

EL PERIODISMO EN NUESTRO CONTINENTE *

Por *Martín REYES VAYSSADE.*

De la escuela de leyes salen más periodistas que de las mismas escuelas de periodismo. Este, entre otros más subjetivos, ha sido el motivo determinante que ha alentado mi elección de tema para participar en este ciclo de conferencias.

Porque el periodismo es una actividad con gran fuerza de atracción. Puede ser cauce de nuestras aspiraciones literarias; así se convierte en refugio de literatos fracasados. Puede ser medicina que cure complejos; así se convierte en asilo de neuróticos. Puede ser casa de los que pudieron ser; así se convierte en cuna de amargados. El periodismo recoge en su seno, por razón de un sentimiento maternal, todo espécimen humano extraviado, fugaz o enfermo. Principalmente atrae abogados. Y es que nuestra facultad, en cuatro siglos de existencia, se ha convertido en el crisol donde se funden toda clase de psicologías, de personajes, de ideologías; se ha convertido en filtro de ideas y en muchedumbre heterogénea de caracteres, pero sobre todo en unidad de acción.

El periodismo, que todo lo es o que todo lo va siendo cada día que pasa, tiene de esta manera gran afinidad con nuestra escuela. Por esto quizá no carecerá de interés lo que vaya a decir ahora, aquí y ante ustedes.

El periodismo es el forum de los pueblos, es la tribuna de los héroes y el ágora de las modernas democracias. Si así no lo fuera, la sola potencia de ser, en nuestro lenguaje de jóvenes, es ya existencia, pues tan sólo vivimos para el futuro.

También nos debe interesar el periodismo como institución social de hondos fundamentos en la problemática actual. Pues, símbolo de nues-

* Conferencia dictada en la Facultad de Derecho, el 16 de julio de 1956.

tra cultura y generador de fuerza vital en el complicado tejido de la sociedad, es en las condiciones actuales, un problema que requiere estudio, investigación y soluciones.

Antes que todo me interesa hacer una observación, desalentadora e inquietante. La literatura que sobre este tema existe, por lo general, es muy cobarde. Haciendo ligeras excepciones puedo decir que en los escasos libros que sobre periodismo hay, no encontraremos los problemas fundamentales que a esta institución aquejan. Ciertamente que presentan una temática muy interesante, pero quizá intrascendente, al menos demasiado abstracta. Sus interrogantes principales son: ¿Cuáles son las características del poder de la prensa? ¿Es el periodismo un género literario o una sub-literatura? ¿Está aboliendo al libro? Pero nada sobre la progresiva mercantilización de la prensa, sus causas, sus efectos, o sobre su descomposición y corrupción gradual, etc., que en mi concepto son las cuestiones por donde se debe atacar, si se quiere hacer una verdadera labor de reestructuración de sus formas, el complejo problema social que representa la prensa en el mundo actual.

Esta deficiencia en lo que respecta a la literatura sobre el periodismo, se explica por el hecho de que lo poco que hay escrito es obra de periodistas profesionales, que por prejuicio de su profesión no la exponen a la luz de la verdad o sólo lo hacen veladamente. Hace falta un autor que, descarnadamente, como lo hiciera Axel Munthe con la medicina, presente los problemas éticos reales del periodismo.

*

Los fundamentos del poder de la prensa y del periodismo en sí mismo, los encontraremos en la opinión pública, como ente abstracto de la sociedad, producto de la reflexión colectiva. El periodismo tiene su origen y su razón de ser en la opinión pública, a la que habremos de analizar para poder así justificar la función de la prensa en el mundo de relación.

La opinión pública es la elocuencia de la sociedad; es la membrana sensitiva que capta el ritmo móvil de sus impulsos. Se guía más por los sentidos que por la razón y anida en la masa amorfa y emotiva. Es germen de acción y mecha de revuelta. Es ligera y caprichosa en sus juicios; pero soberana, bajo el amparo de los modernos principios políticos, es a pesar de ello, moldeable a capricho de minorías, que la fertilizan con ideas simplistas y sencillas.

