

HUMANITAS

ANUARIO DEL CENTRO DE ESTUDIOS HUMANÍSTICOS

UNIVERSIDAD DE NUEVO LEÓN

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

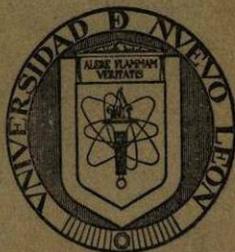
"ALFONSO REYES"

HEMEROTECA



*Capilla "Virgina"
Biblioteca Universitaria*

7



Dof

UNIVERSIDAD DE NUEVO LEÓN

1966

EL PERIODISMO DESDE ADENTRO

LIC. RODRIGO MENDIRICHAGA

HEMOS VISTO A UN HOMBRE que leía un libro por la calle. Ya era de noche y cerca de él brillaban los escaparates de la zona comercial.

Parecía mal situada su figura. No porque sea malo leer un poco estando próximo a las tiendas. La figura chocaba con algo más importante aún: con el ambiente social.

En nuestro medio nacional —y sobre todo en nuestra ciudad— no se leen libros. Hemos desterrado de entre los hábitos el de la lectura de libros.

Y un hombre sentado en su casa, leyendo *La Caída* de Camus, o *El Viejo y el Mar* de Heminway, será para sus amigos un tipo raro. Quizá su propia familia le califique bajo en su respeto.

Cuando un hombre sale a la calle de Morelos y se propone seguir leyendo su libro, éste sí ya rebasa lo tolerable. Como a un apestado, el prójimo le dirá tímidamente, sólo con la intención, "vete a tu casa".

Nuestras ciudades tienen un complejo de velocidad que quiere excluir la pausa meditadora de la lectura de libros.

Recordamos aún con melancólico desprecio la observación de una mujer adulta, esposa de un hombre de negocios, que al ver a un niño desplazarse activamente en sus juegos e intereses, comentaba con orgullo que sería un hombre de negocios.

Su reducida visión de las labores humanas le había hecho descartar de entre las tareas activas, que requieren el espíritu pronto, la voluntad firmísima y el trabajar continua y rápidamente, la labor intelectual.

La admiración por los oficios con resultados inmediatos en lo económico y el rechazo de la tarea intelectual, conduce a la eliminación de los libros de entre las cosas útiles.

Vertiginosa época en busca de dinero es la nuestra.

Pero la escuela sigue enseñando a leer y la gente continúa teniendo la necesidad de conocer lo interesante y lo nuevo.

El hombre promedio que ya sabe leer ha de aplicar su conocimiento. Enfrentado un día entero a la deprimente rutina de un trabajo administrativo, seguirá necesitando algo más. Aplicar su alfabetizada intelectualidad a papeles de diversos colores que poseen datos monótonos, le dejaría permanentemente vacío. Recepción y embarque de mercancías, clasificación de productos, numeración de máquinas; y, cheques, letras, facturas... Para la economía esto será importante. Para la urgencia humana de conocer y de estar enterado, los papeles rosas, verdes y blancos, todas esas documentaciones que se parecen a las de ayer y a las del año pasado, no dicen nada.

Tantos hombres que conocen que hoy será este su destino, con variantes mayores o menores, no pueden estar conformes.

Antes de marchar a enfrentarse con su rutina, o al volver de la misma, el hombre buscará llenar su vacío.

Sólo que, por razones de época, es un ser vertiginoso.

No dispondrá de mucho tiempo, ni tendrá la madurez necesaria para permanecer quieto, anclado, en un solo sitio.

Quiere conocer, quiere estar informado, pero no sabrá mantenerse mucho tiempo recibiendo y meditando.

Porque es un ser vertiginoso, ya lo hemos señalado, y porque su prodigiosa época le ha mostrado muchas noticias en una forma ágil, fácil, que sólo le pide mirar; porque cine y televisión le han dado gráficamente muchos mundos ignorados, el hombre rehuye la lectura de libros.

Ese hombre, fruto del tiempo y de su abandono, lee periódicos.

