

Nos habíamos peleado tanto
Alejandro Toledo, la prensa y un largo adiós

Martín Paredes

Uno

Más temprano que tarde, la prensa puso los cinco sentidos sobre el candidato, y luego presidente, Alejandro Toledo. Se fijó en su entorno, en sus amigotes, en su esposa, en su hija negada, en sus «escapadas» al hostel Melody, en sus sobrinos, en su asesor César Almeyda, en sus comilonas en restaurantes de cinco tenedores, en sus derroches de güisqui etiqueta azul, en su hora Cabana y en un largo etcétera. La prensa se regodeaba en los mil y un errores del entonces candidato y después presidente. No le perdonó una. Cómo hacerlo, si el *rating* subía como la espuma al reportar por televisión las lisuras de su hermano Luis un domingo, en horario estelar —con pedrada a reportero más—, o los trajines de sus sobrinísimos, el aumento del sueldo presidencial, las arrugas de su hermana Margarita, los huaicos verbales y las sacadas de lengua de *madame* Karp, las transferencias a la famosa «cuenta de contingencia» bancaria de su sobrino Coqui en la campaña de 2001, la tercamente negada paternidad de Zarái, sus «escapadas» a Punta Sal, sus asesores. El gobierno que se va estuvo lleno de «franeleros», angurrientos de poder, *figuretis*, intrigantes y «conchudos». Una

cohorte de torpes paniaguados, «ponchada» o «ampayada» innumerables veces por las cámaras en situaciones más que embarazosas y, en algunos casos, francamente delictivas. El consuelo tonto llevaría a decir que, por lo menos, nadie se aburría, y la prensa menos que nadie. Lo peor de todo es que nos costó.

Quizá la prensa nunca tuvo, en palacio de gobierno, un personaje tan vulnerable y predispuesto al error o persistente en él.¹ Quizá Toledo carecía de la etiqueta que requiere la institución presidencial —un poco venida a menos como todas las instituciones en el país—y, por eso, lo «ampayaban», con mala leche, cogiendo los cubos de hielo con la mano para mandarlos al fondo de su vaso de güisqui o le tomaban fotografías orinando detrás de un helicóptero. Sería inimaginable semejante imagen de Manuel Prado, Belaunde o, siquiera, García. De Fujimori, sí. Al menos al Fujimori de 1990, ese chinito herméptico y sonriente que aparecía con su tractor y con su castellano mal hablado, con su ternito azul, medias blancas y zapatos negros. Recordemos también a Toledo como el cholo terco de 2000, con su vincha en la frente —etiquetado por la prensa chicha fujimorista como «terruco», agitador, mentiroso y cobarde— enfrentándose al otrora chinito de las medias blancas, implacable profesor de matemáticas, porque, al final de todo, se trata de imágenes. Un tractor, una vincha. Un chino, un cholo. Una yuca, un vaso de güisqui.

¹ Sobre la naturaleza del error autoinducido de Toledo véase BEDOYA, Jaime. «El método Toledo». En *Mal menor*. Lima: Grupo Editorial Norma, 2004, pp. 125-129.

Dos

Montesinos: ¿Acaso el periodista puede hacer lo que esté bien?

Schutz: No, tú agarras a ver si sale algo, tú cuando... si sale algo le dices: no, no, esto no lo sacas. Y es libertad de empresa.

Montesinos: Claro, lógico.

Schutz: A nosotros no van a contarnos cuentos.

Montesinos: Nosotros sabemos...

Audio 1783, «Dr. Schutz», 10 de noviembre de 1999

Recuperada la democracia, la prensa comprada por Fujimori y Montesinos continuaba en manos de sus propietarios, esos mismos que ofertaron sus medios de comunicación como mecanismo de difamación para los opositores del régimen. El desprestigio de esa prensa era más que evidente. Las estructuras y los procedimientos de información eran los mismos: campañas de desinformación y difamación. El ejemplo más notorio fue el episodio televisivo entre Nicolás Lúcar y el presidente del gobierno de transición Valentín Paniagua, un presidente ampliamente reconocido y legitimado. Este increpó a Lúcar por teléfono, desenmascarando la operación de difamación en su contra. Pero con Toledo, el liderazgo político inicial con el que contaba en la campaña electoral fue erosionándose muy rápidamente, y eso dejó en evidencia la precariedad de su partido y la improvisación de sus miembros. Las expectativas eran altas y la decepción ciudadana llegó rápido. Mucho antes, el periodismo había detectado flancos débiles y zonas vulnerables en Toledo. La rápida caída de la aprobación presidencial era solo la constatación de una errática conducción del Ejecutivo. En muchos casos, la prensa se limitaba a dar cuenta de los líos internos del partido de gobierno, de las luchas intestinas

de la bancada de Perú Posible. El desgaste se agudizaba. En agosto de 2001, Toledo contaba con una aprobación cercana al 60 por ciento y su desaprobación solo llegaba al 16 por ciento; en febrero de 2004, solo tenía un 7 por ciento de aprobación y su desaprobación llegaba a un 90 por ciento. Apenas un año después de iniciada su presidencia, los titulares de la prensa rezaban: «¿Podrá Toledo llegar al final de su gobierno?».

Tres

Y ya se sabe: Alejandro Toledo es un sobreviviente de sí mismo. El equilibrista vertiginoso de las estadísticas y de la vacancia. En su fuero interno, seguramente se veía como un incomprendido por los medios, por el país. «El problema era de comunicación», pensaría. No de una conducción política poco acertada. De ahí la insistencia inútil, desde el ejecutivo, de comunicar a la gente los logros de su gobierno. Hasta llegaron a tener un diario propio, llamado *Pura Verdad*, de nullos resultados. Y como *madame* Karp no podía quedarse atrás, en junio de 2004 declaraba: «frente a la incapacidad de ustedes [los periodistas] o su no deseo [sic] de fijarse en los logros de este gobierno, el Estado tiene la obligación de hacer conocer a sus ciudadanos qué es lo que está haciendo. Si los medios no sirven para esto, entonces nosotros serviremos para ello». La medida no es una cualidad que engalane a *madame* Karp, pero lo que reclamaba en aquel momento —más allá de las interpretaciones que hacía el entonces premier Carlos Ferrero para quien todas las tragedias del gobierno eran mediáticas— no era nada nuevo: cada gobierno tiene que lidiar con titulares adversos y todos tuvieron que actuar en función de él.² Se han dedicado quizá miles de metros cuadrados en titular y

² LAUER Mirko. «Buscando mejores títulos». *La República*, 9 de marzo, 2004.

desarrollar innumerables críticas y denuncias —con y sin pruebas verosímiles— a la conducción política del gobierno de Toledo, a su familia y a sus círculos cercanos. Mucho menos tamaño se dedicó a la crítica del modelo económico del mismo gobierno. Al parecer, en eso, prácticamente todos los medios estaban de acuerdo. El que no saltaba era toledista.

La paranoia de la confabulación de periodistas contra el gobierno no fue tal. Lo que sí hubo y hay es una orientación determinada y algunas agendas propias. Algunos dirían que el gobierno se caía solito y que los periodistas solo daban cuenta del estrépito del derrumbe. Pero lo que muy pocos advertían eran las consecuencias políticas de ese derrumbe. Los titulares inflamados de escándalos políticos eran inversamente proporcionales a la información sobre la lucha anticorrupción del fujimorismo. Es que esta no era vendedora y aquella sí que disparaba el *rating*. El ejercicio de la crítica por la prensa llevó, sobre todo a muchos programas periodísticos de televisión, a verter un «frenesí acusatorio»³ de denuncias que lograban un resultado contrario al que se buscaba. En demasiados casos, se hacía pasar como investigación periodística una simple compra de documentos y cintas de audio que se ofertaban a las redacciones como supuestas «primicias». Lo peligroso de esta sensacionalización creciente de las noticias por los medios es —además de ser el resultado de un mercado pequeño para tantos medios— su pérdida de credibilidad y su aporte insano al escándalo *per se*. Muchos de estos escándalos llevaron las noticias de las páginas políticas a las policiales, y noticieros que cubrían generosamente las andanzas de la familia presidencial relegaban o simplemente desechaban de su pauta cualquier noticia negativa a las grandes empresas o altos funcio-

³ «El papel de la prensa consiste en fiscalizar y no en condenar». Entrevista a Enrique Zileri. *El Comercio*, 4 de febrero de 2004.

narios privados. El problema no era informar las tropelías palaciegas; el problema era que *solo* se informaba de ellas y se perdía de vista otros muchos temas más importantes y concernientes a intereses nacionales.

Cuatro

En estos cinco años han desfilado, como en un circo *freak*, una cantidad pocas veces vista y menos reunida, de aventureros lumpenescos de la política. Perú Posible no tuvo el monopolio de la infamia, pero sí fue un socio mayoritario. En muchos casos, la prensa dio cuenta, severamente, de la clase de advenedizos metidos a congresistas y sus canalladas y fechorías de toda laya. ¿La prensa le dio duro al presidente? Sí. Y en muchísimos casos se lo merecía. Y a veces no tanto por el hecho en sí —más menudencias que bifés— sino por la torpeza de la defensa. Se lo merecía también, porque el país necesitaba urgentemente una persona ordenada, austera, respetada y respetable, porque la prensa le perdió el respeto a un presidente sensualizado por el poder, sus fastos y sus apañadores. No inspiró autoridad, ni un poder enérgico, cuando fue necesario hacerlo. Sin darse cuenta había desacralizado, por decirlo de algún modo, la Presidencia y lo había hecho hasta volverla muy terrenal, demasiado humana, profana.