Por medio de sistemas psicólogo-técnicos, minorías intelectuales determinan a la opinión pública, que a su vez encauza la dinámica histórica de la sociedad. La historia la hacen los grupos, ya se llamen nobleza, élite, o partidos, como en la actualidad. La prensa es, frente a la opinión pública, una minoría intelectual que aspira a determinarla. Es en ocasiones un esfuerzo de la misma para concentrarse y subir a su unidad.

Este carácter lo adquiere especialmente con el nacimiento del régimen parlamentario. La prensa se convierte en institución esencial y complemento necesario del régimen representativo, y en nuestras supuestas democracias adquiere título de poder no constituido, pero con los dos elementos necesarios: la autoridad y la fuerza. "Su poder es poder de sugestión —dice Sellés—. Sin llamarnos, lo seguimos; sin atarnos, nos sujeta; sin mandar, es obedecido." Y esto es reflejo de la misma reciprocidad que existe entre la opinión pública y la prensa. La misión histórica del periodismo en Latino América, es orientar a nuestras democracias.

Para realizar su labor tiene que sostener un dialogo eterno con la sociedad, ser su sistema nervioso y, dialécticamente, mantener un equilibrio constante entre su tendencia y la opinión social, para separar, como si fuera un prisma óptico, los matices puros dentro de la amalgama de colores del rayo solar que le entrega la sociedad.

Pero el periodismo en la actualidad está en peligro de desvirtuar su misión y de perder conciencia de sí mismo. Determinados males, como padecimientos crónicos, han venido filtrándose en su ser y están llevándolo a su propia destrucción. Corre el riesgo de convertirse tan sólo en fuente de trabajo de ambiciosos, o en pasto de los poderosos y de las corrientes negativas, para perder su carácter debido, de palestra mística de lucha y de resorte vigoroso de progreso.

Estos males, tumores malignos universales de la prensa, todos los intuimos con inquietud. Pero un análisis concreto de sus características, en busca de causas y efectos, podría despertarnos el benéfico deseo de encontrar el bisturí que pueda extirparlos. Esa es la intención de mis palabras y el motivo de mi esfuerzo.

Los males que aquejan a la prensa en la actualidad son tanto internos como externos. Estos últimos mantienen una cierta independencia, y solamente que los males internos fueran atajados podrían los externos combatirse. Sólo deteniendo la corrupción gradual en que ha venido cayendo el periodismo y los periodistas, podrán éstos aspirar a la libertad de prensa. Esto se entiende fácil, pero así no lo entienden aquellos que, como la Sociedad Interamericana de Prensa, están pugnando ya por una mayor

libertad, cuando dentro de ellos mismos existe fuerte descomposición interna.

*

La corrupción a que he venido refiriéndome es de carácter íntimo. La encontraremos en la sala de redacción y en el alma del periodista profesionalizado. Brota del escepticismo y de la frialdad con que se cubre el periodista, especialmente el de la vieja escuela, para no lastimarse en su constante contacto con el mundo. La corrupción en la antítesis de los principios éticos, y se desarrolla y adquiere carácter expansivo, cuando el periodista, siempre palpando una realidad agobiadora, cede al peso de la responsabilidad de su labor pragmática y cuando, en progresiva despersonalización, atrofia su órgano axiológico.

El periodismo se descompone lentamente, en progresión matemática. Así vemos que las causas de esta corrupción gradual, ligadas íntimamente entre sí, pueden separarse en históricas y directas.

La mercantilización en que ha caído el periodismo en la actualidad, es la causa histórica, de carácter objetivo, más importante de la presente corrupción. Un periódico tiene ya carácter de empresa, de industria, de negocio. Y esto ha producido en el ánimo de los que lo laboran el sentimiento de que su trabajo es puramente burocrático, olvidando la misión primaria de su profesión y los principios en que ésta descansa. “La política es —nos dice Spengler— en la antigüedad, retórica; en el Occidente, periodismo; ambos al servicio de esa abstracción que representa el poder de la Civilización: el dinero”. El periodista deja de ser sociólogo sensible y crítico, para convertirse en hombre práctico; vive ya en un mundo de cifras, no de ideas, y apartando de sí todo idealismo, se convierte en profesional técnico, cuyo campo de acción es la opinión pública.

