiar periodismo?**

Respecto del periodismo mismo, las siguientes interrogantes son ineludibles:

- ¿Se debe o se puede enseñar periodismo?
- ¿Qué representa para la sociedad este tipo de profesionales?
- ¿Cómo se está asumiendo los cambios en todo orden en la profesión que enseñamos?
- Las escuelas de comunicación ¿están más preocupadas por el mercado laboral que por el desarrollo de nuevas prácticas profesionales?
- ¿La orientación instrumental es determinante en la formación y fin último de la universidad?
- ¿Porqué las escuelas de comunicación están siempre revisando los planes de estudio o rediseñando la currícula?
- ¿Cuál es el espacio social de estas escuelas?
- ¿Cuáles son los espacios laborales de los comunicadores peruanos?

Cada una de estas preguntas ha merecido amplias reflexiones en sucesivas reuniones y forman, sin duda, parte central de las preocupaciones de cualquier institución interesada en la formación de profesionales de la información. Pero hay una, que tiene que ver con la vieja escuela norteamericana de periodismo, que avanza hacia un esquema diferente, y que podría plantearse así: ¿no sería mejor volver a los estudios de “periodismo” a secas, desligándolos de los estudios de comunicación y, por supuesto, modernizando los planes de estudio?

Este planteamiento responde a la crítica frecuente de que los nuevos periodistas de la academia saben mucho de comunicación y nada de periodismo y que el enfoque debiera ser al revés.

## **Resumen**

Los periodistas debieron recorrer un largo camino para ser reconocidos formalmente como profesionales, pese a que el oficio de recoger, editar y difundir información se pierde en la historia. Logran iniciar su organización en el siglo XIX, buscando ser tomados en cuenta al lado de otras profesiones.

En el Perú, la historia del gremio de periodistas se inicia a finales del siglo citado, con el auspicio de las empresas editoras enfrascadas en una batalla política contra el Partido Constitucionalista que dominaba el general Cáceres. El objetivo principal era obtener la libertad de prensa, pero la coyuntura se aprovechó para que los periodistas hicieran por primera vez en la historia del país planteamientos sobre su situación.

Seguirán en 1908 y en 1915 intentos fallidos de organización, en los que a diferencia de los anteriores, solo participan hombres de prensa excluyéndose a los propietarios. La división que produce el famoso incidente con la bailarina Norka Ruskaya provoca que estos intentos de organizarse se disuelvan, y los hombres de prensa no se volverán a agrupar hasta 1928, cuando fundan la Asociación Nacional de Periodistas. Años más tarde, en 1950, se crea la Federación de Periodistas del Perú. Ambas organizaciones existen hasta hoy.

No obstante, el anhelo general de los hombres de prensa era fundar el Colegio de Periodistas del Perú, cuya constitución decreta y reglamenta, en 1980, el segundo gobierno de Fernando Belaúnde Terry.

De otro lado, la necesidad de contar con periodistas mejor formados lleva a la Universidad Católica a fundar la primera escuela de periodismo en 1945, abriéndose con ello otra discusión importante, esto es, si se debe o no estudiar periodismo, un oficio que requiere de vocación y habilidades particulares.

## 8. La radiodifusión, el gran invento

El sistema de los hermanos Chappe, como ya dijimos, fue reemplazado con ventaja por el telégrafo eléctrico de Samuel Morse, que gracias a su código se convirtió en el medio más eficaz de enviar o recibir información por más de un siglo.

No obstante, el afán de inventar seguía. Alexander Graham Bell patentó en 1876 un ingenioso y sencillo artilugio al que llamó “teléfono” y que también fue un aporte decisivo para las comunicaciones.

Lo siguiente fue la telegrafía sin hilos, patentada en 1896 por el anglo-italiano Guillermo Marconi, aunque muchos años después, en 1943, el gobierno de los Estados Unidos reconoció formalmente que el inventor había sido el científico croata Nicolás Tesla, un genio en el uso de la electricidad afincado en Nueva York.

Luego vino la transmisión de la voz humana, que dio inicio a la gran aventura de la radio, un invento que se convirtió en el segundo más masivo de la historia de la comunicación.

Es posible distinguir etapas muy definidas en el proceso histórico de la radiodifusión:

- a) La invención y los comienzos de la radio (1895-1920): son los años en que se inician los experimentos de Tesla, Marconi, Lee de Forest, Fleming, Edison y otros, y en que se combinan el telégrafo y el teléfono, entre otros inventos. Al final de la etapa se registra el inicio de las transmisiones regulares en Europa y los Estados Unidos (donde “sale al aire” la emisora KDKA en Pittsburg).
  
- b) La época de oro de la radio (1920-1960): en esta etapa, la radio ya tiene un lugar propio en los hogares y no le hace competencia a la prensa escrita, porque tiene un lenguaje y un uso distintos, más inclinados al entretenimiento. A principios de esta etapa se inaugurarán las conferencias especializadas para reglamentar el uso de las frecuencias, su reparto mundial y el control técnico.
  
- c) Crisis y cambio (1960 en adelante): la presencia ya difundida de la nueva y atractiva televisión casi hace peligrar la existencia de la radio, que se ve obligada a cambiar su formato. La salvará la invención del transistor, en 1948, que hará posible nuevos y más pequeños receptores.

Según otra propuesta, las fases por las que ha atravesado la radio son estas:

- a) La Edad de Oro de la telegrafía sin hilos (1895)
- b) La edad adulta (1927-1940)

- c) La edad de la cultura radiofónica (1940-1959)
- d) La edad de la lucha contra la televisión (1960-1970)
- e) La edad de la expansión del transistor (1970-en adelante)

## **Los modelos básicos de propiedad y de control**

Al instalarse la radio en la década del veinte, se iniciaron también intensas discusiones sobre su control, tanto desde el punto de vista técnico como político, pues muy pronto se hizo evidente que la radio tenía una enorme superioridad sobre la prensa escrita para fines de difusión. Los norteamericanos no tuvieron dudas al respecto: la radio debía seguir el modelo de propiedad comercial que heredaba de la prensa escrita, es decir, sin más control que la vigilancia legal estipulada en los códigos de justicia, penal o civil para los casos de excesos.

El principal éxito de los nuevos empresarios fue que lograron que el nuevo medio reclamase y que se le concediese un espacio social al lado de la prensa escrita en el reclamo por la libertad de expresión. De ese modo, cualquier intento de regulación de contenidos podía ser denunciado como un atentado a la libertad de prensa.

La radiodifusión norteamericana pasó en rápida sucesión por las siguientes etapas que vale la pena reseñar porque servirían de modelo a otros países, como el Perú:

1. La venta de receptores como un negocio sobre la base de la creación de una nueva industria.

2. La venta de espacios de tiempo para publicidad.
3. La promoción de la música de moda en acuerdo con los fabricantes de gramófonos, cilindros o discos.
4. La relación con los empresarios para la transmisión de eventos culturales o deportivos masivos.

Estas fases se confundieron y convirtieron en permanentes, incluso hasta la actualidad, como puede comprobarse. Enfatizaremos que el sistema se basaba en la venta de espacios publicitarios, como la prensa escrita, pero con una obvia mayor dependencia.

En el otro extremo de la libertad sin límites del sistema norteamericano, estaba el modelo marxista-leninista impuesto por la naciente Unión Soviética. Este último modelo planteaba que la prensa escrita, y luego la radiodifusión, debían estar al servicio de la revolución y que no podría existir por tanto la empresa comercial privada. El propio Lenin llegó a decir: “Ese periódico sin papel y sin distancias que se está creando será algo grandioso”.<sup>40</sup>

Cuando los revolucionarios rusos tomaron el control pleno del país y organizaron una nueva administración, colocaron la radiodifusión bajo el control de Correos. La primera estación comenzó a transmitir de manera regular en 1922. Inmediatamente instalaron una “red radiodifusora” que utilizaba estaciones repetidoras y parlantes, un “minisistema” compuesto por un transformador, un altoparlante, un conmutador y un control. En 1929 había unos veinte mil par-

---

<sup>40</sup> Vladimir Illich Lenin 1975.

lantes y en 1940 se calcula que emitían información y propaganda más de cinco millones de parlantes. Obviamente, la cuestión del sostenimiento de la radio estaba en manos del Estado.

## **El modelo de servicio público para Europa**

Hacemos una mención aparte del modelo llamado “de servicio público”, porque los conceptos que propuso son citados con frecuencia como ejemplares y porque por muchos años los principales países europeos lo adoptaron poniendo así bajo control su radiodifusión.

Los ingleses también pusieron las licencias bajo el control del Correo, pero se desató una discusión sobre los contenidos y en general sobre el rol que debía tener el invento. Se sentaron entonces algunas premisas:

- La radio debe promover la identidad cultural nacional.
- No deben mediar influencias comerciales ni políticas para presentar a artistas nacionales considerados como importantes de ser conocidos por el público en general.
- No puede permitirse la influencia del gobierno tanto en la programación global como en los contenidos, porque un sesgo progubernamental provoca la pérdida de la preciada credibilidad.

En 1922 se decidió dar licencia única a la British Broadcasting Company (BBC), que inició sus trasmis-

siones regulares ese mismo año. En 1927 cambió de nombre a British Broadcasting Corporation.

Pero ¿cómo resolver el problema del sostenimiento de la emisora si el reglamento de fundación prohibía la transmisión de publicidad comercial? Se decidió entonces que las fuentes de ingreso serían la mitad del impuesto que pagaban los ingleses al comprar un radioreceptor y un impuesto por aparatos vendidos que tenían que ser de fabricación nacional.

Alemania le siguió en 1923 adoptando la noción de “interés público” con un sistema que creció rápido y muy bien organizado. Fue tan bien estructurado que los nazis lo utilizaron con éxito para sus fines de propaganda. Y con variaciones, este modelo fue instaurado en Francia (donde se lo llamaba el “régimen de monopolio diferido”), Holanda y Suiza, entre otros países.

## **La prensa escrita versus la radio**

En agosto de 1920, la estación Detroit News transmitió datos de las elecciones primarias en Michigan y en noviembre del mismo año la KDKA de la Westinghouse inició sus transmisiones regulares informando sobre la contienda Harding – Cox.

Años antes, se habían realizado emisiones que, gracias al invento de las válvulas de Lee de Forest, causaron sensación. Se registra, por ejemplo, que la emisora experimental de este inventor transmitió en 1916 desde Nueva York una serie de boletines sobre la contienda electoral de entonces, pero los oyentes eran escasos y los aparatos caros.

Hay otros informes que indican que el preperiodismo

radiofónico comenzó en 1909, cuando Charles David Herrad lanzó su estación en California, llamada This is San Jose Station Calling, de manera experimental. Antes había distribuido pequeños receptores entre sus vecinos y transmitido noticias y música. Su emisora tendría larga vida.

En 1922 ya había 600 estaciones en los Estados Unidos y dos años después el número era de no menos 1,400, aunque la mayoría eran de apoyo a empresas comerciales. El avance fue tan rápido que en 1925 fueron 21 las estaciones que transmitieron en cadena nacional el discurso del presidente Coolidge.

Por otro lado, los programas regulares de noticias preparados por periodistas nacieron en 1923, cuando Bill Slocum, del *Herald Tribune*, organizó un programa diario en Nueva York, con la estación WJZ. Le siguieron otros que no pudieron mantener el ritmo porque todavía no llegaba la ansiada publicidad y las agencias de noticias no querían venderles sus informes.

Poco tiempo después, en 1926, se fundó la importante National Broadcastig Company (NBC) que estableció una red de emisoras. Luego, para competir, se instauró la Columbia Broadcasting System (CBS) y la radiodifusión de música y noticias encontró finalmente su lugar en los hogares, alarmando a los propietarios de periódicos que veían en el invento una amenaza para su existencia.

Por eso, en 1928 los editores decidieron restringir la entrega de noticias a la radio. El efecto fue contrario: los oyentes quisieron más noticias y las radioemisoras decidieron entonces satisfacer sus necesidades por sí mismas, saliendo con los micrófonos a la calle

a cubrir los grandes acontecimientos, como las famosas *parades* de Nueva York o las elecciones.

Vale la pena referirse al rol que tuvo la revista *Time* en el desarrollo de este nuevo periodismo. Roy Edward Larsen, uno de sus ejecutivos, promovió el programa radial “Pop question” y luego un noticiero diario en cadena con 33 emisoras llamado “NewsCasts”, un programa innovador en el que se dramatizaba las noticias y se imitaba las voces de los protagonistas de las noticias. Ya en los años treinta se haría famoso su “March of time”.<sup>41</sup>

Finalmente, la prensa escrita debió darse por vencida y admitir que había nacido la especialidad del periodismo radiofónico. Las agencias de noticias empezaron entonces a venderle sus despachos, ya sin límites. Esta batalla tuvo repercusiones en varias partes del mundo donde la contienda fue parecida. La solución fue la misma: ambos medios debían convivir.

## **El periodismo radial en América Latina**

Los argentinos reclaman ser los pioneros de la radio en América Latina, porque iniciaron sus experimentos al respecto en 1916, hasta que el 26 de agosto de 1920 la recién fundada Radio Argentina transmitió la ópera *Parsifal* de Wagner desde el Teatro Coliseo de Buenos Aires. Le siguieron las emisoras SudAmérica (1922), Belgrado y Splendid (1924), Municipal (1930) y muchas otras más.

En México la historia se inicia en 1921, en Monterrey, con una emisora que tenía el raro nombre de

---

<sup>41</sup> March of Time. En: <<http://www.otr.com/march.html>>. Consultado el: 14/10/2009.

Tárnava Notre Dame, y en 1922, Raúl Azcárraga, propietario de un garaje, instala la emisora Casa del Radio; se fundan otras y el Estado se hace presente en 1923 con una radio controlada por la Secretaría de Educación.

En Cuba, la historia comienza en noviembre de 1922, cuando instala su emisora la empresa Cuban Telephone Co., que había colocado equipos en Puerto Rico en ese mismo año. Los cubanos fueron muy activos en el desarrollo de su radiodifusión en los terrenos del periodismo y de la radionovela, consiguiendo altos niveles de calidad y, sobre todo, expandiendo su mercado de oyentes.

Brasil tuvo su Radiobrás en 1922. Luego debe destacarse la presencia de Radio Sociedad de Río, fundada en 1923 por la Academia Brasileira de Ciencias. En 1925 Radio Sociedad transmitía programas noticiosos y educativos logrando que los que compraban un receptor pagaran por su sostenimiento, en un modelo parecido al inglés que planteaba el uso educativo del invento.

Por último, es difícil establecer una fecha indiscutible del inicio del periodismo en la radio latinoamericana, porque todas las emisoras nacieron con música y solo después vinieron las noticias. Sin embargo, registramos la célebre transmisión que hizo Radio Sudamérica de la pelea de box entre el argentino y retador Miguel Ángel Firpo y el campeón mundial Jack Dempsey, el 14 de setiembre de 1923. No fue una transmisión directa desde Nueva York, porque todavía no existían los medios técnicos para hacerlo: lo que hizo el hábil locutor fue dramatizar los detallados despachos que iban llegando de la agencia de noticias.

## La radio en el Perú

En comparación con los países vecinos, y más todavía del Norte, la radio llegó tarde a Perú. En los diarios de la época se puede leer despachos sobre los adelantos en otros países, pero la decisión se demoraba en el nuestro, probablemente por razones políticas.

Recuérdese que en 1919 había llegado al poder Augusto B. Leguía mediante un golpe civil y militar, instaurando una férrea dictadura en un marco democrático solo en apariencia. Leguía, sus amigos y socios controlaban al país y seguramente seguían con atención el creciente peso que iba alcanzando la radiodifusión. En 1924 se decidió que había llegado el momento de fundar la versión peruana. Como en otros países, la interrogante central fue también qué modelo de propiedad y control adoptar.

El modelo comercial de estilo norteamericano tenía el problema de que se regía por los principios de la prensa, esto es, de reclamo de plena libertad de prensa. En consecuencia, si se abría el campo de las licencias, los enemigos del gobierno (que efectivamente eran muchos) podrían instrumentar una peligrosa oposición.

Tampoco se podía optar por el otro modelo, el comunista, porque eso sembraría sospechas entre sus buenos socios norteamericanos. Por otro lado, el modelo de servicio público, tal como lo planteaban los ingleses, suponía que el gobierno participara en la confección de contenidos, pero que de ninguna manera su decisión fuera siempre la definitiva.

La única posibilidad de Leguía era crear una em-

presa privada integrada por amigos de confianza a quienes entregarles el monopolio y, a través de ellos, controlar la programación y el uso en general de la emisora. Así nació la Peruvian Broadcasting Co., en 1924, como una empresa privada a la que se le entregó la única licencia para una radioemisora que autorizó el gobierno.

Había también, porqué no, un entusiasmo de pioneros, de empresarios que estaban ligados al proyecto leguista de la primera hora, que parecía dar pasos hacia un cambio importante, esto es, la modernización del país.

### ***OAX, 20 de junio de 1925***

La Peruvian Broadcasting Co. comenzó a vender receptores, pues el negocio previsto era la venta de aparatos y no de espacios comerciales (como ya se hacía en otros países), hasta que finalmente los ingenieros ingleses de la empresa Marconi Wireles lograron poner a punto los equipos y anunciar que saldrían formalmente al aire el 20 de junio de 1925. Atención nuevamente con el contexto en que se realizaba la fundación de la radio: Leguía afrontaba el problema de la negociación con Chile para decidir finalmente el destino de los departamentos del Sur, que estaban en manos de aquel país desde el final de la Guerra del Pacífico. Este era un tema lacerante para los peruanos, de enorme interés público y que el Presidente debía resolver.

Por eso, este tema fue el central en su discurso al inaugurar la estación. Primero se refirió a las virtudes del invento (“Es esta una obra en la que se juntan la

perfección científica con el entusiasmo renovador de un pueblo”), y luego abordó la cuestión con Chile: “Ha llegado la hora de liquidar el conflicto del Pacífico, acudiendo sin temor al plebiscito que debe decidir la soberanía de las provincias de Tacna y Arica”. Las transmisiones iniciales fueron exitosas, pero pronto se volvieron costosas y aburridas porque todo debía ser con orquesta y personajes presentes, pues no se transmitía música grabada por la oposición de las empresas importadoras de cilindros o de los novísimos discos de ebonita y gramófonos. Como el negocio de venta de receptores también fracasó, las ventas no fueron tantas como se esperó, y la Peruvian fue liquidada al año escaso de haberse fundado.

El gobierno entonces asumió la emisora, entregándola en administración a los ingleses de la Marconi, la empresa citada que ya hacía varios años manejaba los servicios de correos y telégrafos en una concesión de estilo colonial británico (también se habían concesionado la sal, los fósforos, el muelle Dársena del Callao y el tabaco).

Para solventar los gastos de la empresa —porque tampoco se autorizó la venta de espacios para anuncios comerciales—, se estipuló que se cobraría una suma semestral a los poseedores de “receptores radiotelefónicos”, adoptando así el modelo europeo que ya daba muy buenos resultados.

Como es de imaginar, el sistema inglés no podía prosperar en el Perú y además la crisis económica norteamericana, el famoso “Crack” de 1929, golpeó también al país y en especial al gobierno. Leguía fue derrocado con violencia en 1930 y comenzó una etapa social y política distinta en nuestra historia.

La emisora pasó entonces a manos del Ministerio de Gobierno, alegándose que su mantenimiento era oneroso para el Estado, e incluso la concesión del correo y el telégrafo le fue cancelada a los ingleses. Pasado el arrebató revolucionario y nacionalista de la primera hora, se le entregó nuevamente, así como la emisora, la pionera OAX, en abril de 1935. La Marconi construyó un local especial —que todavía existe— y se fundó Radio Nacional, que salió al aire de modo formal el 30 de enero de 1937, bajo el auspicio del gobierno del presidente Óscar R. Benavides, inaugurando además el sistema radial nacional peruano. Pero ya no estaba sola. Otras emisoras, de menor potencia pero independientes y comerciales, se abrían paso tanto en Lima como en el interior.

### ***El periodismo radial peruano***

“En la década de los veinte”, dice Emilio Bustamante, “OAX se limitaba a informar sobre las cotizaciones, los turnos de las boticas y los resultados de la lotería”.<sup>42</sup> Esto puede deberse a que en Lima también se atendía a la discusión norteamericana sobre el presunto peligro que representaba la radio para la prensa escrita; o quizá porque la administración de Leguía no quería complicaciones con la prensa. Leguía, que se mantuvo once años en el poder, ejercía un gobierno en apariencia democrático pero con elecciones amañadas y una dura represión con sus opositores. Fue probablemente el primer gobierno democrático-autoritario de la historia peruana y, en ese contexto, el periodismo debía ser vigilado de cerca.

---

<sup>42</sup> Emilio Bustamante s/f.

Se reconoce esbozos de un periodismo radial peruano recién en los años treinta, cuando Radio Dávila ya tenía un noticiero, en Radio Goicochea se leían las noticias del diario *El Universal* y en Radio Nacional las de *El Comercio*.

La primera emisora en tener un contrato formal con una agencia de prensa fue Radio Dusa, que transmitía noticias proporcionadas por la agencia norteamericana United Press.

El trabajo de Alonso Alegría sobre la radio nos proporciona datos sobre este tema:

El deporte constituye el otro puntal de la radio de entonces. Sobre todo el fútbol, el deporte de las multitudes. Franklin Arteaga y Jorge Alvarado del Pozo son los locutores que destacan en esta difícil especialidad de transmitir partidos en Radio Miraflores, que muy pronto cambia de sobrenombre por el de “La Broadcasting de los Deportes”.<sup>43</sup>

La historia del periodismo radial registra nombres como César Miró, que en 1936 tuvo un histórico espacio noticioso llamado “La revista oral”, Eugenio Rengifo y su “Gaceta del aire”, y otros que conforman una larga lista que se hace difícil seguir porque se sigue inaugurando emisoras, algunas cambian de dueño o de nombre y todas incorporan al periodismo en su programación.