Había de leer algo más que aquellos papeles de colores que pasan diaria e interminablemente por su oficina. Pero no conocía el reposo fecundo y, por tanto, ni imaginó que debiera acercarse a Camús, a Goethe, a Cervantes, a Dante.

Esa es la arcilla de la cual está hecho el consumidor de periódicos. Usamos deliberadamente el término consumidor —tan de la economía, tan de nuestro medio—, para situarnos en léxico comprensible. Y pensamos que será mejor entender como consumidor al que lee, para no tener que aceptar al comprador por kilos de periódicos viejos. Para no tener que recordar, con pena, que este es el destino general del periódico: acabar reunido, sólo unos cuantos días después de salir, alegre y violentamente de las rotativas, en las colonias de "pepenadores" de cosas inútiles.

Por razones de época, por la mediocridad del consumidor, el periódico no tendrá siquiera ni la decorosa vivienda propia de los libros. No hay estantes —que son estructura e indican permanencia— para los periódicos.

En el examen del periodismo no es posible quedar en análisis de época y de lectores.

Este problema recuerda mucho al que plantea el arte cinematográfico.

Que al espectador de cine le gusta ver pornografía, se dice. Que podemos observar la enorme demanda de boletos cuando lo que se anuncia presenta insinuantes escenas.

Siempre hemos recordado, al pensar en este tipo de dramas sociológicos, en el acertijo de la infancia: "¿Qué fue primero, la gallina o el huevo?"

La gente no influyó, con una correspondencia abundante o con manifestaciones masivas, ante las casas productoras de películas.

El cine tuvo cierto decoro y también gran público en otra época.

Luego, algunas mentes y sensibilidades, proyectaron ir girando hacia el descaro en temas y escenas; se basaron, quizá, en el conocimiento de la fácil propensión humana hacia el mal. Y buscaron, ciertamente, una finalidad económica.

Hecho el cambio, habituado el espectador, hoy es difícil saber quién fue primero...

Y el periodismo presenta esta misma amalgama de culpabilidades.

La gente no sabe leer mucho porque ha descuidado su capacidad. Es culpable.

Pero los editores también han retirado cada vez más las palabras para enseñar gráficas "que hablen".

El consumidor de periódicos no tiene cariño por lo que compra y lee cada mañana; porque no aprecia nada que no le conduzca directamente a mejorar sus ingresos en dinero. Posiblemente entre los pobres la única sección que se conserva por unas horas sea la de avisos de ocasión.

Y el lector es culpable de esta actitud fenicia.

Pero, ¿qué es lo que entrega el periódico?

¿Valdrá la pena conservar anuncios comerciales, historietas gráficas, fotografías de gentes vanidosas, espacios pagados que no son noticia, informaciones de dudosa procedencia y comentarios tibios o comprometidos?

Un descrédito se gana poco a poco. Pero en el periodismo se tiene la terrible desventaja de poder mostrar las lacras cada día.

FINALIDAD PRIMARIA DEL PERIODISMO

Posiblemente el error base en la organización de muchos periódicos sea una creencia que va muy bien con el sentir propio del siglo.

Los periódicos se piensan, primero, como negocios.

Imaginamos a los aspirantes a la creación de un nuevo diario o revista, destrozándose el cerebro para encontrar los caminos por los que pueda ser un buen negocio. Un gran negocio.

Y si un periódico tiene ante sí como principal finalidad alcanzar grandes beneficios económicos, el mismo se ha prostituido, poco importa si desde su origen o posteriormente.

Porque el periódico tiene una responsabilidad y ésta es su primera meta.

El periódico, que maneja información y plantea criterios con sus comentaristas, tiene como fin primario el de orientar la opinión, el de crearla con su mensaje.

Pero hacer un periódico cuesta mucho dinero; por tanto, debe vérselo también como negocio. Deberá ser negocio para poder realizar su fin principal.

Esto es diferente.

Cuando se ha creado y llevado adelante la empresa periodística con este criterio, entonces se cumple con la responsabilidad y se vive decorosamente.