A esta mercantilización actual se llega en evolución lenta, por cauces históricos. Si el periodismo en sus orígenes fué clarín de ideologías y semillero de revolución social paulatinamente se convirtió en órgano comercial y publicitario. La Revolución Francesa tuvo sus periodistas enciclopédicos en Diderot y D’Alambert; los movimientos de independencia en América fueron alentados por un Benjamín Franklin y un Andrés Quintana Roo; la corriente liberal de la Reforma en México la imprimieron en letras de molde Ramírez, Altamirano y Ocampo, y nuestra Revolución la advierte la pluma de un Justo Sierra y la plasma la de un Luis Cabrera. Pero también, en otra perspectiva, el periodismo ya en Estados Unidos, es motivo de enriquecimiento de un Hearst, de un Greeley o de

un Dana. Y es que la mercantilización hunde sus raíces en tiempos de paz o de tranquilidad pasiva de los pueblos. Es actitud pusilánime ante la historia. El periodismo de la actualidad no es ya producto de cultura, sino de civilización, a la manera de Spengler.

La prensa mercantil tiene su origen en Estados Unidos, de donde América Latina importa como éste, tantos males. Pulitzer y Gordon Bennett, emergen en el perfil histórico del periodismo, para imponerle a éste nuevas técnicas y nuevas metas. A mediados del siglo pasado y en su segunda mitad, se inicia el movimiento de renovación que convierte el periodismo en potente industria. Deja de ser periodismo de partido, como lo fuera hasta 1850, para convertirse en periodismo autónomo, dispuesto a perder su autonomía frente al mejor postor. Gordon Bennett realiza el valor, económico naturalmente, de la circulación, y está dispuesto a aumentarla cualesquiera que sean los medios. Nace el sensacionalismo, y los dos brevísimos diálogos entre el periodista Stanley y el Dr. Livingstone, al encontrarse en una aldea del Congo Belga: "Dr. Livingstone, supongo". "Sí"; dan pábulo al Herald Tribune para imprimir una edición histórica con tiraje astronómico. Y Pulitzer, que le da más importancia al anuncio como fuente de sostén de un periódico y quizá de carácter más corruptor que la circulación, usando de vocero el World, asienta las bases del llamado "nuevo periodismo", que tiene un carácter francamente comercial. Los periódicos promueven ruidosas campañas, con fines más económicos que ideales, como la colecta que el World efectuó pro-construcción del pedestal de la Estatua de la Libertad o el viaje de la periodista Nellie Bly alrededor del mundo en 72 días, seis horas, once minutos y catorce segundos, para romper el récord ficticio que el personaje de Julio Verne, Phileas Fogg, había establecido por aquellos días.

Una causa determinante de estos fenómenos de mercantilización progresiva lo es la evolución de los medios técnicos de la prensa. La necesidad impulsó a la técnica; había que estar en posibilidades de editar grandes tirajes en poco tiempo y todos los esfuerzos de la ciencia mecánica se dirigieron, a fines del siglo pasado, a lograr este objeto imperioso de la vigorosa industria naciente que constituía el periodismo. Mergenthaler inventa el linotipo, máquina maravillosa, que ahorra tiempo y obreros. La compañía Hoe construye rotativas gigantescas, que imprimen, cortan y doblan cien mil ejemplares de varias hojas en una hora, y como complemento necesario de estas mágicas prensas hace su aparición en 1861 el estereotipo. El rotograbado evoluciona y ya en nuestros días hacen su entrada en el mundo industrial el teletipo, el divatel y el telefoto. La prensa ensan-

cha así su campo de acción y en la actualidad un periódico puede informar de lo que sucede en el Extremo Oriente y publicar una fotografía tomada el día anterior a miles de kilómetros de distancia.