Cinco

Hoy, Alejandro Toledo es feliz. Ríe, canta. A la prensa ya no le importa. Ya no es portada. Ya no vende. Ya fue. Cualquier día de estos, hasta podría decirnos: «¡Malagradecidos!».

Para tener una cabal comprensión de las relaciones entre la prensa peruana y el gobierno de Alejandro Toledo, entrevistamos a tres destacados periodistas, cada uno con una visión particular de los hechos, como corresponde.

Fernando Vivas es un destacado periodista y sociólogo, trabajó en la revista Caretas y actualmente en el diario El Comercio. Ha publicado el libro En vivo y en directo. Una historia de la televisión peruana.

Gustavo Gorriti es un periodista de investigación de amplia experiencia. Producto de su trabajo en temas de subversión en la revista Caretas durante la década del ochenta es su libro Sendero. Historia de la guerra milenaria en el Perú. Fue director adjunto del diario La Prensa de Panamá y codirector del diario La República de Lima. Ha recibido premios como el María Moors Cabot, el premio internacional de periodismo Rey de España y el premio Libertad de Prensa del Committee to Protect Journalists.

José María Salcedo, periodista de reconocida trayectoria, se inicia en el diario La Prensa. Actualmente es una de las voces más importantes de Radio Programas del Perú. Fue reportero de la revista Quehacer y director del Diario de Marka durante su mejor época, así como presidente del directorio de RTP, Canal 7. Conduce un programa de entrevistas por el canal de cable Plus TV. Su último libro publicado es El libro de las sospechas. Una crónica «políticamente incorrecta» del Perú de hoy.

FERNANDO VIVAS

Hay una frase que escribes en *Caretas*, en octubre de 2001: «Estamos ante un gobierno caótico y sensual para la prensa». En términos generales, ¿cómo ha tratado la prensa al gobierno de Toledo?

No se puede entender la relación de la prensa con el gobierno de Toledo sin evocar el trance por la que esta pasó. La prensa tenía que demostrar —la que debía hacerlo— que ahora sí, en libertad de expresión, era una prensa responsable y gobernada nada más que por sí misma. Por otro lado, los que no querían sacar ninguna lección de lo que pasó tenían que demostrar que eran adaptables a cualquier circunstancia (la mejor encarnación de esa actitud es Genaro Delgado Parker, para quien cada gobierno es un reto de adaptabilidad). Durante el gobierno de Toledo, la prensa ha tratado de demostrar que la independencia era su mejor opción y, ya que el gobierno la permitía, había que aprovecharla. Sin embargo, se mantuvo un sector que trató de buscar nuevos entendimientos, con contubernios de cambios de primicias por prebendas, con crítica amañada a cambio de algunos favores judiciales y administrativos, porque desgraciadamente los medios de expresión, en un mercado tan pequeño para tantos, siempre tienen problemas societarios o económicos que los hacen muy vulnerables a la seducción del poder. Pero, para redondear con la expresión que me has citado, tal vez esa frase, que fue una manera de definir al propio Toledo, la utilicé pensando en quien personaliza el gobierno: Toledo es caótico y es sensual, es dionisiaco, le da rienda suelta a sus expansiones placenteras, más que autoritarias. Es más un «conchudo» que un autoritario. Y eso puede haber marcado su relación con la prensa de una manera que sí es interesante. Esta libertad de expresión, sin embargo, ha convivido con un modelo que busca un acercamiento social, sensual, de cóctel, con la prensa. Toledo ha mantenido esta costumbre de relacionarse directamente con los dueños de los medios, invitarlos a viajes, hacer reuniones de las que poco se sabe. Yo mismo como periodista me enteraba porque oía a alguien o a un representante de otro medio, y no de aquel en que yo trabajaba, decir que estuvo en una reunión.

Constantemente había y hay reuniones en las que Toledo y el primer ministro convocaban a dueños y directores para contarles *off the record* cuál era la situación y para ver cómo ellos la entendían y qué sacaban o qué no sacaban. Toledo ha buscado mucho esos encuentros privados, en los que le carga a la prensa la responsabilidad del *off the record* para que ella discierna qué puede decir sin citar fuente.

Toledo ha declarado hace unas semanas que le han hecho un «cargamontón», un «callejón oscuro» en estos últimos cuatro años y medio. ¿Qué piensas de esta afirmación?

Ha sido una dura oposición. Si de algo me lamento respecto a la relación de Toledo con la prensa, es que desgraciadamente no ha habido medios que hicieran de voceros. El propio gobierno intentó tener un medio, *Pura verdad*, pero este no tuvo ningún éxito. Luego intentaron utilizar los canales del Estado, contraviniendo la tendencia de que los medios en poder del Estado sean públicos antes que gubernamentales. Yo confieso que en algún momento pensé que podría ser una salida para equilibrar la desproporción de un gobierno con minoría parlamentaria y con mucha debilidad entre las personas que estaban en altos cargos y en el partido de gobierno; como que para la gobernabilidad hubiera sido bueno que tuvieran canales de comunicación y de defensa de las políticas de Estado. Eso faltó. El gobierno no pudo crear sus propios medios, no pudo hacerse de adherencias entre los medios y no supo utilizar los medios estatales para eso. Y es bueno que no lo haya hecho. En el canal 7 hubo un periodista, un comunicador, que le dijo a Toledo: «Cholo, nadie te apoya. Te apoyo yo», y a Toledo eso le pareció tan importante —y lo entiendo— que le dijo: «Apóyame», pero ese apoyo terminó siendo fatal. Estoy hablando de Ricardo Belmont, cuyo apoyo era muy sensato si se considera el desequilibrio entre los medios críticos de oposición y un gobierno débil, que necesita canales, porque este

siempre se quejó de no poder comunicar bien sus políticas. Así, de pronto, Toledo se encuentra con un viejo zorro de la comunicación y un frustrado político que le dice: «Yo voy a ser tu apoyo». Belmont tenía una relación muy estrecha con Fernando Olivera, que estuvo a favor de ese apoyo, y entonces empieza a apoyarlo pero con un estilo que corresponde a los populismos autoritarios del setenta y antes. Y eso chocó en el canal 7, chocó con la sociedad, chocó con la cultura peruana. Se produjo, así, una crisis de las más graves que ha tenido el gobierno porque Beatriz Merino⁴ dijo: «O la cabeza de Belmont o la mía». Y por unas horas Toledo se empecinó en que Belmont se quedara. Mira la necesidad que sentía el presidente de contar, por lo menos, con un hombro en el que apoyarse. Tanta era esta que pensó que podría prescindir de la Merino. Este episodio es interesante para ver ese desequilibrio del que la prensa es, por su relación con el poder, un protagonista accidental.

Empecemos por la campaña. Toledo venía de una campaña larga, desde 2000 a 2001, primero enfrentándose a Fujimori y luego, en condiciones diametralmente opuestas, a Alan García. ¿Cómo empieza ahí la relación de Toledo con la prensa? Pienso en la denuncia de *Caretas* sobre «el día perdido» del candidato Toledo.

La relación de Toledo con *Caretas* es la natural y democrática relación de los candidatos con la prensa que se da en campaña. *Caretas* apuesta por otro candidato, Alan García, y encuentra muchos puntos vulnerables en Toledo. Se trata de una revista de primicias, de cierto nivel investigativo, y lo que hace es explotar aquellas. Yo trabajaba entonces en *Caretas* y coincidía con las críticas abiertas a Toledo, aunque no con la simpatía —por cierto, muy legítima, coherente y siempre sustentada— por Alan García. En *Caretas* han salido algunas de las

⁴ Primera ministra en ese entonces.

mejores investigaciones contra García. Que hubiera denuncias contra Toledo o García en medios que no se corrompieron bajo Montesinos es natural. Pero hay otra relación de Toledo en campaña con la prensa que no puedo obviar y que no debemos soslayar. Toledo busca un pacto con la prensa que se corrompió bajo Montesinos; busca un pacto con Ernesto Schutz, que le cuesta luego sus primeras grandes crisis, porque Schutz, con anuencia suya, fuga del país. Él busca un pacto en la campaña que más o menos consiste en lo siguiente (voy a figurar el diálogo que pueden haber tenido): Toledo le dice a Schutz, a los Wolfenson —en cada caso a través de distintos operadores políticos como Salomón Lerner Ghitis en el caso de los Wolfenson—: «Yo voy a ganar las elecciones y cuando llegue al poder los voy a “cagar”. Ustedes van a ir a la cárcel, pero si ustedes se portan bien conmigo voy a ver cómo, más o menos, voy a hacerme el bueno, voy a aliviarles las penas». El ministro de Justicia iba a ser Fernando Olivera, estaba todo conversado, garantizado. Esa era la operación Schutz. Ese pacto se da. Luego, como era de esperarse con las lealtades de un presidente como Toledo y de un presidente cualquiera, hay un giro: las licencias se las voy a quitar. Ese plan se frustra y, en parte, aborta. No estoy seguro si el propio Toledo participa en ese plan de aborto, pero lo que sí está confirmado es que el primer ministro,⁵ en un comienzo parte del plan, sí decide participar en su aborto. Es un plan interesante en el que incluso participa Mario Vargas Llosa. Este lo anuncia primero en el programa de Gustavo Gorriti. Allí dice: «A éstos medios deberían quitarles la licencia». Unos días después Toledo lo anuncia públicamente. Y la crisis viene por la respuesta airada de canales que tienen todavía el poder de convocatoria de su público. Federico Anchorena encabeza gremialmente, en la televisión,

⁵ Roberto Dañino, primer presidente del Consejo de Ministros de Toledo.

esta contraofensiva desesperada que pierde frente a Genaro Delgado, un aliado de Toledo. Ahí hay un giro interesante, y ese es otro episodio muy importante de la relación con los medios: el pacto con los corruptos, un pacto que trato de explicar al escribir sobre él, pero del que no digo que sea un pacto abiertamente inmoral. Si el pacto se honraba como tal, hubiera sido terrible, inmoral. Al no honrarlo, ya no fue un pacto, fue una estratagema, una argucia de candidato en campaña.