Debemos destacar la presencia del noticiero “El reporter Esso”, que era patrocinado por la empresa Internacional Petroleum Co. con noticias de la United Press y que fue el favorito de los peruanos, en particular durante la Segunda Guerra Mundial. Seguía

---

<sup>43</sup> Alonso Alegría 1993: 53.

un modelo y estilo prefijado en los Estados Unidos que fue adoptado en casi toda América Latina; elegía a los mejores locutores del medio y transmitía hasta cuatro veces al día.

El periodismo radial provinciano, así como la radio misma, siguió las pautas limeñas a partir de la década del treinta. Todavía hay pocos estudios sobre el desarrollo de la radio provinciana, pese a su enorme crecimiento e importancia.

## Resumen

En este capítulo sobre la radiodifusión nos hemos limitado a conocer los orígenes del gran invento que sigue siendo el medio de comunicación más importante. Persiste la controversia sobre quién realmente concibió la radiodifusión, porque varios científicos hicieron aportes decisivos, como el croata Tesla y el italiano Marconi, aunque este último fue quien puso en valor el invento, primero con la telegrafía sin hilos y luego con la llamada *broadcasting*.

Cuando se difundió el invento y se comprendió su importancia, se plantearon por lo menos tres modelos distintos de propiedad y control: el libre-comercial norteamericano; el comunista-estatal de la naciente Unión Soviética; y el de servicio público nacido en Inglaterra y adoptado después por la mayoría de los países de Europa.

El periodismo en el nuevo medio debió enfrentarse a la oposición de los empresarios de la prensa escrita, que temían perder lectores. No obstante, pronto se hizo evidente que cada uno tenía un lenguaje distinto y que ambos podían convivir sin problemas.

En América Latina los pioneros de la radiodifusión fueron los argentinos. En el Perú, recién en junio de 1925 se funda la OAX, con una licencia concedida en monopolio a la empresa Peruvian Broadcasting Company.

## 9. El periodismo versus la propaganda

Generalmente se afirma que los contenidos del periodismo y la propaganda son opuestos, que se excluyen automáticamente. En la práctica sabemos que no es así, y que la información siempre ha estado ligada de una u otra forma a la difusión de ideas, es decir... a la propaganda.

No se trata solamente del uso de los medios en países cuyos gobiernos son antidemocráticos o autoritarios. También en los países que alegan el respeto a la libertad de expresión se discute sobre los mecanismos del uso del poder para manejar a los medios masivos de información como cajas de resonancia. Hay muchas maneras más efectivas que la fuerza, como veremos más adelante.

La propaganda, dice el Diccionario de la Real Academia de la Lengua, “del latín *propagare*, aquello que ha de ser propagado [...] Es la acción o el efecto de dar a conocer algo con el fin de atraer adeptos. Son también los textos, trabajos o medios empleados para ese fin. Es la asociación cuyo fin es propagar doctrinas, opiniones, etc.”.<sup>44</sup> La publicidad tiene, por el contrario, una finalidad comercial pues trata de persuadir para que se adquiriera un determinado pro-

<sup>44</sup> DRAE. En: <<http://buscon.rae.es/draeI/>>.

ducto. Una vende ideas; la otra, bienes de consumo. Todas las definiciones de los textos especializados nos dirán más o menos lo mismo, aunque pocas veces se reconocerá que los medios informativos son el soporte y el vehículo más importante para la propaganda. Propaganda que erróneamente muchas veces asociamos solo a la política partidaria o a los procesos electorarios.

### **Los orígenes de la propaganda**

Si la propaganda busca la adhesión a ideas, su utilización debe ser muy antigua, incluso antes de que se la reconociera como tal. Sin duda, el gran imperio de Roma fue un activo propagandista de la ventaja que significaba ser su aliado y, sobre todo, ser ciudadano romano. Los emperadores difundían sus hazañas para confirmar en sus extensas colonias el orgullo de ser romanos y el temor de oponérseles, un método que debió ser heredado de Grecia. Con frecuencia se alude al historiador Tito Livio, en tiempos del emperador Augusto, que escribió una historia de Roma con una clara intención propagandística, glorificando a César.

Ya avanzada la Edad Media, encontramos una intensa campaña de la Iglesia que mediante un eficaz sistema de predicadores movilizó una opinión favorable para marchar a recuperar Jerusalén y los Santos Lugares: las cruzadas. La movilización de miles de combatientes para la primera cruzada, que se atribuye a Pedro el Ermitaño, fue realmente un éxito de propaganda que fue repetido en las siguientes.

También se cita como un gran esfuerzo de propagan-

da la difusión de las famosas *95 tesis de Lutero*, que en 1517 inició el gran cambio religioso europeo que se llamó la Reforma. En este caso se mostró la eficacia de la imprenta, que habiendo tenido una difusión extraordinaria, gracias a su rapidez para reproducir textos, fue utilizada por los luteranos para dividir a la Iglesia.

Cuando fue evidente que Lutero lograba apoyo político y éxitos en la difusión de sus ideas, el Vaticano lanzó su gran campaña que luego se conocería como la Contrarreforma. Citemos al historiador español Timoteo Álvarez:

[...] a partir de 1572, el Papa Gregorio XIII reúne una comisión de tres cardenales, con el fin de discutir los planes y estudiar los medios de acción y organización más adecuados para combatir la Reforma, comisión que fue conocida con el neologismo “De Propaganda Fide”, convertida en un organismo romano con ramificaciones en toda la cristiandad.<sup>45</sup>

El vocablo, entonces, se origina en el latín “propagare”, que significa “reproducir”, y fue adoptado de manera definitiva para describir la convocatoria a la adhesión de ideas.

El siguiente evento histórico en el que hallamos un uso intenso de la propaganda es la Revolución Francesa, cuyos postulados requerían de la creación de una opinión pública favorable. La diferencia con otros episodios es que en ese evento se recurrirá de manera amplia y sistemática al periodismo, tanto en la etapa previa al derrocamiento de Luis XVI como en la de la revolución misma.

---

<sup>45</sup> Jesús Timoteo Álvarez 1985: 105.

Cuando en 1792 —poco antes de la toma de La Bastilla— se logró la libertad de publicación, Francia fue inundada de periódicos de diversas tendencias, desde las monárquicas absolutistas hasta las revolucionarias extremas. Se calcula que en los poco más de diez años que duró el proceso de la revolución circularon hasta dos mil hojas informativas.

Debe recordarse la Declaración de Derechos del Hombre de 1792 que proclamó la libertad de expresión, pero bajo responsabilidad, un aspecto que fue utilizado por Napoleón para clausurar decenas de periódicos y dejar solo aquellos favorables a sus intereses.

### **Los medios como propagandistas y agitadores**

En 1917, en plena Primera Guerra Mundial, los revolucionarios marxistas rusos derrocaron el antiguo imperio de los zares y tomaron el poder para —según dijeron— construir el socialismo.

Su líder, Vladimir Uliánov —más conocido como Lenin—, había ya planteado que las bases doctrinarias del nuevo gobierno estipulaban que la prensa (el único medio masivo por entonces) debía ser una “herramienta para la educación y la organización de la sociedad de acuerdo a los principios del socialismo científico”.<sup>46</sup> En consecuencia, se procedió a clausurar los periódicos y se fundó *Pravda* (“Verdad”) como órgano oficial del Partido Comunista, diario que llegaría a tener la mayor tirada del mundo. Se crearon además otros, como *Izvestia* (“Noticia”), y se fundó la agencia de prensa TASS que presumiría de tener la

---

<sup>46</sup> Anthony Buzek 1964.

mayor cantidad de corresponsales en todo el mundo. Más tarde, se consideró necesaria la creación de la Agencia Novosty para difundir en el exterior los logros revolucionarios. Ambas agencias abrieron oficinas en el Perú hacia 1970, cuando el gobierno militar decidió establecer relaciones con los países llamados “del Este”.

En general, los soviéticos armaron y afinaron un gran aparato de propaganda en el que los medios serían los protagonistas centrales. Las tareas de los medios masivos tradicionales y los afiches, monumentos, desfiles, mítines, discursos e himnos, eran absolutamente ideológicos.

Es relevante observar el modelo soviético porque luego de la Segunda Guerra quedaron bajo control de la Unión Soviética una serie de países cuyo periodismo debió adaptarse al modelo y rol político de la Unión Soviética. Recuérdese que era casi la mitad de Europa, a saber, Checoslovaquia, Rumania, Polonia, Alemania Oriental (RDA), Hungría, Bulgaria, Albania, Letonia, Estonia y Lituania. Añádase a estos países la China Continental de Mao a partir del triunfo de 1949; Corea del Norte; Vietnam del Norte; y finalmente Cuba al iniciarse la década del sesenta. Yugoslavia siguió un camino distinto bajo el liderazgo del Mariscal Tito y desarrolló un modelo “autogestionario” para su periodismo.

Este era un marco teórico diametralmente opuesto al desarrollado en Occidente. El sistema comunista se derrumbó en 1989 con la caída del Muro de Berlín, y la Unión Soviética desapareció en 1991 para ser reemplazada por Rusia,<sup>47</sup> aunque ya antes se había

---

<sup>47</sup> Pravda se despidió de sus lectores el 14 de marzo de 1992 con un título

decretado como cambio radical la instauración de la libertad de información.<sup>48</sup>

## **La propaganda nazi fascista**

En la década del treinta hizo su aparición en la escena internacional el fascismo, el nombre del proyecto político que nació en Italia, pero que puede ser extendido a países que asumieron sus características, esto es, autoritarismo, partido único, intolerancia racial, antiliberalismo, nacionalismo, anticomunismo, todo en extremos.

El gobierno de Benito Mussolini fue el primero en implantar las nuevas reglas para los medios de comunicación, a la vez que desataba una intensa propaganda a través de su Ministerio de Cultura Popular. En 1923 aprobó decretos que autorizaban la vigilancia de los periódicos desde una oficina de prensa y propaganda. Dos años más tarde, ya exigía autorización previa para editar cualquier impreso, nombraba a los directores de los medios y estatizaba la industria del papel. Finalmente, en 1927 el Gran Consejo Fascista suprimió todas las publicaciones de la oposición, fomentando a la vez la creación de otros medios adictos al régimen. Viejos e históricos diarios debieron sumarse a la propaganda oficial so pena de desaparecer.

Los fascistas italianos incluyeron al cine como medio de propaganda. En 1925 fundaron el Instituto Nacional de Cine, con el fin de producir documentales que

---

en primera página que decía “Sin trabajo, sin medicamentos, sin periódico”. *El Comercio*, 15 de marzo de 1992: B2

<sup>48</sup> “Nueva ley garantiza libertad de información en la Unión Soviética”. En *El Comercio*, 2 de noviembre de 1990: B2.

llamaban “educativos”. La radio estaba a cargo de un organismo estatal que trató de imitar el sistema de parlantes que los comunistas rusos usaban con éxito para las poblaciones campesinas. Todo en beneficio, decían, de la grandeza de Italia y para corregir los errores del pasado.

Se inició así la era del periodismo fascista como instrumento de propaganda, con rasgos que fueron imitados, y afinados, por los nazis dirigidos por Adolfo Hitler desde su llegada al poder en Alemania en 1933. El gobierno nazi encargó la propaganda a Joseph Goebbels, quien sería uno de los más señalados teóricos de los principios que debían regir las campañas, tanto en la paz como en la guerra (que se desató en 1939 con la invasión de Polonia).

Estos son sus famosos principios:<sup>49</sup>

1. *Principio de simplificación y del enemigo único*: adoptar una única idea, un único símbolo, individualizar al adversario en un único enemigo.
2. *Principio del método de contagio*: reunir diversos adversarios en una sola categoría o individuo; los adversarios han de constituirse en suma individualizada.
3. *Principio de la transposición*: cargar sobre el adversario los propios errores o defectos, respondiendo el ataque con el ataque.
4. *Principio de la exageración y desfiguración*: convertir cualquier anécdota, por pequeña que sea, en amenaza grave.

---

<sup>49</sup>Véase <<http://www.tintadigital.org/2008/11/17/goebbels-y-la-propaganda-moderna/>>.

5. *Principio de la vulgarización*: “Toda propaganda debe ser popular, adaptando su nivel al menos inteligente de los individuos a los que va dirigida. Cuanto más grande sea la masa a convencer, más pequeño ha de ser el esfuerzo mental a realizar. La capacidad receptiva de las masas es limitada y su comprensión escasa; además, tienen gran facilidad para olvidar”.
6. *Principio de orquestación*: “La propaganda debe limitarse a un número pequeño de ideas y repetirlas incansablemente, presentadas una y otra vez desde diferentes perspectivas pero siempre convergiendo sobre el mismo concepto, sin fisuras ni dudas”.
7. *Principio de renovación*: “Hay que emitir constantemente informaciones y argumentos nuevos a un ritmo tal que cuando el adversario responda el público esté ya interesado en otra cosa. Las respuestas del adversario nunca han de poder contrarrestar el nivel creciente de acusaciones”.
8. *Principio de la verosimilitud*: construir argumentos a partir de fuentes diversas, a través de los llamados “globos sonda” o de informaciones fragmentarias.
9. *Principio de la silenciación*: acallar las cuestiones sobre las que no se tienen argumentos y disimular las noticias que favorecen el adversario, también contraprogramando con la ayuda de medios de comunicación afines.
10. *Principio de la transfusión*: se trata de difundir argumentos que puedan arraigar en actitudes primitivas.

11. *Principio de la unanimidad*: llegar a convencer a mucha gente de que se piensa “como todo el mundo”, creando una impresión de unanimidad.

Todo estaba regido en Alemania por el Ministerio de Información y Propaganda nazi, que disponía los símbolos, las canciones, los lemas, los desfiles: todo un formidable aparato de propaganda, como nunca antes se había visto en la historia. Los periodistas debían ser nazis y debían afiliarse a una asociación que los controlaba para evitar desviaciones. La derrota nazi acabó con este sistema, que fue imitado en la España de Franco, el único país de régimen fascista que logró sobrevivir a la gran derrota del Eje (Alemania, Italia, Japón).

## **El periodismo y la Guerra Fría**

Hemos comentado antes que luego de la Segunda Guerra Mundial, los Estados Unidos desataron una violenta campaña anticomunista. La Guerra Fría significó en la práctica una encarnizada persecución política de la que no se libró prácticamente ningún país de los que estaban fuera de la llamada “órbita comunista”.

Por supuesto, América Latina fue una de las zonas donde cobró mayor virulencia el acoso anticomunista. Ya en los meses previos al término de la guerra, se habían reunido el presidente Truman con el británico Winston Churchill y el director del FBI, Edgard Hoover, para trabajar el tema de la “amenaza soviética”. A nadie sorprendió por eso la publicación de la

“Doctrina Truman” en marzo de 1947, que permitía la intervención de todo tipo.

Es fácil imaginar la alarma con que se recibió en Occidente la noticia de que la Unión Soviética había hecho estallar, en 1949, su primera bomba atómica. Amplios sectores fueron realmente tocados, sensibilizados por la campaña.

En este contexto no sorprendió a nadie que se fundara el Comité Nacional para Europa Libre, que comenzó sus actividades el 2 de junio en Nueva York, inscribiéndose como una organización no gubernamental. Meses más tarde se iniciaron las transmisiones de la estación Europa Libre con un modesto equipo de solo 7.5 kw y con instalaciones en Alemania. Primero dirigieron sus programas hacia Checoslovaquia y luego los fueron ampliando sucesiva y rápidamente hacia Polonia, Albania, Hungría, Bulgaria y Rumania.

En plena campaña antisoviética, tampoco fue novedad que en el estado de Delaware se fundara el 18 de enero de 1951 el Comité Americano para la Liberación del Bolchevismo con fines obvios, por explícitos. Fue este mismo Comité el que recibió un transmisor del ejército americano y comenzó a emitir como Radio Liberation from Bolchevism el primero de marzo de 1953. En octubre de 1956 cambió su título a Radio Liberación y desde 1963 a Radio Libertad.

Es un hecho ampliamente reconocido que ambas organizaciones fueron estructuradas por la Agencia Central de Inteligencia (CIA) como parte de un proyecto propagandístico de gran envergadura. Dos comunicaciones internas de Radio Liberación de junio de 1953 y enero de 1954 (que sustituyó a la anterior) nos ilustrarán mejor sobre los propósitos de

la emisora: “Radio Liberación es un órgano de lucha anticomunista de los pueblos de la Unión Soviética y sirve exclusivamente a liberar del bolchevismo a estos pueblos”.

La emisora debe sostener una eficiente y larga campaña propagandística planteándose las siguientes tareas:

1. Procurar que nuestros oyentes en la Unión Soviética y en el ejército de ocupación soviético tomen conciencia de que la emisora Liberación es su propia voz, que interpreta sus intereses y los de su Patria;
2. Minar y desenmascarar por todos los medios la propaganda que lleva a cabo la dictadura comunista de la Unión Soviética;
3. Ayudar a que el descontento existente se exteriorice más clara y consecuentemente; proyectar la voluntad de nuestros oyentes al derrocamiento de la dictadura comunista;
4. Sembrar dudas y descontento también entre los soviéticos que consideran satisfactoria su actuación y apoyan al régimen existente;
5. Contribuir al máximo a desprestigiar al marxismo leninismo-estalinismo como base ideológica del régimen comunista.<sup>50</sup>

Fue aquí donde muchos suponen que los Estados Unidos comenzaron a utilizar formalmente la llamada “propaganda negra”, la que oculta su origen y fuente de transmisión. El documento, en efecto, añadía: “Teniendo presente que la emisora Liberación debe hacer creer a sus oyentes que es rusa (o cualquier otra) y funciona en su bien y en bien de

---

<sup>50</sup> Guennadi Alov 1986.

su pueblo, es necesario evitar cuanto pueda crear la impresión que actúa en interés de alguna potencia extranjera”.

Estas dos emisoras no fueron las únicas sobrevivientes de los tiempos de la Guerra Fría. También funcionó Radio in American Sector (RIAS) que transmitía desde 1946 solo en alemán.

## **La radio y la desinformación**

Es significativo señalar que el periodismo radial fue el método favorito de los protagonistas de la Guerra Fría. Al terminar la gran contienda, hubo reuniones técnicas en las que se redistribuyeron las frecuencias resultando por supuesto favorecidos los países vencedores.

Debe puntualizarse también que por entonces la onda corta estaba en plena vigencia, tal como lo había estado durante la guerra, y fue la zona favorita de la propaganda disfrazada de periodismo. Las bandas de 19 y 31 metros eran las preferidas; todos los radioreceptores estaban equipados con diales y antenas internas que permitían el acceso a sus mensajes.

Recordemos que el 24 de febrero de 1942 inició sus transmisiones La Voz de América (VOA). Solo habían transcurrido 79 días del ataque de Japón a Pearl Harbor y la administración norteamericana, entendiendo la necesidad urgente de contar su versión de los sucesos al mundo, casi improvisó la VOA requisando una docena de equipos comerciales de onda corta con los que pronto logró alcance mundial.

Originalmente la VOA estuvo a cargo de la Oficina de Información de Guerra (Office of War Information

– OWI), que asumió el rol de propaganda norteamericana durante la guerra. Luego pasó al Overseas Branch, que se encargaba de la información hacia al extranjero. Al terminar la gran contienda, la VOA era una gran organización dependiente del Departamento de Estado cuyo destino era desaparecer. Pero el enfrentamiento entre la Unión Soviética y los Estados Unidos rebrotó apenas fueron vencidos los fascistas; ambos países habían desarrollado grandes aparatos de difusión que ahora utilizarían con más energía y experiencia.

La siguiente etapa de la emisora fue entonces de crudo anticomunismo y como producto, entre otras cosas, de la presión de personajes como el senador republicano Joseph McCarthy (cuyo apellido sirvió para acuñar el vocablo “macartismo” como sinónimo de anticomunismo persecutorio) fue decisivo en los cambios en la VOA.

En 1959 la VOA hizo una solemne declaración de principios:

Los intereses a largo plazo de los Estados Unidos están amparados por la comunicación directa con los pueblos del mundo a través de la radio. Para ser efectiva, la Voz de América debe ganarse la atención y el respeto de sus oyentes.

Los principios que deben regir sus transmisiones son los siguientes:

1. La VOA se hará conocer como fuente fidedigna de noticias. Estas serán exactas, objetivas y completas;
2. La VOA representará a los Estados Unidos y no a ningún sector de la sociedad norteamericana. Por lo tanto, ofrecerá una proyección equilibrada

- y completa del pensamiento de las instituciones de Norteamérica;
3. Como emisora oficial la VOA presentará la política de los Estados Unidos en forma clara y efectiva. La VOA también ofrecerá temas de discusión responsables y su opinión sobre la política norteamericana.

En el otro extremo, la Unión Soviética eligió también a la radio como instrumento favorito de propaganda, tratando de contrarrestar las intensas campañas organizadas por los norteamericanos, y aunque no imitó el despliegue de las emisoras norteamericanas, potenció su emisora oficial, Radio Moscú, transmitiendo en todas sus frecuencias hasta abarcar prácticamente todo el planeta.

Apareció entonces una nueva palabra: “desinformación”, que provenía del ruso *dezinformatsia*, un término acuñado en los años veinte cuando la naciente Unión Soviética soportaba una fuerte campaña de propaganda en contra. En un diccionario ruso de 1949 era definida como “La acción de inducir a error mediante el uso de informaciones falsas”.

Los mismos soviéticos la definirían más tarde como “Difusión de noticias falsas con el fin de confundir a la opinión pública”. Y agregaban que “La prensa y la radio capitalistas se valen de la desinformación para engañar a sus pueblos con un sinfín de mentiras”.<sup>51</sup> Guy Durandin propone una nueva definición: “Conjunto organizado de engaños en una era en la que los medios de comunicación se hallan enormemente desarrollados”.<sup>52</sup>

---

<sup>51</sup> Guy Durandin 1995: 22.