La publicidad, como institución básica del mundo comercial moderno, es también factor importante del mercantilismo de la prensa en nuestros días. Hoy tiene enormes proporciones. El año pasado los periódicos estadounidenses recibieron dos mil seiscientos millones de dólares en publicidad, tres veces nuestro presupuesto nacional; cifra abrumadora que nos demuestra la importancia de la prensa como industria y que nos explica el que haya verdaderos monstruos de periódicos, como el Chicago Tribune que ocupa a tres mil quinientas personas en su elaboración y el New York Times que tira cuatro millones de ejemplares de una edición dominical de 216 páginas

*

Reflejo directo y consecuente del cariz mercantil que ha adoptado la prensa moderna, es la profesionalización del periodismo. Si éste fué inicialmente refugio del hombre de todas las profesiones y aún ahora esto sucede con frecuencia, paso a paso ha venido constituyéndose una profesión en sí mismo. El periodista en la actualidad, tiene ya un sentido profesional, que le brinda ya sea su experiencia o su estudio, y la conciencia de que su trabajo es especializado. Deja de ser un sujeto indeterminado, ya es “un periodista”.

Este nuevo fenómeno, como moneda de dos caras, tiene un lado bueno y uno malo. Por una parte adquiere el periodista confianza y seguridad en su labor, a la que le presta cierta responsabilidad, profesional podríamos decir; y por otra parte, despersonaliza y enfría su contacto con los hechos, que son la substancia de su trabajo. Su labor se convierte en mecánica y material. Es únicamente un trabajador intelectual sujeto a sueldo, que tecléa la máquina de escribir tan sólo por reflejo.

La creación de escuelas de periodismo, a partir de este siglo, acentuó más este profesionalismo creciente. El periodista en un principio se formaba en la misma sala de redacción a base de la experiencia diaria; su escuela era la vida y su conocimiento era empírico. Aún hoy, en la mayoría de los casos y especialmente en México, se sigue el viejo sistema de formación profesional. Pero una fuerte corriente se ha suscitado últimamente a favor de hacer del periodismo una carrera académica. Ya Pulitzer se preguntaba, refiriéndose al periodista en abstracto: “¿El hombre que actúa como crítico y profesor de todo el mundo, será el

único al cual no haya que enseñarle nada?”. Y Walter Lippmann escribía: “El periodismo es una carrera que debe dejar de ser el refugio de las gentes a las que se supone en posesión de talentos mal definidos. Este aumento de prestigio ha de ir acompañado de una formación profesional adecuada”.

Así, en América, la primera escuela de periodismo fué creada en la hoy Universidad de Washington y Lee de Virginia, Estados Unidos, en 1869 por el mismo General Robert E. Lee, que fuera comandante en jefe de los ejércitos del sur. En Europa, es la Universidad de Zurich, Alemania, la primera en establecer un curso de periodismo en 1903. En México desde hace varios años la Universidad Femenina y otras escuelas particulares cuentan con la carrera de periodismo de una manera más o menos informal, y en nuestra Universidad se reglamentó esta carrera con la fundación en 1951 de la Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Sociales, bajo proyecto del doctor y maestro Lucio Mendieta y Núñez.

El nacimiento de estas escuelas puede traer aparejados grandes beneficios, como la sedimentación de conocimientos culturales más sólidos, necesarios para el indispensable saber enciclopédico de los nuevos periodistas, y la inculcación de principios éticos que los hagan seres responsables de su misión; pero para ello sería necesario uniformar los programas de todas estas escuelas, al menos las de un mismo país, pues en México todas las escuelas de periodismo tienen cursos diversos. Es difícil encontrar en el mundo dos escuelas de periodismo que tengan sus programas iguales. Hay Universidades en que la carrera se hace en tres años, otras en cinco o en cuatro como en la nuestra. Es imperioso efectuar una reestructuración de los planes de estudio y poder así alcanzar los beneficios de una formación profesional justa y adecuada del periodista moderno.