¿Fue un error del gobierno de Toledo abortar este plan de las licencias?

Siempre es un error plantear algo que no se cumple. Pudo ahorrarse la crisis política que supuso. Exhibir un plan que se aborta es simplemente gastar energías y puntos de aprobación en ese plan. Yo me opuse porque no le veía al gobierno la catadura política como para llevarlo a cabo y veía que podría haber muchos peligros en él, y por razones prácticas, porque analicé cuáles eran los canales en los que se podía aplicar y ya había, en marcha, otras posibilidades democráticas, que no tenían costos políticos, para sacar alguna de esas gentes del mapa de la cultura peruana. A Schutz lo iba a sacar Genaro Delgado, y él era quien debía invertir en su propia estrategia. Genaro tenía mil estratagemas para sacarlo, estratagemas que no pasaban por el gobierno constitucional democrático, ni por una medida tan peligrosa como para minar su carácter democrático. Y en el caso del canal 4 se conocían ya los esfuerzos positivos, desde mi punto de vista, de Mohme y los Miró Quesada por el canal. Si ya había algunos empresarios que iban a dar cuenta de ese caso, ¿para qué diablos suspender licencias? El caso del canal 9 era más complicado porque ahí estaba un extranjero, un testaferro, Ángel Gonzáles. No tenía mucho sentido. Hay otras formas en las que el propio mercado, con otros postores democráticos, podía dar cuenta.

Es cierto que el gobierno le ha dado muchísimos insumos de escándalos a la prensa desde la familia del Presidente, desde la bancada de Perú Posible en el Congreso...

Ésa es la parte caótica, y lo sensual eran los cocteles con etiqueta negra y algunas de las giras de Toledo que, con seguridad, ha viajado más de lo necesario. En muchos de esos viajes, ha llevado a dueños de los medios. Si llevaba a los directores de programas periodísticos, ello tenía algún sentido periodístico en la medida en que estos podían cubrir la noticia. Pero ¿llevar a los dueños? Ese era el lado sensual del gobierno y su encarnación.

¿Pero no crees que de parte de la prensa hubo también un exceso de denuncias?

Antes de exceso de denuncias preferiría hablar de denuncias sin sustento, ya que puede haber denuncias verídicas, probadas y sensatas, en el sentido de que se denuncian abusos de poder y no nimiedades o pequeñas inconductas funcionales. Ha habido denuncias sin sustento y en exceso, eso sí, pero más ha habido de las fundamentadas, y estas encontraban, además, un gobierno que respondía mal a ellas y, de este modo, las hacía crecer. El escándalo es una trasgresión a las normas, pero a veces, cuando no se trata de trasgresiones delictivas, es una trasgresión a normas éticas que ya están casi en desuso. Aquella, la delictiva, es la verdadera trasgresión. El protagonista miente cuando la trasgresión se judicializa. De este modo, la trasgresión secundaria resulta ser más grave. Por ejemplo, el caso de la fábrica de firmas. En realidad, ¿qué gravísimo delito en contra de la ética política y la democracia era buscar una argucia para saltar unas vallas impuestas arteralmente por Fujimori para entorpecer la formalización de otros partidos? Pero el hecho de que un presidente permita que sus operadores políticos se lleven a la testigo del caso fuera del país o, peor aún, que uno de esos operadores vaya a la comisión en la que

se fiscaliza el caso con el casete que demuestra que se le ha pagado a la testigo para cambiar su testimonio es muy torpe. Un presidente que dice: «Voy a recurrir a este operativo mafioso y que se sepa que así me defiendo» es espantoso.

El gobierno de Toledo está plagado de este tipo de cosas. La familia del Presidente es una joya en esos menesteres.

La familia, el entorno partidario y la primera dama.

Por lo menos, la prensa no se ha aburrido con Toledo.

Y Toledo no se ha aburrido con la prensa a lo largo de su quinquenio. Habiendo desistido de tener sus propios medios, sin saber cómo utilizar a su favor los medios del Estado y superado el tema de las licencias, el único medio con el que ha tenido cercanía es con el de Genaro. ¿Cómo defenderse? Hay una estrategia: que los intelectuales critiquen a los medios. No sé si recuerdas cuando Calandria publica unos resultados de una encuesta que decía que los medios contribuían poco o nada a la democracia. Y Hugo Garavito, a la sazón, director de *El Peruano*, utiliza la encuesta y pone como titular en *El Peruano*: «Los medios no contribuyen a la democracia». Eso le cuesta su cabezota, pero ahí se dan cuenta de que es una buena estrategia que los intelectuales se tiren contra los medios. Una temporada después lo logran, y es Willy Gonzáles el operador de una famosa carta que encabezan Javier Pérez de Cuéllar — que no debió firmarla, pues era embajador en Francia— y Mario Vargas Llosa. La carta decía que le estaban dando muy duro al gobierno y que, además, estaban usando a medios que tenían un pasado vergonzoso y que eran poderes fácticos, entre otras afirmaciones. Esta carta me indignó mucho por la ingenuidad de los intelectuales y por cómo habían sido manipulados por el poder en una estrategia. Para este era legítimo tener una estrategia, pero me parecía una vergüenza que muchos de los firmantes no percibieran ello y firmaran. Esa carta es clave. Vargas Llosa se dio cuenta de que firmar esa carta fue una

estupidez. Y es que Toledo tenía una estrategia para utilizar a los intelectuales, a ese grupo que podríamos llamar los cívicos y a algunas organizaciones no gubernamentales, sectores que tienen todo el derecho y sobradas razones para criticar a los medios, pero que, sí lo hacen, por lo menos deben darse cuenta, puesto que tienen la formación académica para percibir el contexto, de que están siendo utilizados por un poder. «La prensa no solo le da más duro de lo que debiera darle a Toledo, sino que impone su agenda», decía la famosa carta. Yo siempre he rechazado esta afirmación. Pienso que no es así, que la agenda la ponemos todos. Pero si en parte lo es, no es solo porque la prensa pueda tener esta vocación de suplantar la voluntad de los actores políticos que deben imponer la agenda, sino porque hay vacíos de poder. A la prensa, hay actores políticos que la empujan. Los intelectuales deberían estar haciendo las proclamas, los debates, y lanzando las grandes ideas; no la prensa. Hay este vacío de poder, estas inhibiciones, por tácticas, estrategias o debilidades propias de los actores políticos que empujan a que la prensa llene un vacío de poder que, en realidad, no llena. Da la ilusión de que lo está llenando. Los titulares se convierten en aparentes propuestas políticas, los llamados «escandaletes» se convierten en noticias políticas. Hay esta ilusión de la prensa llenando ese vacío, pero no lo puede hacer porque la prensa no es poder. Con todo esto no quiero quitarle cuerpo a las críticas de la prensa en tanto periodista sino afirmar que la prensa tiene sus responsabilidades, pero que, en el tema de la agenda puesta o no puesta, hay responsabilidades comunes. Los intelectuales tienen una gran responsabilidad, han debido estar produciendo las ideas que marcaran el debate.

Hay un tema, el de la vacancia presidencial, en el que la sensación es la de un conjunto de actores que confluyen para tomar dicho tema como un «caballito de batalla». Y da

la sensación también de que la prensa se presta para este propósito que tiene muchos intereses detrás y que lo públicamente visible es tener al Presidente con un porcentaje de aprobación de menos de 10 por ciento, acogotado, y darle un mensaje del poder que pueden tener con este tema.

Este tema, en el que puede haber habido un exceso y una abstinencia de muchos actores políticos, lo puedes tomar como ejemplo del análisis que hacía anteriormente. Los actores políticos son los llamados a ejecutar o no una vacancia, o sea, a empujar el vacado. Lanzan la idea, se inhiben y dejan que los medios llenen ese vacío de poder, de consecuencia política, con titulares. También ocurre que los medios simplemente cubren declaraciones, pero no tienen gestos, actos, hechos políticos consecuentes con estas. Entonces, para la población, los titulares reflejan esta extraña actitud que algunos bautizaban como la escopeta de dos cañones en el caso del APRA o como, no se decía pero digamos, el tirar la piedra y esconder la mano en el caso de Rafael Rey. ¿Doble moral? ¿Doble estándar? ¿Neofujimorismo? Llámese como se llame, no hubo una campaña explícita, específica, enérgica, contundente pro vacancia. Pero sí hubo muchas declaraciones que decían: «¡Vacancia!», y luego... tiraban la piedra y escondían la mano. ¿Qué recogen los medios? Recogen esa contradicción. Y desgraciadamente no solo la recogen, acaban personificando, involuntariamente, esa contradicción. Los medios acaban apareciendo como los que piden la vacancia y después no llegan a concluirla, porque había mucha población que quería legítimamente la vacancia. Era algo constitucionalmente válido, que se había dado en muchos países sudamericanos y cuyas consecuencias son ahora terreno de la especulación política. Si pasaba, quizá ahora no estuviéramos discutiendo a Humala.