<sup>52</sup> *Ibid.*: 25.

Total, los enfrentamientos y la “desinformación” por ambos bandos prosiguieron, atizados por eventos tan importantes y dramáticos como la guerra de Corea, la de Vietnam y otros conflictos bélicos.

## **La propaganda y el periodismo en América Latina**

América Latina no pudo mantenerse al margen de las confrontaciones vistas arriba. Primero durante la Segunda Guerra, en que la gran mayoría de países latinoamericanos —entre ellos el Perú— dieron un apoyo decidido a los Estados Unidos, y luego durante su secuela, la Guerra Fría.

La campaña anticomunista alcanzó sus más altas cotas en los años cincuenta. Todos los partidos comunistas o socialistas fueron puestos fuera de la ley y sus miembros o sospechosos de serlo terminaron en la cárcel bajo acusaciones de subversión.

En el Perú dirigió la campaña anticomunista el veterano político Eudocio Ravines, usando su revista *Vanguardia* para las denuncias constantes que debían impedir el presunto avance “rojo”.

Un acontecimiento inusitado rompió la unanimidad latinoamericana respecto del sistema de gobierno, cuando en 1959 se declaró triunfante la Revolución Cubana liderada por Fidel Castro, quien luego de varios enfrentamientos con el sistema declaró “el carácter marxista de la revolución”, es decir, convirtió a su país en comunista. Nunca los Estados Unidos habían tenido tan cerca al temido “enemigo rojo”. Cuba fue prácticamente expulsada de la OEA y se convirtió en el blanco principal de la propaganda anticomunista de los Estados Unidos.

La campaña era, como antes, enfatizada a través de la radio, la Voz de América, pero en mayo de 1985 los Estados Unidos inauguraron Radio Martí con el propósito explícito de “decir la verdad al pueblo cubano”. Miami, donde ya había una extensa colonia cubana de emigrados opuestos al régimen socialista, fue la ciudad elegida como base. La emisora centra hasta hoy en día su programación de noticias en fuentes de credibilidad discutible, pero que no terminan por asignarle un alto valor propagandístico. Para insistir en la campaña, los Estados Unidos inauguraron TV Martí en 1990, un esfuerzo inútil porque su señal fue inmediatamente interferida por los cubanos que no han permitido desde entonces que sus programas sean vistos en la isla.

En la actualidad, los Estados Unidos mantienen su aparato de propaganda disimulado en medios informativos como la antigua Voz de América; las emisoras Free Europe y Radio Liberty; Radio y TV Martí en castellano; y Radio Sawa y Al Hurra TV, ambas en árabe, dirigidas al Medio Oriente, el escenario de una nueva y creciente confrontación bélica. En cambio, la gran propaganda procomunista ha desaparecido por completo.

## **Resumen**

Este capítulo se ha dedicado a la propaganda y su estrecha e histórica relación con los medios masivos de difusión. Se ha recordado las grandes campañas que fueron necesarias, por ejemplo, para convocar ejércitos para las cruzadas que buscaban liberar los Santos Lugares.

Luego vimos cómo, ya con la imprenta en plena expansión, vinieron las contiendas propagandísticas entre los luteranos (la Reforma) y la Iglesia Católica (la Contrarreforma). Fue esta última institución quien divulgó el uso del vocablo “propaganda” en una célebre encíclica.

Los mecanismos de propaganda se afinaron en las guerras, especialmente en los procesos que antecedieron a la Segunda Guerra Mundial. El fascismo, primero en Italia y luego en la Alemania nazi y el Japón (el “Eje”), llevó a extremos la utilización del periodismo, ejerciendo un fuerte control sobre los periodistas y eliminando la libertad de expresión. Al terminar la contienda bélica se inició la Guerra Fría, otra etapa que tuvo también a los medios informativos como sus principales protagonistas.

Estas campañas llegaron a América Latina y todavía hoy, pese a que ya desaparecieron la Unión Soviética y su propaganda procomunista, los Estados Unidos conservan su gran aparato de propaganda, ampliándolo hacia el Medio Oriente.

## 10. El sensacionalismo peruano

Hemos visto que la historia mundial de la prensa popular tuvo como punto de partida el periodismo llamado “de centavo” (*penny press*), surgido en las grandes ciudades de los Estados Unidos —en particular de Nueva York— y en las grandes capitales europeas, como Londres y París.

La masificación de la prensa fue posible gracias a las nuevas condiciones sociales y económicas promovidas por la Revolución Industrial y su rápida expansión en los países del Norte. Aparecieron las masas de obreros llamados por las nuevas grandes fábricas, se inició un proceso acelerado de alfabetización, se favoreció la aparición de nuevas técnicas de impresión, etc., todo lo cual favoreció el surgimiento de una prensa popular de bajo precio y masiva que propuso un nuevo periodismo que hacía énfasis en las noticias que tenían como personajes a la gente común.

En contraste, siguió circulando la prensa política y llamada después “seria” que fijó un modelo de periodismo distinto. Ambos modelos se desarrollaron en casi todos los países del mundo, salvo en el Perú, aunque aquí hubo algunos intentos en el siglo XIX que no prosperaron porque no existía lo principal,

esto es, los públicos amplios, o masivos, dispuestos a adquirirlos. Además, el periodismo peruano estaba estrechamente ligado a la política partidaria y no se le concebía como parte de un sistema informativo de mayor amplitud de auditorio.

### **El primero, *La Crónica* en 1912**

Recién en 1912 un grupo de periodistas y políticos consideró que era posible el lanzamiento de un diario de características llamadas “populares” y diseñó y editó la edición matutina de *La Crónica*, proclamándose independiente pese a que era inocultable su relación con el presidente Augusto B. Leguía, que en ese año terminaba su primer mandato.

El fundador fue el fotógrafo Manuel Moral, que había editado en 1903 la revista *Prisma* —con noticias y fotos de las clases sociales acomodadas de Lima— y en 1908 el semanario informativo *Variedades*.

Tanto *Variedades* como el nuevo cotidiano fueron encargados al periodista y escritor Clemente Palma, hijo del famoso escritor Ricardo Palma.

A partir de entonces, *La Crónica* sufrirá las consecuencias del uso que le dieron sus sucesivos propietarios. Palma lo puso al servicio de los gobiernos de Leguía y debió renunciar cuando este fue derrocado. Carlos Larco Herrera lo compró con fines claramente políticos y debió traspasarlo luego a la familia Prado, que lo usaría en sus versiones matutina y vespertina para promover el segundo mandato constitucional de Manuel Prado Ugarteche.

Cuando el Grupo Prado debió liquidar sus propiedades, como el otrora poderoso Banco Popular, el go-

bierno militar adquirió sus activos —en 1970—, y entre ellos, los diarios *La Crónica*, *La Tercera* y Radio La Crónica, que integró al Sistema Nacional de Información (SINADI).

Una de las primeras decisiones del gobierno de Alberto Fujimori, en 1990, fue el cierre de los viejos diarios, por considerarlos onerosos y de poca utilidad propagandística. Así, las últimas ediciones de ambos diarios circularon en diciembre de 1990. Fueron en total 78 largos años que atravesaron importantes episodios de la vida nacional.

### **1950, un nuevo contexto**

Los especialistas en la transformación de Lima, su desarrollo y acelerado crecimiento, suelen identificar por lo menos tres oleadas migratorias a la capital. Una primera, lenta, progresiva, que llamaron “las migraciones de mano de obra”. Luego, la más espectacular, la de 1940-1945, que comenzó tugiizando las casas del centro, apiñándose en los barrios populares y luego se desbordó invadiendo terrenos baldíos de particulares o del Estado. La tercera se prolonga ya a lo largo de la década del cincuenta y en ella tendrán participación Beltrán, sus socios y sus periódicos.

En menos de diez años la población de Lima dobló su número debido a la migración del interior, a la llegada masiva de serranos, mayormente agricultores y campesinos. Entre las causas que produjeron este fenómeno, Matos Mar<sup>53</sup> identificó el rápido desarrollo demográfico peruano, especialmente en las zonas

---

<sup>53</sup> José Matos Mar 1967.

rurales; un desarrollo nacional inadecuado que no pudo acompañar al crecimiento poblacional; nuevos ideales de vida promovidos en parte por la difusión de la educación; el abandono del Estado en lo que respecta al pequeño agricultor; el bajo nivel de vida en el interior como una consecuencia inmediata de lo citado antes; y el centralismo cada vez más acentuado, por lo que las oportunidades de trabajo se ampliaron.

El caso es que el rostro de Lima cambió visiblemente y en poco tiempo. Puede observarse por ejemplo las fotografías de grandes sucesos políticos de los años veinte o treinta: no hay serranos o cholos. Los grandes públicos están compuestos por blancos o morenos (zambos, negros) que visten saco, corbata y sombrero.

Sobre la migración, Cotler señala:

La migración hacia las ciudades agudizó los sentimientos ambivalentes de desprecio y temor de los tradicionales sectores medios urbanos y de la clase dominante hacia los sectores populares campesinos. En la medida que la “indiada” bajaba de las serranías rodeando tumultuosamente las ciudades costeñas, inundando con sus hábitos campesinos y su extraño hablar las ciudades “blancas y criollas”, abriéndose paso y destruyendo “el puente, el río y la alameda” colonial, desdibujaban rápidamente esa “Lima que se va”.<sup>54</sup>

Este cambio implicaba necesariamente una modificación en la cultura popular, entendida esta como

---

<sup>54</sup> Julio Cotler 2004: 55

un conjunto de costumbres, tradiciones, lenguaje, etc. compartido por la mayoría. Al “valse” criollo se opuso el huaynito; a los platos criollos, la comida serrana; a las peñas criollas, la carpa de folclor. Atropellando, la nueva generación de limeños se incorporó a las procesiones, al fútbol, las carreras y los negocios de comida, invadió los parques y fundó los clubes depositarios de la melancolía por el pueblito lejano.

En tal cambio tenía que estar incluido el lenguaje: el buen decir de los limeños contra la forma de hablar de los serranos.

### ***Última Hora*, diario de la tarde**

Gracias al nuevo contexto descrito arriba, en 1950 el diario *Última Hora* comenzó a recoger elementos populares para sus títulos principales. Así, por ejemplo, cuando en plena Guerra de Corea un gran ejército de China ingresó a la confrontación, el diario puso en grandes letras “Chinos como cancha en el paralelo 38”, causando sensación en el medio.

Era la primera vez que se apelaba al código lingüístico restringido propio del hampa, pero que ya había sido adoptado por los sectores populares migrantes. Decir “como cancha” es decir “muchos”. Fueron los periodistas quienes se percataron del fenómeno y lo utilizaron con un éxito explosivo, pues de la jerga o replana pasaron a las temáticas populares fundamentales, entre ellas la música. Los migrantes traían sus aires folklóricos andinos pero no tuvieron problemas para adaptarse a los criollos costeños e incluso a la importación, como la música tropical cubana,

el mambo. Una famosa canción de la época se tituló precisamente *Mambo de Machaguay*.

*Última Hora* fue fundado como diario de la tarde por la empresa propietaria del diario *La Prensa*, un periódico conservador fundado en 1903 y que había cambiado de dueño varias veces. Ahora era dirigido por Pedro Beltrán, quien tenía claras ambiciones políticas.

*La Prensa* poseía por entonces buenas instalaciones técnicas. Sus propietarios decidieron que era el momento propicio para probar suerte con un diario de la tarde, un tabloide popular y alejado de la política, por lo menos en cuestiones de coyuntura, pues ese rol estaba destinado al periódico principal. Recuérdese que era presidente el general Manuel A. Odría, golpista, que había derrocado al gobierno de José Luis Bustamante e instaurado una férrea dictadura.

No obstante, cuando *Última Hora* apareció en las calles por primera vez, el 13 de enero de 1950, se veía como un diario de corte conservador en el sentido periodístico, sin nada que lo hiciese mejor que su competencia, *La Crónica* de la tarde, policial y deportiva. A los pocos meses estaba en crisis y a punto de cerrar cuando providencialmente la empresa aceptó encargarlo a un grupo de jóvenes redactores, entre los que estaban Raúl Villarán y Efraín Ruiz Caro, quienes le dieron un vuelco total al estilo y, sobre todo, utilizaron la replana, el idioma de la calle que ya no era un código carcelario sino expresión popular. Así nació el célebre titular de “Chinos como cancha” que inauguró una etapa en la historia de nuestro periodismo. El diario sintonizó bien con temas populares, como la música, promoviendo el ritmo caribeño “mambo”

que hacía furor entre la juventud con la oposición de sectores conservadores (la Iglesia llegó al extremo de excomulgar a quienes lo bailaran). Pese a que el equipo original del diario duró poco, el modelo prosiguió su desarrollo manteniendo popularidad y buenas ventas hasta los años setenta.

*Última Hora* fue expropiado en 1974 y devuelto en 1980 a sus dueños originales. Cambió luego de propietarios hasta cerrar definitivamente en 1992. *La Prensa* debió cerrar por falta de lectores en 1984.

### **La subcultura urbana “chicha”**

La palabra “chicha” halló fortuna primero en el mundo musical peruano gracias a que en búsqueda de renovación, grupos musicales del centro del país mezclaron la cumbia colombiana con sones andinos, naciendo así la “música chicha”. Hay versiones sobre esta historia pero se coincide en que fueron Los Demonios del Mantaro quienes en los años sesenta comenzaron a interpretar con ritmo peculiar *La chichera*, cuya grabación, en 1966, batió récords de venta. En 1970, el líder del grupo Los Ecos editó un disco en el que adjetivaba su música con el término “chicha”,<sup>55</sup> diciendo en una entrevista que “Aunque muchos no asumen lo de ‘chicheros’ o ‘chicha’ por el peyorativo manejo que hacen del término, otros sí se sienten orgullosos”.

Otro estudioso del tema nos amplía la explicación sobre el término que en algún momento pasa de aludir solo a la famosa bebida andina a ser un vocablo calificador:

---

<sup>55</sup> Sonaly Tuesta 1995.

La chicha ha tenido en general una connotación despectiva, siendo menospreciada y entendida, muchas veces, solo como diversión de la gente “achorada”, “maleada”, asociándola así no solo con la música en sí, sino con un determinado tipo de personas social y culturalmente cuestionadas.

Esa connotación tiene su origen, sobre todo, en los prejuicios sociales que siempre han existido en contra de los sectores de menores recursos y por los cuales se considera banal y denigrante todo lo que produce el pueblo, valoración ampliamente difundida por los medios de comunicación de tendencia conservadora y parcializada.<sup>56</sup>

El fenómeno ya había sido advertido por antropólogos como Degregori quien observó que la música chicha era expresión de un fenómeno cultural que tenía que ver con las nuevas presencias andinas en la capital. En 1984 escribió:

La chicha permite la cohesión grupal de esa inmensa masa de migrantes andinos, articulados cada vez más estrechamente a aquellos que no migraron, o regresaron, o se aprestan recién a migrar [...] la chicha es cada vez más el remate final y multitudinario de infinidad de fiestas andinas, folklóricas y patronales en sierra, selva y costa [...] el público criollo, limeño, ha desertado del vals criollo por la “salsa” como ritmo favorito de las fiestas, pero incluso ésta es derrotada ampliamente por los huaynos y la chicha, que llenan coliseos y desbordan estadios [...].<sup>57</sup>

Ya abordando los años noventa, efectivamente, los locales para bailar la cumbia andina eran llamados

---

<sup>56</sup> Wilfredo Hurtado Suárez 1995.

<sup>57</sup> Carlos Iván Degregori 1984.

“chichódromos” y estaban en el centro de Lima. En amplios terrenos que servían para estacionar autos en el día, se improvisaban estos lugares:

Entre el apacible suspiro de la capital en domingo, el jirón Lampa es la excepción. Jóvenes y adultos comienzan a llegar a las puertas de los chichódromos desde las tres de la tarde. “Haz tu cola, chochera” gritan a los advenedizos. Por 4 soles el vacilón está asegurado, al menos en un primer nivel, ya que para aumentar sazón a las juegos las chelas son el ingrediente infaltable [...].<sup>58</sup>

Se vendían carteles, discos. El grupo favorito era Los Shapis, y la estrella máxima Chacalón, que reunió a veinte mil personas en su entierro diez años más tarde. El público era fácil de identificar, jóvenes migrantes o hijos de migrantes, de bajo nivel sociocultural. Allí se popularizó también la lengua “chichera”.

Todo este cuadro de alguna manera repitió lo sucedido con la primeras olas de migrantes del interior y la creación de coliseos en la importante avenida Grau, la fundación de cientos de clubes sociales en esfuerzo por conservar y cultivar la cultura provinciana, y el tabloide *Última Hora* como lógica consecuencia de la presencia de públicos distintos a los que conocían los diarios tradicionales. Los cambios sociales peruanos de los últimos años han sido muy estudiados y remitimos al lector interesado a los especialistas.

Si una definición de cultura urbana debe incluir música particular, modos distintos de expresión verbal (o jerga), producción editorial, estilo arquitectónico, la “chicha” peruana merecería ser intitulada una cul-

---

<sup>58</sup> Sonaly Tuesta 1995.

tura o “subcultura” que ha crecido al lado de las populares tradicionales y de las importadas del Norte.

### ***Expresiones periodísticas chicha***

Lo que viene a diferenciar a esta expresión urbana de otras latinoamericanas es la presencia de otras manifestaciones llamadas igualmente “chicha”, apelativo originalmente peyorativo que siguió el mismo camino de la música para trasladarse también al terreno de la prensa popular de bajo precio. La conocida “Tex-mex”, por ejemplo, que podría equipararse a la música chicha por algunas características similares no tiene, sin embargo, presencia significativa más allá de la zona fronteriza entre los Estados Unidos y México.

Al contrario, el periodismo popular peruano ha desarrollado una versión que encaja con lo llamado “chichero”, es decir, aquel producto de la presencia andina en la costa asimilada a lo criollo preexistente. “La música y la prensa son privilegiadas manifestaciones de una sociedad”, dice un observador del fenómeno, porque efectivamente capturan y asumen conductas y estilos populares, proponiéndolos y recibiendo aceptación.<sup>59</sup>

En la década del ochenta hubo aires renovadores en la prensa y apareció el tabloide *El Popular* (1984) con páginas llenas de color. Le siguieron una serie de periódicos que combinaban el citado lenguaje restringido con un uso amplio del color y apartándose claramente de los criterios de “noticiabilidad” comunes, prefiriendo la información de entretenimiento.

---

<sup>59</sup> Jorge Thieroldt Llanos 2000.

Al iniciarse la década del noventa, era evidente el crecimiento de un periodismo distinto, colorido, desinhibido, francamente sensacionalista, que pronto recibió el apelativo de “chicha”. Una característica central era su interacción con la televisión local, pues sus temas favoritos eran (y lo son) escándalos comunes a la llamada “prensa del corazón” de otros países.

Hoy nadie duda en reconocerla: en los numerosos quioscos de las principales ciudades peruanas cuelgan, emblemáticos, los diarios “chicha”, que con mucha frecuencia exhiben grandes fotos de las estrellas... chicha.

Hay más “chicha” todavía que registrar porque los estudiosos de la culinaria local han encontrado que si bien no hay platos propiamente chicheros, los nuevos limeños prefieren mezclar los platos tradicionales en combinaciones que a muchos les parecen imposibles de consumir. “Comida chicha”, la llaman.

Arquitectos estudiosos de los nuevos estilos de construcción favoritos en las casas han observado las preferencias de los migrantes o sus descendientes, apuntando a que optan por los dormitorios pequeños y los salones amplios, propicios para organizar fiestas.

Lo chichero está también en la televisión y en particular en la versión peruana de los *talk shows*, un género que exhibe descarnadamente problemas de todo tipo, en especial los conyugales, ante enormes audiencias. La reina indiscutida de este tipo de programas fue Laura Bozzo.

La popularidad de la música chicha y la capacidad de convocatoria de sus estrellas llamaron la atención de los especialistas en marketing político y en particular de quienes diseñaron la campaña de reelección del presidente Alberto Fujimori en el 2000. Y no solo se encargó una composición especial, con letra sencilla, llamada *El ritmo del Chino*, sino que el propio candidato la bailaba en sus mítines.

### ***La prensa chicha y la política***

Un crítico de la prensa hizo la siguiente descripción de la nueva prensa popular de la década del noventa:

Agricultor tiene 24 hijos en tres hermanas. Sátiro viola y embaraza a sus tres hijas, Susy Díaz dice que nunca tuvo orgasmo con Percy. Violador quiso matar a Laura Bozzo. Pinchazo pone fierro a teclitos. Presos se comen a tres soplones. Botan a coronel gay y su poli amante, Abuela da a luz a robusto bebé. Decapita y despedaza a su madre. Mami mata a su hijo por jugar pelota...

¿Periodismo sensacionalista, amarillo, chicha o pacharaco? Sencillamente es la realidad sintetizada que siempre supera a la ficción.<sup>60</sup>

¿Cuál era esta vez el contexto que acompañaba a esta prensa estridente, vulgar, mayormente irresponsable? Dos eventos históricos muy relevantes marcarían la década. Primero, la huella de la violencia desatada en la década anterior por Sendero Luminoso, que sembró el terror en los Andes e incluso en la capital. La violencia en las zonas rurales —que dejaría al

---

<sup>60</sup> Félix Grijalva Soto 1998. Citado por Juan Gargurevich 2000: 252.

final un balance de más de cincuenta mil muertes—obligó a traslados masivos a la costa, y en especial a Lima, ampliándose así todavía más el antiguo cinturón de miseria de los lejanos años cincuenta que ya era ahora parte formal de la Gran Lima, convertido en distritos dinámicos y florecientes.