He asentado anteriormente que el mercantilismo y la profesionalización, ligadas íntimamente, son causas históricas de la corrupción periodística actual, considerada como principal mal interno. Ahora es necesario, para fundamentar esta afirmación, analizar cómo se manifiestan estas causas de descomposición interna.

La mercantilización, en última síntesis, consiste en la supervaloración de cada una de las fuentes económicas de sostén de un periódico. Así, observando las dos principales entradas con que cuenta el periodismo, la circulación y el anuncio, encontraremos en ellas dos puertas abiertas a la corrupción.

Al sobrevalorar la circulación se llega al sensacionalismo —defecto principal de la llamada prensa amarillista— y se tiende a desvirtuar la verdad de los hechos, con tal de que el periódico se venda un poco más “El comentario es libre pero los hechos son sagrados” observa un periodista ilustre.

Así también, el anuncio elevado a una superior categoría, permite a los anunciantes comprar tácitamente el periódico, que no puede negarse a ningún requerimiento de un cliente importante. Hoy en día existe una nueva fuente de sostén de la prensa, que ya es, no digamos corruptiva como las anteriores, sino directa corrupción: las subvenciones del gobierno o de fuertes instituciones, que se entregan en partidas monetarias regulares, con el fin de que el periódico publique o deje de publicar ciertas cosas. Hasta estos extremos ha llegado la prensa actualmente.

Pasando al problema del profesionalismo periodístico, encontramos que el resultado más representativo de éste, es el llamado reportero de fuente. La división del trabajo, fenómeno económico, llegó al periodismo en forma de fuentes, que son sectores de información determinados, tales como los estatales, políticos, culturales, económicos, sindicales, deportivos, etc., que son cubiertos por un periodista especializado. Este, el reportero de fuente, es netamente un profesional, que llega a conocer y dominar el material de su trabajo perfectamente. La ventaja consiste en que el periódico puede así informar con más base de conocimiento; pero la desventaja está, en que aquel que soborne al periodista de la fuente de que se trate, pongamos por caso la sindical, tiene comprado ya a todo el periódico en esta materia. La responsabilidad es individualizada a tal grado que los cimientos del periódico se hacen endebles.

Ahora a las causas directas de la corrupción interna. Así nos enfrentamos con el problema de la falta de sueldos, que siendo bastante complejo, es el más directamente remediable, lo cual sólo nos muestra, para nuestro desconsuelo, lo arraigados que están los demás males del periodismo.

Este es el problema base y el más palpable; originador directo de la corrupción, que encontramos en nuestro análisis del periodismo. Los sueldos que perciben los periodistas, en la mayoría de los casos, son risibles. No les permite una vida de acuerdo a su supuesta situación privilegiada, y por tanto, los conduce a buscar otras fuentes de ingresos impublicables, que se traducen en esas “chicanas” que de oídas conocemos todos y reprobamos indignados.

De esta insuficiencia de salarios sólo encontramos dos causas razonables. Una de ellas es que los propietarios de periódicos saben, que si bien

no les pagan lo suficiente, como en el ruego de la madre del ladrón, los ponen donde hay, y que estarán conformes con cualquier cosa, pues también tienen conciencia de esta situación. Por otro lado encontramos que el Sindicato de Artes Gráficas, encargado de velar por sus intereses, es muy deficiente en su constitución. Es de tipo mixto, es decir, formado por trabajadores que se ocupan en actividades diversas, y por lo tanto, de carácter muy primitivo. En él se incluyen a los linotipistas, cajistas, formadores y técnicos, mezclados con los empleados de la gerencia, y entre todos ellos, los periodistas. Es un sindicato centralizado con una sola dirección económica y por lo tanto de antiguo superado por todas las doctrinas sindicales de la actualidad. Esta serie de deficiencias lo convierten, por su nulidad, en uno de los llamados sindicatos "blancos". Así vemos, como curiosa paradoja, que en México frecuentemente se les paga más a los trabajadores manuales de un periódico que a los intelectuales.