Quizá se dieron cuenta de que Waisman era peor que Toledo.

¿Se dieron cuenta? Nos damos cuenta. Hay que involucrarnos todos. ¿Dónde está la gran proclama de los intelectuales que merezca un titular? No hay pues. ¿Dónde está el gran libro de análisis de las grandes contradicciones? No lo hay. O lo hay pero con un lustro de diferencia porque el tiempo académico siempre reflexiona cuando ya se están despidiendo los gobiernos. Y la prensa y los lectores necesitan ideas inmediatas. Eso ayudaría a poner la agenda. ¿Dónde está la gran encuesta que tenga los datos que nos vuelvan más lúcidos sobre lo que está pasando en el país y que tenga el valor de un titular? Eso es lo que falta. Pero a falta de eso tenemos Tongo, la cuñadita de Toledo o la vacancia.

A Toledo le faltaron sus intelectuales orgánicos.

Y los intelectuales que pudo cooptar, que siempre los hay y debe haberlos, los utilizó para que lo defiendan de los medios pero no para «pensar país». ¿Quiénes han estado a su lado? Los «culturosos», la Resistencia, Víctor Delfín y algunos psicoanalistas (Max Hernández está en el Acuerdo Nacional, bien por él; Saúl Peña se toledizó y ahora está con Humala, eso está confirmado). Le faltaron medios orgánicos y le faltaron intelectuales orgánicos.

¿Y el caso de Baruch Ivcher y el cheque de 20 millones de soles? ¿Crees que ese hecho lo pinta de cuerpo entero?

Pintar de cuerpo entero a Baruch Ivcher es muy difícil. Eso merece que se sopesen varias cosas. Yo pienso que ahí no hay un horror legal sino un problema de inequidad por parte del gobierno y de inelegancia por parte de Ivcher. No debió insistir tanto en cobrar algo sobre lo que tenía derecho, hubiera cobrado menos, en más armadas, o nada. De hecho, creó una pequeña crisis, que ya esperaba el gobierno. Baruch Ivcher es un personaje clave en la caída de Fujimori; de eso, no tengo la más mínima duda. Ha invertido en eso, y nunca ha sido reconocido, porque luego vino un desencuentro absoluto entre la

personalidad también caótica y sensual de Baruch Ivcher, y el país y Toledo, su amigo, al que su plana periodística empezó a criticar fuertemente. Y toda la relación se agrió tremendamente. Durante este gobierno Ivcher ha mantenido periodistas independientes, que han sido en todo caso más independientes del gobierno que de él. Cecilia Valenzuela es casi una periodista orgánica de Baruch Ivcher, pero ciertamente una periodista de dura oposición. César Hildebrandt era independiente del gobierno y de Ivcher. Y humoristas políticos que le han dado duro al gobierno también. Pero Ivcher no es Genaro Delgado Parker, hay que hacer ese distinguo, o sea, el cheque debe haber costado duras negociaciones, y yo no creo que Toledo haya querido darlo, porque, si Toledo manifestaba que quería darlo, de pronto no pasaba la noche ya que Eliane Karp... [ríe]. En serio, Toledo se habrá cuidado muchísimo de que Eliane no perciba que él había querido pagarle, porque Eliane lo mata. No se puede entender este quinquenio sin esta relación absolutamente explosiva y desquiciada de la pareja presidencial. *La República* hizo un melodrama sobre el tema del cheque. Mi posición fue la siguiente: «Señor Ivcher, mal jugado. A la larga los 20 millones de soles le van a costar más. Podía recuperarlo de otra forma».

¿Cómo viste el humor político en esta época? Los Chistosos también tuvieron hartito material para hacernos reír.

Yo hice un análisis del gobierno de transición con el que Valentín Paniagua estaba de acuerdo, y que tiene que ver con el humor político y su importancia. El gobierno de transición fue un gobierno con un presidente de débil carácter, con muchísimas debilidades, y que solo recibió un respaldo importantísimo: el de Los Chistosos, que le dieron un sobrenombre popular [Chaparrón] que utilizó tarde y mal en la campaña. ¿Sabes que la única entrevista importante que dio Paniagua

fue en un aniversario de Los Chistosos? Y el otro respaldo que tuvo fue accidental, fue la infamia de Lúcar, que Paniagua supo utilizar a su favor, ya que gracias a ella un presidente que todos veíamos que tenía débil carácter demostró, por única vez, que sí podía tener carácter y apareció vociferando por teléfono. Al día siguiente tuvo ese respaldo que necesitan todos los líderes y, por fin, la ciudadanía lo legitimó. Lúcar le hizo el mejor favor que podía hacerle. Ese es el análisis que el propio Paniagua tiene de su gobierno. Volviendo al tema de Los Chistosos, estos adquieren conciencia de su poder y ven que este irrita mucho a Toledo. Eso está comprobado. Toledo le dijo a Anchorena que cómo era posible que Los Chistosos le faltasen el respeto y se cargó contra ellos, para su sorpresa. Y alguna vez conversé con Fernando Armas y Hernán Vidaurre, y estaban muy molestos porque Anchorena les había contado eso, y ellos se sentían traicionados, porque Toledo les decía, en la campaña, «yo respeto tu talento» y después... probablemente era un mensaje en serio a ellos. Y eso marca que Los Chistosos sean a veces virulentos con Toledo.

No hemos hablado de la relación de Eliane Karp y la prensa.

No podría ser buena, porque Eliane Karp insultó a la prensa, entró al terreno de la injuria. Es uno de los episodios más lamentables de este gobierno pero provocado, inducido, por la primera dama. A la prensa no le interesa tanto la primera dama, a la prensa le interesa el poder. No hay una prensa que tenga vocación por las primeras damas sino por el hecho de que ellas tratan de demostrar que son parte insustituible del poder. En cambio, la prensa sí va a tender, por oficio y por defecto, a agarrárselas con el presidente. Creo que Eliane Karp nos obliga ahora a repensar la figura de la primera dama. Nadie ha hecho siquiera una historia de las primeras damas en el Perú.

¿Por qué pueden regresar a la televisión periodistas como Nicolás Lúcar o Álamo Pérez Luna después de un pasado vergonzante?

¿Por qué hay el *Exorcista 2* o *Tiburón 2*? ¿Por qué hay *remakes* de *La masacre de Texas*? [Ríe]. ¿Por qué la hierba mala nunca muere? [Ríe]. Porque hay gente que no ha aprendido, que no se arrepiente y porque el país no ha sabido arrancarles el arrepentimiento. Hay arrepentidos que no volverán y a esa gente hay que extenderles el perdón. Los Winter, por ejemplo. Los Crousillat, no; Schtuz es un sinvergüenza. Pero los Winter nunca gozaron de prestigio. Los Crousillat y Schutz tuvieron su temporada de prestigio, sus ayayeros. Los Winter nunca. Entraron ya desprestigiados. No dirigieron nada. Montesinos hacía lo que quería, nombraba a los periodistas. No se resistieron, cayeron redonditos.

GUSTAVO GORRITI

Recientemente, el presidente Toledo se quejó, no sé si amargamente, que en los últimos cuatro años y medio de su mandato le habían hecho un «callejón oscuro», tratando quizá de justificar su *performance* presidencial. ¿Tú crees que la prensa peruana ha contribuido a eso? ¿Le ha hecho, a su manera, un «callejón oscuro» al Presidente? ¿Lo ha maltratado personalmente? ¿Cómo ha sido la relación de la prensa con Toledo y viceversa?

Reitero lo que suelo decir cuando se habla de la prensa como una categoría general. Me parece que esta categoría es imprecisa porque busca englobar, en un solo concepto, una gran variedad. Pero, tratando de establecer promedios y tendencias, sí

creo que ha habido un ensañamiento respecto a Toledo. Si se compara la cobertura y fiscalización que ha habido sobre los últimos cuatro o cinco mandatarios con la que ha habido en el caso de Toledo, se verá que hay una clarísima diferencia en cuanto al grado de ataque, acoso, a que es sometido el Presidente y su entorno inmediato; y, sobre todo, en cuanto al calibre de los hechos por los que se le ataca. Si en otros casos tienes los grandes temas por los cuales un presidente puede ser atacado (derechos humanos o algunos escándalos mayúsculos que tienen que ver con decisiones presidenciales), en este caso los hechos eran minucias (la parentela, los amigos, los hermanos, Punta Sal, la etiqueta de la marca de güisqui, la frivolidad, etcétera). Creo que sí ha habido, en ese aspecto, un ensañamiento. Ahora bien, este tipo de relaciones no es unilateral. Comprende dos aspectos: lo que hace, por lo menos, cierta prensa, ciertos periodistas, y la actitud del presidente. Ha sido una suerte de relación de poder y, como quiera que la figura de Toledo en el poder no le «metía» miedo a nadie, es una figura muy poco dominante en un país donde la presidencia normalmente ha sido la encarnación del poder, incluyendo el poder coercitivo. De este modo, poco a poco, luego de los primeros intentos, de los primeros «llaveos», el acoso de la prensa terminó en una suerte de abuso constante y convirtió, a Toledo, en el primer presidente piñata de Sudamérica, diría yo. Básicamente, ha sido un presidente piñata; eso está muy claro. Lo que habría que determinar es hasta qué punto esa condición de piñata ha mejorado la salud democrática de la República o no, porque de repente hasta llegamos a la conclusión de que es hasta saludable tener un presidente piñata, con esa característica.