Quizá fueron estos nuevos limeños los protagonistas centrales del gran evento político que significó el triunfo de Alberto Fujimori en las elecciones de 1990, quien derrotó al escritor Mario Vargas Llosa de manera sorpresiva. Fujimori hizo una campaña electoral atípica que demostró lo poco que los analistas conocían a los peruanos, porque solo algunos lo identificaron como un aspirante serio a la Presidencia. El hecho es que en pocas semanas de campaña Fujimori saltó de la anécdota a competir con Vargas Llosa, quien hasta ese momento era considerado el virtual ganador. Fue el triunfo, dijeron, de un *outsider*, un recién llegado, elegido por masas que habían sido ignoradas por los observadores.

Uno de los productos de aquella etapa de convulsión social y política fue la nueva prensa “chicha” que aprendió a colaborar con la televisión sensacionalista. Se acentuó entonces el triángulo lector-televisión-prensa chicha.

Por otro lado, y esta fue una de las características más notorias de la etapa, la prensa chicha fue utilizada políticamente por el gobierno, llegándose a extremos inéditos tanto en la historia del periodismo como de la política.

Alberto Fujimori fue elegido Presidente, pero tenía una mayoría parlamentaria en contra que le hacía difícil gobernar. Entonces, aliado con los militares,

en 1992 promovió un golpe que cerró el Parlamento. En 1995 convocó a elecciones que fueron groseramente manipuladas y que por supuesto ganó. Finalmente, en el año 2000 se hizo reelegir pero el nivel de corrupción había rebasado ya todos los límites tolerables y se vio obligado a renunciar en el 2002 aprovechando una gira en el exterior y refugiándose en el Japón.

Todo este proceso de oscuridad democrática fue acompañado por la prensa chicha política manejada por los servicios de inteligencia que conducía el asesor del Presidente, Vladimiro Montesinos. Varios diarios de corte chicha aparecieron en esos años combinando las noticias habituales de vedettes, escándalos y violencia, con campañas contra los enemigos políticos del régimen. Los periodistas que se prestaron a dicha práctica tenían la garantía de que nunca serían procesados porque el fujimorismo y el Servicio de Inteligencia también controlaban al Poder Judicial.

Gracias a esa impunidad, circularon diarios de bajo precio como *El Mañanero* (1992), *El Chino* (1995), *La Chuchi* (1996), *La Reforma* (1997), *El Tío* (1998), *El Chato* (1998), *La Yuca* (2000), todos subvencionados por el gobierno, según se ha sabido con absoluto detalle después, cuando la justicia recuperó su independencia y fue posible llevar a los tribunales a los acusados por corrupción.

## **Resumen**

La historia de la prensa popular peruana tabloide, de bajo precio, se inicia en 1912 con la fundación

del diario *La Crónica*, que fue el dominante en su estilo de priorizar las noticias policiales y deportivas, hasta que en 1950 apareció el diario de la tarde *Última Hora*, que también adoptó ese modelo. Este último periódico pertenecía a la misma empresa del diario *La Prensa* y tuvo una enorme acogida debido al nuevo escenario social que se vivió en Lima a partir de los años cuarenta, como producto de la gran migración andina.

Los andinos trajeron su cultura y la combinaron con la que encontraron en la capital. *Última Hora* supo recoger esas expresiones, entre ellas el lenguaje, y así nació un nuevo periodismo peruano con un modelo que tuvo éxito por muchos años. Los cambios surgidos luego de terminado el gobierno militar fueron posibles gracias a un nuevo contexto cultural que surgió en el ámbito de las clases populares, la llamada cultura “chicha”, que impregnó tanto a la música como al periodismo. El primer diario reconocido como “chicha” fue *El Popular* (creado en 1984), siguiéndole después otros, aunque con las características básicas de primera plana, esto es, color, vedettes, notas de interés humano. En los tiempos del gobierno de Fujimori y su asesor Montesinos, parte de esta prensa “chicha” fue puesta al servicio de la política.

## 11. La televisión

### Los grandes inventores

La televisión, como todos los inventos, fue el producto final de una serie de descubrimientos que se iniciaron en 1843, cuando el relojero escocés Alexander Bain confirmó que las imágenes pueden descomponerse en numerosos puntos de distinta luminosidad. Nació así la idea del “retículo”. Llegó después la sugerencia de que sería posible transformar los puntos de la imagen en impulsos eléctricos y reproducirla de nuevo en otro lugar al transformar aquellos impulsos en sus primitivos valores luminosos. Por último, Bain observó que esta doble transformación podía realizarse sincrónicamente.

El problema de la televisión era, pues, el problema de la rapidez con que la imagen se descompone en puntos y estos se juntan nuevamente recomponiendo la imagen. Para que se perciba la imagen en conjunto, es necesario que la transformación se efectúe tan rápidamente que cuando el ojo humano aún no ha dejado de captar la impresión luminosa del primer punto de la imagen, ya aparece el impulso eléctrico del último; los cambios de imagen a imagen dan la sensación de movimiento.

El alemán Paul Nipkow intentó solucionar el problema. Diseñó un disco giratorio provisto de treinta agujeros dispuestos en espiral que dirigía un haz luminoso línea por línea, a una persona y objeto. Las luces de reflexión se transformaban —por una fotocélula— en impulsos eléctricos: enérgicos, las luces fuertes; suaves, las luces débiles. Con el simple giro del disco adquirirían rápido movimiento personas u objetos: como si se intentara leer a la vez treinta líneas de la página de un libro.

Contribuyeron además al desarrollo del invento el inglés Henry Charles Carey (quien patentó en 1880 un aparato que imitaba al ojo humano); el alemán Thumer (quien construyó en 1907 un mosaico de selenio que le sirvió de transmisor); el francés Eduard (quien empleó unos discos oscilantes que dirigían el rayo de luz sobre la superficie que había de transmitirse); el norteamericano Jenkins (quien empleaba discos de cristal bruñido en el eje a modo de prisma para zigzaguear el rayo de luz y de esa manera obtener sombras del objeto explorado por el rayo), y otros.

### **La televisión mecánica versus la televisión electrónica**

Finalmente, el primer aparato que consiguió realmente transmitir imágenes fue el presentado en 1926 en Inglaterra por John Logie Baird, quien más tarde creó la Baird Televisión Co. y, asociado con la BBC de Londres, inauguró un servicio de transmisiones en 1929. Había en ese entonces en la capital inglesa un total de 29 televisores. No obstante, aquella “cámara” de televisión desarrollada por Baird era de enormes proporciones y la imagen transmitida era

deficiente.

Mientras los ingleses se aferraban a la televisión que usaba como base el disco de Nipkow (televisión mecánica), el ruso naturalizado norteamericano Vladimir K. Zworykin hizo posible la televisión electrónica al inventar el “iconoscopio”. Zworykin había patentado en 1923 el primer tubo de retransmisión electrónica desarrollado a base del tubo de rayos catódicos de Ferdinand Braun.

Los alemanes fueron los primeros en desarrollar a fondo su idea, especialmente los técnicos de la empresa Telefunken. Así, en 1936, y ante la sorpresa general, la televisión alemana transmitió durante dieciséis días los célebres Juegos Olímpicos de Berlín. La televisión mecánica de Baird fue abandonada y todos los países industrializados se abocaron a la tarea del desarrollo de la televisión electrónica. El 30 de abril de 1939 fue inaugurada en Nueva York la Exposición Universal y fue allí donde se vio por primera vez la nueva televisión americana.

La Segunda Guerra Mundial dificultó el desarrollo de la televisión, tanto en la fabricación de televisores como en los programas, pero ella no fue abandonada totalmente. A partir de 1945, apenas acabada la guerra, comenzaría recién la verdadera historia del medio. Será la televisión de los Estados Unidos, con sus equipos, técnicos y programas, la que dará modelos a la televisión peruana en los años sesenta.

## **Modelos y etapas**

Ya no hubo con la televisión la discusión sobre los modelos de propiedad y control de la radiodifusión,

pues el tema había sido zanjado en los años veinte y debían coexistir en el mundo los siguientes modelos: el capitalista comercial de la zona de influencia norteamericana; el comunista estatal de los soviéticos; y el servicio público europeo.

Se añadió a partir de los años treinta el modelo fascista autoritario, que tendría vigencia solo hasta la derrota del Eje en 1945.

Para una mejor visión de esta historia, marcaremos las etapas de desarrollo de la televisión:

1. Los primeros intentos (1915-1939): se abren dos líneas de investigación, una mecánica y la otra electrónica. Las empresas promotoras de la radio, CBS y NBC en los Estados Unidos, Telefunken en Alemania, y Philips en Holanda, pasan a trabajar en el desarrollo comercial del invento.
2. Expansión en el ámbito mundial (1945-1960): se inicia una acelerada expansión de la televisión en todo el mundo, haciendo retroceder a la radio que pasará a segundo plano, buscando nuevos espacios. Habrá una discusión por el sistema técnico a adoptar (PAL, SECAM, NTSC).
3. La era audiovisual (1960-en adelante): se suceden los inventos que mejoran los receptores y la transmisión a distancia, como las microondas, la televisión por cable y los satélites de comunicación, anunciándose la televisión de alta definición y la digital. Se afirma su importancia política, cultural y, sobre todo, periodística.

Para el Perú hemos propuesto las siguientes etapas:

1. 1958-1971: nacimiento y desarrollo de los modelos norteamericanos de producción, afianzamiento de los grupos de presión de los propietarios, auge de las telenovelas y prosperidad en general.
2. 1971-1974: expropiación por el gobierno militar y administración por el Sistema Nacional de Información. Creación de telecentro como entidad productora.
3. 1974-1980: fracaso de la reforma de los medios, tanto de la prensa escrita como de la radio y la televisión, y devolución a sus antiguos propietarios. Llegada del color (1979) y adopción del sistema NTSC.
4. 1980-1990: crecimiento y extensión de cadenas a provincias, surgimiento de nuevos propietarios de canales, conexión con el satélite Panamsat que hace posible la llegada de la CNN, y fundación de la empresa TeleCable (1989).
5. 1990 en adelante: apertura a capitales extranjeros (Televisa, Antena 3 de España, Telefónica con Cable Mágico y canales 3 y 6).

## **La llegada de la televisión al Perú**

El 21 de octubre de 1939, apenas un mes después de iniciarse la Segunda Guerra Mundial con la invasión a Polonia, los alemanes de la empresa Telefunken exhibieron su sistema desde el colegio Guadalupe, colocando televisores en varias casas vecinas y por cir-

cuito cerrado. Invitaron a varios artistas, entre ellos a la joven Chabuca Granda. La siguiente exhibición la hizo, en 1954, Alfonso Pereyra en el Hotel Bolívar, y hubo una nueva transmisión el 11 de abril de 1955, ambas durante el gobierno de Manuel A. Odría.

Pero la televisión fue recién autorizada y reglamentada en el Perú por decreto del 12 de enero de 1957, siendo presidente Manuel Prado. Se dictaba allí una serie de normas técnicas para los futuros poseedores de licencias. En las disposiciones generales se estableció que “El Canal No. 5 cuya banda de frecuencia en Mc., es de 76.82, queda reservado para planta o servicio del Estado”. A cargo del Ministerio de Educación quedó Canal 7; así, el Estado tuvo inicialmente la posibilidad de controlar dos canales de televisión. Desde el primer instante fue claro que los empresarios tendrían una gran capacidad de presión ante el gobierno y que podrían lograr una serie de concesiones. Así, a poco tiempo de dictado el reglamento de televisión, se expidió otro decreto —el 5 abril de 1957— que declaraba que “la televisión constituye una industria amparada por la ley No. 9140, para el efecto de la exoneración de derechos de importación de equipos transmisores, accesorios e implementos” (que regiría por años).

Los empresarios allanaron el camino hacia la televisión comercial con el beneplácito del Estado y la actividad “televisiva” se convirtió en una prolongación de la radial.

Hecha la repartición de canales, el “espectro” quedó distribuido así:

- Canal 7: para el Ministerio de Educación.

- Canal 5: para el Estado.
- Canal 4: para la Compañía Peruana de Radiodifusión con Radio América como “cabecera” de una red en provincias y líder del grupo de presión reunido en la Asociación Nacional de Radiodifusores del Perú (ANRAP).
- Canal 9: para la Compañía de Producciones Radiales y Televisión S. A., con Radio El Sol de “cabecera”, propiedad entonces de la familia Miró Quesada, dueña también del diario *El Comercio*.
- Canal 13: para Panamericana Televisión S. A., líder del grupo de propietarios constituido por la Unión de Radiodifusores del Perú y dirigido por la familia Delgado.
- Estas licencias fueron otorgadas antes de la aparición del primer canal comercial. Posteriormente se otorgaron otras licencias:
- Canal 2: para Radiodifusora Victoria S. A., de propiedad de José Eduardo Cavero, conocido como “El zar de la radio” peruana, con Radio Victoria de “cabecera” y una red de emisoras en provincias; líder de la Federación Peruana de Radiodifusión (FEDERADIO).
- Canal 11: para Bego Televisión S. A., creada por la familia Belmont, propietaria de la Radiodifusora Excelsior, una pequeña red con Radio Excelsior de “cabecera”.

Apenas había aparecido en los televisores limeños la débil imagen de Canal 7, cuando ya los futuros “telecaster” dieron prueba de su poder. Transmitió el canal del Ministerio de Educación un programa relativamente costoso y que fue posible gracias al auspi-

cio de la RCA Víctor local, interesada en promover la venta de televisores. Inmediatamente la Federación Peruana de Radiodifusión elevó una enérgica protesta acusando al Estado de intromisión en la libre empresa, y el gobierno suspendió automáticamente los programas. No querían competencia estatal en sus fueros.

La televisión se inició finalmente en el Perú el 17 de enero de 1958 gracias a un convenio con la UNESCO, como “educativa” y desde el último piso del Ministerio de Educación. Le siguieron Canal 4 y Canal 13 (después convertido en Canal 5).

Lo sustantivo de esta primera etapa es que los empresarios de la radio, los llamados *broadcasters*, pasaran a ser *telecasters* sin problemas debido a que habían afirmado su poder ante el gobierno.

Más adelante, y andando los años, las señales o “canales” pasarán a otras manos, en un desarrollo que se puede seguir en textos especializados (véase la bibliografía), pero habrá que tener en cuenta su estrecha relación con los gobiernos.

La televisión demanda grandes gastos que solo pueden ser solventados por la publicidad.

## **El periodismo televisivo**

Fueron los norteamericanos los que tempranamente llevaron el periodismo al nuevo invento aprovechando la experiencia que recogían en la radio. En la primera etapa que hemos señalado se registra varios programas breves de transmisión de noticias, primero experimentales y luego ya sistemáticos. Pero los europeos les sacaron ventaja en el uso masivo.

Cuando todavía trataban de captar audiencia y se vendía muy pocos televisores, fueron sorprendidos por el esfuerzo de Alemania de transmitir las Olimpiadas de 1936. En Berlín fueron adaptadas salas para medio centenar de “televidentes” con pantallas grandes y aunque la señal era deficiente, 180 líneas todavía, fue evidente que se abrían espacios importantes, noticiosos y de entretenimiento, para la televisión.

En ese mismo año Francia utilizó nuevamente su célebre Torre Eiffel para instalar un transmisor y en Inglaterra la BBC hizo la última emisión con el sistema de Logie Baird que solo era de treinta líneas, preparándose para la alta definición de la época, que llegaría hasta las 405 líneas del sistema Marconi. Al año siguiente, en 1937, los soviéticos se unieron a la carrera instalando transmisores experimentales en Moscú.

La BBC dio un gran paso al sacar al exterior sus cámaras para televisar la coronación del rey Jorge VI y poco después las llevó al torneo de tenis en Wimbledon. En 1938 la BBC transmitió fútbol por primera vez, un partido entre Inglaterra y Escocia, pero sobre todo emitió un programa de noticias al estilo radial. En 1938, la empresa Communicating Systems de Nueva York anunció la venta de televisores con modelos baratos. Los sencillos proyectaban solo imagen; para contar con sonido había que pagar quince dólares más.

La guerra frenó a los europeos. En los Estados Unidos, los esfuerzos de todas las industrias se volcaron hacia la producción útil para la guerra y los televisores fueron pospuestos. Pero esto no arredró a los

periodistas, que siguieron trabajando la experiencia de transición de la radio a la televisión.

En 1940, la NBC lanzó por primera vez el famoso “Esso television reporter” auspiciado por la empresa petrolera. Este programa sería suspendido en su versión televisiva pero tendría alcance mundial por radio (“El reporter Esso” en toda América Latina). En 1941 se registra en Nueva York un programa de 15 minutos, “Richard Hubell and the news” con una periodicidad de dos veces por semana y con equipos experimentales de la CBS. Se cita a Hubell como el primer “anchorman” de la historia del periodismo de televisión.

Al término de la guerra, en 1945, la NBC inauguró el programa “Tele-Newsreel” y luego el “Camel News Caravan”, en 1947, que fue el primero en usar noticias filmadas por la propia NBC, independizándose de la industria del cine.<sup>61</sup>

La CBS inauguró su primer gran programa noticioso de alcance nacional en 1948 con “CBS Television News”, pero sus grandes producciones llegaron con el periodista Edward Murrow que se había hecho famoso y prestigioso por sus arriesgadas transmisiones de los bombardeos nazis de Londres. Tenía un programa de radio, “Hear it now”, que trasladó a la televisión como “See it now” en 1951, captando teleaudiencia masiva (su despedida cotidiana “Buenas noches y buena suerte” se hizo proverbial).<sup>62</sup>

Murrow emitió allí uno de los programas más famosos de la historia del periodismo: “A report on Se-

<sup>61</sup>David Shedden, “Early TV anchors”. En: <[http://www.poynter.org/content/content\\_print-asp?id=99440](http://www.poynter.org/content/content_print-asp?id=99440)>.

<sup>62</sup>George Clooney produjo y dirigió el film del mismo título en el 2005, mereciendo cinco menciones al Óscar.

nador Joseph McCarthy” (9 de marzo de 1954), en el que se arriesgó a desenmascarar al conocido “cazador de comunistas” demostrando que sus denuncias eran una farsa y hundiéndolo para siempre. La televisión demostró entonces su enorme influencia política, a la vez que el poder que podían alcanzar sus periodistas.

Los años cincuenta fueron en general de despegue del futuro gran periodismo norteamericano de la televisión, caracterizado por sus programas nocturnos de noticias conducidos por profesionales de prestigio (los *anchormen*) y el uso creciente de filmaciones. Sus propuestas o modelos fueron adoptados en todo el mundo.

### ***El periodismo televisivo en el Perú***

La primera vez que los televidentes limeños tuvieron acceso a un programa que no era de producción local o series norteamericanas, fue el 22 de julio de 1959, cuando el primer ministro Pedro Beltrán dio un “mensaje al país” en cadena radial y televisada. Fue una decisión que escandalizó a los políticos pues se esperaba que su alocución fuera presentada primero al Congreso.

Pocos meses después, en octubre, Canal 13 inauguró la versión en televisión del noticiero “El panamericano” que sus propietarios transmitían en Radio Panamericana bajo la dirección de Mario Vargas Llosa. Pero el escritor viajó a España y se hizo cargo el argentino Raúl Ferro Colton.

Otro hito importante, también de aquel año, fue la transmisión (“en diferido”) del partido de fútbol en-

tre Perú y Uruguay en el sudamericano de fútbol y en el que los peruanos ganaron por 5 a 3 en el estadio de River. En julio, también de 1959, Canal 4 sacó sus cámaras a la calle para transmitir el desfile militar en el Campo de Marte, con la conducción del conocido locutor David Odría. Y el mismo canal hizo debutar al periodista deportivo Pocho Rospigliosi con su “Ovación en el 4”.

Al año siguiente, en 1960, se incursionó en los programas llamados “de panel” que ya eran famosos en otros países. Los norteamericanos de la NBC inauguraron su “Meet the Press” en 1945 en radio y lo pasaron con audiencia masiva a la televisión.

Con ese modelo, el Canal 13 llamó al conocido periodista Alfonso Tealdo a dirigir “Ante el público”; y Canal 4 inauguró en 1960, “Cartas sobre la mesa” conducido por Luis Rey de Castro y Blanca Varela.

El primer debate televisivo se realizó en el Canal 13 en marzo de 1960 en “Mesa Redonda” de Tealdo, y enfrentó a Alberto Ruiz Eldredge del Movimiento Social Progresista con el político y periodista Enrique Chirinos Soto.

La televisión salió en 1962 a cubrir un mitin político por primera vez, y tuvo en general amplia participación en las elecciones de aquel año y en las del siguiente (1963). En ese mismo 1962 el líder del APRA Víctor Raúl Haya de la Torre fue entrevistado en Canal 13 por una docena de panelistas. También llevaron ante cámaras a los candidatos y políticos importantes en general.

A partir de entonces, la televisión se confirma como un actor imprescindible de la política nacional y en todas las elecciones que siguieron, presidenciales

o municipales, presentó candidatos y compitió por ofrecer primero los resultados.

Hubo muchos debates más, pero debemos resaltar el que enfrentó en 1968 al ministro Manuel Ulloa y al opositor Héctor Cornejo Chávez, por el sonado caso de la “página once”, un folio presuntamente robado del contrato que se había suscrito con la empresa petrolera norteamericana Internacional Petroleum Company.

El tema formaría parte de los argumentos esgrimidos por los militares para derrocar al presidente Fernando Belaúnde en octubre de 1968.

### **El proyecto militar y la expropiación de los medios en 1971**

El general Juan Velasco Alvarado lideraba el ejército cuando se organizó, como dijimos, el derrocamiento del gobierno del presidente Belaúnde, en octubre de 1968. Entre sus argumentos para justificar la decisión estaba el escándalo provocado por la “página once” citada y que significaba, según los golpistas, una concesión excesiva (“entreguismo”) a los empresarios norteamericanos.

Los militares tenían un proyecto político al que llamaron “Revolución de la fuerza armada nacionalista”, que contemplaba cambios radicales en todo orden de cosas, incluyendo los medios masivos de comunicación.