Pero si se desvirtuó el orden que por naturaleza debe tener la vida del periódico, si se pensó en alcanzar fortuna, lo más que tendrá su creador es hartura económica, habiéndose olvidado de todo lo demás, desde su fin principal hasta muchos otros aspectos que tienen relación con la verdad, la justicia y la caridad.

El periodismo-negocio es una deformación muy generalizada.

El asunto se manifiesta ridículamente y con las proporciones más increíbles.

En el periodismo-negocio viven docenas de mediocres aspirantes al pan diario; y al tequila diario, por qué no. Son ciertos seres mezquinos de aspecto y peores de intenciones. Inventan hojas, boletines, revistas, diarios, y van viviendo por temporadas del favor de minúsculos políticos ambiciosos o de gentes que prefieren adelantar su dinero a ver impresas calumnias, insinuaciones y hasta verdades.

Ninguno de estos miserables llega lejos, ni en la consideración pública ni en fortuna. Pero tampoco lo desearon.

Son los que quieren tener algo más de dinero del que merecen por su capacidad. Y lo obtienen aprovechando unas embrionarias y atrofiadas cualidades que recuerdan un poco a las que debe tener un periodista.

Casi siempre aprendieron algunas cosas fundamentales sobre la exterioridad del periodismo vegetando un tiempo en algún diario grande. Porque ahí estuvieron, saben hacer una nota informativa, conocen el proceso técnico del taller y pudieron llegar a ciertas fuentes.

Por eso deciden algún mal día independizarse para vivir mejor, para alcanzar más beneficios económicos.

Inventan desde la carta confidencial hasta algo parecido a un periódico por su formato.

Hacen vivir su grotesca creación sólo el tiempo justo que les da para comer, vestir y tener desórdenes morales frecuentes.

Hoja, carta, boletín, revista, periódico, nacieron y subsistieron en función del fruto que pudieron dar. Cansados los anunciantes, menos asustados los tramposos, removidos los políticos amigos, el periodismo-negocio termina.

No así el hábito de su creador. Estos parásitos continúan inventando el siguiente negocio-periodístico.

Y si estos seres desagradan, por sus intenciones, por sus actos, por su indignidad al arrastrarse en busca de ayuda, no son mejores quienes alcanzan riqueza, poder y aceptación social por los mismos medios.

Este otro extremo del problema se muestra en condiciones externas distintas. Aquí, casimires suaves como piel de mujer, oficinas suntuosas, orientales, olor a perfumes extranjeros y licores elegantes. Siempre afeitados; con el aroma de cigarrillos americanos.

Es la alta escuela del periodismo-negocio.

No tienen que arrastrarse tan abajo ni tan frecuentemente. Los suaves casimires van al piso de las Secretarías de Estado y de las grandes empresas industriales y bancarias.

Van de vez en cuando; sólo a recoger un cheque bien gordo.

Aquí, los titulares se cotizan en miles de pesos. Los silencios también. La adhesión vergonzante a un régimen lo mismo.

Pero el creador de esta parodia de periodismo vive lujosamente y puede extender favores y pasar con facilidad cualquier contrabando moderado. Tendrá acceso al mundo social de moda. Este negociante del periodismo puede estar en clubes y casinos exclusivos.

No es menos indecente que el desarrapado que publica un boletín y espera audiencia de un alcalde provinciano para recibir el pago por su alabanza o su silencio.

Debiéramos creer que es peor. Porque su acción maligna, o su abstención en la responsabilidad periodística, va a mayor número de lectores.

Siendo peor, esta época graciosa, especialísima, le aplaude, le tiene respeto.

Epoca curiosa que en voz baja condena todo el día los males y crímenes, pero que admira al hombre que alcanza el poder económico, aunque haya llegado a él por caminos tortuosos.