¿Pero los periodistas reparan en las consecuencias? La presión ejercida sobre un presidente débil, que no impone autoridad...

...y que además tiene clarísimos defectos. Y no solo es la falta de autoridad, la falta de no saber encarnar la posición presidencial; junto con eso, sí, ha habido un cierto nivel de frivolidad y una cierta irresponsabilidad por las que otros presidentes que hubieran tenido autoridad, que hubieran sido machos alfas, no hubieran pagado. A Odría le decían el general de la alegría, pero bien a *sotto voce*. En este caso, no. Si Toledo hubiera sido un presidente austero, claro, la posibilidad de abusar de él hubiera sido mucho menor.

Lo que te decía es que si los periodistas no reparan en el calibre de las críticas, considerando que estábamos saliendo de una autocracia de una década, con una democracia endeble y una presidencia débil. ¿No era meter más leña al fuego?

Pero, ¿qué periodismo? Hay que ver quiénes son los que dan la pauta, la línea de lo que se va a escribir, publicar. No es el reportero que está en la calle, tampoco es el que lleva las mesas editoriales; es un grupo de personas relativamente pequeño dentro de cada institución. En la prensa electrónica con frecuencia ni siquiera son los que están en la labor periodística propiamente dicha —hay excepciones— sino los dueños o los concesionarios, que actúan como dueños del o los medios, gente de la parte gerencial o administrativa. En otros, son un pequeño grupo de personas, también vinculado a la parte empresarial del medio, los que determinan la dirección de la línea periodística. Entonces, aquí cabe hacer un estudio más sectorizado, más particularizado, empresa por empresa. Están aquellas empresas periodísticas serias, dedicadas esencialmente al periodismo, que son las menos; están aquellas que no cambiaron en nada la estructura ni propietaria ni empresarial de la época de Fujimori, en prensa electrónica y en prensa escrita, y que con este y Montesinos caminaban con la rodilla doblada y el sombrero por delante, y que de pronto se convirtieron, algunos de ellos, en feroces fiscalizadores y críticos. Y por

último, hay un fenómeno nuevo en periodismo, que no solo afecta a la estructura de decisión del lado corporativo sino a ciertos niveles medios, altos, del periodismo. Es esa mezcla promiscua de periodismo con relaciones públicas por parte de un grupo determinado de periodistas que mantiene fluida relación entre sí, y de los cuales parte está en posiciones importantes en medios; parte mantiene compañías de relaciones públicas, de *lobby*; y parte hace las dos cosas a la vez. Algunos de ellos, en estrecha relación con importantes corporaciones; otros, haciendo la imagen a instituciones, personalidades y políticos, al mismo tiempo que hacen columnas de opinión, periodismo, y mantienen una estrechísima relación mientras negocian, circulan y manejan información. Ese es un fenómeno nuevo. Aquí en el Perú siempre ha habido «mermelada» y la «mermelada» se ha manifestado de diversas formas, categorías, etcétera. Pero una estructura así, que es la que surge a partir del fujimorato, de las grandes privatizaciones, y en la que cierta gente está primero en el Estado y después en relaciones públicas, es nueva, no existía antes. Es una cuestión particularmente peligrosa para la calidad y la honestidad del periodismo, y ha tenido mucho que ver también en la forma en que se ha manejado la prensa, es decir, a través de *brokers*, de intermediarios, de información real y distorsionada, que conforman una red que va desde el *lobby* y las relaciones hasta el chantaje.

Tú estuviste cerca de Toledo en la campaña electoral de 2001.

Fui asesor de Toledo en la campaña.

¿Cómo viste desde ese momento la manera en que trataba la prensa al candidato Toledo?

Ha habido dos cosas muy diferentes. La primera fue la campaña de 2000 y la segunda, la de 2001. En la campaña de 2000, toda la prensa principal —salvo las excepciones constituidas

por *El Comercio*, *La República* y *Caretas*— estaba bajo el control total de Montesinos y Fujimori. Lo que había era no una campaña de información sino una de guerra psicológica contra los candidatos democráticos. Ya habían destruido a Castañeda y Andrade. Toledo había llegado un poco tarde. Ahora, lo que sucedió en ese momento es que esos medios, a pesar de toda la inmensa maquinaria que podían tener, tenían una credibilidad marginal. Lo que yo tuve a cargo, entre otras cosas, era la cuestión de prensa. Lo que tratamos fue de romper el cerco informativo que había y la guerra psicológica en contra de la candidatura democrática. Y eso lo hicimos con una red nacional de pequeñas radios alternativas, con un programa producido por nosotros que llegó a salir todos los días antes de la Marcha de los Cuatro Suyos y que se difundía en algo más de 200 radios en todo el país; y también, por supuesto, con la llegada a Canal N, a cualquier programa periodístico relativamente decente que hubiera en televisión y a la calle. Además, contamos con la cobertura que daba *El Comercio*, *La República* y *Caretas*. Lo que puedo decir es que, de todas esas medidas, quizá la más importante fue la radio, con ella logramos derrotar el cerco informativo. Lo que demostró ciertas limitaciones de la manipulación de prensa. En 2001, la situación fue completamente diferente. Ya todos los escándalos habían salido, aunque buena parte de los propietarios seguían a cargo de los principales canales: Schutz, la gente del 4, etcétera. Pero esa misma gente, dada la naturaleza mercenaria que tenían, cuando vieron que crecía la candidatura de Toledo y que era un factor de poder, se empezaron a echar porque no sabían hacer otra cosa. Ante el lenguaje del poder, su tendencia era ponerse en veinte uñas. Por supuesto, por un precio. Ahí la gran falla de Toledo fue no haber revocado las licencias de los delincuentes y haber convocado a un concurso con supervisión internacional para poner a organizaciones realmente comprometidas

con la libertad, con la comunicación de calidad y con la libertad de prensa, a cargo de estos canales, cuya frecuencia pertenece a la nación, al Perú. Ese fue el inmenso error de Toledo. Tendríamos otra situación, otro país mejor, si es que eso hubiera sucedido.

El periodismo hubiera sido distinto, por lo menos en televisión.

Yo creo que en televisión, y como quiera que la televisión tiene ahora una predominancia como vehículo primario en información, habría habido un claro efecto general. Hubiera habido una relación distinta con los auspiciadores, con los avisadores, con la forma de medir *rating*. Seguramente, buena parte de la basura que ahora contamina la mente de la gente cotidianamente no existiría. Y más bien, habría otros patrones de avisaje. Y en consecuencia, buena parte de todas las organizaciones que se han hecho para aprovechar lo que existe como forma de presión no se daría.

Durante la campaña de 2001, las limitaciones del candidato Toledo se hacían notorias porque estaba en una campaña distinta a la de 2000, y la prensa pudo ver que se trataba de un personaje con flancos débiles y vulnerables. ¿De esta constatación parte la crítica incisiva y sostenida a su cargo?

En la campaña de 2001 hubo una serie de temblores y de terremotos noticiosos que tenían que ver con la candidatura de Toledo. Estuvo lo de *Caretas*, lo del día perdido. Después salió lo de Zarái, que Montesinos ya había querido mover en 2000. No le funcionó por su falta de credibilidad, precisamente. Y en el contexto de lo de Zarái, el rompimiento con Álvaro Vargas Llosa, la campaña mediática de él y de Jaime Bayly, el prólogo del rompimiento con Baruch Ivcher. Esos fueron asuntos reales que no solamente sacaron ciertos aspectos de la personalidad de Toledo, todos los cuales tenían que ver con las

consecuencias de lances amorios, sino que, además, ilustraron sobre su forma de responder ante ciertas crisis íntimas, que es un poco lo que una película de los años 60 sobre el adulterio recomendaba: niega, niega, siempre. Pero si te pones a ver, esos fueron los temas básicamente capitales durante la campaña. Después de esos temas, el que prosiguió y sí le hizo daño, y sí era un asunto totalmente legítimo de cobertura, fue su relación con el caso Zarái. Eso aquí y en la China... no, en la China no [ríe], o en cualquier otro país aceptablemente democrático, hubiera tenido un efecto importante. Y ahí, por supuesto, Toledo metió las de andar, las de agarrar, para al final terminar forzado a un arreglo. Ese fue sin duda uno de los peores momentos de Toledo. Pero, además, la forma errática y débil que tuvo Toledo de responder a todo esto también dio ciertas pautas sobre el hecho de que era posible atacarlo impunemente.

¿En ese momento la prensa se dio cuenta de qué tan débil era el presidente?

Sí. Además, los seres vivos tienen múltiples niveles de lenguaje para señalar sumisión o dominancia; Punta Sal, el manejo de la cortesanía presidencial, las idas y venidas de Willy [González Arica] en el entorno inmediato, la forma en que se utilizaba la prensa para atacar a gente dentro del entorno de palacio, es decir, la forma en que los mismos palaciegos lo hacían, la incapacidad de Toledo de poner orden en esa especie de circo de ínfimo nivel. Todo ese conjunto de cosas, sobre todo los dos primeros años, dio una clarísima señal de que había una persona desorganizada, que no tenía control sobre su propia gente. Para muchos, empezó a ser una forma facilísima de hacer periodismo. Y una fiesta. Además venía alimentada desde dentro de palacio por la misma gente del gobierno. En ese contexto, la tarea se les hizo fácil. Y luego, obviamente, fueron aprovechando otros y entrando otras razones y formas.