Los empresarios de radio y televisión se anticiparon a la decisión de controlar los medios (que son fundamentalmente “órganos de expresión”), y protestaron diciendo que la estatización de la radio y la televi-

sión del Perú constituiría un monopolio de parte del Estado que haría desaparecer la libre competencia y la diversidad de programación; así, el Estado ejercería el monopolio de la opinión pública.

Pese a ello, el 9 de noviembre de 1971 el general Aníbal Meza Cuadra anunció la nueva ley de telecomunicaciones justificando sus novedosas disposiciones con duras críticas a las empresas. Dijo, por ejemplo, que “La ley de telecomunicaciones pone al alcance del Perú, el servicio y la importancia de los medios modernos de comunicación masiva, destinados a cumplir un rol social y no de privilegio particular. Medios que deben contribuir al proceso del desarrollo del país y no a frenarlo en beneficio de pocos”. La ley estableció normas para todo el campo de las radiocomunicaciones; se incluyó dentro del término “radiodifusión” a la radio y televisión. Dispuso, principalmente, lo siguiente:

- La televisión comercial podía ser explotada por empresas públicas y por empresas asociadas con el Estado en las que este participe con no menos del 25% del capital, y por empresas privadas.
- Una sola persona jurídica no podía detentar más de una licencia para estaciones de radio y televisión por departamento. Y no podía poseer más de siete emisoras en todo el país.
- El Ministerio de Telecomunicaciones avanzó en el tema de los contenidos, cuestión que no era aparentemente de su competencia: todas las estaciones de radio quedaban obligadas a incluir no menos del 60% de programación

nacional; se concedió un plazo de tres años para adecuarse plenamente a la ley.

- Los programas y anuncios que se transmitiesen antes de la nueve de la noche deberían ser, por su naturaleza y contenido, aptos para todos.

En la misma noche del anuncio de la promulgación de la ley, funcionarios del ministerio ingresaron en todos los canales de televisión y en las principales emisoras de radio para cumplir con el decreto expropiatorio de las acciones. Fueron tomadas así el 25% de las acciones de las radios Victoria, Reloj, Radio Tele, Disco, Excelsior, Atalaya, 1160, El Sol y otras. En cada una quedó un encargado de la administración, pues aquel 25% de acciones era suficiente para tomar el control.

La ley estableció también la participación de los trabajadores en las empresas radiodifusoras bajo la forma de “comunidad de telecomunicaciones”.

Adelantaremos que el proyecto de una “nueva televisión” fue un fracaso porque no estaba claro el rumbo que se quería dar al país en general. El lema militar de “Ni capitalismo, ni comunismo” era ambiguo y provocaba tensiones que finalmente se resolvieron cuando el propio Velasco Alvarado fue cambiado por el general Morales Bermúdez en 1975, un vuelco que hizo retroceder a todos aquellos que exigían “más revolución”.

Para unificar las programaciones se creó el ente productor Telecentro, que también resultó inútil.

Habrà que destacar algunos aspectos de esta etapa de control militar que terminó en 1980: la creación

del Sistema Nacional de Información (SINADI), y en lo que respecta al periodismo, el lanzamiento por Canal 5 en 1973 del noticiero “24 horas” que tenía como lema “El espectáculo de la noticia”. Participaban Pepe Ludmir, Alfonso Tealdo, H., Martínez Morosini, Amanda Barral y entre sus comentaristas Carlos Ferrero, Hugo Neira y otros. Lo dirigía Jorge Estremadoyro.

Al retornar la democracia representativa con Belaúnde en la Presidencia, la radio y televisión expropiadas fueron devueltas a sus antiguos dueños.

### **La televisión después de los militares**

Los antiguos *telecasters* encontraron una televisión con recursos técnicos ya anticuados, pues no se había hecho la inversión necesaria. Pese a ello surgieron nuevos rostros que renovaron el periodismo, como César Hildebrandt que ya se había hecho conocido en la revista *Caretas* y en programas televisivos de panel como “Pulso”, de Alfonso Tealdo. Tuvo su primer programa en Canal 4 titulado “Testimonio” que salió al aire el 6 de julio de 1980. Inició así una accidentada historia de programas boicoteados o cerrados por su férrea independencia, algo muy difícil de lograr en la televisión que, como afirmamos antes, es muy frágil ante los poderes políticos y comerciales por sus altos costos y su extrema dependencia de los avisos publicitarios.

De aquellos años de retorno se recuerda a “América en el mundo” con Arturo Pomar (1981), “Buenos días Perú” con Zenaida Solís y otros en Canal 5 (1981), y “Panorama”, también en Canal 5, con Guido Lombardi y Susana Alcántara (1982).

En los años siguientes hubo cambios importantes de propietarios, como en los canales 2 (Baruch Ivcher) y 5 (familia Schutz). Canal 7 siguió siendo el vocero del Estado ampliando una cadena de repetidoras que ha llegado a ser la más importante del país.

Una novedad muy importante fue la aparición en la televisión pagada, o por cable, del canal N, de la empresa editora del diario *El Comercio*, dedicado solo a la información de noticias o documentales. Se fundó el 4 de julio de 1999.

Este canal tuvo una actuación destacada cuando difundió, el 14 de setiembre del 2000, el primero y decisivo “vladivideo”, una grabación que mostraba a un congresista recibiendo dinero del asesor presidencial Vladimiro Montesinos para pasarse a las filas del gobierno. Su divulgación provocó el derrumbe del gobierno del presidente Fujimori y su posterior renuncia.

## **Ingresando a la era digital**

En abril del 2009, el gobierno decidió adoptar para el país el estándar japonés-brasileño ISDB-T para el sistema digital terrestre, pero recién en marzo del 2010 se publicó el llamado “Plan maestro para implementar la televisión digital en el país”. La meta, según el ministro del sector de Comunicaciones, será concretada en el año 2024.

El 30 de marzo del 2010 se anunció que se iniciaba la era digital en la televisión peruana con un programa semanal en el canal estatal, añadiéndose que para captar la señal los peruanos deberán cambiar su receptor analógico o comprar un decodificador especial.

## Resumen

Se ha hecho una síntesis de la frondosa y compleja historia de la televisión y su desarrollo tanto en el mundo como en el Perú, adonde llegó muchos años después de su invención e incluso con retraso respecto de otros países latinoamericanos.

Se ha revisado el enfrentamiento inicial entre los sistemas mecánico promovido por Inglaterra y el electrónico norteamericano que resultó triunfador, y que con variantes técnicas sería adoptado en todo el mundo.

Europa se adelantó a los Estados Unidos en el desarrollo del periodismo televisivo, pero el proceso fue detenido por el estallido de la Segunda Guerra Mundial en 1939. Solo a su término, la televisión en general alcanzaría una expansión extraordinaria. Se revisó el periodismo televisivo de los Estados Unidos con cierto detalle porque sus modelos fueron adoptados después en el Perú.

En nuestro medio, hemos estudiado cómo y por qué la radio y la televisión fueron expropiadas por el gobierno militar (1968-1980) y posteriormente devueltas a sus antiguos propietarios. En los años siguientes, la televisión se recompuso con nuevos programas periodísticos de distintos formatos.

## 12. El debate sobre la nueva información

Recuérdese que al terminar la conflagración de 1939 a 1945, que terminó derrotando al fascismo, se avivó la confrontación entre los países líderes del llamado Oeste y los del denominado Este, que dio nacimiento al episodio conocido como la Guerra Fría y que tuvo a los medios informativos entre sus protagonistas principales.

Frente a esta situación, surgió una tercera posición de países que al que no estar ligados ni a los Estados Unidos ni a la Unión Soviética se reclamaron no-alineados (NO-AL) en 1961. Organizados bajo el liderazgo de Yugoslavia (Tito), India (Nehru) y Egipto (Nasser), reunieron a medio centenar de países del llamado Tercer Mundo y plantearon reclamos a los países dominantes. Dijeron, por ejemplo, que era necesario un nuevo orden económico internacional que debía ser precedido o por lo menos acompañado de otro orden informativo, señalando la existencia de un severo desequilibrio informativo mundial. Nació así la propuesta de un “Nuevo orden mundial de la información y la comunicación” (NOMIC).

Podríamos indicar como fecha histórica de partida de tal asimetría la fundación en 1859 del primer cártel de agencias de noticias, aquella unión de Reu-

ter, Hayas y Wolf que tenía como fin la exclusión de la competencia. Pero la asimetría nace, sobre todo, cuando surge el concepto que llamaríamos de “supranacionalidad” de las agencias, que desarrollan su trabajo monopólico por encima de regulaciones nacionales, al margen de los Estados que aceptan la instalación de aquella red.

En los años siguientes, pese a que surgieron muchas nuevas agencias, la unión del negocio de la noticia con el control del telégrafo eléctrico y su versión moderna —el cable submarino— convirtió a las citadas en verdaderos gigantes de la información que tomaron partido en las contiendas bélicas de 1914, de 1939, y por último, en la Guerra Fría atendiendo a los intereses de los países en que estaban basadas. Las nuevas Naciones Unidas no descuidaron el tema de la información. Así, en una fecha tan lejana como abril de 1948, en la histórica conferencia de Ginebra sobre libertad de información, las posturas antagónicas quedaron nítidamente delineadas. Los Estados Unidos defendieron el *free flow* —el libre flujo de la información—, mientras que otros países reclamaban regulaciones que pusieran límites al periodismo. Obviamente, la Unión Soviética se opuso a permitir que existieran entidades superiores al Estado, puesto que ellas colisionaban —dijeron— con el principio de soberanía nacional absoluta. Los franceses se inclinaron por el juicio posterior según la conducta y con arreglo a las leyes, pero con exclusión de cualquier tipo de intervención gubernamental. Podría decirse que en aquella conferencia quedaron afinados los puntos de vista divergentes. Finalmente, luego de años de discusiones en conferencias y

asambleas, se suscribiría el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de diciembre de 1966, en Nueva York, que dedica algunos artículos a la libertad de información, como el que sigue:

Artículo 19:

1. Nadie podrá ser molestado a causa de sus opiniones.
2. Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.
3. El ejercicio del derecho previsto en el párrafo 2 de este artículo entraña deberes y responsabilidades especiales. Por consiguiente, puede estar sujeto a ciertas restricciones que deberán, sin embargo, estar expresamente fijadas por la ley.

## **La UNESCO y el retiro de los Estados Unidos**

El reclamo de los NO-AL y de otros países llegó a la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia y la Cultura (UNESCO), y entonces se nombró a la hoy célebre Comisión Mc Bride, que luego de un largo estudio sentó las bases de una serie de recomendaciones que fueron aprobadas en la 32 Conferencia General de la UNESCO, en octubre de 1980.

Estas eran, en síntesis, las siguientes:

- Eliminación de los desequilibrios y desigualdades vigentes.
- Eliminación de los efectos negativos en deter-

minados monopolios y de las concentraciones excesivas.

- Remoción de todo aquello que impida un libre flujo de información y que este sea más equilibrado.
- Pluralidad de fuentes y canales de información.
- Libertad de prensa y de información.
- Libertad para los periodistas.
- Ayuda a los países en desarrollo para lograr mejores condiciones tecnológicas a fin de que sus medios informativos cumplan mejor sus nuevos roles.
- Compromiso de ayuda de los países desarrollados.
- Respeto a la identidad cultural de cada pueblo y al derecho de cada nación de informar al público internacional sobre sus intereses, aspiraciones y respectivos valores sociales y culturales.
- Respeto al derecho de los pueblos de participar en el intercambio internacional de información.
- Respeto al derecho colectivo de acceso a las fuentes de información.

Todos estos reclamos, que evidentemente colisionaban con el principio de libertad de expresión sin más límites que los judiciales, provocaron un intenso debate coordinado por instituciones norteamericanas. Finalmente, y en protesta por las decisiones tomadas, los Estados Unidos anunciaron su retiro de la UNESCO en enero de 1985, siguiéndole Gran Bretaña, Japón y otros países, provocando una crisis en la institución.

La UNESCO desistió entonces de promover la discusión, cambió de directivos y unas nuevas circunstancias políticas aportaron al abandono del debate.

## Las otras experiencias

Los países NO-AL habían puesto en marcha proyectos alternativos para combatir ese desequilibrio sin afectar a las instituciones informativas tradicionales, creando un servicio de noticias paralelo que llegó a tener una cobertura considerable. Este servicio se llamó Pool de Agencias de Noticias de los Países No Alineados y fue conocida como "Pool No-Al".

La flamante agencia, cuya coordinación estaba a cargo de la agencia yugoslava Tanjug, recibía información de las agencias nacionales de los países miembros y las repartía utilizando los mismos métodos que las grandes agencias. Comenzó a funcionar en noviembre de 1979.

Debemos rescatar dos experiencias latinoamericanas que surgieron, como suele decirse, al calor del reclamo por un nuevo orden informativo. Así se fundó la Acción de Sistemas Informativos Nacionales (ASIN), que reunía a las agencias nacionales de nuestro subcontinente y que en 1979 suscribió un acuerdo de cooperación con la agencia International Press Service. La idea era "inaugurar un sistema de intercambio informativo regular y permanente con miras a una integración más estrecha entre las naciones de la región". Se deseaba poner en práctica un mecanismo que asegurara la comunicación Sur-Sur, uno de los problemas más álgidos. En marzo de 1990, la Octava Asamblea de ASIN decidió crear la Red Latinoamericana de Información, conservando a la agencia IPS como plataforma operativa. No tenemos noticia de otra reunión que asegurara el funcionamiento de la Red.

En 1980 se comenzó a diseñar la nueva Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información (ALASEI), con el auspicio de la UNESCO primero, y luego del Sistema Económico Latinoamericano (SELA).

Basada en México, con el apoyo de ese país y de Venezuela, Cuba, Panamá y otros, ALASEI inició operaciones en 1983 como productora y difusora de servicios especiales (artículos, crónicas) para prensa escrita sobre problemas de interés regional. Funcionó hasta 1990 distribuyendo semanalmente la *Carpetas Latinoamericana* elaborada por una docena de corresponsales que comenzaron a utilizar tempranamente las nuevas tecnologías. Cerró operaciones tanto por el desinterés de los gobiernos que la auspiciaban originalmente, como por la imposibilidad de difundir sus informaciones a través de los medios tradicionales.

### **El proyecto militar peruano para los medios**

Hemos revisado brevemente las razones que alegaron los militares que derrocaron al presidente Fernando Belaúnde y nombraron al general Juan Velasco Alvarado, quien proclamó “La revolución de la fuerza armada” en octubre de 1968.

Entre los cambios que plantearon estuvo la reforma educativa, que consideraba que los medios masivos de información debían participar en la “educación continua”. En ese contexto, fueron expropiados los principales medios audiovisuales, como ya vimos también, en 1971.

Desde su instalación, el nuevo gobierno se topó con

una fuerte oposición de la prensa y puso límites severos a la libertad de expresión, recurriendo al cierre de publicaciones e incluso a la deportación de periodistas. Los diarios *Expreso* y *Extra*, por ejemplo, fueron expropiados en marzo de 1970 y entregados a sus trabajadores. Y se esperaba que lo mismo ocurriera con los grandes diarios, cuyos propietarios estaban ya en confrontación directa con el gobierno. Los rumores se confirmaron cuando en la madrugada del 27 de julio de 1974 la policía tomó por asalto los locales de los diarios para convertir en coherente un misterioso “Plan Inca” que nadie conocía y que fue divulgado oficialmente luego del mensaje presidencial del 28 de julio, cuando la prensa había sido ya expropiada en concordancia con sus planteamientos.

En la parte referida a libertad de prensa, el proyecto decía:

#### Situación:

En el país no existe libertad de prensa sino libertad de empresa. Los órganos de prensa están en manos de familias y grupos de poder. Se recorta, silencia o destaca la información de acuerdo a los intereses de los dueños de los órganos de prensa. Se atenta impunemente contra la moral y contra el honor de las personas e instituciones. Se permite que extranjeros tengan la propiedad y gestión de órganos de prensa.

#### Objetivo:

1. Una prensa auténticamente libre, que garantice a todos los peruanos la expresión de sus ideas, respetando el honor de las personas y la moral pública.

2. Los órganos de prensa estarán exclusivamente en poder de organizaciones representativas de la nueva sociedad.

Acciones:

1. Peruanizar la prensa.
2. Asegurar la responsable y libre expresión de las ideas.
3. Garantizar el respeto a las personas e instituciones.
4. Promover la formación y perfeccionamiento de periodistas con nueva mentalidad.
5. Poner los órganos de prensa en manos de las organizaciones representativas de la nueva sociedad.<sup>63</sup>

Se nombraron directores provisionales y al día siguiente se conoció cuál sería el destino de las empresas que según un nuevo estatuto de prensa debían ser “medios de expresión pertenecientes a las entidades representativas de los sectores organizados de la población de la nueva sociedad”. El decreto de expropiación dispuso lo siguiente. *El Comercio* (Empresa Editora El Comercio S. A., de la familia Miró Quesada) quedaba en manos de las organizaciones campesinas, tales como cooperativas, federaciones, ligas agrarias u otras similares. *La Prensa* (La Prensa S. A., de Pedro Beltrán) se destinaba a las comunidades laborales (industriales), pesqueras, mineras, etc., incluyendo a los empresarios en calidad de “comuneros”. *Correo* (Empresa Periodística Nacional S. A., de Luis Banchemo Rossi), para las organizaciones profesionales y culturales. En este caso, *Correo* sería para los profesionales (abogados, ingenieros, médi-

---

<sup>63</sup> El Plan Inca fue publicado el 29 de julio de 1974 en todos los diarios de circulación nacional.

cos, etc.) y el diario *Ojo* (el matutino tabloide sensacionalista del mismo dueño) para los intelectuales (escritores, etc.). *Última Hora* (Empresa Editora Lima, de Pedro Beltrán a través de un testaferro), para las organizaciones de servicios: cooperativas, mutuales, bancos, casas de comercio, transportistas. Por último, *Expreso* y *Extra* (Editora Nacional S. A., de Manuel Ulloa Elías), para organizaciones educativas, como universidades, comunidades educativas conformadas por docentes, padres de familia, alumnos.

Uno de los artículos expropiatorios decía:

Los diarios de distribución nacional, además de las funciones generales de todo órgano de prensa, servirán de canales de expresión de las aspiraciones, necesidades, apreciaciones, críticas y puntos de vista del respectivo sector y de las entidades u organismos que la integran. En ellos deberán tener cabida, en actitud pluralista y dialogante, los enfoques ideológicos que encuadren dentro de los parámetros de la Revolución Peruana.

A partir de entonces se le llamaría “prensa parametrada”.

### ***El fracaso del proyecto y la devolución de los medios***

Las dificultades de los militares fueron enormes para poner en marcha su proyecto, que se había apresurado, estaba mal planificado y desconocía todo lo concerniente a las empresas periodísticas —desde la administración hasta los contenidos. Pese a la bue-

na voluntad de quienes acompañaban a la reforma de los medios, el público en general lo rechazó y las ventas comenzaron a descender.

Justo al año de la expropiación, cuando ni siquiera se había iniciado este proceso, es decir, el pago a los dueños, y tampoco los “sectores organizados” manejaban las empresas, el general Velasco fue removido de la Presidencia y reemplazado por el general Remigio Morales Bermúdez, en lo que se llamó la “segunda fase de la revolución”. Era agosto de 1975.

Con este cambio, muchos proyectos se detuvieron, entre ellos el referido a los medios. El nuevo gobierno fue aun más duro que el anterior, clausuró publicaciones y deportó a decenas de periodistas de oposición de diferentes opciones políticas. Morales Bermúdez anunció entonces su “Plan Tupac Amaru”, al que pocos consideraron en serio. Finalmente, los militares convocaron a elecciones para elegir una Asamblea Constituyente que fue instalada en 1979 y que promulgó una nueva Constitución. Luego hubo elecciones generales que fueron ganadas por Fernando Belaúnde, el mismo que fue derrocado en 1968. La primera decisión de Belaúnde al recibir la banda presidencial el 28 de julio de 1980 fue decretar la devolución de los medios de información expropiados a sus antiguos propietarios, cerrándose así una etapa azarosa de la historia del periodismo en el Perú.

## **El Nuevo Periodismo**

En el desarrollo del periodismo destacó, en la década del sesenta, la presencia de otra propuesta para el lector de prensa escrita, que a pesar de no ser tan nueva

como se decía, fue nombrada “Nuevo Periodismo”. En síntesis, podríamos describirla como el género periodístico que apela a las armas narrativas de la literatura para contar hechos reales, es decir, sin apartarse de lo que llamaron “no-ficción”.

Se ha señalado como punto de partida del Nuevo Periodismo al texto de Truman Capote *A sangre fría*, publicado en 1966, que relata el asesinato de una familia en un lejano pueblo de los Estados Unidos. Salió a la luz en cuatro capítulos en *The New Yorker* y causó sensación en el mundo periodístico y literario porque propuso el uso activo del principio de verosimilitud, contando el suceso tal como debió ocurrir en realidad. Capote ha sido consagrado por la crítica como el maestro indiscutible del género.

Un especialista norteamericano señala que hay que distinguir tres categorías en el Nuevo Periodismo: primero, la prensa *underground*; luego, los libros o ensayos de periodistas; y finalmente, los cambios en los medios que involucran “nuevas y marcadamente distintas maneras de relatar y comentar los sucesos que les interesan”.<sup>64</sup>

Otro importante periodista/escritor es Tom Wolfe, que escribió:

[...] al comenzar los años sesenta un nuevo y curioso concepto había comenzado a invadir los confines de la esfera profesional del reportaje. Este descubrimiento, modesto al principio, humilde, de hecho respetuoso podríamos decir, consistiría en hacer posible un periodismo que [...] se leyera igual que una novela.<sup>65</sup>

---

<sup>64</sup> Michael Johnson 1975: 20.

<sup>65</sup> Tom Wolfe 1981: 18.

Luego se sumarían otros nombres a esta corriente, como Norman Mailer o Gay Talese, ambos autores de crónicas memorables.