*

Todos estos fenómenos, como afluentes de un caudaloso río, vienen a desembocar en la psicología del periodista. Este recibe los impactos dañinos de la totalidad de los males de la prensa. Su carácter, como nuevo Prometeo encadenado, está sujeto a las influencias de los gérmenes malignos del periodismo, y se refleja en las direcciones de su proceder.

Psicológicamente, mecaniza su labor y la trueca, de trascendente como debiera ser, a fría e irresponsable. Se vuelve inconsciente de su poder; acostumbrado a escribir veinte notas diarias, no repara en las consecuencias que su actuación puede acarrear. Insensible de su propia fuerza, aplasta en sus manos a la verdad, y como un niño no sabe del significado de las palabras y de su poder hiriente, las usa falsa o verazmente, sin el menor discernimiento. Corta de tajo con la plataforma de principios éticos, en la cual descansa el valor de su profesión.

Aquí hay que hacer un paréntesis. Mucho se ha hablado ya de ética periodística y en las escuelas de periodismo, con justa razón, se le ha dado a la materia gran importancia. Pero a mi entender, si no se hace una terapéutica de los males concretos del periodismo erradicándolos a base de una política de hechos, todos los esfuerzos y palabras de los moralistas de la prensa se desvanecerán en el aire. Ciertamente que el periodista necesita de un Juramento de Hipócrates y de costumbres sanas y sólidas, pero en las condiciones actuales se hace imposible una mística profesional.

*

Detengámonos un momento. Hemos hecho hasta aquí una exposición panorámica de los males internos del periodismo. Informalmente hemos buscado sus causas y sus efectos, pero se hace necesario tipificar un poco más estos efectos para la mayor comprensión de la situación de la prensa actual. Para ello recurrimos a una clasificación de las distintas clases de periódicos existentes en nuestro derredor, que nos entrega Salvador Borrego, y que nos sirven de espejo del periodismo moderno.

Vemos primero el tipo mercantil de periódico, para el cual la noticia es una mercancía, representada por sucesos interesantes, que se vende al lector, pero si hay algún cliente que pague por ocultarla o desfigurarla, se le sirve a la medida de su deseo. No sólo vende espacio para anuncio, sino también vende noticias, criterio y hasta silencio. Este tipo de periódico es inteligente y cuida con habilidad su apariencia. Logra crearse lo que se llama una buena personalidad y aun pasa por honorable, disfrazándose por lo regular de defensor de la sociedad.

Luego encontramos el tipo popular de periódico que cree que la noticia es la que interesa al mayor número de personas. La trata con vulgaridad y sensacionalismo; gusta de los grandes caracteres de imprenta y del color rojo en los encabezados principales. Su meta es hacer escándalo, lograr circulación y crearse cierta fama barata que le permita subsistir con desahogo.

Al lado de éste está el subtipo flagelo, que profesa la creencia de que la noticia es un azote y que debe pegar, sea a quien sea. Da preferencia a las noticias que pegan más duro. Es un superficial teorizante cuya sensibilidad es casi nula para percibir aciertos, pero muy despierta para descubrir yerros y exagerarlos, explotando la inclinación popular de hablar mal de todo el mundo. Contra estos diarios tiene una frase Martí: "La prensa no es ira insultante; es proposición, estudio, examen y consejo."

El subtipo sectario, es aquel que dice que la noticia es la que favorece a su doctrina, manejándola como si fuera dogma y presentándola en forma editorializada. Es intransigente y en ocasiones con rasgos mesiánicos; todo lo que no favorezca a su doctrina es frivolidad. En ocasiones se presenta con arrogancia y agresividad, o si no, como humilde catequista.

De entre todos estos tipos de periódicos aparece el amorfo, para el cual la noticia es un enigma que cambia con frecuencia y la trata de diferentes maneras, ya sea con indiferencia o con sensacionalismo. Es

un ser indiferenciado y sin criterio; dentro de ciertos márgenes de su vida vegetativa vive al gairete, ligeramente arrastrado por las corrientes del medio y alternativamente inclinado a un tipo o a otro, no por acción de su voluntad, que es débil y estéril, sino por las influencias más próximas.