Fue fácil golpear la piñata y que cayeran los caramelos.

Fue bastante fácil. Lo que es más interesante era que constantemente había caramelos nuevos, pero no de la mejor calidad. Varios empezaron a ver también que atacar constantemente, mantenerlos bajo ataque, en zozobra, era una manera de tener poder, y además porque el comportamiento de jauría era también importante. El que no estaba en eso, no estaba en nada o era sospechoso de toledismo. Entonces, para poder evitar semejantes sospechas, la mayor parte empezó a competir con los otros en darle más duro a la piñata, y eso, a su turno, creó otros círculos viciosos, otras dependencias perversas. En ese contexto, los asuntos que eran realmente importantes, especialmente la lucha anticorrupción, quedaron bajo la sombra, porque, claro, cuánto más importante era Margarita Toledo que Vladimiro Montesinos, para los que estaban en esta fiesta de la piñata.

Es que una portada con el último escándalo de Margarita Toledo, Eliane Karp, Coqui Toledo, Filete o lo que sea, era más vendedora que los avances en la lucha anticorrupción.

Y lo más importante de eso es que mantenía distraído, y eso permitía, teniendo a todo el grupo agitado con su piñata y sus pequeñas cacerías de cuanto caramelo podría caer, construir la impunidad de muchos y, sobre todo, frenar el desarrollo de los procesos anticorrupción. Y permitió darle vuelta a muchas cosas. Personajes que en cualquier otra circunstancia hubieran sido rápidamente fagocitados y expulsados por ser infiltrados como Mufarech, en el contexto de esa debilidad, encontraron su propia fuerza. Se le dio por completo la vuelta a buena parte de las medidas anticorrupción, se empezó a atacar a varios de los que luchaban contra la corrupción, se cambió los significados y se terminó, finalmente, con una suerte de merienda totalmente promiscua, en la que no quedó claro quién era quién y quién era qué.

Pero en esa lógica de pegarle a la piñata, ¿un sector de la prensa lo hacía conscientemente de las consecuencias que esto traía y jugando un juego propio, y otros, quiero entender que no se daban cuenta de los efectos?

Hay una cierta prensa que actuaba, creo yo, con una agenda de orden político y empresarial. Eso para mí está bastante claro. Se trataba de gente que, además, estuvo muy vinculada al régimen de Fujimori y Montesinos.

Por ejemplo, *La Razón*.

Bueno, ese diario es el vocero del «montesinato». No, estoy hablando de una prensa con una aparente mayor legitimidad. Esos estaban en lo suyo. La gente de La Cofradía estaba en lo suyo. Pero había otros, que, si tenían un programa, les interesaba mantener su programa y ciertos niveles de sintonía, de *rating*. Si estaban en un periódico, no dar la impresión, Dios no lo quisiera, de ser toledistas. Pero yo he visto el caso, no voy a decir nombres, de alguna periodista honesta, con una buena trayectoria, que, sin embargo, permitió, en determinado momento, que Rafael Rey le produzca virtualmente un programa de denuncias en el que él le ponía los supuestos testigos —a los Menacho, Carmen Burga y todo esto— con un libreto determinado. Él organizaba todo. Y encima, luego aparecía como un comentarista independiente. Eso, que va contra los cánones esenciales del buen periodismo, que además significa escamotearle a la gente parte importante de la verdad de los hechos, sin embargo se hacía, porque el que no lo hacía era un tonto, porque la posibilidad de tener una suerte de nota fuerte, que le diera un cierto *rating* a tu programa, te hacía olvidar de las otras cosas. Sí, creo que hubo en todo eso un proceso de importante olvido de lo que deben ser las nociones básicas de periodismo. Como en cualquier ocupación humana, son esas nociones básicas las que no deben abandonarse nunca.

¿Y qué era lo legítimo de cubrir y lo que no? Dices que el caso Zarái era legítimo. Y lo del día perdido de Toledo ¿no era legítimo de cubrir?

Lo del día perdido era, desde el punto de vista de la cobertura periodística, una cuestión legítima. Me hubiera gustado más que hubiera habido una cobertura por lo menos similar de otros días perdidos del candidato que era opuesto a Toledo. Pero bueno, aceptemos que uno no tiene necesariamente que conseguir todas las evidencias al mismo tiempo. Lo que sí quiero decir es que eso pasó rápido, dejó algunas dudas sembradas sobre los criterios de Toledo, sobre todo sometido a una suerte de intoxicación de feromona, pero eso pasó rápido y no dejó grandes huellas porque no tuvo un efecto marcado sobre la campaña. Quizá a alguno le dio cierta envidia de cómo lidiaba Toledo con eso. Fue causa de algún otro mito durante la campaña, en la que se hablaba de la inminencia de un video erótico devastador respecto a Toledo que, siendo yo asesor, nos tuvo durante un rato preocupados hasta que llegamos a la conclusión que lo mejor que podíamos hacer era olvidarnos de eso. Si existía, iba a salir y si no existía, no iba a salir. Y no salió. Pero reitero que el día perdido no tuvo ningún otro efecto sino convertir al Melody en, quizá, el hotel más conocido de Lima durante un tiempo. Lo de Zarái fue más importante porque ya no tuvo que ver solamente con los lances amorios del que iba a ser el futuro presidente de la República sino por su manera de enfocar responsabilidades. Y lo que salió en ese momento y después, no lo dejó a Toledo bajo muy buena luz. Eso iba mucho más allá de la vida erótica de una persona y lo que dije es que de repente, en otros lugares, no le hubieran dado tanta importancia a lo del día perdido pero que en cualquier democracia sí le hubieran dado importancia a un caso como el de Zarái.

Otro tema importante en el periodo presidencial de Toledo es el de la vacancia presidencial. ¿Por qué la sensación de una campaña?

Porque fue una campaña.

¿Con el fin de, si no sacar al presidente, por lo menos ayudar a mantenerlo en niveles de una mínima aprobación?

Yo no tengo la menor duda al respecto. Debo añadir, sí, que eso tuvo éxito porque tenía a un rival débil por delante, es decir, tenía a una piñata asustada y múltiplemente golpeada, una piñata que había desempeñado a fondo su función como tal. Lo que estamos hablando, siempre debe considerar el contexto, el trasfondo. Y es que pese a todas estas circunstancias, la presidencia de Toledo ha sido finalmente mucho más exitosa que casi cualquier otra que yo pueda recordar en términos de resultados. Algunos dirán que fue pese a él, etcétera. En fin. Al final, lo que cuentan son los resultados. Desde ese punto de vista, y por razones que, creo, necesitan un mejor estudio, lo cierto es que tuvimos democracia, tuvimos niveles altísimos de tolerancia, tuvimos niveles bajísimos de costo social pese a la cantidad de conflictos sociales que hubo, crecimos, empezamos a descentralizarnos. Creo que eso es algo que, sobre todo ahora que entramos en la opacidad del futuro, debe tenerse en cuenta. De hecho, si no hubiera tenido estas debilidades manifiestas, pudo haber sido un gran presidente. Con estas debilidades apenas llega a ser un buen presidente, pero eso no es poco. Ahora, dada su debilidad, dada su condición de persona que no proyectaba ninguna fuerza, ni autoridad, creo que existió un claro propósito de mantenerlo en un jaque permanente y si era posible coronar ese jaque mate, entre otras cosas, para distraer algo fundamental como la lucha anticorrupción, de nuevo. Y porque tener a un presidente asustado y amenazado hacía que grupos de presión importantes tuvieran mucho mejores posibilidades. Entonces, resulta que individuos que vivieron

prosternados a Fujimori como Rafael Rey, de repente se encontró poseído de toda la indignación moral y que si los asesinatos masivos y la «cutra» monumental no le ocasionaron ningún escándalo en la época de Fujimori, acá sí fue el verdadero cruzado moral. Él fue un importante agente detrás de eso. Pero todos estos grupos, obviamente, buscaron mantener una presión constante para tenerlo arrinconado y para tratar de lograr una mejor posición, cosa en la que, en buena medida, tuvieron éxito, si vemos el estado y el desarrollo en el ámbito de la anticorrupción, de la reforma democrática y de reforma institucional que pudo haber avanzado muchísimo más. Entonces, sí, creo que buena parte de aquellos se prestaron a eso y ayudaron a crear el clima de opinión pública —reitero, a Toledo también— que llevó al presidente a los niveles abismales de la situación que tuvo. Fue, para ellos, muy funcional.

Pero llega un momento en que ya se ha generalizado tanto lo de la vacancia que se llega a especular sobre el posible ascenso del segundo vicepresidente, David Waisman. Sin embargo, prefieren quedarse con Toledo que con él.