Con esta definición, que podríamos llamar el marco teórico elemental, se hallaron en todas partes textos periodísticos que encajaban perfectamente con los postulados básicos. En el caso del Perú, para solo citar un ejemplo, tuvimos en Abraham Valdelomar el mejor ejemplo, pues sus crónicas, entrevistas y reportajes en general elevaron lo que podía ser un simple relato noticioso a una categoría literaria, hasta el punto de no saberse con certeza si lo descrito era ficción o no.

A partir de aquellos años sesenta, repetimos, el género tuvo fortuna y gustó tanto que fue cultivado con mayor interés por los periodistas y, sobre todo, por los editores de diarios que antes lo dejaban para las revistas.

En América Latina fue decisiva la influencia del gran escritor Gabriel García Márquez, que combinó su actividad periodística con la novela y que propuso la formación de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, destinada precisamente a fomentar esta renovada forma de expresión.<sup>66</sup>

Entre las revistas que más han destacado por la publicación de estas crónicas de nuevo tipo están *Gatopardo*, la más conocida y de mayor circulación, fundada en Colombia en el año 2000, y *Etiqueta Negra*, de Perú, que reúne a las mejores firmas nacionales.

Otras revistas del mismo género son *El Malpensante* de México, *Piquí* de Brasil, *La Mano* de Argentina y *The Clinic* de Chile.

---

<sup>66</sup> Véase: <<http://www.fnpi.org/>>.

## El periodismo de investigación

“Todo periodismo tiene que ser investigador por definición”, dijo Gabriel García Márquez a *El Tiempo* de Bogotá en diciembre de 1995, cuando le preguntaron si podía hablarse de un nuevo género llamado “periodismo de investigación”. El interés se debía a que, efectivamente, desde hace dos décadas se viene resaltando que el buen periodismo debe llevar la investigación a niveles más destacados de la práctica periodística, con el fin de ofrecer mejores productos a lectores que parecen emigrar hacia otros medios. El colombiano Gerardo Reyes, uno de los más reputados investigadores de América Latina, propuso una buena definición operativa de este tipo de periodismo:

Es la reportería que se realiza a través de la iniciativa y el trabajo del periodista, sobre asuntos de importancia que algunas personas u organizaciones desean mantener en secreto. Los tres elementos básicos son: que la investigación sea el trabajo de un reportero, no un informe sobre una investigación hecha por alguien más; que el tema de la información trate algo de razonable importancia para el lector o televidente, y que haya quienes se empeñen en esconder esos asuntos al público.<sup>67</sup>

Los historiadores del periodismo norteamericano mencionan a Henry Demarest como el fundador de la especialidad, pues en 1880 publicó series de artículos sobre la corrupción en varias revistas. También citan a la célebre Nellie Bly contratada por Joseph

---

<sup>67</sup> Gerardo Reyes 1996.

Pulitzer para investigar las condiciones de los enfermos en el manicomio de Nueva York. Esta intrépida reportera simuló sufrir de demencia y obtuvo testimonios dramáticos que causaron sensación en el *New York World* en 1881.

Desde entonces, el periodismo buscó constantemente temas para investigar y logró grandes éxitos, en particular en el tema de los grandes monopolios y en el de la política. Esto llevó a que el presidente Roosevelt llamara a los periodistas de investigación *muckrakers* o escarbadores de estiércol, denuesto que todavía se utiliza.

La especialidad cobró nueva vigencia en la década del setenta y tuvo su máxima expresión en el caso Watergate, cuando en el complejo de edificios de ese nombre, en Washington, la policía sorprendió a un grupo de funcionarios del Partido Republicano intentando revisar documentos del Partido Demócrata. Era en aquel tiempo presidente Richard Nixon.

Los periodistas del *Washington Post* Carl Bernstein y Bob Woodward iniciaron entonces una investigación ayudados por un informante misterioso al que llamaron "Garganta Profunda". Dos años después, en 1974, Nixon, que era responsable directo del espionaje, renunció a la Presidencia de los Estados Unidos.

La investigación ha quedado registrada como paradigmática debido a su efecto ciertamente espectacular y a una magnífica crónica de Nuevo Periodismo publicada por los periodistas citados y que se llamó "Todos los hombres del Presidente".

En Europa destaca el gran periodista alemán Gunter Wallraff que usa el método de disfrazarse para introducirse en empresas o medios conflictivos y que lue-

go publica sus notas en el *Bild Zeitung*. Se cita con frecuencia su investigación "Cabeza de turco", que reveló las dramáticas vicisitudes de los emigrantes de Turquía.

### ***La investigación periodística en América Latina***

La investigación periodística ha alcanzado altos niveles en América Latina, incluyendo al Perú, especialmente a partir de la década del ochenta en que se restableció la democracia representativa en algunos países. Antes, sin embargo, hubo ya casos notables de investigación, como la "Operación masacre", del famoso periodista argentino Rodolfo Walsh, nota publicada en 1957, o "¿Quién mató a Rosendo?", en 1969. Más adelante destacarán en Argentina los trabajos de Horacio Verbitsky.

En el Perú la especialidad tiene antecedentes antiguos pero recién en 1990 se creó la unidad de investigación en el diario *La República*, bajo la dirección de Ángel Páez, siguiéndole después otros diarios como *El Comercio*. Actualmente casi todos los diarios y noticieros de televisión mantienen a pequeños equipos que se dedican a la investigación, publicando o divulgando resultados que impactan especialmente en la política.

Los periodistas de investigación más citados en la actualidad son Gustavo Gorriti, Ricardo Uceda, Ángel Páez, Efraín Rúa, Edmundo Cruz, Julia Urrunaga y Pablo O'Brien (autor de un texto sobre la especialidad). Entre las investigaciones más notables está la dirigida por Gustavo Gorriti en 1985 para la revista *Caretas* sobre narcotráfico y llamada "Caso Villa Coca".

También la que realizaron Ricardo Uceda, José Arrieta y Edmundo Cruz para la revista *Sí* en 1992, que reveló y probó que un escuadrón militar (el “Grupo Colina”) había asesinado a un grupo de alumnos de la Universidad La Cantuta.

## **Resumen**

Hemos revisado en este capítulo algunos elementos del intenso debate que se planteó entre los países que estaban a favor del libre flujo de información y los que planteaban regulaciones para resolver el problema del desequilibrio informativo entre el Norte y el Sur, una discusión que se hizo en el seno de la UNESCO y que provocó la salida de los Estados Unidos de ese organismo. Por otro lado, en ese contexto los “países no alineados” insistieron en construir un gran sistema informativo paralelo al tradicional.

En ese escenario, se produjo en el Perú el golpe militar de 1968, que hizo una serie de reformas que incluyeron a los medios masivos de información, entre ellas la expropiación de la radio y la televisión en 1971 y de los diarios de circulación nacional en 1974. El proyecto fracasó y los medios fueron devueltos a sus antiguos propietarios en 1980.

Se ha visto también cómo han surgido importantes cambios en la prensa, popularizándose el Nuevo Periodismo, que difundió la crónica de “no ficción” y que tuvo a Truman Capote como su gran exponente, y el periodismo de investigación, que se dedica en general a denunciar la corrupción.

## 13. La invención de Internet

La cadena de satélites de comunicación que circundan la Tierra a más de 30 mil km, y que hoy forman parte absoluta de la cultura humana, fue producto de la poderosa imaginación de un novelista de ciencia ficción y del trabajo de muchos ingenieros que desarrollaron cohetes de enorme potencia y complicados satélites artificiales para la comunicación. Gracias a ellos nació Internet, el asombroso invento del siglo XX.

Arthur Clarke, un científico y escritor inglés, fue quien en 1945 publicó el artículo “Extra-terrestrial relays”, en el que planteó la idea de construir pequeños satélites en órbita que pudiesen servir como receptores y transmisores de información. Cohetes de fuerza suficiente debían llevarlos justo al límite en que la gravedad de la Tierra no pudiese ya atraerlos, y quedarían allí rotando en dirección opuesta a la rotación del planeta.

En los años cincuenta se desató la carrera por el espacio entre las potencias dominantes. Fue la Unión Soviética la primera en lanzar en 1957 su satélite Sputnik, que luego fue seguido por el norteamericano Vanguard. Continuarán después una larga serie de adelantos que culminarán en hazañas de astro-

nautas (o “cosmonautas”, como decían los rusos), que llegarán incluso a la Luna.

Para el nacimiento de las comunicaciones vía satélite fue necesario inventar la manera de conectar las nuevas computadoras que se modernizaban gracias a los transistores (1947) y los “chips” (1964) con las redes telefónicas. Así nació el modulador-demulador —el “módem”—, que se desarrolló en la década de 1950 en los Estados Unidos. Primero fue de uso militar, pero después se haría comercial con una modesta velocidad inicial de solo 300 bit/s.

Con la posibilidad de unir a varias computadoras a través del teléfono, nació un proyecto académico llamado Arpanet —que conectó a cuatro universidades de los Estados Unidos. Pocos años después ya se definían las reglas de transferencia de archivos, FTP, etc., y crecía el número de computadoras enlazadas hasta formar una verdadera red.<sup>68</sup>

Finalmente, hacia 1980 comenzó a usarse el término “Internet” que tiene como base que una computadora que forma parte de una red conectada puede comunicarse con cualquier otra de cualquier parte del mundo, siempre que esté ligada a Internet. Esta relación se hace posible solo si manejan los mismos códigos, lo que expertos llaman el “conjunto de protocolos”.

¿Quién organizó y maneja ahora Internet?<sup>69</sup> Internet es considerado un recurso común global y aparentemente pertenece a todos. Pero hay un necesario consejo de administración y por eso nació el ICANN

<sup>68</sup> “Internet cumple 40 años”. En Perú21, 30 de octubre de 2009, p. 13.

<sup>69</sup> Existe abundante información sobre Internet tanto en libros especializados como “en línea”. En nuestra bibliografía general damos algunos títulos de referencia para quienes deseen ampliar datos sobre el tema.

(Internet Corporation for Assigned Names and Numbers o Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números), creado el 18 de septiembre de 1998. El ICANN depende de forma indirecta del Departamento de Comercio de Estados Unidos, aunque en su gobierno participan expertos de muchos países. Su función es la gestión del sistema DNS, el equivalente a los distritos postales de Internet, la asignación de dominios, etc.

## **El periodismo en Internet**

Citemos a Joyanes para una definición:

Es el medio o soporte de información en el que reside o se ejecuta el software de una PC y dentro del cual fluyen las comunicaciones electrónicas. Es un espacio de “información virtual” [...] es invisible pero existe dentro de toda la vida, son sistemas electrónicos interconectados, conectados entre sí por satélite, enlaces de microondas y sin cables, cable eléctrico y fibra óptica.<sup>70</sup>

Brindamos la cita porque se ha discutido mucho sobre cómo llamar al nuevo medio. Se usan términos como, “periodismo digital”, “periodismo en línea”, “periodismo electrónico”, “cibermedios”, “ciberperiodismo”, etc., sin llegar a un acuerdo. La denominación es entonces arbitraria y puede adoptarse la que convenga. O como nosotros, indistintamente. Curiosamente fue otro literato, William Gibson, el que creó el término “ciberespacio” en una de sus novelas. Como todas las innovaciones, Internet tuvo una serie

---

<sup>70</sup> Luis Joyanes 1997: 124.

de mejoras y pronto llamó la atención de las empresas periodísticas. En 1980, por ejemplo, la gran agencia de noticias Associated Press comenzó a pasar despachos a once diarios a través de la empresa CompuServe, un sistema que abandonó cuando nuevos avances tecnológicos le permitieron instalar su propia red.

El primero de julio de 1980, el diario *Columbus Dispatch* puso su edición impresa en línea, siendo así el pionero en los Estados Unidos. Rápidamente le siguieron otros diarios tan importantes como el *Washington Post* o el *New York Times*, que vieron en la creciente red una nueva manera de promocionarse y explorar el probable negocio.

En 1991 nacieron nuevas herramientas, como Gopher en los Estados Unidos y sobre todo la famosa World Wide Web, la WWW del suizo Tim Berner Lee. Siguieron los “navegadores” Mosaico o Netscape, que facilitaron el uso de la red para transmitir información.

Pronto fue evidente que Internet no era una novedad pasajera y que su crecimiento era verdaderamente explosivo. En pocos años la venta de computadoras personales equipadas con programas y modems para ingresar a Internet subió en cifras que nadie había imaginado. En 1995 se contabilizó diez millones de computadoras enlazadas a Internet, cifra que ha crecido hasta cerca de 1,700 millones de usuarios en la actualidad.<sup>71</sup>

Es probable que el periodismo haya sufrido la misma conmoción que padeció la prensa escrita ante la presencia de la radio, el invento de los años veinte del siglo pasado, que se creyó podría ser su fin. Lo

---

<sup>71</sup> Véase: <<http://www.exitosexportador.com/stats.htm>>.

mismo sucedió con la radio, cuando la televisión de los años cincuenta le arrebató la atención en el hogar. Ambos medios creyeron que su destino era la desaparición. Sin embargo, aprendieron a convivir, pues eran ofertas distintas: texto, sonido, imágenes. Internet, en cambio, ofrece esa combinación en un solo artefacto, haciendo que el periodismo se haya visto obligado a cambiar en pocos años y agregándose como un medio masivo de información a los llamados tradicionales.

### **El ciberperiodismo en el Perú**

Internet llegó al Perú en 1991 por medio de una asociación llamada Red Científica Peruana (RCP) y con fines académicos, pues sus socios iniciales fueron universidades (como La Católica). La RCP hizo la primera conexión satelital a Internet y ofreció, entre otros, servicios de correo electrónico. Fue promotora también de las populares cabinas públicas de Internet que hoy llegan casi a cuarenta mil en todo el país. Su primer cliente periodístico fue *Caretas*, que en su edición 1345 de enero de 1995 anunció que inauguraba su dirección virtual (<http://www.rcp.net.pe/CARETAS>), diciendo en su editorial que:

[...] de esta manera *Caretas* se convierte en el primer medio periodístico peruano, si acaso no el primero en Latinoamérica, que participa del World Wide Web [...] [que es] una red de banco de datos, textos, fotografía y hasta video (multimedia) a la que se accede únicamente a través de la línea telefónica y un MODEM, y donde hay de todo, como en botica.

Le siguió el diario *La República* el 15 de setiembre de 1995. Su editor, Roberto Ochoa, recuerda: “Fuimos los primeros en incorporar la informática al periodismo [...] y también fuimos el primer diario que empezó a surcar el mundo por las autopistas de la información”.<sup>72</sup> El diario oficial *El Peruano* hizo lo propio el 28 de julio de ese año con el mensaje a la nación del presidente Fujimori.

El 15 de enero de 1997 el diario *El Comercio* anunció a toda página que ofrecía a sus lectores la flamante <http://www.elcomerciooperu.com.pe> con la edición impresa completa pero actualizándola a lo largo del día: “El diario *El Comercio* inicia hoy una nueva etapa [...] al lanzar al ciberespacio su edición electrónica, un website diseñado y pensado especialmente para los usuarios de Internet tanto del Perú como del extranjero”.<sup>73</sup>

En provincias, el primero en usar Internet fue *El Tiempo* de Piura, que puso en línea su edición a partir del 15 de agosto de 1997. Añadiremos que el primero de noviembre de 1996 se había inaugurado el primer diario digital, *La Encuesta*, que mostraba las primeras páginas de los diarios limeños.

La radio llegó a la Red mediante la Internet Talk Radio en 1994, y en el Perú fue Radio Programas del Perú (RPP) la primera estación en “salir al aire” en 1997.

Hoy, más de diez años después de las experiencias pioneras citadas, casi todos los medios de información peruanos —prensa escrita, radio o televisión—,

<sup>72</sup> Una ventana al mundo. En “Dale un vistazo a la evolución”. Suplemento Especial. *La República*, agosto 2004.

<sup>73</sup> “El Comercio llega a Internet”. En *PC WORLD Perú*, 15 de enero de 1997.

están en Internet, sumándose a la multitud de medios de otros países —la mayoría del mundo— que ofrecen informaciones a los usuarios de la Red, calificada como el más grande invento del siglo XX.

En un estudio realizado en el 2002, Zeta de Pozo divide al periodismo peruano “en línea” en dos campos bien diferenciados: los propiamente *on-line*, elaborados por una redacción especializada e independiente de la empresa; y los que colocan sencillamente los textos utilizados en una edición. Ya se abandonan las viejas ediciones facsimilares originales encaminándose, añade la autora, “hacia la convergencia de medios o la multimedialidad”.<sup>74</sup> Las ediciones “en línea” que se actualizan de manera constante han debido alterar las antiguas prácticas de producción noticiosa, desde el acopio de novedades dignas de ser difundidas (“noticias”) hasta la narrativa, es decir, la manera de contarlas y presentarlas. Un medio en línea completo —sea dependiente de un medio o creado solo para la Red— debe ofrecer a la vez textos, sonidos e imágenes (“videos”) convirtiéndose en multimedia.

Otro de los efectos importantes del flamante ciberperiodismo es la adopción de un código, una verdadera jerga del oficio, que proviene mayormente de voces del inglés y que se ha impuesto en el medio. Los periodistas deben acostumbrarse a “acceder”, “escanear”, “bloguear”, “postear” e incluso “interne-tear”.

---

<sup>74</sup> Rosa Zeta de Pozo, “Opciones interactivas en el periodismo digital peruano”. En Sala de prensa. En: <<http://www.saladeprensa.org/art404.htm>>. Consultado el: 27/09/09.

## Las páginas web y los blogs

La revolución periodística en Internet comienza realmente con las páginas web, que van desde páginas personales hasta páginas periodísticas formales y que deben pagar por el llamado “dominio”. Son más elaboradas que los blogs y especializadas.

Se distinguen hasta cinco generaciones en su desarrollo:

1. Nacen en 1993 con Mosaico, que mostraba solamente textos y pocas imágenes, de uso mayormente académico.
2. Usan ya Internet Explorer o Netscape Navigator, con imágenes de fondo, ofrecen una lista o menú, y mejores soluciones y definiciones de color.
3. Se orientan hacia los diseñadores y ya venden productos, servicios o información.
4. Se destinan a todo tipo de usuario, con un uso amplio de multimedia.
5. Surgen páginas de estaciones de televisión y televisión directa *on line*.<sup>75</sup>

En cuanto a los blogs, sabemos que el primero de la historia fue creado nada menos que por Tim Berners Lee, el inventor de la World Wide Web: se llamó “What’s new in ‘92”. Por otro lado, el primero en usar el término “weblog” fue Jorn Berger en “Wisdom” en 1997.<sup>76</sup>

---

<sup>75</sup> Para más información remitimos al lector a: <[http://es.wikipedia.org/wiki/Paginas\\_web](http://es.wikipedia.org/wiki/Paginas_web)>.

<sup>76</sup> Javier Leiva Aguilera s/f.

La palabra es inventada y es una combinación de “web” y “log”, diario o bitácora de los navegantes. Poco tiempo después, el vocablo se acortó y la nueva propuesta de colocar textos personales en Internet pasó a llamarse simplemente “blog”, con tanta fortuna que nacieron los términos “bloguero” para el propietario y el verbo “bloguear”, entre otros.

Su definición es sencilla: publicación virtual generalmente sin periodicidad, que recoge textos personales, de contenido e intención variables, sostenidos por una sola persona, aunque pueden ser varias. Los textos se archivan en orden cronológico y pueden ser consultados por cualquier lector, pues una vez que se ponen en línea están expuestos a aquel casi inabarcable espacio público llamado ahora “blogósfera”.

Cuando aparecieron y crecieron de manera extraordinaria, parecían destinados a la colocación de cuestiones personales, de tal manera que cualquiera podía exponer opiniones, contar hechos, comentarlos, colocar sus fotografías, etc. Pero han evolucionado y al lado de los blogs personales o íntimos están los especializados en información de todo tipo, incluida la periodística alternativa.

Un aspecto importante de los blogs es que están pre-diseñados por “sitios de alojamiento” gratuitos en sus versiones básicas (Blogger y Wordpress son los más conocidos), para que permitan comentarios que pueden ser admitidos o rechazados por el propietario, es decir, editados.

Aunque las estadísticas sobre el tema son poco confiables, se calcula que hay unos 80 millones de blogs en todo el mundo, aunque debe considerarse que hay un alto porcentaje de abandono.

En el Perú, según Perublogs.com, había en el 2009 unos 7 mil blogs y cada día se registraban de 10 a 15 nuevos. Esto, dice una información, “permite a una persona común y corriente no solo informarse sino expresarse sobre el tema que quiera de una manera que jamás encontró en los medios de comunicación tradicionales”.<sup>77</sup>

Esta característica de propuesta —decir lo que no se puede decir en los medios de comunicación tradicionales— ha dado una gran popularidad a muchos blogs realizados incluso por periodistas profesionales que satisfacen necesidades de expresión, de hacer planteamientos que no son admitidos en los medios donde trabajan, ya sea por cuestiones técnicas o de línea editorial.

Los medios de Lima más importantes, como *El Comercio*, *La República* o Radio Programas del Perú (RPP), ofrecen o mantienen blogs para sus periodistas en sus ediciones en línea. Algunas veces estos blogs han captado mayor atención que la información formal de carácter considerada relevante.

## **Un nuevo periodismo**

Hacia 1980, el periodista norteamericano Dan Gillmor planteó desde el diario *San José Mercury News* un nuevo tipo de periodismo que llamó “participativo” porque, según dijo, había que cambiar la “audiencia” por “participantes”, es decir, lograr que la práctica periodística se confíe más en el público, dándole un mayor protagonismo.

Propuso también una clasificación: “Periodismo

---

<sup>77</sup> Claudio Chaparro 2009.

