

pues editores y periodistas viven de su público y de sus patrocinadores, a los que tienen que agradar en primer término.

*Diversión vs. información:* aunque por razones económicas el entretenimiento predomina en los medios de comunicación, los periódicos, que por su carácter no pueden aspirar a competir en divertir a las masas, se dedican más a dar información. La competencia de los medios de comunicación destinados al entretenimiento, ha hecho que los periodistas adopten una actitud más crítica hacia las noticias y la manera de redactarlas.

*Ataque y defensa:* son muchas las críticas que se hacen a los medios de comunicación, en especial a los periódicos, pero pueden resumirse en tres: trivalidad, falsedad y sensacionalismo. Pocos son los periódicos que pueden salvarse de estas críticas.

El resto del libro de Rivers es un excelente y amplio manual para los interesados en conocer al detalle el estilo y las técnicas de los medios de comunicación.

Carlos Valdés

SCHWOEBEL, Jean. *La prensa, el poder y el dinero*, París, Ed: Du Seuil, 1968, 196 pp.

Con el cierre casi vertiginoso de diarios en Francia, ha recobrado actualidad el libro de este redactor de *Le Monde*. Dice el editor de la obra:

Los combates por la libertad de prensa son tan viejos como el mundo, o como la prensa, en todo caso. Sin embargo, todo queda reducido a lo siguiente: la libertad de prensa es sólo la libertad de expresión de los propietarios de periódicos, y éstos son los representantes de un grupo de hombres de negocios. . . Jean Schwoebel es uno de los pocos que intentan sanear la prensa y los medios de información. . . porque la libertad de la prensa es la libertad del público. . .

La prensa —declara Schwoebel por su parte—, se ha elevado a una función de interés público, pero no ha recibido el estatuto jurídico que le corresponde; las proposiciones que hace este libro resumen la opinión de las sociedades de redactores, que quieren proporcionar a la información las instituciones que corresponden a su papel.

La información es una columna de la educación; por medio de ella se aprende la historia del presente y se intenta interpretarla, no sólo al nivel de los hechos, sino de los cambios profundos. . . Pero su papel no es sólo educativo. Puede también forjar espectadores inteligentes y ciudadanos activos. El peligro de hoy consiste en que está acaparado por un grupo oligárquico.

Los periodistas no son asalariados ordinarios ni burócratas. Son trabajadores intelectuales (diferenciados mientras no se

suprima el desequilibrio entre trabajo manual e intelectual), que cooperan al objetivo principal de la empresa, que es la producción de información.

La cuestión que se plantea es saber si la participación colectiva de los periodistas en la copropiedad de las empresas de prensa es una etapa del camino hacia un estatuto general de la información. Este planteamiento encontraría vida en México, donde la ley de prensa e imprenta, que algunos consideran vigente, es sólo un apéndice del código penal. No hay una reglamentación de la profesión periodística.

La legislación cooperativa, por otro lado, data en México de 1938 y hoy en día se encuentra obliterada. Este régimen, adoptado por algunas empresas periodísticas, dice Albert Meister en su estudio sobre la autogestión en México (*El sistema mexicano*, París, Ed. Anthropos), fue concebido dentro de una óptica de seguridad y no de desarrollo.

Las empresas de prensa no se han sustraído del proceso de concentración, que es la tónica del capitalismo en la actualidad. Si en México se ha mantenido una pluralidad de empresas de prensa, ello no es una garantía de sanidad. Teniendo en cuenta la exigua población que en México lee periódicos (*La democracia en México*, de Pablo González Casanova), esa pluralidad de órganos se ha mantenido por razones ajenas a las específicamente informativas. Los órganos de prensa son en México órganos propagandísticos del régimen. La primera sección está dedicada a presentar los atractivos del Poder Ejecutivo, y a veces, cuando la edición es "interesante", reproduce los debates en la Cámara de Diputados entre una mayoría dócil y una minoría demócrata cristiana un poco menos dócil. Otra sección contiene las notas de sociedad y, por último, la "nota roja", que es el boletín del poder judicial. El cuarto poder en México es sólo el boletín de los otros tres poderes. Cuando un periódico se vende más, como lo indican las cifras en *La democracia en México*, se debe suponer que tiene una nota roja "atractiva", con grandes titulares y fotos.

Schwoebel dice que la propiedad no siempre es sinónimo de control sobre el periódico. En las redacciones se forman a veces minorías extremadamente reducidas que aseguran y prolongan su predominio, cuando se atribuyen a título exclusivo la capacidad de elección de los colaboradores. Un ejemplo clásico en México es el de cierto "Sol" que no alumbraba ni calienta. No explica Schwoebel el origen de esos grupos, a pesar de su documentación.

La prensa inglesa ha reconocido recientemente que la sociedad de redactores de *Le Monde* ha sido el instrumento que ha adaptado las técnicas de producción y redacción más modernas a una información independiente, y que al mismo tiempo ha asegurado la independencia admitiendo sólo un mínimo de publicidad en sus páginas. Sólo la edición de *Le Monde* (casi medio millón de ejemplares diarios) es superior a la edición de todos los diarios capitalinos mexicanos. La diferencia es catastrófica si se tiene en cuenta que las cifras demográficas francesa y mexicana, son semejantes.

Gastón Pardo Pérez