Toledo es una persona acostumbrada a sobrevivir al borde del abismo. Tiene la tentación del abismo como sucede con buena parte de los grandes sobrevivientes que han salido de situaciones muy difíciles. Esa tentación del vacío es grande, y él ha vivido al filo. Tiene una capacidad de supervivencia mucho mayor que la que le acreditan. No creo que haya sido la exposición de esta gente a la filosofía de David Waisman, ni tampoco el naufragio previo de Raúl Diez Canseco lo que los llevó a eso. Senzillamente, no pudieron culminar. Lo jaquearon pero no pudieron darle mate. Toledo es una gran sobreviviente, pero es un sobreviviente no depredador, más bien un herbívoro. Quiero añadir una cosa más respecto a esto porque hay una serie de asertos que pueden ser o parecer dudosos. Toledo es una persona que tiene muchas debilidades y muchos defectos, pero

también tiene grandes cualidades. Y aunque he visto algunas cosas que en su momento me han provocado decepción, ha habido otros varios momentos en que le he visto rasgos de verdadera nobleza, que la gente no conoce. Es una persona a quien yo estimo. Y lo digo ahora, cuando ya cualquier consideración posible sobre interés está de lado, es una persona a quien estimo y que hechas las sumas y las restas, es una persona que le ha hecho bien al Perú.

JOSÉ MARÍA SALCEDO

¿Cómo trató la prensa al presidente Toledo?

Hay prensa y prensa ¿no? En general, la mayor parte de la prensa durante la campaña electoral apoyó a Toledo, porque, en algunos casos, consideraba que Alan García era el Humala de 2001. Pero, inmediatamente después de que es elegido, su estado de gracia, parte de la cual tiene que ver con la reserva o la actitud cautelosa de la prensa, dura muy poco. La prensa lo comienza a cuestionar desde el principio. Pero no tanto en cuanto a sus políticas, que sería la parte profunda del cuestionamiento, sino más bien en cuanto a sus conductas. Recordemos el incidente del sueldo del presidente Toledo. Y luego, todo lo que ha venido ocurriendo con la familia, la esposa, etcétera. La pregunta es: ¿ese comportamiento de la prensa es habitual o no? En general no es habitual, porque en otros regímenes se demora un poquito más en criticar. Pero tampoco era habitual el Presidente y la familia que tenía. Se prestaban para que la gente los atacara. ¿Por qué hizo esto la prensa desde un primer momento, muy rápidamente? Entre otras razones, y esto explica no solo ese sino otros comportamientos, porque en los últimos años se reduce la torta de la publicidad, hay que agrandar más

el mercado, hay que ser más sensacionalista, es decir, lo que vemos es un proceso de sensacionalización de la prensa en los últimos años como nunca recuerdo yo en el Perú, y eso se explica entre otras razones porque el mercado es muy complicado, la torta de la publicidad se ha reducido, la lucha por la primicia es cada vez mayor. Por otro lado, las empresas periodísticas no quieren hacer inversiones. En otras palabras, no quieren investigar. Cuando no tienes verdaderos equipos de investigación, lo que haces es agarrarte de lo del día, de lo efímero. No importa que al día siguiente te tengas que rectificar. Además, acá no se usa rectificarse. En el Perú, la rectificación es un lujo, una tontería. Puedes disparar con una ametralladora, sin límite y sin responsabilidad. Eso es lo que condiciona esa actitud, esa cosa sensacionalista. Los llamados «destapes» se deben en gran parte a la competencia. Se deben al capitalismo salvaje en materia de prensa. A la economía de mercado de la prensa y al hecho que no hay inversiones. ¿Por qué la investigación cuesta más? Porque para tener un trabajo de investigación periodística tienes que tener un grupo de personas que no van a publicar al día siguiente, que probablemente van a publicar al mes siguiente, costo que las empresas no están dispuestas a pagar. Porque, además, cada día los periodistas son más baratos. Hay una legión de jóvenes que salen todos los años de cuanta universidad existe en este país, que siempre van a ser más baratos que el que está trabajando. Y si el que está trabajando crea algún tipo de problema, y no me refiero a discrepancias políticas con la empresa, es rápida y baratamente reemplazado por un joven. Esto explica esa actitud. Y esto se va agudizando cada vez más. Es un proceso que no veo cuando puede terminar, porque el mercado es insuficiente para tantos.

¿Y cómo crees que ha tratado Toledo a la prensa?

Todo presidente, y Toledo no es una excepción, quiere tener llegada con los medios. Para tener llegada con los medios, ¿qué tiene que hacer un presidente? Varias cosas. Una, tú sabes que el Estado es la principal fuente de información de la prensa peruana, prescindiendo de que están manipulando la información o no, porque, nuevamente, es una fuente estable y gratuita. Pero como hay demasiados medios, evidentemente el poder del Estado, o sea del gobierno, selecciona a qué medios les da más o les da menos información. Eso también lo ha hecho Toledo. Él ha tratado a los medios de acuerdo con su importancia. Él llama personalmente, a veces, a algunos medios para pedir ciertas cosas. No estoy hablando de nada ilegal. Estoy hablando de una práctica política relativamente normal. Nunca tuvo una política de medios. Recordemos qué ocurría cuando Toledo estaba por jurar y se decía: «¿Qué va a hacer con los canales de televisión?». Sobre la mesa tuvo varias posibilidades. Una, relicitar todas las licencias, porque no hay que olvidarse que estos medios de comunicación explotan una concesión estatal y para ello el Estado le da a cada uno de ellos una licencia y para tenerla tienes que cumplir una serie de requisitos. Había dentro del toledismo una corriente que decía hay que sacar a licitación todos los medios. Eso se descarta porque se podía ver como una medida un poco autoritaria, que equivaldría a cerrar medios de comunicación.

Podría ser vista como velasquista.

Claro, una cosa medio velasquista. Aparte, hay otro tema. Es una alternativa que se suele presentar siempre en los cambios de gobierno: el tema tributario. Gran parte de los medios podrían haber sido cerrados por la SUNAT, no por censura de la prensa sino por cobranza coactiva. Esta es una constante en la historia del Perú. ¿Qué es lo que terminará haciendo el gobierno? Un canje de la deuda por publicidad. Y luego está todo lo otro que tiene que ver con lo que podríamos decir la toma

de dos canales importantes: Panamericana, por vía judicial; y canal 4, por una especie de *holding*. Y ahí hay un beneplácito del gobierno, y probablemente también de la opinión pública, porque todavía estaba relativamente fresca la escena de las «torres gemelas» de billetes en la salita del SIN. Y el otro tema interesante es el del canal 2. La relación con Baruch Ivcher es muy complicada, porque Ivcher está reclamando una compensación, Esta no se produce, se produce un tira y afloja muy fuerte, hay el incidente famoso en la embajada de Israel en el que la señora Eliane Karp se enfrenta con Ivcher. Este tiene unas opiniones sobre el gobierno, terribles. Ahí había una relación conflictiva. El exigía una reparación. Y para ello, él sostiene que está siendo objeto de una persecución. Y publica un famoso comunicado. En él, dice, como en las peores épocas del fujimontesinismo, que lo que están haciendo con él ahora no se diferenciaba en nada de lo que habían hecho anteriormente. Después se produce esta compensación económica. Habría que preguntarle ahora qué piensa de esto, si sigue comparando los dos regímenes o ha habido algún cambio.

¿Tú ves alguna relación entre esta crítica, digamos implacable, del periodismo a Toledo y la gobernabilidad como consecuencia?

No pienso que la prensa afecte la gobernabilidad. Vamos a un puesto de periódicos, están los diarios colgados y escucho a la gente que habla. Frecuentemente, una pregunta que se hace uno al otro es: «¿Será verdad?». Esa es la actitud popular frente a la prensa: «¿Será verdad?». Cuando la prensa le daba palo a Toledo y la gente lo creía era porque había base. Quiero decir, la prensa no inventa, necesariamente. La prensa puede mentir, pero la mentira no dura mucho. Y cuando tiene un poco de credibilidad, es cuando parte de un punto en que la gente dice: «Caramba, sí, es verosímil por lo menos. Puede ser creído». No pienso que la gobernabilidad tenga que ver con

eso. Lo que la prensa ha hecho es explotar deficiencias de Toledo, de Perú Posible y del gobierno. ¿Esas deficiencias han existido? Sí. ¿Son absolutamente reales? También. ¿La prensa ha exagerado muchas cosas? Sí, pero no sólo en ese tema. Mucha prensa es absolutamente sensacionalista por razones de supervivencia. No es porque tenga una inquina especial con Toledo. No hay un antitoledismo innato en la prensa. Lo que hay es un sensacionalismo innato en la prensa.

¿Y cómo ves entonces el caso de la vacancia presidencial? ¿Tú piensas que hubo una campaña pro vacancia que partió del Congreso y la prensa hizo suya?

No creo. El tema de la vacancia estaba en la opinión pública. Hay un año y medio de encuestas en las que hasta el 63 por ciento estaba de acuerdo con un adelanto de las elecciones. Eso estaba en la agenda mental, popular. Mi opinión sobre eso es que la prensa bajó el tema. La prensa no lo infló. La prensa opina de dos maneras: una es en su editorial, que es lo menos leído del mundo; y la otra es a través de la información. ¿De qué manera? ¿Mintiendo? No necesariamente. Pero sí entrevistando a los personajes políticamente correctos en el momento adecuado.

Para que orienten la opinión.

Y eso se hace todos los días. Eso lo hacen todos los medios, aun aquellos que no tienen opinión. Por ejemplo, esta radio [Radio Programas del Perú] no tiene opinión, en general. Salvo casos muy extremos. Tiene, básicamente, información. Pero, obviamente, hay una orientación según los entrevistados que consigas. En el caso de la vacancia de Toledo recuerdo que el tipo de entrevistas que se hacía era para desalentar la vacancia. Y en algunos casos era con editorial. Me acuerdo de editoriales muy claros que decían democracia es respetar el cronograma electoral. Esa ha sido la posición general de los medios. En otras palabras, los medios le

han hecho críticas a Toledo, al régimen y a su entorno, por razones comerciales, más que por política. Y el nivel al que ha llegado esa crítica ha sido el nivel de la estabilidad del régimen.

