

por completo de bibliografía. Por lo demás, el libro es un buen trabajo de difusión del México actual entre el pueblo soviético.

Antonio Dueñas Pulido

TEBBEL, JOHN, *Breve historia del periódico norteamericano*. Trad. Enrique F. Gual. Barcelona, UTEHA, 1967, 291 pp. Ilus.

Nacido en Boyne City, Michigan, en 1912 y graduado en Ciencias en la Universidad de Columbia en 1937, John Tebbel es periodista activo desde la edad de 23 años. Ha desempeñado cargos periodísticos a partir de 1935 y colaborado en publicaciones tan importantes como *The New York Times* y *News Week*. Fue director asociado de E. P. Dutton and Co. de 1943 a 1947; auxiliar de la rama de periodismo en la Escuela de la especialidad de Columbia de 1942 a 1946. Asimismo director del Graduate Institute of Book Publishing. Actualmente preside el departamento de Periodismo de la Universidad de Nueva York.

La publicación de sus obras especializadas en Ciencias de la Información arranca de 1947, año en el que editó *An American Dynasty*; posteriormente publicó *Makers of Modern Journalism* (1950). *Life and Good Times of William Randolph Hearst* (1952) entre otros, hasta *The Compact History of the American Newspaper* libro del que nos ocupamos ahora en su edición española.

Divide Tebbel su obra en tres grandes partes: 1. El periódico como propaganda; 2. El periódico, instrumento personal, y 3. El periódico como institución comercial. La primera abarca desde los inicios del periodismo en Estados Unidos cuando éstos eran colonia inglesa, hasta cerca de 1830. Fue la época de lucha entre los editores y el régimen colonialista que debía autorizar y censurar todo lo publicado. Después se convierte en instrumento de propaganda revolucionaria hasta llegar a una "vergonzante posición oficial como órgano privado de un presidente" (página 92). La fase final, la de órgano de partido, que como instrumento incalculable sirvió los intereses de políticos, hasta el rompimiento, cuando con la fundación del *Herald*, por James Gordon Bennet, surge la era del periodismo personal.

En esta primera parte no presenta la lista interminable de publicaciones con fechas de aparición y nombres de directores a que estamos acostumbrados, sino que, tomando como marco el desarrollo del país, resume la pugna de los periódicos por continuar su publicación. Relata una a una las luchas más importantes de éstos para lograr que el público norteamericano se habituara a leer sobre los últimos acontecimientos. Aunado a ello, resalta el esfuerzo del individuo por dar a conocer las noticias sin restricción alguna en contraposición con el Establecimiento que deseaba controlarlas.

En la etapa en que estudia la Revolución subraya el aumento de la demanda del periódico debido a la urgente necesidad del público por conocer lo que acontecía, pero reconoce que ello no contribuyó al desarrollo de la prensa (páginas 37-38).

Al finalizar el movimiento armado y surgir el debate por el asentamiento de la República entre los que se inclinaban hacia un gobierno central y fuerte y los que reclamaban tanta libertad como fuera posible, (página 55), difiere de los que califican a este periodo como la "era negra" del periodismo norteamericano, pues considera

que "el extremado envilecimiento y las mentiras fueron obra de hombres menores" (página 56), los grandes periodistas de la época en nada participaron.

Estudia en este capítulo los ataques desmedidos que los periódicos hicieron a los primeros presidentes, pero reconoce que aquéllos gozaron de una libertad como debieran gozar siempre, pues enfatiza la necesidad de la información pública solamente restringida por las leyes de difamación. Admite asimismo que los jefes de Estado sabían que no había otro medio más efectivo de persuasión que un periódico.

Finaliza la primera parte con el estudio de la conversión de los periódicos de órganos de un presidente a representantes de un partido, como sus voceros principales, pero que al seguir el despliegue por todo el país, rompen con esa tradicional unión para dar principio a la etapa propiamente industrial en la que el periódico será órgano de divulgación de un sector de la población o de una persona en especial.

Así, denomina la segunda parte del libro, "El periódico, instrumento personal". En ella expone cómo allanaron el camino los grandes adelantos técnicos. El uso de la prensa cilíndrica permitió la edición de 8,000 ejemplares por hora, "hecho que revolucionó el negocio periodístico" (página 96) y permitió que llegaran a millares de lectores pues Benjamin Day, editor del *Sun* de New York, pudo venderlo a un centavo en 1834.

En el capítulo "Los grandes gigantes de Nueva York" resume todo el desarrollo de la "gran prensa" industrial. Lo importante no eran las opiniones de directores, presidentes de la República o de partido, sino la *noticia*, "distorsionada tal vez, pero noticial al fin y al cabo" (página 96).

Se crearon entonces los grandes grupos reporteriles y de corresponsales. La competencia por ganar las noticias hacía a los editores cada día más ingeniosos. El gasto para obtenerlas no importaba si llegaban antes que a los demás.