Y entre este potentado del periodismo-negocio y el otro aprendiz eterno de este nefando oficio, una gama interminable de eslabones. Ahí, desde los que creyeron que sería sólo un medio para hacer dinero pero, a su vez, deseaban

decir la verdad, hasta los que bandean de una borda a la otra, pues equivocaron desde el origen su finalidad.

Esta forma de periodismo es un error desde su raíz.

Un trabajo que se inicia con mentalidad propia de otros oficios, no podría ser un acierto.

La apostólica misión de informar y orientar con verdad —que supone desapego de beneficios propios, visión puesta en el prójimo como receptor de nuestro servicio—, no es posible condimentarla con miras de instituciones de crédito.

Son dos cosas bien diferentes. Lo son por definición, por naturaleza, de origen.

Si soy poseedor de una información valiosa, conocedor de un enfoque correcto de la realidad, si tengo, en definitiva, la verdad, no es legítimo especular con ella. La verdad es algo tan digno en sí, que sólo puede transmitírsela, no negociar con ella.

Por los medios de que dispone, el periodismo está capacitado para alcanzar la verdad; deberá decirla, por tanto.

Y en este magnífico oficio, creado para los buenos, no para el desecho de la sociedad, no habrá más que una condición que la impone la persona humana: al ejercer el periodismo, poder vivir de él con decoro.

Obtener del trabajo periodístico lo necesario para vivir con holgura no supone transgredir finalidades.

Quien vaya más allá y confunda esta misión con el tráfico comercial, es un pobre diablo que no entiende en lo que anda o un perverso que sabe demasiado bien lo que desea.

PRESIONES ECONÓMICAS

Haber pensado un momento en la desviada mentalidad que programa un periódico como negocio solamente, nos coloca de lleno en otro asunto que se presenta como una peligrosa constante en México, y que sabemos también es propio de otros lugares.

Los periódicos no pueden vivir de la circulación.

La crisis alérgica hacia la lectura es tan grande en nuestro país, que ni se leen libros, ni suficientes personas leen periódicos.

Y la venta del periódico es tan pequeña, comparativamente al costo de su elaboración y tiraje, que no podrían vivir las editoras de esto solamente.

No queremos insistir sobre esa masa humana que crece en nuestras ciudades, que trabaja, pulula por las aceras y cafés, asiste al fútbol y los toros, se mete

a ver películas y se sienta desganadamente a aburrirse ante la pantalla de televisión. No lee, no quiere leer.

Ahí está el fenómeno, vergüenza de nuestro tiempo.

Y paradoja también. Pues, a medida que disminuyen los índices de analfabetismo, se va leyendo menos. Y esto, aunque verdad sociológica que enseña nuestra observación, parece ser un reto a la lógica... y quizá a las matemáticas.

Vamos a dejar esto por ahora como un mal acumulativo que, para corregirse, requerirá de mucho tiempo. Creamos por un momento, optimistamente, que en algún buen siglo próximo la gente quiera volver a leer.

Y vayamos al problema que esta ausencia de lectores causa al periodismo.

Si el periódico no puede vivir de la venta tendrá que vivir de otras dos soluciones: publicidad y subvenciones.

De momento podemos quedar perfectamente tranquilos de saber que existen medios de acercar la ayuda necesaria cuando han fallado los lectores requeridos.

Pero, subvenciones y publicidad, suelen allegar el dinero y ciertas condiciones.

Lo cual no sucedería fácilmente con una enorme masa de lectores, que no estarían asociados como compradores de un diario determinado.

La vida más libre para un periódico existe cuando su tiraje y venta es tan alto que cubre todos los gastos y hasta puede reportar alguna utilidad.

Un periódico en tales condiciones de subsistencia tendría que equivocarse demasiado para ser abandonado por sus lectores, esos hombres anónimos que con unos centavos diarios le hacen posible vivir.

Es más difícil que un solo hombre, o un pequeño equipo de hombres, no vaya a tratar de exigir algo más a cambio del apoyo económico que proporciona a un periódico.

Conociendo las reacciones humanas, podría predecirse que la libertad de expresión estaría en riesgo al recibir subvenciones y publicidad.