Me estás diciendo que llevaron las cosas a un límite...

... pero no pasaron de eso. No pasaron a la vacancia.

¿Con qué propósito? ¿Mantener al presidente a un nivel bajo de aprobación?

No. El propósito es eminentemente vendedor, comercial. En materia de prensa escrita, todos los días tienes tu parte de venta de periódicos. ¿Cómo levanto las ventas sin inversiones? ¿Qué hay? Y comienzas a revisar tus fuentes. La fuente más rápida y más barata, esa te va a servir para levantar, supestando, tus ventas al día siguiente. Hasta que te das cuenta de que la cosa no va por ese lado y entonces empieza a haber más secuestros en Lima, más violaciones, más escándalos de futbolistas cerveceros con *vedettes*. ¿Hay más secuestros, hay más violaciones, hay más futbolistas borrachos? No necesariamente. Hay más prensa que se ocupa de ellos por esa coyuntura, porque tiene que vender. Y en política no es diferente. La mercancía que más vende en materia de prensa es el escándalo político. Para que exista el escándalo se requiere una serie de requisitos. El escándalo tiene que ver con un hecho que se quiere ocultar pero que puede tener un impacto decisivo en la opinión pública. Por ejemplo, una sacada de vuelta hoy día no es muy escandalosa, pero hace veinte años sí lo era. El robo sigue siendo más o menos escandaloso, pero hay otras cosas que tienen que ver siempre con la revelación de lo oculto, que es la misión de la prensa. En la medida en que eso funciona es que puedes vender medios. No olvidemos que la noticia se ha espectacularizado en el Perú como en todos lados. La noticia se convierte en un espectáculo en la medida en que pueda mantener el interés y el morbo del espectador. Todos somos

consumidores de violencia y de horror. Eso es universal. No es que seamos una sociedad mentalmente desquiciada. Un miembro del Pacto Ético Electoral me dijo que no puede ser que se dé tanta importancia a las declaraciones de Fujimori y Montesinos, que eso debería ir en la página judicial. Primero, no sé si existe la página judicial y segundo, sería la página 16. «No —me dice—, es que estamos desviando la atención». Él, como mucha gente, piensa que hay una conspiración de los medios para desviar la atención de los temas importantes. Quizás es lo que yo pensaba también cuando era joven y había una cultura más izquierdista en el Perú y, en general, en el mundo. Pensábamos que había una conspiración para lavar los cerebros. Yo también pensaba que la prensa podía influir decisivamente en esto. Después de haber trabajado varios años en medios, después de la caída del Muro de Berlín, de esta «desideologización» un poco ficticia, de lo que te das cuenta es que lo que funciona no es tanto una conspiración, una inteligencia, sino en realidad una oportunidad de negocios. Cuando digo esto, sé que los jóvenes que entran al periodismo porque lo consideran una especie de apostolado, en parte lo es también, me miran un poco raro porque nadie quiere sentirse parte de una maquinaria mayor. Cuando los invitados vienen a la radio y me preguntan cuánto tiempo tenemos para hablar, les digo: no sé, porque acá lo que manda es la noticia, entonces en cualquier momento te voy a interrumpir; y en segundo lugar, por las tandas comerciales, porque —le digo a la persona— mi trabajo acá es tapar los incómodos vacíos que hay entre tanda y tanda de publicidad. Eso hay que hacerlo bien, respetando ciertos valores éticos. Algunas personas me dicen: «Te chupaste. No le preguntaste tal cosa al ministro tal». Y no es que me quedé corto, ¡sino que venía la tanda de los malditos caldos de gallina o la pasta de dientes! ¿Y qué ocurre? El que te manda cortar es el que está

en los controles. Él es el responsable si no sale la tanda. Y si no lo hace le mandan un memo de padre y señor mío. Y yo tengo que respetarlo. Y por eso me «chupo» y no le hago la pregunta correcta al ministro, no por censura. Puede haber autocensura pero nadie te está llamando para decirte no preguntes eso.

Toledo ya se va. ¿La prensa lo extrañará?

Seguro, porque fíjate lo que está ocurriendo con Toledo. Está en 30 por ciento, tampoco es 80 por ciento, pero para los niveles en los que estaba, es un montón. Las razones por las que está ocurriendo eso, en fin, darían para mucha discusión, pero seguramente la prensa, en un determinado momento, hará una comparación entre el presidente electo y Toledo, y dirá que este hizo mejor tal cosa. Depende de lo que ocurra con Alan García. Él va a tener seguramente unos primeros meses fulgurantes, como siempre ocurre con él.

Pero, en el caso de García, las críticas vendrían por lo que haría, no por lo que es como fue con Toledo.

El problema es que al final, y si lo que hace no me gusta, siempre va a ser por lo que es. Siempre es así. Utilizamos los argumentos de acuerdo con nuestra conveniencia. No hay una verdad absoluta, sino una serie de verdades parciales que voy organizando a medida de mis necesidades. En el caso de los medios es muy claro. No hay que olvidarse que Alan llegará al poder por una coalición informal de voluntades pero que en el fondo es muy etérea e irregular. En 1990, las necesidades argumentales de un sector de gente en relación con Fujimori eran: «Este chino basura, desgraciado, inelegante». Tiempo después era un tipo serio en sus determinaciones. Son necesidades argumentales. Me temo que los medios no son muy lejanos a este tipo de razonamientos. Finalmente, quienes hacemos los medios también somos parte de esa clase y la mayor parte de los propietarios de los medios de comunicación, si bien tienen que tener una visión empresarial distinta a la de

un vendedor de zapatos, en el fondo también son vendedores. El negocio de ellos es vender un producto, la noticia. La noticia no es un reflejo de la realidad sino una construcción que la hacemos a partir de varios datos de la calle pero que no los vemos igual. Por eso, nunca hay dos noticias iguales sobre un mismo accidente de tránsito. Por ejemplo, cuando Lady Di muere en París, si en las noticias lees demasiadas veces que el carro estrellado es Mercedes Benz, tú debes sospechar que esa es una noticia sembrada por la Volvo. Acá nosotros no tenemos derecho a la inocencia.

Siguiendo esta lógica, ¿Humala no entendió cómo se construyen las noticias o cómo razonan los medios de comunicación?

Él no conoce los medios de comunicación. La primera vez que Humala viene a esta radio, vino al programa que yo hago a las once de la mañana, que no es un programa político. Y Humala demostró no saber quién era el dueño de este medio. Como el dueño es Manuel Delgado Parker y sus hijos, Humala confunde a Manuel con Genaro. Ahí hay un problema de conocer quién es quién. Él fue armando sus estrategias a medida que iba avanzando. No ha tenido una política de medios. En cambio, Alan García sí la tiene. Ha sido presidente, conoce con nombre y apellidos a todos los principales reporteros. A veces, el negocio —negocio en el sentido de cómo llegas al medio— no es tanto si eres amigo del dueño o no, puedes serlo, pero si no eres amigo del productor del programa de tal horario... Alan sí conoce bien quién es quién, pero, además, hay otro problema. La campaña en contra de Humala en los medios ha sido unánime. Los grandes medios, todos, han visto que este era el diablo. Desde el saque han sido una cantidad de cosas que a mí me han impresionado, porque yo no esperaba una cosa así. Te digo sinceramente que yo esperaba un poco más de frialdad, objetividad o de neutralidad en el trato.

¿Podrías comparar lo de Humala con lo de Fujimori en 1990?

Yo diría que ahora ha sido más fuerte. Con lo de Humala ha sido más amenazante. En el caso de Fujimori, cuando los medios apoyan fuertemente a Vargas Llosa, no sienten tanto una amenaza en Fujimori sino un menosprecio. En este caso ha habido pánico, terror. Y esos mensajes han llegado a la gente. Un taxista me dice: «¿Y qué le parece que van a fusilar a los gays?». «¿Quién lo ha dicho?», le digo. «Humala», me responde. «¿En qué momento?», pregunto. «Yo lo he leído en su plan de gobierno», me dice el taxista. «¿En qué página está?», le pregunto. «Oiga, por favor, cómo es posible, don Chema, que usted no sepa eso». «Yo he leído el plan de gobierno y no lo encuentro en ninguna página», le digo. ¿Él está equivocado o es una percepción tan fuerte que él cree que lo ha leído? Y aunque yo le saque el plan de gobierno y le muestre página por página, para ver dónde está eso, él me va a decir esa es una edición bamba. Y él lo va a creer. Lo otro es lo de la conspiración de Locumba. Hoy, cinco años después se «descubre» o creen los medios descubrir que fue una cosa coordinada con Montesinos. ¡Cinco años después se dan cuenta de eso! Si tú decías eso en aquel momento, eras un fujimontesinista. Nuevamente, la necesidad argumental. Y finalmente, la grabación de Montesinos. La oportunidad de esa declaración no es casual. Montesinos ha votado en estas elecciones. Y Fujimori también en Chile. Todo esto tiene que ver con un amplio abanico de fuerzas para cerrarle el paso a Humala. Y Humala no conoce las reproducciones mediáticas de los actos.