

# *La política cincuenta céntimos*

**SASHA CHAVKIN**<sup>1</sup>

¡Amenaza con golpe!», «¡Tomará la calle!», «¡Te fusila!» y hasta «Tiembra por Vladi», gritaron los diarios populares los días previos a la votación. Cada ataque fue dirigido al mismo blanco, y si no fuera por la referencia al notorio ex jefe del SIN, Vladimiro Montesinos, aún se podría confundirlos con una de sus famosas guerras psicosociales.

Según un análisis de contenido y una encuesta realizadas en el mes previo a la primera vuelta, los diarios populares montaron una fuerte campaña de desprestigio contra Ollanta Humala, y más del 80 por ciento de sus lectores creen que todavía hacen guerra sucia. Esta cruzada antihumalista fue la tendencia predominante de la cobertura electoral de los diarios de 50 céntimos, revelándose como un fenómeno si se quiere hacer un análisis honesto del papel de la prensa en las últimas elecciones presidenciales.

La investigación, financiada por una beca Fulbright del gobierno estadounidense, demuestra que la cobertura de Ollanta Humala entre 8 de marzo y 9 de abril, día de la votación, fue 68 por ciento negativa. En contraste, la cobertura de Lourdes Flores fue 65 por ciento positiva, y la de Alan García 41 por ciento positiva y 32 por ciento neutral. Durante el mes del estudio, los cinco diarios de 50 céntimos con mayor circulación publicaron un total de 308 artículos negativos sobre Humala, 41 sobre García y 16 sobre Flores.<sup>2</sup>

Los diarios populares mostraron la misma tendencia en sus carátulas, que tienen una importancia particular por el consumo más alto de los titulares. «Lo que aparece en las primeras planas influye en la formación de la opinión pública, sobre todo en los sectores populares», declaró la analista Giovanna Peñaflor, de Imasen, a la revista *Caretas*.<sup>3</sup>

El contexto del planteamiento de Peñaflor —su reacción frente a un informe hecho por Transparencia sobre la prensa chicha fujimorista— es preocupante, porque sigue vigente incluso más de seis años después. En el mes anterior a la primera vuelta de 2006, los diarios populares hicieron 55 menciones negativas sobre Humala en primera plana y solo una en el caso de Flores.

Si se compara el informe de Transparencia de marzo de 2000 con esta reciente investigación, surgen diversas similitudes en el tratamiento que tuvieron los candidatos en las primeras planas de los tabloides fujimoristas y el que han recibido en los diarios populares del presente.<sup>4</sup>

Este trato diferencial de los candidatos menos de una década después de la época de la prensa montesinista, produce sospechas basadas en la historia reciente de la lectoría de estos periódicos. Una encuesta realizada para esta investigación en tres zonas de bajos ingresos en Lima muestra a 80,4 por ciento de lectores que dicen que los diarios populares todavía hacen guerra sucia.<sup>5</sup>

De esta mayoría significativa, 61 por ciento piensa que Ollanta Humala ha sido el más golpeado, un grupo casi tres veces más numeroso que el que votó por Humala. Otra investigación realizada en marzo por la Asociación Calandria revela que 78,7 por ciento de los limeños (y 79,5 por ciento de los peruanos) cree que los medios no fueron equitativos con los candidatos en la primera vuelta.

La encuesta aplicada en el análisis de contenido también demuestra un fuerte vínculo entre la desconfianza hacia los diarios y el recuerdo de la prensa fujimorista. De lejos, el diario *El Chino* fue considerado como el periódico menos confiable, nombrado por 51 por ciento de quienes respondieron a la pregunta abierta de cuáles eran los periódicos menos creíbles. Le siguieron *El Tío*, *El Ajá* y *El Men*. Es decir, tres de los cuatro periódicos que hoy despiertan mayor desconfianza fueron controlados por Montesinos en el pasado reciente.