En México el tipo más generalizado es el mercantil, como ya pudimos ver. En Latinoamérica subsisten el mercantil, el sectario y el amorfo, que también abunda en nuestro medio.

•

Aquí cabe tratar el problema de las agencias internacionales de noticias, cuya evolución ha corrido pareja a la de los perfeccionamientos técnicos del teletipo y del divatel. Aquí en México las más conocidas son la Associated Press y la International News Service.

Defecto principal de estos organismos informativos es su falta de imparcialidad y su marcada tendencia a cierto tipo de corrientes. El mal estriba, en que para cualquier diario importante su contratación es indispensable y en que, sabedoras de su poder, las grandes agencias se valen de reprobables medios a fin de lograr sus propósitos tendenciosos. No sólo tienen influencia en un sector social sino que son capaces de controlar la entera opinión pública de Occidente.

Además de que pueden simplemente hacer que caiga el silencio sobre tales o cuales asuntos, cuentan con innumerables recursos para determinar a la opinión pública. Como las agencias, y no el periódico, son las que inicialmente fijan el tamaño de las informaciones, tienen en sus manos un poderoso y apenas perceptible recurso a fin de inducir como “importantes”, “regulares” o “intrascendentes” los hechos que relatan.

Pueden también presentar las noticias con claridad o con confusión, según el efecto que quieran producir; o pueden, en constante “lavarse las manos”, inducir al lector a dudar inconscientemente de lo que lee, mediante frases comadrejas como: “al decir de fulano”, “según se dijo en el Ministerio de Información”, “conforme a lo dicho por el Secretario”, etcétera.

Esta serie de recursos han sido convenientemente asegurados por dichas agencias, en cuyos contratos se especifica que los periódicos clientes no tienen derecho a hacer modificaciones de ningún género en la redacción de los cables. Los diarios pagan fuerte cantidad —antes de la devaluación fluctuaba entre ocho y diez centavos por palabra— pero no

por eso son dueños de cada mensaje. Deben utilizarlos tal como han sido redactados y no se les concede más libertad de acción que omitir los que no sean de su agrado, lo cual implica perder automáticamente la noticia.

Los países latinoamericanos son especialmente afectados por esta situación, pues las agencias no publican nada que favorezca su unión, comprensión o mutuo conocimiento. Así encontramos en nuestros periódicos, más noticias sobre lo que sucede en el Tíbet o en el Congo Belga, que sobre el Perú, por ejemplo, donde se está efectuando actualmente una renovación —de interés para toda América— de su régimen interno. Así también, todos recordamos el gran fraude de la prensa en el caso de Guatemala.

*

Con esto cerramos, pero sin agotarlo, naturalmente, pues sólo lo hemos enunciado, el capítulo de los males internos del periodismo. El problema externo, pasando a la segunda categoría que habíamos establecido, de mayor importancia que afecta al periodismo es el de la libertad de prensa.

El auténtico periodismo, aquel de las verdades, reclama de antaño libertad de acción y de palabra. Pero la libertad, motor histórico de luchas, es un término sagrado reservado al uso de los puros; no debe manchar su integridad ese hijo ilegítimo suyo: el libertinaje. Y aquí reside la medula del caso y la interrogante básica: ¿Merece la prensa, en sus condiciones actuales, el favor de la libertad? El periodismo valioso y trascendente, indudablemente que lo merece, pero ¿el otro, al que hemos venido analizando y el que está más generalizado?

No, no lo merece, porque ese periodismo ni siquiera merece existir. Me refiero al que reúne todos los males que hemos expuesto. Lo trágico del asunto es que el Estado y los distintos regímenes, especialmente en Latinoamérica, es el periodismo corrupto al que le dan la libertad, pues no tienen necesidad de restringírsela; y al que hunden es al verdadero periodismo, el trascendente y fiel a sus principios, porque duele la verdad y flagela las lacras.