1.0”, aquel que pasa de los contenidos tradicionales al ciberespacio; “Periodismo 2.0”, el que crea contenido para la Red y hace uso de interactividad y multimedia; y “Periodismo 3.0”, que es su propuesta por hacer “que cualquier persona cumpla con el papel de periodista sin necesidad de formar parte de un periódico. Desde un blog, una persona que presencia un hecho puede publicar la información, subir videos y fotos”.<sup>78</sup>

Se encuentra abundantes referencias a una página web (*site*) de noticias de Corea del Sur llamada “OhMyNews”, que alega basar su estructura informativa en nada menos que cuarenta mil lectores-periodistas en todo el mundo, que envían datos que medio centenar de profesionales revisan, jerarquizan y envían a la edición que se actualiza de manera constante e ininterrumpida.<sup>79</sup> Los japoneses tienen una versión parecida en JanJan y el ejemplo fue seguido por diarios como el norteamericano *The Dallas Morning News*, que es compuesto íntegramente por ciudadanos y que como muchos otros está en el espacio alternativo llamado *citizen journalism*.

En suma, el periodismo ciudadano es el que posibilita la participación pública en el proceso de producción informativa y, por tanto, puede llegar a formar corrientes poderosas de opinión pública.

El diario limeño *El Comercio* hizo en mayo del 2006 un llamado a realizar esta práctica con el título “El Comercio abre sus puertas al periodismo ciudadano”, inaugurando una página web titulada “Sea

---

<sup>78</sup> Wikipedia, la enciclopedia libre. Dan Gillmor. En: <[http://es.wikipedia.org/wiki/Dan\\_Gillmor](http://es.wikipedia.org/wiki/Dan_Gillmor)>. Consultado el: 18/07/09.

<sup>79</sup> Recomendamos verlo en: <<http://english.ohmynews.com/>>.

nuestro periodista ciudadano”, que recibió una acogida inmediata.<sup>80</sup>

Citemos finalmente a un especialista:

Es difícil determinar cuántas personas consideran medios de comunicación en línea páginas de Internet no vinculadas a ningún medio tradicional, pero que cubren una demanda informativa no satisfecha por los medios. Esta realidad que osa retar el statu quo mediático recibe el nombre de periodismo participativo o periodismo ciudadano. Este nuevo paradigma también se denomina bajo diversos términos: periodismo cívico o periodismo social, si bien este último concepto se emplea para definir un periodismo que asume su responsabilidad en los procesos sociales, que reflexiona sobre su papel en el devenir social y que se preocupa por la búsqueda de soluciones.<sup>81</sup>

Todo el periodismo en sus expresiones que ahora llamamos “tradicionales” —es decir, prensa, radio y televisión— observa con inquietud creciente el nuevo soporte “virtual” que efectivamente lo supera ampliamente en posibilidades técnicas y crea especialidades no imaginadas hace pocos años. Lo mismo sucede con las instituciones formadoras de periodistas, que deben acompasar sus planes de estudio a las nuevas realidades que plantea Internet y cuyo desarrollo futuro es, como sucedió en el pasado con muchos otros inventos, absolutamente impredecible.

---

<sup>80</sup> Véase: <<http://periodismopublicoamlat.blogspot.com/>>.

<sup>81</sup> Koldobika Meso Ayerdi 2005.

## Resumen

Las nuevas tecnologías capaces de colocar satélites artificiales mediante poderosos cohetes han sido decisivas para el desarrollo de las modernas telecomunicaciones. En paralelo, gracias a inventos como el transistor y el “chip” se han desarrollado las nuevas computadoras. Fue gracias al “módem” que las PC pudieron ser conectadas entre sí, dando origen a la futura Red que se llamará “Internet”.

La expansión de la Red ha sido realmente explosiva y ha alcanzado al periodismo tradicional, considerándose ya que Internet debiera ser incorporado al grupo de los medios masivos. Casi todos los diarios y estaciones de radio y de televisión importantes mantienen actualmente versiones “en línea” de sus productos.

## 14. ¿Hacia una sociedad de la información?

Una revisión del flujo de noticias que circula en los medios informativos mundiales en el Sur, nos demostrará que nada, o muy poco, ha sido alterado desde los días del debate sobre el reclamo de un nuevo orden informativo mundial. El periodismo, por lo menos en el caso peruano, ha reducido al mínimo la información sobre lo que pasa en el mundo, resaltándose que no hay cambios sustanciales en las condiciones de desequilibrio noticioso, pese a las nuevas tecnologías.

Se ha opuesto a esta mirada crítica el concepto o solución que plantearía la “sociedad de la información”, pero este nuevo escenario tiene que ver más con la promoción de las telecomunicaciones que con la calidad de la información misma.

El distinguido investigador Raúl Trejo distingue algunas características de esta sociedad:<sup>82</sup>

- *Exuberancia*: disponemos de una apabullante y diversa cantidad de datos.
- *Omnipresencia*: los nuevos instrumentos de información, o al menos sus contenidos, los encontramos por doquier, forman parte del es-

---

<sup>82</sup> Es una síntesis nuestra de las propuestas del autor. Raúl Trejo Alabarte s/f.

cenario público contemporáneo (*son* en buena medida dicho escenario) y también de nuestra vida privada.

- *Irradiación*: la sociedad de la información también se distingue por la distancia hoy prácticamente ilimitada que alcanza el intercambio de mensajes. Las barreras geográficas se difuminan; las distancias físicas se vuelven relativas al menos en comparación con el pasado reciente.
- *Velocidad*: la comunicación, salvo fallas técnicas, se ha vuelto instantánea.
- *Multilateralidad/Centralidad*: las capacidades técnicas de la comunicación contemporánea permiten que recibamos información de todas partes, aunque lo más frecuente es que la mayor parte de la información que circula por el mundo surja de unos cuantos sitios.
- *Interactividad/Unilateralidad*: a diferencia de la comunicación convencional (como la que ofrecen la televisión y la radio tradicionales), los nuevos instrumentos para propagar información permiten que sus usuarios sean no solo consumidores, sino además productores de sus propios mensajes. En Internet podemos conocer contenidos de toda índole y, junto con ello, contribuir nosotros mismos a incrementar el caudal de datos disponible en la red de redes.
- *Desigualdad*: la sociedad de la información ofrece tal abundancia de contenidos y tantas posibilidades para la educación y el intercambio entre la gente de todo el mundo, que casi

siempre es vista como remedio a las muchas carencias que padece la humanidad.

- *Heterogeneidad*: en los medios contemporáneos, y particularmente en Internet, se duplican —y multiplican— actitudes, opiniones, pensamientos y circunstancias que están presentes en nuestras sociedades.
- *Desorientación*: la enorme y creciente cantidad de información a la que podemos tener acceso no solo es oportunidad de desarrollo social y personal, sino también desorientación.
- *Ciudadanía pasiva*: la dispersión y abundancia de mensajes, la preponderancia de los contenidos de carácter comercial (particularmente propagados por los grandes consorcios mediáticos) y la ausencia de capacitación y reflexión suficientes sobre estos temas, suelen aunarse para que en la sociedad de la información, el consumo prevalezca sobre la creatividad y el intercambio mercantil sea más frecuente que el intercambio de conocimientos.

No hay consenso respecto de los presuntos beneficios de esta sociedad de la información, pero su promoción ha llegado a las Naciones Unidas, organismo que a través de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), alentó la realización de dos cumbres especializadas, en Ginebra (2003) y en Túnez (2005). Durante ambas reuniones, se organizaron cumbres paralelas de oposición al énfasis comercial que efectivamente predominó en ellas, particularmente en la última.

## La presencia de Internet

Ahora estamos en compañía de Internet, este formidable artilugio de comunicación que parecería ser el instrumento por el cual las cosas deberían comenzar a cambiar. Los exégetas de la “red de redes” insisten en que no habrá límites a su desarrollo, a sus posibilidades, y que finalmente la democracia digital llegará por añadidura.

No se puede ni se debe ignorar las extraordinarias posibilidades de Internet; esto está fuera de discusión. Lo que altera la predicción es la comprobación de que el escenario en que se desarrolla Internet es contrario a las ideas de democratización que parece conllevar, si es que por participación se entiende, para decirlo en una frase, “Internet para todos”. El acceso a las líneas telefónica está limitado tanto por su ausencia en varios lugares como por el precio, lo que está generando un verdadero sistema de exclusión de grandes mayorías. Somos testigos aquí, desde el Tercer Mundo, de la acelerada carrera hacia la concentración de las empresas de comunicaciones. No tenemos ya duda de que un puñado de corporaciones y magnates domina el mercado de la industria de los medios en el ámbito mundial.

Acostumbrados a las cifras en las que solo somos parte del mercado, no nos impresionamos ya demasiado por el tremendo desequilibrio que tiene como consecuencia inmediata el traslado masivo de capitales del Sur al Norte, y como producto, las grandes ganancias. Estas enormes corporaciones tienen que ver con la telefonía, con la televisión por cable, con los satélites, con las empresas locales operadoras,

con la publicidad; en síntesis, con la fabricación del entretenimiento en general. Y de paso, con la información.

Las consecuencias son obvias: las corporaciones que combinen telecomunicaciones y computación serán las de mayor crecimiento y poder en próximos años. Esto significa algún sesgo en el tema que nos ocupa y preocupa: el de las informaciones. Las noticias son solo una parte del paquete que incluye productoras y distribuidoras de películas, de libros, estaciones de radio, de televisión, empresas de cable, revistas, diarios.

### **Las limitaciones de Internet**

Uno de los alegatos más frecuentes en pro de la globalización mundial, entendida en este caso como la posibilidad de enlace con cualquier parte del mundo de satélites de comunicación, es que no existirán ya barreras para las noticias: todos podrán todo. El viejo sueño democrático del libre flujo hecho realidad.

Los medios globales permitirían así:

- Llevar los detalles de un evento a cualquier parte del mundo, al mismo tiempo (se cita como ejemplo los ataques norteamericanos en Irak, los dramáticos sucesos de la plaza Tiananmen, la caída del muro de Berlín, la batalla de Sarajevo, el ataque a las Torres en Nueva York y tantos otros eventos que fueron efectivamente captados y transmitidos en “vivo y en directo”, en tiempo real).

- Que los servicios de las grandes empresas informativas puedan ser adquiridos en cualquier parte (los de CNN, BBC World TV, etc.).
- La formación de empresas locales, en cualquier parte del mundo, con participación de las grandes “global media”.
- La distribución universal de programas de televisión.

Como defensa de las críticas que se hacen al sistema de cultura/noticias, se alega que Internet podría ser la herramienta tecnológica “igualadora”, la que hará posible que se desvanezcan las aprensiones sobre un futuro pesadamente homogeneizado en nombre de la frase “darle al público lo que quiere”.

Internet tiene la limitación de la necesidad de una computadora ligada a una línea telefónica, dos requisitos negados a la mayor parte de nuestros países. Y cuando se ingresa por fin —quizá a través de una universidad nacional o de una cabina pública de bajo precio—, nos encontramos con que la mayor parte de la información está en inglés, no menos de un 89%. El resto está repartido entre alemán, francés, italiano. Poco más del 2% está a disposición en nuestro idioma. Este predominio del idioma inglés supone a la vez que los textos están relacionados con puntos de vista académicos, gubernamentales y empresariales de los países del Norte, en especial los Estados Unidos. No debemos esperar por tanto mucha amplitud de criterio para tratar temas determinados. En cuanto a las noticias, a la información factual, Internet tiene innegables virtudes de rapidez y de capacidad de almacenamiento de datos realmente formidables. Es verdad

que hoy pueden consultarse millares de periódicos llamados *on-line* o “electrónicos”, y es cierto también que prácticamente cualquiera de nosotros puede confeccionar su diario *on-line* y lanzarse a la corriente vía Google, Hotmail u otros para competir en igualdad de condiciones con cualquier gigante.

Internet, sin embargo, no parece ser todavía una alternativa a los medios masivos de comunicación, en parte porque la popularidad de sus versiones electrónicas aún depende de su versión original y es desconocida para el gran público. Otro grave problema es que la inversión publicitaria todavía es mínima, incluso en “sitios” cuyas cifras de visitas son espectaculares, y los empresarios siguen confiando en los soportes antiguos.

Hasta ahora, además, las únicas propuestas de negocio viables por medio de Internet parecen ser la venta de libros y los abonos a lugares de información pornográfica, para lo cual se requiere de tarjetas de crédito ligadas a la banca norteamericana. Una exigencia que pocos pueden cumplir.

En síntesis, Internet parece ser todavía en lo que respecta a la información un excelente prospecto para los años venideros, pero desigual, si la tendencia se acentúa y si la información sigue viniendo del Norte en la proporción y calidad que hoy comprobamos. Se reconoce, sin embargo, que Internet puede constituir “la columna vertebral del proyecto” de la sociedad de la información.

## **El crecimiento de Internet**

Las cifras sobre el uso de Internet en el ámbito mun-

dial han crecido de manera espectacular en los últimos diez años. Una tecnología más barata y accesible a los sectores medios y bajos, el uso de los gobiernos y de las empresas, su creciente papel en el periodismo y, en general, su popularidad, son factores que podrían explicar por qué el número de usuarios aumentó entre los años 2000 y 2010 en un 446%.<sup>83</sup>

Los países que lideran la lista de usuarios en el ámbito mundial son China, que con más de mil trescientos millones de habitantes registra 420 millones de usuarios (31.6%), siguiéndolo en número Estados Unidos, con casi 240 millones, pero con una penetración de 77.3%, es decir, mucho mayor que el gigante asiático pues tiene una población de 310 millones. Siguen en la lista países o populosos o desarrollados, como Japón, India, Brasil, Alemania, Rusia, Reino Unido, Francia y, sorprendentemente, Nigeria.

En América del Sur la lista es presidida por Brasil, el país de mayor población del subcontinente, con 75 millones de usuarios, un 48.5% de la población. Le siguen Argentina (17%), Colombia (13%) y Venezuela (5.9%).

El Perú es el siguiente. Con casi treinta millones de habitantes, registra un poco más de 8 millones de usuarios y un crecimiento del 223% en la decena de años registrados. Casi al final de la lista figura Bolivia, pero se advierte que su crecimiento pasa del 800%.

Por último, la estadística muestra que Guayana tuvo el crecimiento más notable, porque pasó de 3 mil usuarios en el año 2000 a 220 mil en el 2010, lo que significa un 7,233%.

---

<sup>83</sup> Éxito exportador. Todo el Internet a su alcance". En: <<http://www.exitoexportador.com/stats.ht>>. Consultado el: 30/11/10.

## Las alternativas informativas

Se debe tener en cuenta que cuando en foros internacionales tan importantes como las Naciones Unidas se libraban las grandes batallas que al final culminarían con la derrota de los que pedían el nuevo orden mundial de la información y la comunicación (NOMIC), había otra instancia de subversión que ha tenido al final, más relevancia. Nos referimos a la llamada “comunicación alternativa”, que en términos simples es aquella que surge cuando una comunidad constata que sus deseos, intereses, etc., no son reflejados de manera cabal en los medios masivos de información, y decide emprender el camino del medio propio.

Hubo en la década del ochenta una discusión sobre si dicha comunicación debía ser llamada “alternativa” o “popular”, para distinguir conceptos. La primera sería la que desarrolla actividades de manera paralela al sistema; la segunda es la que debería suplantarse al sistema de manera revolucionaria.

Es obvio que fue la primera vía, la “alternativa”, la que surgió como respuesta al abrumador poderío del sistema transnacional de comunicaciones que, como se sabe, abarca no solo agencias de noticias sino también agencias de publicidad, bancos de datos, programas de radio y televisión, películas, revistas, radiofotos, libros, revistas de historietas. En suma, todo lo que conforma la moderna industria cultural. Hace también unos 25 años que fue definida y aceptada la presencia académica de esta comunicación alternativa que se abrió un camino propio a la sombra del poder mediático internacional y sin que apa-

rentemente lo inquietara debido a sus supuestas debilidades.

Son probablemente centenares las experiencias que podrían citarse como modelos de respuesta a la mercantilización de la información; son además bien conocidas la mayoría de ellas. Nos limitaremos por tanto a citar tres que nos parecen ejemplares: la radio comunitaria; la cadena de noticias Al Yazira; y la cadena de televisión Telesur.

Estas tres experiencias tienen en común —aparte de la condición de “alternativas” en cuanto a contenidos distintos en la medida en que persiguen intereses colectivos diferentes— que han inaugurado sistemas propios de distribución de mensajes que, por estar ligados a la lógica comercial del sistema, no pueden ser rechazados.

La alternatividad, como se sabe, debe estar basada en lo posible en propuestas colectivas de propiedad, lo que hará posible la participación social en el tratamiento del mensaje. Los nuevos medios pueden, por supuesto, aceptar fuentes financieras comunitarias, de fundaciones, organizaciones no gubernamentales, etc., con la condición de no admitir limitaciones de expresión. Finalmente, el sistema de distribución puede asumir las nuevas tecnologías, pero sin dejar en manos de los editores comerciales la difusión de los mensajes.

### ***La radio comunitaria***

La radio es el principal medio de difusión masiva y ha logrado un espacio propio tanto en las horas de ocio en el hogar como en la educación a distancia.

La información radial es indispensable en la mayor parte del planeta por ser la radio el medio más barato y accesible (no requiere alfabetización) y porque prácticamente no conoce fronteras. Ninguna otra información puede equipararse a la radio.<sup>84</sup>

La radio tiene sin embargo poco valor comercial, exceptuando las grandes cadenas, y por eso probablemente los imperios mediáticos mundiales no le habían prestado mayor atención. Hacemos la salvedad de las cadenas de propaganda, como las que manejan los Estados Unidos.

¿Qué es una radio comunitaria? Citamos a Eduardo Bertoni, de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, que en su informe anual del 2002 dijo:

Las radios llamadas comunitarias, educativas, participativas, rurales, insurgentes, interactivas, alternativas y ciudadanas, son, en muchos casos, y cuando actúan en el marco de la legalidad, las que ocupan los espacios que dejan los medios masivos; se erigen como medios que canalizan la expresión donde los integrantes del sector pobre suelen tener mayores oportunidades de acceso y participación en relación con las posibilidades que pudieran tener en los medios tradicionales.<sup>85</sup>

La creación de estas emisoras alcanzó tal difusión, que se fundó la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), estableciendo un perfil particular para este tipo de emisoras como comprometidas en

<sup>84</sup> Nadie conoce la cifra exacta de radioemisoras en América Latina y el Caribe, aunque se calcula que oscila entre treinta o cuarenta mil, sumando las que tienen licencia y las informales o ilegales.

<sup>85</sup> Citado por Carlos Gómez Valero en "Radios comunitarias". En Etcétera@-una ventana del mundo de los medios. En: <<http://www.etcetera.commx/page44ne34.asp>>. Consultado el: 14/08/08.

profundidad con la comunidad a la que sirven. Pese a presiones de diverso tipo que ponen trabas a su crecimiento (limitaciones severas a la potencia), la radio comunitaria avanza hacia convertirse en un gran sistema de información alternativa.

En el Perú, esta radio tiene gran importancia en el interior. Sus problemas con las autoridades son frecuentes. A mediados del 2009 destacó el rol de La Voz de Bagua, que informó de manera independiente sobre los dramáticos sucesos en que perdieron la vida campesinos amazónicos y policías. En represalia, el gobierno canceló la licencia de la emisora.

### ***Al Yazira y TeleSur***

Por otro lado, la agencia de noticias árabe Al Yazira fue creada y promovida en 1999 como un esfuerzo por contrarrestar el dominio occidental del mercado de noticias. Fue posible gracias a una enorme inversión del emir de Qatar. La popularidad que alcanzó debido al creciente protagonismo mundial de los países árabes, hizo que los Estados Unidos añadieran a su aparato de propaganda la agencia Al Hurra en el 2004, que se unió a Radio Sawa, fundada dos años antes.

En el ámbito latinoamericano se registra varios intentos de fundar cadenas noticiosas regionales. Televisa de México lanzó ECO, que fue suspendida en 1991. En 1994, las agencias Reuter, Artear de Argentina, Antena 3 de España y Telemundo crearon Telenoticias, con transmisiones de 24 horas al estilo de la CNN, pero que fue luego vendida a la CBS y se instaló en Miami, desvirtuándose su intención latinoamericanista.

El último intento es TeleSur, un canal de televisión de alcance regional inaugurado en julio del 2005 con la participación de Venezuela, Uruguay, Argentina y Cuba. Esta cadena ha sido acusada de servir a los intereses del gobierno del presidente Hugo Chávez, pero ha logrado colocarse entre las cadenas de televisión por cable y es actualmente una visión distinta de la que ofrecen otros medios masivos.

### **El sistema informativo peruano**

Nuestro sistema informativo es relativamente fácil de describir: fuerte centralismo; opción por las preferencias de los sectores populares mayoritarios con énfasis en el entretenimiento en el sector audiovisual; consumo amplio de los productos de la industria cultural del Norte; y la adopción en general de un modelo de propiedad y control liberal, sin las regulaciones elementales que son normales en países vecinos. En suma, el sistema informativo peruano se rige por la lógica del mercado.

### ***La prensa escrita***

El periodismo impreso en papel no es ajeno a la crisis que lo afecta en todo el mundo, debido en parte a la gran crisis económica, la preferencia por la televisión, la entrada de Internet al escenario noticioso, etc. Pese a ello, en Lima se pueden adquirir 22 diarios de diverso nivel mientras que en muchas ciudades de provincia no hay ni siquiera uno y se depende de las ediciones regionales de las cadenas basadas en la capital. Debe considerarse que esta cifra de una

veintena de publicaciones no refleja necesariamente el mismo número de opiniones, pues la mayoría pertenece a uno de los cuatro grupos siguientes:

1. *Grupo El Comercio*: es de propiedad de la familia Miró Quesada y lo encabeza el diario considerado “de referencia”, fundado en 1839. Posee además los diarios *Perú21*, *Trome*, *Gestión* (de negocios) y  *Depor*. También la revista *Somos* y otras especializadas. Fundó el Canal N, de noticias por cable, y controla el canal de señal abierta América Televisión.<sup>86</sup> *El Comercio* edita una versión regional desde Chiclayo.
2. *Grupo La República*: también de referencia, de propiedad de la familia Mohme, tiene las ediciones regionales Sur y Norte. Edita además *El Popular*, sensacionalista, y *Líbero*, deportivo. Es accionista minoritario de Canal 4.
3. *Grupo Correo*: pertenece a la familia Agois, heredera del magnate Luis Banchemo. Edita *Ojo*, *Ajá* (sensacionalista), *Bocón* (deportivo) y *Correo* (que tiene versiones en Ica, Huánuco, Huancayo, Arequipa, Ayacucho, Chiclayo, Chimbote, Cusco, Piura, Puno, Tacna, Trujillo y Tumbes).
4. *Grupo Montecristo*: es controlado por la familia Wolfenson y edita *La Razón*, *El Chino* (sensacionalista extremo), *El Men* y *TodoSport*.