Pero no hace falta tomar actitudes proféticas.

El hecho está aquí, y es uno de los mayores problemas para poder desarrollar un periodismo libre.

Necesitado de dinero para imprimir la verdad, sabedor de que la venta por voceadores, estanquillos y suscripciones no sería suficiente, el director programa su publicidad.

Debiera de ser una simple relación comercial. Pero no queda en esto porque una de las partes, desde el punto de vista económico, está en desventaja. El periódico necesita del anuncio. No así el anunciante, pues para él es sólo uno de los medios de mostrar el producto a sus compradores.

El anunciante entonces empieza a pensar en el periódico, creyéndose con unos derechos que pudiéramos llamar laterales, para intervenir en sus destinos.

Si se dijeran ciertas cosas, o se dejaran de decir otras, el anunciante amenaza con retirar su colaboración.

El periodismo está atado.

No todos los anunciantes serán así, pero existen muchos con este criterio.

Lo que es vida para el periódico —esa fuente de ingresos que llamamos publicidad— es sin embargo, también, una amenaza permanente. Y, a sabiendas o ya como un complejo grabado dolorosamente en el subconsciente, muchos periódicos tienen que ir informando y comentando cuidándose de no lastimar a los poderes económicos que hacen posible ir diciendo verdades a medias, cuando menos.

Las subvenciones son otros de los caminos para procurarse recursos para subsistir y que presenta riesgos similares.

En este caso, además, quien aporta el dinero ni siquiera verá impreso un producto y recibirá ese servicio; por tanto, estará más listo para esperar el favor del periódico o quedará seguro de no ser atacado jamás.

El periodismo de hoy, de aquí, de muchas otras latitudes, cuando tiene que depender en lo económico, fundamentalmente, de poderes externos, suele ser un oficio difícil, muy difícil.

Y esta terrible angustia de querer decir la verdad, toda la verdad, y sentirse dependiente del apoyo económico de algunas personas o grupos —públicos o privados— no puede terminar con una actitud del periódico.

No bastaría con decidirse a actuar haciendo a un lado ese temor a los poderes económicos. La aventura puede durar un tiempo pero, al fin, el anunciante inconforme o el político ofendido retirarían su ayuda y el periódico moriría o, en el peor de los casos, llevaría una vida precaria.

Si el periódico tratara de decir sólo la verdad y, sin embargo, sintiera la presión del anunciante o del subvencionista para que callara, entonces el problema que se ha creado no está en el periódico mismo.

El problema lo ha creado un ser extraño al oficio que quiere opinar y decidir sin tener ni capacidad ni derecho de hacerlo.

Si volvemos sobre nuestras primeras ideas y recordamos que el periódico es hoy el medio más aceptado de lectura, si es, por lo tanto, una necesidad social la existencia de buenos periódicos y la vida social es responsabilidad de todos los que participamos de ella, lo menos que debe sugerirse a los extraños a la tarea periodística es que retiren las manos.

Esta grave amenaza que existe sobre los periódicos de países donde aún no es posible vivir de la circulación, no terminará más que con la educación de anunciantes y subvencionistas. Cuando entendieran que gracias a ellos puede decirse la verdad y estén satisfechos con sólo esto, el problema se habría subsanado.

No puede estar la solución en otro lugar.

Deseamos que algún día, mayor número de colaboradores económicos entiendan esta otra obligación maravillosa de abstenerse de opinar.

Pero sabemos que será muy difícil alcanzarlo.

EL PERIODISMO COMO CARRERA

Pero, ¿de qué serviría una correcta intención del director y una útil abstención de anunciantes y subvencionistas, si no se tiene un personal que realice un periódico digno?

En este aspecto encontramos cierta semejanza entre las actividades magisteriales y periodísticas, que parecen provocar una dificultad de origen.

Por nuestras escuelas secundarias y preparatorias pasan meteóricamente cientos de maestros improvisados e inestables.