A través de la historia han existido muchas formas de coartar la libertad del pensamiento. En los sistemas religiosos ya la excomunión era una forma de censura. Posteriormente aparece en las legislaciones el delito de desacato. En nuestros días son innumerables las formas de restricción de la prensa que adoptan los gobiernos. Han adquirido un cierto

refinamiento y muchas veces se basan en las mismas deficiencias internas del periodismo.

Una de las formas de obstrucción es el racionamiento de papel, obligando a los diarios a publicar un determinado número de páginas o de ejemplares, o no publicarse del todo, con lo cual rompen su economía y los arrastran a la quiebra. En México, la existencia de un monopolio de papel, controlado por el gobierno en forma descentralizada, llamado la PIPSA, Productores e Importadores de Papel, S. A., tiene en constante inquietud a la prensa nacional.

También usan los gobiernos dictatoriales, el aplicar revisiones fiscales, impuestos de nuevo año o retroactivos, multas y atropellos a los dirigentes de los diarios. También suelen provocar huelgas sin fundamento que impiden la aparición del periódico, como el caso que se dio hace algunos años en un Estado de la República en que se entablaron huelgas, provocadas por el Gobernador, a tres periódicos que lo habían estado atacando. Esto es resultado directo de las mismas deficiencias del Sindicato, que permite colocar avanzadillas entre sus dirigentes.

Suele también expropiarse a los diarios, bajo el banal pretexto de que son elementos necesarios a la comunidad y su expropiación corre a beneficio del pueblo. También se usa el organizar turbas que ataquen las oficinas de los periódicos disidentes, sin la intervención de la policía y sin darles garantías a los trabajadores. En fin, son muchos y efectivos los medios de coartar la libertad de prensa, especialmente en la América Latina, donde nuestros sistemas están aún en estructuración. De lo que resulta que la prensa, en estas circunstancias, es impotente para sacudirse sus propias lacras; o se dobla o la quiebran. Pero la libertad como problema axiológico debe ganarse. El periodismo para que merezca la libertad tendrá que depurar sus sistemas y alcanzar el mayor grado de perfeccionamiento ético.

*

Y bien, no puedo negar que el panorama que hasta ahora les he presentado, es desalentador. Pero había que hacerlo así; lo exigía la verdadera comprensión de los problemas básicos del periodismo, como el anhelo íntimo de resolverlos.

Innecesario sería extenderse en conclusiones, porque en el epicentro de muchos de estos problemas está ya implícita la solución, que con mayor o menor complejidad, pueden ser resueltos mediante una voluntad decidida.

Es necesario organizar una correcta formación de los periodistas, sostenida con puntales éticos efectivos y sólidos; es necesario mejorar sus sueldos; es necesario aplacar la voraz ambición del periodismo mercantil; es necesario dividir el Sindicato de Artes Gráficas en secciones de acuerdo con las distintas actividades de sus componentes; es necesario organizar una Agencia de Noticias Latino-Americana, sin caer en el error de la France Press, que, presionada por el poderío económico y político de las demás grandes agencias, se limita a trabajar con informaciones baladíes sobre el cine, el arte y otros temas; es necesario abolir la PIPSA; es necesario elaborar una correcta legislación sobre la libertad de prensa, esto ya dentro de la mira de nuestro interés; es necesario acabar con los periódicos putrefactos; pero sobre todo, es necesario poner en marcha la dinámica de nuestra acción en la resolución de estos problemas fundamentales.

Toca a nosotros cumplir esta misión con el futuro. Todas las formas del mundo son nuestras, mientras nuestra imaginación y nuestro anhelo las abarquen; con sólo nosotros desearlo, el periodismo sí tiene salvación. Es menester que trascendamos de las formas frías de la realidad, a las posibilidades inéditas del ideal. Rastreando siempre los hechos con el vigor de nuestra preparación universitaria, podremos reformar el periodismo o toda forma que nos indiquen nuestras aspiraciones. No se trata ya del periodismo, sino de cualquier motivo de nuestras inquietudes. La verdad es que nuestro imperativo histórico nos mueve al esfuerzo.