---

<sup>86</sup> Recomendamos visitar: <<http://www.grupoelcomercio.com.pe/>>.

Otros diarios son *Expreso* y *Extra*, de propiedad de la familia García Miró; *La Primera*, que tiene versiones en provincias y pertenece a Martín Belaúnde; *Diario16*, de Juan Carlos Tafur; el estatal *El Peruano*; y algunos más que circulan solo de lunes a viernes, como *La Nación*, *El País*, *Sol de Oro*, y otros de poca relevancia.

Veamos la lectoría total de diarios en Lima según información de la Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública (CPI). Las cifras pertenecen al estudio realizado en los meses de marzo y abril del 2009.

<b>Orden</b>	<b>Diario</b>	<b>Rating</b>
1	<i>Trome</i>	44.1
2	<i>El Comercio</i>	23.2
3	<i>Ojo</i>	21.0
4	<i>Peru21</i>	10.2
5	<i>Ajá</i>	10.1
6	<i>Correo</i>	9.8
7	<i>El Popular</i>	6.9
8	<i>El Bocón</i>	6.2
9	<i>Líbero</i>	5.1
10	<i>La República</i>	4.8
11	<i>La Razón</i>	3.4
12	<i>La Primera</i>	3.1
13	<i>Extra</i>	2.6
14	<i>El Men</i>	2.5
15	<i>Todo Sport</i>	2.4
16	<i>El Chino</i>	2.2
17	<i>Expreso</i>	1.9
18	<i>Gestión</i>	0.5
19	Otros diarios	1.1

Respecto de las revistas nacionales, la oferta es amplia y variada. En temas políticos y económicos, figuran *Poder*, *Así d'Claro*, *Q'Pasó Perú*, *Justo Medio*. Para el sector femenino, *Va*, *Cosas*, *Caras*, *Miradas*, *Luna*, *Gisela*, *Para Ti*. Para hombres, *Cosas Hombre*, *Fausto*.

Para otros sectores están *Para Teens*, *Voces*, *Orgullo del Perú*, *Kuska*, *Automás*, *Ruedas y Tuercas*, *El Mundo del Automóvil*, *Mundo Tuerca*, *Parabrisas*, *América Economía*, *Perú Económico*, *Somos Empresa*, *Viajeros*, *Rumbos*, *Aprendamos a Jugar*, *Novias*, *Cásate y Punto*, *Arkinka*, *Peru Top Lawyer*, *Magali TeVe*, *De-domedio*. La revista de mayor venta y prestigio sigue siendo el semanario *Caretas*.

Para lectores más diferenciados están la reconocida *Etiqueta Negra*, *Le Monde Diplomatique*, *Ideéle y Quehacer* (que ha pasado a ser semestral).

Existe además un número indeterminado de semanarios de bajo precio dedicados a la salud o de gremios distintos, y un par simplemente pornográficos.

### ***Las cadenas radiales***

La radiodifusión peruana, como hemos visto en el capítulo correspondiente, pasó abruptamente de la prosperidad a la crisis a principios de la década del sesenta, cuando la televisión inició un crecimiento casi explosivo. El fenómeno, común a la mayoría de los países, provocó el abandono de los formatos que preferían los programas de entretenimiento en transmisión directa desde los estudios, para pasar a las llamadas "cajas de música". Esto significó drásticas

reducciones de personal y en general un cambio, que resultó definitivo, en los hábitos de consumo y sobre todo una reducción dramática de la inversión publicitaria —que se desvió casi completamente hacia la televisión.

La crisis económica no significó, sin embargo, el abandono de la radio como el principal medio de comunicación masiva del país. Lo sigue siendo hasta hoy. En los años setenta, entonces, luego de la recomposición y la certeza de la batalla perdida frente a la televisión, la radio inauguró nuevos roles de entretenimiento a base de música, distinguiéndose ya con nitidez el estilo y finalidad de las emisoras en las bandas de AM Y FM. La primera dirigida a públicos populares, masivos, y la segunda buscando espacio entre los sectores medio y alto.

Esta característica se ha mantenido en la capital y las ciudades principales en lo que respecta a las emisoras comerciales. En la banda que va de los 500 kc a los 1,590 kc se concentran emisoras de baja calidad que sobreviven vendiendo alguna publicidad, pero sobre todo espacios completos de una o más horas. Esto ha hecho posible que en casi todo el país esta banda sea la favorita de grupos confesionales que ya incursionan en la otra, la de FM, y de la llamada música vernacular o andina, que no gusta a los sectores citados medios y altos.

¿Cuántas emisoras de radio hay en el Perú? El Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones registra en el ámbito nacional 185 en la banda de AM y 712 en la de FM, es decir, un total de 899 emisoras de radio. Pero esta cifra es poco confiable pues las nuevas tecnologías y la falta de control han hecho posible

la proliferación de radios sin licencia, de tal manera que es probable que el número se triplique.

Son pocas las emisoras independientes. La mayoría pertenece o depende de cadenas que reúnen a veces más de un centenar, como es el caso de la Corporación Radial del Perú (Radio Mar) con 128; el Grupo Lainez (Radio A) con 60; Radio Programas del Perú (RPP) con 66; Radio Panamericana (Panamericana) con 57; Radio Nacional del Perú (que es la más antigua y pertenece al Instituto de Radio y Televisión) con 37 emisoras; y Corporación Radial Karibeña con 60.

La tabla de mayor sintonía de Lima, actualizada a setiembre del 2009, es la siguiente, siempre según la citada CPI:

<b>Orden</b>	<b>Emisoras AM</b>	<b>Orden</b>	<b>Emisoras FM</b>
1	Inca	1	Telestereo
2	Oriente	2	Felicidad
3	María	3	RPP
4	Cora	4	CPN
5	Ovación	5	San Borja
6	Del Pacífico	6	OKEY
7	La Inolvidable	7	Studio 92
8	R-700	8	Ritmo Romántica
9	RPP	9	La Inolvidable
10	Radiomar Plus	10	La Mega
11	Victoria	11	La Karibeña

### ***La televisión, la favorita***

La televisión es el medio favorito de los peruanos, tanto para enterarse de las noticias como para el

entretenimiento. Una encuesta del Instituto de Opinión Pública lo reiteró en octubre del 2009:<sup>87</sup>

Pregunta 2: ¿A través de qué medio se informa usted?

<b>RESPUESTAS</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>No precisa</b>	<b>Total %</b>
La televisión	94	6	1	100
Los periódicos	82	18	1	100
La radio	72	47	1	100
La Internet	47	49	4	100

Las licencias de televisión en Lima fueron concedidas, recordemos, a los dueños de las emisoras de radio. Pero a lo largo de los años fueron cambiando de manos ya sea por venta simple o por querellas judiciales.

Hoy la lista es la siguiente: Canal 2, Baruch Ivcher; Canal 4, Grupo El Comercio; Canal 5, familia Schutz; Canal 7, el Estado; Canal 9, Ángel Gonzáles y familia Vera; Canal 11, Ricardo Belmont; Canal 13, Genaro Delgado. Los canales 3 y 6 han sido adjudicados a la empresa Telefónica.

La televisión por cable fue instalada en Lima en 1989 por TeleCable, pero en la actualidad la empresa dominante es Cable Mágico, de la Telefónica del Perú. Hay otras empresas que proveen el servicio, como Cable Express, la cadena Sur-Perú y la relativamente reciente DirecTV, que instala pequeñas antenas parabólicas a sus clientes.

---

<sup>87</sup> Recomendamos ver los resultados de la encuesta completa en: <[http://www.pucp.edu.pe/iop/files/sondeo\\_46.pdf](http://www.pucp.edu.pe/iop/files/sondeo_46.pdf)>.

## Resumen

Hemos revisado y discutido los conceptos de la llamada “sociedad de la información”, que parece encontrar en Internet su mejor soporte, por lo que se discute si sus beneficios dependen todavía en gran medida de las conexiones telefónicas, de la democratización de las telecomunicaciones.

Se ha dedicado un mayor espacio a exponer los efectos de Internet, que parece estar cambiando las viejas rutinas del periodismo y condenando a la desaparición a la prensa de papel. Esto último, sin embargo, parece todavía lejano. Si bien el sistema informativo mundial sigue siendo dominado por las antiguas agencias de noticias del Norte, han surgido alternativas informativas importantes tanto en el ámbito local (las radios comunitarias) como en el internacional (el canal árabe Al Jazira o el sudamericano TeleSur). Por último, se ha pasado revista también al sistema informativo nacional, describiendo la propiedad de la prensa escrita, la radio y la televisión.

## Bibliografía

ALARCO, Eugenio

“El ‘Mercurio Peruano’ (1791-1795)”. En *La Prensa*, 28 de junio de 1971: 21.

ALEGRÍA, Alonso

1993 *O. A. X. Crónica de la radio en el Perú (1925-1990)*. Lima: Radioprogramas Editores.

ALBERT, Pierre

1970 *Histoire de la presse*. París: Presses Universitaires de France.

ALOV, Guennadi

1986 “Agresión en antena”. Agencia Novosti.

AMAR, Pierre-Jean

2005 *El fotoperiodismo*. Buenos Aires: La Marca.

ARRAMBIDE CRUZ, Víctor

2006 *El verdadero origen. La historia del diario oficial El Peruano (1825-1827)*. Lima: Editora Perú.

BENITO, Ángel (dir.)

1991 *Diccionario de ciencias y técnicas de la comunicación*. Madrid: Ediciones Paulinas.

- BERNSTEIN, Carl y Bob WOODWARD  
1974 *Todos los hombres del Presidente*. Bogotá: Editorial Oveja Negra.
- BOHERE, G.  
1985 *Profesión: periodista. Un estudio de los periodistas como trabajadores*. Ginebra: OIT.
- BONILLA AMADO, Jorge  
1955 *Jerga del hampa*. Lima: Editorial Nuevos Rumbos.
- CARRILLO, Sonia Luz  
1990 *Diálogo entre los pueblos. Nuevo orden internacional de la información*. Lima.
- CHARDON, Paul  
1989 "Le télégraphe aérien français sous la Révolution". En *FranceTelecomo69*, París, julio.
- BURNS GLYNN, William  
2002 *Codificación de quipus*. Lima: Banco Central de Reserva del Perú; Universidad Alas Peruanas.
- BUSTAMANTE, Emilio  
S/f. "Los primeros veinte años de la radio en el Perú". En: <<http://www.ulima.edu.pe/Revistas/contratexto/v3/pdf/art11.pdf>>. Consultado el 17/10/09.
- BUZEK, Anthony  
1964 *Prensa e ideología*. Madrid: Ediciones Marymar.
- CARNERO CHECA, Genaro  
1973 *Hacia un periodismo libre en patria libre*. Lima: Ediciones siglo XX.

COTLER, Julio

2004 *Clases, Estado y nación en el Perú*. En Manrique, Nelson, *Enciclopedia temática del Perú*. Tomo VII. Lima: Sociedad Editora El Comercio.

CHAPARRO, Claudio

2009 “La revolución del blog”. En *La República*, 8 de septiembre.

DAHL, Svend

1972 *Historia del libro*. Madrid: Alianza Editorial.

DAVID, Dary

1970 *Manual de noticias radiofónicas*. México: Editorial Diana.

DEGREGORI, Carlos Iván

1984 “Huayno, chicha: el nuevo rostro de la música peruana”. En *Cultura Popular* 13/14. Lima: Celadec.

DURANDIN, Guy

1995 *La información, la desinformación y la realidad*. Barcelona: Ediciones Paidós.

FERNÁNDEZ, José Abel

1995 *Grabadores en el Perú. Bosquejo histórico 1574-1950*. Lima.

GARCÍA NIETO, María del Carmen

1975 “Prensa diaria española de 1895 a 1910”. En *Prensa y sociedad en España (1820-1936)*. Madrid: Edicusa.

GARGUREVICH, Juan

1972 *Mito y verdad de los diarios de Lima*. Lima: Labor.  
1987 *Prensa, radio y TV. Historia crítica*. Lima: Editorial Horizonte.

1992a *Historia de la prensa peruana 1594-1990*. Lima: Ediciones La Voz.

1992b *Radio Martí. Historia de una batalla entre Cuba y los EE.UU.* Lima: La Voz Ediciones.

1995 *La Peruvian Broadcasting C. Historia de la radio (I)*. Lima: La Voz Ediciones

2002a *La prensa sensacionalista en el Perú*. Lima: Fondo Editorial PUCP.

2002b *La comunicación imposible*. Lima: Fondo Editorial de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. En: <<http://sisbib.unmsm.edu.pe/BibVirtual/bibvirtual.asp>>.

2003 *Los periodistas. Historia del gremio en el Perú*. Lima: Asociación Nacional de Periodistas del Perú.

GIOVANNINI, Giovanni

1987 *Del pedernal al silicio. Historia de los medios de comunicación masiva*. Buenos Aires: Eudeba.

GRIJALVA SOTO, Félix

1998 "Periodismo sensacionalista, amarillo, chicha o pacharaco". En *La República*, 11 de mayo.

HERRERA CORNEJO, Andrés

2001 *La Lima de Eugene Courret 1863-1934*. Lima: Gráfica Novecientos Seis.

HILDEBRANDT, Martha

1969 *Peruanismos*. Lima: Moncloa-Campodónico Asociados.

HOHENBERG, John

1964 *The great reporters and their times*. Columbia University Press.

HURTADO SUÁREZ, Wilfredo  
1995 *Chicha peruana - Música de los nuevos migrantes*. Lima: ECO.

JOCHAMOWITZ, Luis  
1998 *Memorias del aire. 40 años de televisión en el Perú*. Lima: América Televisión.

JOHNSON L., Michael  
1975 *El nuevo periodismo*. Buenos Aires: Ediciones Troquel.

JOYANES, Luis  
1997 *Cibersociedad. Los retos sociales ante un nuevo mundo digital*. Madrid: McGraw-Hill.

LEIVA AGUILERA, Javier  
S/f. "Blogs: una herramienta para profesionales de la información". En: <<http://www.javierleiva.info>>. Consultado el 25/08/08.

LEMAGNY, Jean Claude y André ROUILLE  
1988 *Historia de la fotografía*. Barcelona: Editorial Martínez Roca.

LENIN, Vladimir Illich  
1975 *La información de clase*. Moscú: Editorial Progreso.

LÓPEZ, Óscar Luis  
1981 *La radio en Cuba*. La Habana: Editorial Letras Cubanas.

LÓPEZ SORIA, José Ignacio  
1972. *Ideología económica del Mercurio Peruano*. Lima: Comisión Nacional del Sesquicentenario de la Independencia del Perú.

MACASSI LAVANDER, Sandro

2001 *Prensa amarilla y cultura política en el proceso electoral*. Lima: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.

MATOS MAR, José

1967 *Estudio de las barricadas limeñas*. Lima: UNMSM.

MESO AYERDI, Koldobika

2005 "Periodismo ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística". En *Chasqui* 90. Quito.

MARTINI, Mónica

1995 *Francisco Antonio Cabello y Mesa, un publicista ilustrado de dos mundos (1786-1824)*. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones sobre Identidad Cultural; Universidad del Salvador.

MARTINEZ RIAZA, Ascensión

1985 *La prensa doctrinal en la independencia del Perú*. Madrid: Ediciones de Cultura Hispánica. Instituto de Cooperación Iberoamericana.

Mc ELROY, Keith

1985 *Early Peruvian photography. A critical case study*. Ann Arbor Michigan. Umi Research Press.

MENDOZA MICHILLOT, María et al.

2004 *Opinión pública*. Enciclopedia Temática del Perú.

O'BRIEN, Pablo

2008 *Manual de periodismo de investigación*. Lima: Orbis Ventures.

- OYARCE CRUZ, Jacqueline  
2007 *Orígenes del periodismo radial en el Perú I-Sur*. Lima: Fondo Editorial de la Universidad San Martín de Porres.
- PORRAS BARRENECHEA, Raúl  
1970 *EL periodismo en el Perú*. Lima: Instituto Raúl Porras.
- PRUFER, Guntram  
1964 *Historia de las comunicaciones*. Barcelona: Ediciones Zeus.
- PRETELL LOBATON, Josué  
1987 *Visión histórica de la televisión en el Perú*. Lima.
- REYES, Gerardo  
1996 *Periodismo de investigación*. México: Trillas.
- RODRÍGUEZ DÍAZ, Juan José  
2009 “Cuando no haya noticias, envíen rumores: la prensa norteamericana durante la Guerra del Pacífico”. En *La república de papel. Política e imaginación social en la prensa peruana del siglo XIX*. Lima: Fondo Editorial Universidad de Ciencias y Humanidades.
- RUIZ CARO, Efraín  
1990 *La tercera colonización. El poder de la información en la era tecnológica*. Lima: La Voz Ediciones, Osimandia Editores.
- SCHAFF, Adam  
1974 *Historia y verdad. Ensayo sobre la objetividad del conocimiento histórico*. México: Editorial Grijalbo.
- SCHUDSON, Michael  
1978 *Discovering the news. A social history of American newspapers*. Basic Books.

STEINGBERG, S. H.

1955 *500 años de imprenta*. Barcelona: Ediciones Zeus.

STEVENSON, Robert L. y Donald LEWIS SHAW

1995 *Las noticias internacionales y el nuevo orden en la información mundial*. Buenos Aires: Editorial Mitre.

TEBBEL, John

1967 *Breve historia del periodismo norteamericano*. Barcelona: Montaner y Simon.

THIEROLDT LLANOS, Jorge

2000 “La cultura chicha como un nuevo y desconcertante nosotros”. En *Debates en Sociología* 25. Lima: Facultad de Sociología, Pontificia Universidad Católica del Perú.

TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús

1985 *Del viejo orden informativo. Introducción a la historia de la comunicación, la información y la propaganda en Occidente, desde sus orígenes hasta 1880*. Madrid: Editorial de la Universidad Complutense.

TREJO ALABARTE, Raúl

S/f. “Vivir en la sociedad de la información. Orden global y dimensiones locales en el universo digital”. En: <<http://www.oei.es/revistactsi/numero1/trejo.htm>>. Consultado el 23/07/09.

TUESTA, Sonaly

1995 “La nueva generación chicha. Música fosforescente”. En *El Mundo*, 25 de marzo.

- TUMI GUZMÁN, María Isabel  
1995 “Lenguaje periodístico: recursos y Efectos. Estudio de los titulares de Última Hora”. Tesis para optar el título de licenciatura en ciencias de la información. Piura: Universidad de Piura.
- ULANOVSKY, Carlos (comp.)  
1996 *Días de radio. Historia de la radio argentina*. Buenos Aires: Espasa Calpe.
- VARILLAS MONTENEGRO, Alberto  
2008 *El periodismo en la historia del Perú. Desde sus orígenes hasta 1850*. Lima: Fondo Editorial USMP.
- VASQUEZ MONTALBÁN, Manuel  
1985 *Historia y comunicación social*. Madrid: Alianza Editorial.
- VIVAS SABROSO, Fernando  
2001 *En vivo y en directo. Una historia de la televisión peruana*. Lima: Universidad de Lima.
- WILLIAMS, Raymond (ed.)  
1990 *Historia de la comunicación. Vol. 1. Del lenguaje a la escritura*. Barcelona: Bosch Comunicación.
- WOLFE, Tom  
1981 *El nuevo periodismo*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- YEZERS'KA, Lyudmila  
2008 *Ciberperiodismo en Perú. Análisis de los diarios digitales*. Lima: Universidad de Piura.



## Sobre el autor

Juan Gargurevich Regal

Periodista, Magister en Comunicación y Doctorando en Historia. Es profesor principal del Departamento Académico de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Es especialista en historia de los medios y ha publicado varios libros sobre el tema entre los que encontramos:

- “La Prensa Sensacionalista en el Perú” (PUCP, 2000)
- “La Comunicación Imposible” (UNMSM, 2002)
- “Mario Vargas Llosa reportero a los 15 años” (PUCP 2005)
- “Capturamos a Hawkins, Historia de una noticia del siglo 16” (La Voz, 2010)

Entre los cursos que dicta de manera regular en la universidad está “Historia del Periodismo” en la modalidad virtual, a distancia, y el presente texto forma parte de los materiales de estudio que se proporciona a los estudiantes.

## INTRODUCCIÓN A LA HISTORIA DEL PERIODISMO

SE TERMINÓ DE IMPRIMIR EN LOS TALLERES GRÁFICOS DE

**TAREA ASOCIACIÓN GRÁFICA EDUCATIVA**

PASAJE MARÍA AUXILIADORA 156 - BREÑA

Correo e.: [tareagrafica@tareagrafica.com](mailto:tareagrafica@tareagrafica.com)

Página web: [www.tareagrafica.com](http://www.tareagrafica.com)

TELÉF. 332-3229 FAX: 424-1582

JUNIO 2011 LIMA - PERÚ

Departamento Académico de Comunicaciones  
**Pontificia Universidad Católica del Perú**  
Av. Universitaria 1801, San Miguel, Lima 32 - Perú  
Teléfono: 626 2000 anexo 5438 - 5407

[www.pucp.edu.pe/departamento/comunicaciones](http://www.pucp.edu.pe/departamento/comunicaciones)

ISBN: 978-9972-2932-5-2



9 789972 293252