Para sólo ejemplificar, de las Facultades de Derecho mexicanas un porcentaje considerable de alumnos intentan probar capacidad temporalmente como profesores de enseñanzas inferiores a las que ellos van cursando.

Es un fenómeno conocidísimo; y, según el hábito que ha creado y la reincidencia, se presenta casi como inevitable.

Durante algunos años y generalmente antes de recibirse, los aspirantes a la abogacía prestan servicios en escuelas secundarias y preparatorias. También se da esta tendencia entre estudiantes de medicina, ingeniería, contabilidad, etc.; pero la hemos observado más frecuente entre estudiantes de Derecho y Ciencias Sociales.

Pues, estos meteoros de la enseñanza, son un caso que debe analizarse. Si a cada uno le sirvió como entrenamiento para presentarse en público, le obligó a prepararse mejor, le acostumbró a argumentar, puede ser interesante; pero sólo para él.

Quienes tuvieron que sufrir como alumnos estos experimentos, no se habrán beneficiado especialmente.

Por allá entre las intenciones, confesadas o no por los actores de este drama educativo nacional, existe un deseo de hacer algo de dinero dando clases, para pagar la ropa nueva, los cigarrillos, la gasolina del coche, los espectáculos.

Se miró, desde el principio, como oficio pasajero. Había tal demanda de profesores que podía estarse ahí —enseñando mal— durante unos años.

¿Por qué no se continuaba en ello?

En primer lugar porque jamás se tuvo la vocación para hacerlo. Ni se sintió el llamado, ni se tenía la capacidad para realizarlo.

Pero también, y esto es muy importante, porque la perspectiva económica que se ofrecía era lamentable.

El estudiante universitario que anda de aprendiz de profesor conoce los bajos sueldos de las escuelas. Y conoce los altos sueldos de otros oficios.

No está mal que mire este asunto con interés. Es chocante el joven que desea ser millonario; pero no lo es el que busca la dignidad económica.

Como en el magisterio llegaría a la estrechez, no lo pone frente a su elección como un camino posible. Lo rechaza desde el principio.

Los oficios profesionales, industriales, bancarios, comerciales, dejan abundantes frutos aun ejerciéndolos honestamente. Los sueldos del magisterio han quedado rezagados.

El joven que ensayó la cátedra —con vocación tambaleante o sin ella—, ya tiene decidido no continuar.

Por tanto, entre nosotros, pocos hacen del magisterio una carrera. Y, sin personas suficientes que se especialicen, que dediquen una vida, esta actividad siempre estará en crisis.

Este mismo fenómeno hemos advertido en el periodismo.

Pocas vocaciones, es cierto. Pocas capacidades, también. Pero, habiéndolas, un temor legítimo de pasar estrecheces económicas, pues los sueldos no valen la pena.

Y, si continúa esta situación, seguiremos viendo, como en las aulas, el paso de jóvenes que sólo estuvieron una temporada en las redacciones y los talleres de los periódicos.

Pocos quieren hacer carrera.

En ciudades como las nuestras, en que otras labores se adelantaron ya en mostrar decorosos resultados económicos, el joven que permanece un tiempo de reportero tiene la mira definitiva puesta en otro sitio.

Casi nadie hace carrera.

Sin una generación de periodistas de carrera, no será nunca posible tener tradiciones, experiencias, escuela.

Este grave problema puede tener solución en las empresas editoriales mismas. Hace falta una meditación sobre los daños que acarrea, debe hacerse el esfuerzo de revisiones a la contabilidad y, pudiéndose, habrá que tener la actitud generosa de aumentar los sueldos.

Que, quienes posean vocación y capacidad, puedan estar tranquilos porque alcanzarán holgura ejerciendo el periodismo honestamente.

Y, entonces sí, a exigir. Los directores que entreguen sueldos suficientes, pueden hacer la limpia de indeseables.

Dado el paso de la nivelación de sueldos respecto de otras actividades se podrá, como se procura hacer en la industria, la banca, el comercio, escoger lo mejor.