Es una probabilidad deprimente, acaso una teoría nueva, que grandes sectores de la población consideran que la prensa escrita actual es comparable o peor que los diarios en la época fujimorista. Pero para la lectoría de los periódicos de 50 céntimos, los resultados de esta investigación sugieren otras causas de desconfianza antes que la «estructura empresarial» y baja «rigurosidad de métodos» que crearon, como sostuvo Gustavo Gorriti en el *Quehacer* de marzo/abril 2006, una «cacofonía»

mediática.

Estos sectores, antes que una cacofonía encontraron en la prensa escrita una unanimidad preocupante —más de cinco veces más artículos negativos sobre Humala que sobre García y Flores juntos—, cuya semejanza con la época de Fujimori tenía más que ver con el paralelismo de sus ataques que con la calidad de su periodismo. Esta semejanza sirvió como un escudo muy conveniente para Humala contra las denuncias que no quería enfrentar.

La importancia de esta impresión en el escenario político se revela en una comparación de la lectoría de los diarios populares con la de *La República* y *El Comercio*. Según la encuesta de Calandria, hecha en forma de conversaciones personales con los participantes, *La República* y *El Comercio* son los periódicos más consumidos en Lima para «enterarse del proceso electoral». Pero el índice más reciente de lectoría de diarios, realizado en Lima en noviembre de 2005 por CPI, cuenta una historia diferente para los sectores populares.

La mayor circulación de los diarios de 50 céntimos en los sectores de bajos ingresos —*Trome* tiene, por ejemplo, más del doble de la lectoría que *El Comercio* y *La República* juntos— sugiere una influencia más amplia, si no más profunda, sobre la población votante. Si la población no ha percibido un cambio en la prensa escrita durante un gobierno democrático, ello tendría un efecto grave en sus actitudes frente a la política, los medios y la misma democracia.

Es preciso señalar también la importancia del papel cambiante de los medios «serios». En el año 2000, medios como *La República*, *Caretas* e incluso *El Comercio* fueron líderes de la oposición frente al fujimontesinismo en favor de la libertad de prensa y contra las calumnias de los diarios populares que controlaba la mafia. De este enfrentamiento surgieron importantes investigaciones y denuncias documentadas, que sacaron a la luz las acciones de la «prensa chicha».

Pero en estas elecciones, los otrora medios opositores han asumido un papel muy diferente. La revista *Caretas* escribió en su editorial «Votas o Botas», del 6 de abril de 2006, que la candidatura de Humala fue apoyada por «pasquines montesinistas», a pesar de que la gran mayoría de tales diarios fueron antihumalistas, e incluso tuvieron una cobertura 59 por ciento negativa si tomamos como referencia *El Chino*, que es el más leído. En el programa Prensa Libre del 25 de mayo, la periodista Rosa María Palacios mostró un reportaje denunciando las calumnias de los diarios humanistas, sin mencionar que los diarios populares más leídos dieron una cobertura 68 por ciento negativa a Humala y un promedio de 53 por ciento positiva a Flores y García en el mes más importante de la primera vuelta.

Para los lectores de los diarios de 50 céntimos, el trato diferencial de los candidatos en 2000 y 2006 sería comparable. La gran diferencia estaría en el resto de los medios. En estos nadie aún mencionaba la característica fundamental de esa cobertura: su fuerte antihumalismo.

La impresión de que la prensa ha sido aún más parcial y homogeneizada en esta cobertura electoral que en los tiempos fujimoristas, en un público consumidor que es cinco veces mayor en los sectores de bajos ingresos que los de *La República* y *El Comercio* juntos, es un grave peligro para el futuro del país. El riesgo se origina en un problema paradójico: cuando los medios favorecen a un candidato «democrático», sacrifican los valores de equidad y justicia que legitiman la institución de una prensa democrática. El diario *Correo*, por ejemplo, en nombre de la defensa de las libertades contra el candidato al que calificaba como «el fascista», publicó un solo artículo positivo y 132 artículos negativos sobre Humala en el mes anterior a la primera vuelta.