Ese gran desarrollo se ve afectado por la guerra civil y surge el "eterno problema jamás resuelto de equilibrar la seguridad nacional y el derecho del público a saber lo que ocurría" (página 117). Tebbel reconoce que en esta época la información fue más libre y completa que nunca. Tenía ya el apoyo del telégrafo y los trenes-correos que permitían la divulgación de las noticias tan rápidamente como era posible. Ya para entonces hubo ediciones que alcanzaron un tiraje de 132,000 ejemplares (página 118). Surgieron también los "corresponsales de guerra", llamados "especiales", los que gozaron en su labor de una libertad superior a la que disfrutaban hoy en día.

Tebbel asevera que "la irresponsabilidad de la prensa durante la guerra provocó un conflicto directo con el gobierno, del que surgió la mayor amenaza contra su libertad" (página 123), pero a pesar de ello resalta todos los adelantos que obtuvo en el conflicto: la necesidad de escribir en forma concisa a causa del telégrafo y lo costoso de la transmisión, y la creación del "lead", párrafo resumidor de la noticia que fue creado por la inseguridad de que fuera transmitida completa.

En los siguientes tres capítulos de la segunda parte, Tebbel nos habla del desarrollo de la prensa en el Medio Oeste, en el Sur y en el Oeste. En ellos presenta la influencia predominante del Este y explica que los periódicos de las otras zonas que tuvieron verdaderas innovaciones que pudieran superar a sus "colosos" competidores, fueron en realidad pocos.

Hace resaltar sin embargo el cambio que sufre la prensa, de "arma nacional" a "institución mercantil". El aumento publicitario llega a su mejor época. La edición de un periódico se convirtió en el mejor negocio en ciudades y pueblos. Corolario de ese cambio de la prensa en comercial es la rivalidad planteada entre Pulitzer y Hearst,

amos del sensacionalismo y de la circulación en constante aumento. Tebbel hace un acertado estudio de ese gran duelo presentando una historia completa de cómo se desarrolló y cuál fue el resultado: una nueva era para el periodismo norteamericano y mundial. Fueron ellos los que sentaron las bases del periodismo como una "severa institución comercial" (página 216).

La tercera parte, llamada precisamente "El periodismo como institución comercial", se inicia con el siglo XX, cuando se desarrolla en toda su plenitud el periodismo en cadena organizado por William Randolph Hearst y Edward Willys Scripps, que elimina el elemento personal e individual dando paso a la "gris uniformidad" (página 256) de una organización a la que resultan inmunes los periódicos provincianos que, aunque en escaso número, aún persisten.

Como corolario, Tebbel trata la crisis del negocio periodístico de la que afirma que es raramente discutida pues la libertad de que dice gozar es una "cómoda manera de engañarse a sí mismo" (página 273), pues ha perdido completamente el sentido de la historia y sus responsabilidades reales quedan incumplidas.

Tebbel fundamenta los problemas que crea la crisis del periodismo actual en tres puntos: el control del monopolio que existe en las comunicaciones masivas y que acarrea un distorsionamiento en la comunicación. La automatización de la industria que ha creado un serio problema al negocio periodístico pues ha obligado al anunciante a dividir sus gastos de publicidad entre los periódicos, la radio y la televisión. Y por último la redefinición de propósito, es decir el olvido del fin primordial del periodismo que es el explicar "qué cosa es el mundo a la gente que en él vive" (página 279). Se les puede acusar de que se han alejado de esa búsqueda de comprensión y se han tornado en periódicos blandos e impersonales alegando como disculpa que lo que la gente busca y necesita es distracción y no pensar o aprender, borrando así la única razón de la prensa que es la de "comunicar hechos e ideas que muevan al mundo: dirigir, no ser dirigidos" (página 279).

Al iniciarse en la lectura de este interesante libro, se pregunta el lector porqué no llamó a su libro *Historia del periodismo norteamericano*, en lugar de *Historia del periódico*, y la razón se encuentra pronto; Tebbel no hace la historia del periodismo sino que el tema que desarrolla es la historia del periódico, es decir la lucha por la libertad de imprimir y publicar un periódico.

Grandes cualidades tiene esta obra pues liga por un método científico la historia del periodismo con la del país y hace un enjuiciamiento crítico de las causas del desarrollo o desaparición de las publicaciones.

Advertimos un solo error grave: no da referencias bibliográficas ni anota la fuente de sus informaciones.

Lucila Flamand

TURNER, Frederick C., *The Dynamic of Mexican Nationalism*, The University of North Carolina Press, Chapel Hill, 1968.

Los investigadores, profesores y estudiosos de los problemas que atañen a los países de América Latina, tanto en su contexto individual como en el que afecta a la zona, tienen conocimiento de las frecuentes aportaciones de los investigadores norteamerica-