Hemos estado tan pesimistas en la contemplación de las necesidades del periodismo, que queremos pregonar entusiastamente, con Darío y sólo para los efectos de nuestro tema, que andan por ahí "tantos vigos dispersos..."

Hay calidad moral e intelectual que ha quedado dispersa porque no podía o no se atrevía a agruparse en periodismos que negaran su finalidad, que estuvieran presionados por los poderes económicos y porque no se podía hacer carrera.

Presentado un sugestivo sueldo, se haría la selección.

Entonces sí, casi violentamente.

El periodismo es la lectura más generalizada hoy, ya lo hemos recordado insistentemente. Para servir a la comunidad hacen falta en el periodismo los mejores hombres.

Exigir calidad moral, que también por ahí la habrá.

Aceptar sólo vocaciones probadas; aquellos que sientan urgencia de decir la verdad, pero que sean capaces para decirla.

No sólo moralidad, no sólo buenos deseos, también cultura, una preparación suficiente para ejercer el oficio.

Que no llegue por el teletipo una noticia de Indonesia y el entusiasta redactor la cabecee en Malaya.

SINTETIZANDO

Recapitulemos lo dicho en esta visión panorámica e incompleta del periodismo.

Sería saludable el recuerdo, la revisión permanente, la autocrítica, para saber si se cumple con la primera finalidad: decir la verdad.

Es necesario que en una sociedad perfeccionada, los grupos económicamente poderosos que rodean la vida del periódico, tengan la madurez de comprender que, para bien de todos, deben dejar paso libre a la verdad.

Urge una reestructuración económica en los periódicos, para poder ofrecer un mejor futuro en ganancias legítimas a los aspirantes que sí tienen vocación.

Deberá exigirse, entonces, de quienes quieran continuar en el periodismo, calidad moral y capacidad cultural.

Habrán otras muchas cosas interesantes que no hemos señalado; habrán otras formas de decir lo que hemos presentado. Pero el análisis, la meditación y la redacción de estas ideas han sido efectuados con profunda conciencia del puesto del periodismo en las responsabilidades de este siglo.

Hemos escrito, además, con el cariño que nace de percibir la fuerza aromática de los lingotes de metal y de escuchar el melódico chasquido de los linotipos.

VENEZUELA EN LA EMANCIPACIÓN DE AMÉRICA

PROF. ANTONIO POMPA Y POMPA
Instituto Nacional de Antropología e
Historia. México, D. F.

ESTE ENSAYO HISTÓRICO se propone llevar a un mejor intento de interpretación integral, uno de los fenómenos de mayor trascendencia en la evolución de América.

Las complejidades de este fenómeno histórico, el movimiento de emancipación americana, se van destruyendo en tanto la investigación va sugiriendo cauces que conducen a causas endógenas o exógenas que hacen la manifestación externa del fenómeno y que plantean a la crítica en sus diversos aspectos, desde sus mismas fuentes, los orígenes de las manifestaciones externas, a veces deformadas, azás frecuente, entrañando un imperativo de revaloración.

El gran movimiento de la emancipación americana es esencialmente uno e indiviso aunque accidentalmente se manifieste múltiple, las causas u orígenes remotos están concatenados y obedecen a postulados perfectamente definidos. Peculiaridades las hay por el influjo del medio o del hombre, o de una circunstancia particular, sea ésta específicamente de tipo económico, político o ideológico.

Así, dentro de este concepto general, lógico dentro de la evolución biológica de América, hay objetivos que por propia naturaleza aparecen determinantes y destacan por su propio destino como el muy particular, por sus proyecciones continentales, que se operó en la capitanía general de Venezuela, cuya naturaleza le da preeminencia en el movimiento de la emancipación americana.

Antes de abordar el estudio de acontecimiento tan trascendente, nos parece indispensable actualizar someramente la organización colonial, de la manera como actuaba en los últimos años de la dominación española, y de esta manera conseguiremos a la vez, tener un juicio, aun cuando sea somero, de las instituciones diversas que tuvo la capitanía general de Venezuela, ya sean és-