En cuanto a los votantes humalistas —que en su mayoría provienen de los sectores populares que consumen los diarios de 50 céntimos—, la percepción de que la prensa democrática es casi universalmente hostil a sus preferencias puede dañar la legitimidad no solo de la prensa libre, sino de la democracia misma. Según una encuesta de la Universidad Católica del 26 de mayo, 55 por ciento de los votantes humalistas estaban de acuerdo con la idea de que «una dictadura puede ser preferible a un gobierno democrático».

En un gesto de reconciliación hacia los simpatizantes de Humala, Alan García dijo en su discurso triunfal la noche del 4 de junio: «Extiendo mi mano a todos los peruanos sin exclusiones». Fueron palabras típicas de un ganador en su momento de victoria, y es un sentimiento que también pudiera ser expresado por los diarios populares. Lograron triunfar en la opinión pública en nombre de la libertad y la democracia, pero sacrificaron su objetividad y equidad en el proceso. ¿El fin justifica los medios?

Ahora, la prensa enfrenta la tarea fundamental de reconocer las opiniones de todos los peruanos y, sobre todo, las de sus propios lectores, para poder representar legítimamente los valores que predicán

y así practicar un periodismo coherente. ■

- 1 Becario de la Fundación Fulbright.
- 2 Los diarios incluidos en el análisis son *Trome, Ajá, Correo, El Popular y El Chino*, los periódicos no deportivos con más lectoría en Lima según el Índice CPI de noviembre de 2005. En el estudio fueron considerados todos los artículos publicados entre el 8 de marzo y 9 de abril de 2006. Los artículos «positivos» repiten las palabras o propuestas de un candidato o describen su avance en las encuestas, mientras los «negativos» presentan denuncias contra un candidato, critican sus palabras o propuestas o describen su caída en las encuestas. Los artículos «neutrales» presentan ambos lados de una disputa o una descripción neutral de una encuesta.
- 3 «Mienten, mienten», *Caretas*, Lima, 9 de septiembre de 1999, pp. 16-18.
- 4 Datos de Transparencia, informe de marzo de 2000. El estudio de Transparencia abarcó un periodo de sesenta días, entre el 11 de enero al 10 de marzo 2000, e incluyó siete diarios: *El Chato, El Chino, La Chuchi, El Mañanero, Diario Más, El Men y El Tío*. Fuente: «Transparencia confirma: Prensa basura es pilar de la re-reelección», por Enrique Patriau, *Liberación*, Lima, 15 marzo de 2000.  
Los datos de 2006 corresponden a mi análisis de contenido, descrito en la nota 2. El periodo más largo y la muestra mayor contribuyen a los totales más altos en la primera investigación, pero las tendencias son similares.
- 5 La encuesta fue aplicada en los pueblos jóvenes Primero de Mayo y Dos de Mayo en el Cercado de Lima, Virgen del Carmen en El Agustino, y el Mercado Minorista en La Parada. La muestra fue de 41 personas, de modo que los resultados no son científicamente válidos. La encuesta se refería a los periódicos de 50 céntimos y los candidatos presidenciales, y fue aplicada tres veces al mismo grupo de personas: un mes antes de la primera vuelta, una semana antes de la primera vuelta, e inmediatamente después de la primera vuelta.

Artículos	Ollanta	Alan	Lourdes	Humala	García	Flores			
Positivo	63(14%)	63(41%)	125(65%)						
Neutral	80(18%)	48(32%)	53(27%)						
Negativo	308(68%)	41(27%)	16 (8%)						
Carátulas	Andrade	Castañeda	Toledo	Fujimori	2000				
En contra de				los pobres	51	30	0	0	
Trastornos				emocionales		1	39	0	0
Agitador y				violentista	21	0	0	0	
Estafador	0	0	10	0					
Carátulas		Humala	García	Flores	2006				
Violento		10	0	0					
Antidemocrático		12	0	0					
De los ricos y				empresarios	8	3	0		
Corrupto		4	0	0					