

El "Ciudadano Hearst"; padre del periodismo sensacionalista

Por Ricardo Lorenzo Sanz y Héctor Anabitarte Rivas

WILLIAM Randolph Hearst (1887-1951) es el creador del llamado periodismo amarillo. Nacido en Estados Unidos, hijo único de un pionero que había descubierto riquísimas minas de plata en California, toda su vida la dedicó al periodismo. Expulsado de la Universidad de Harvard, a los 24 años de edad logra convencer a su padre que le da dirección de un diario, el San Francisco Examiner, propiedad de la familia y que había adquirido en 1880 para convertirlo en órgano oficial del Partido Demócrata de la capital californiana. Al borde de la bancarrota su regular aparición se debe a la ayuda económica de Hearst padre.



DESDE el San Francisco Examiner, William Randolph Hearst, posiblemente sin sospecharlo, crea un periodismo ágil, llamativo, moderno. Hasta ese entonces la prensa era dirigida para los señores apoltronados cómodamente en sus casas y calzando pantuflas. Hearst imagina un diario dinámico, capaz de conmover la calle y este objetivo muchas veces lo llevará a tergiversar la información, a inflarla, a inventarla, pero sienta un prece-

dente que no puede ser ignorado a partir de él: grandes titulares, subtítulos, muchas fotografías y dibujos, diferentes secciones, inclusive para las mujeres, hacen que el periodismo ya no quepa en el viejo y serio molde que tenía a la prensa inglesa como ejemplo. En un año la venta asciende de 15.000 a 30.000 ejemplares de venta. En 1893, el Examiner había logrado una circulación de 72.000 ejemplares. En 1891 el periódico daba una ganancia

de medio millón de dólares anuales.

Es una pirata

Aplicando una técnica que después le crearía muchas enemistades entre sus colegas, la primera labor de W. R. H. fue estructurar un equipo periodístico con eficaces colaboradores, reclutados del plantel de los otros periódicos. La clave era sencilla: elegir los candidatos y ofrecer sueldos mayores. Tales

periodistas, con iniciativa propia y mucha experiencia, y bajo la dirección de un individuo incansable y despótico, dan vuelta el diario y la misma ciudad. W. R. H. cree que la prensa es el cuarto poder.

No espera la noticia. Va en su busca. El primer éxito del **Examinar** es el incendio que se había declarado en el Hotel Del Monte, en Monterrey. Hearst alquila un tren especial en el que al frente de su pequeño ejército de reporteros, fotógrafos y dibujantes, se dirige al lugar de los hechos, ofreciendo una escalofriante información, que por otra parte, es así objetivamente. Un tiempo después un vapor encalla en la bahía de San Francisco y fleta entonces una nave especial que acoplándose a la encallada traslada a la tripulación. Y desde allí mismo, **produciendo** la noticia, conmueve a la población. Con respecto al público femenino, totalmente olvidado en las publicaciones de la época, incorpora a su equipo a Winifred Black, más conocido con el seudónimo de «Anne Laurie». Sus artículos, si bien apuntan sólo a problemas infantiles, información sobre medicina, hace que no pocas mujeres adquieran la costumbre de leer al diario. Hasta no hace mucho era todavía llamativo que una mujer leyera el diario en un autobús.

En el plano técnico las innovaciones son realmente revolucionarias: titulares descomunales e ilustraciones muy llamativas: el **Examiner** se vende solo, entra por los ojos. George Pancoast, maestro de este estilo —descubierto por Hearst— es la persona que se hace cargo de este aspecto del trabajo. Años más tarde será director técnico de todas sus empresas. Su influencia llega a modificar la fisonomía del periodismo norteamericano.

Hearst y su equipo efectúan notables descubrimientos en el campo de la tipografía y la cabeceras de páginas y en los pies, con todo tipo de titulares



Orson Welles en su caracterización de «Ciudadano Kane», película por él dirigida y protagonizada en la que se prefigura la personalidad de Mr. Hearst.

y combinaciones. La primera página o tapa sufre así una mutación radical de alcance mundial. El resultado es palpable: una prensa técnicamente ágil, fácil de leer y atractiva por su esmerada y llamativa confección. Hay que tener en cuenta que en aquella época era difícil distinguir el diario de un día o de otro, y que en la primera página el lector se veía casi agredido por una avalancha de apretados artículos en pequeñas letras.

Salvando las distancias, el poeta soviético Vladimiro Mayakovsky (1893-1930), pintará y diagramará carteles revolucionarios para informar al pueblo ruso, analfabeto en su inmensa mayoría (más del 80 por ciento), utilizando una técnica parecida. En la década del veinte los intelectuales soviéticos buscarán y encontrarán nuevos caminos para informar y organizar al pueblo, sin rebajar la calidad artística de sus trabajos. Aquí está lo criticable de la labor de Hearst: desarrolla un método revolucionario, poniéndolo al servicio de sus intereses económicos, pero de todas maneras, significa un ariete en la estructura cultural burguesa y millones de personas comienzan, cotidianamente, a interesarse por lo

que sucede en el mundo. Esta incorporación, aunque se realiza a través de una prédica mediocre o de corto alcance, significa un avance importante en la constitución de una sociedad democrática.

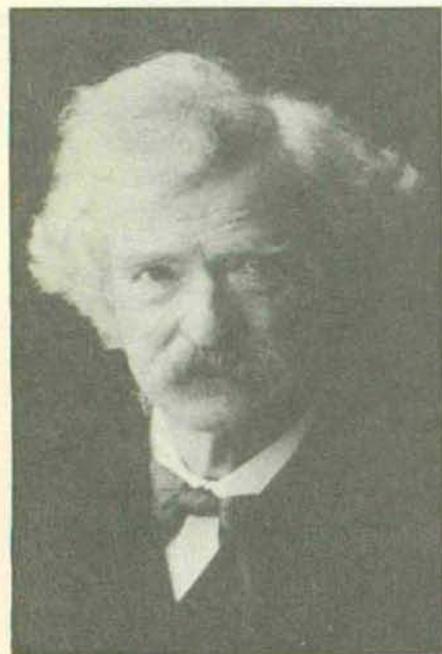
Rivales: Hearst y Pulitzer

Conquistada San Francisco, se lanza sobre Nueva York. Allí debe enfrentarse con un rival temible, y que por otra parte es el único que puede ponerse en su camino: Albert Pulitzer (1847-1911). Nacido en Hungría emigra a Norteamérica en 1864, donde trabaja como reportero en el diario *Westliche Post* y estudia leyes. Forma parte de la legislatura de Missouri y edita luego su periódico, el *St. Louis Post-Dispatch*. En Nueva York adquiere el *New York World* (1883) y es miembro de la Asamblea. En 1903 creará en la Universidad de Columbia una escuela de periodismo. Actualmente se otorgan doce premios anuales que llevan su nombre y oficialmente se destinan con la intención de fomentar los servicios públicos, la moral, la literatura y el progreso de la educación.

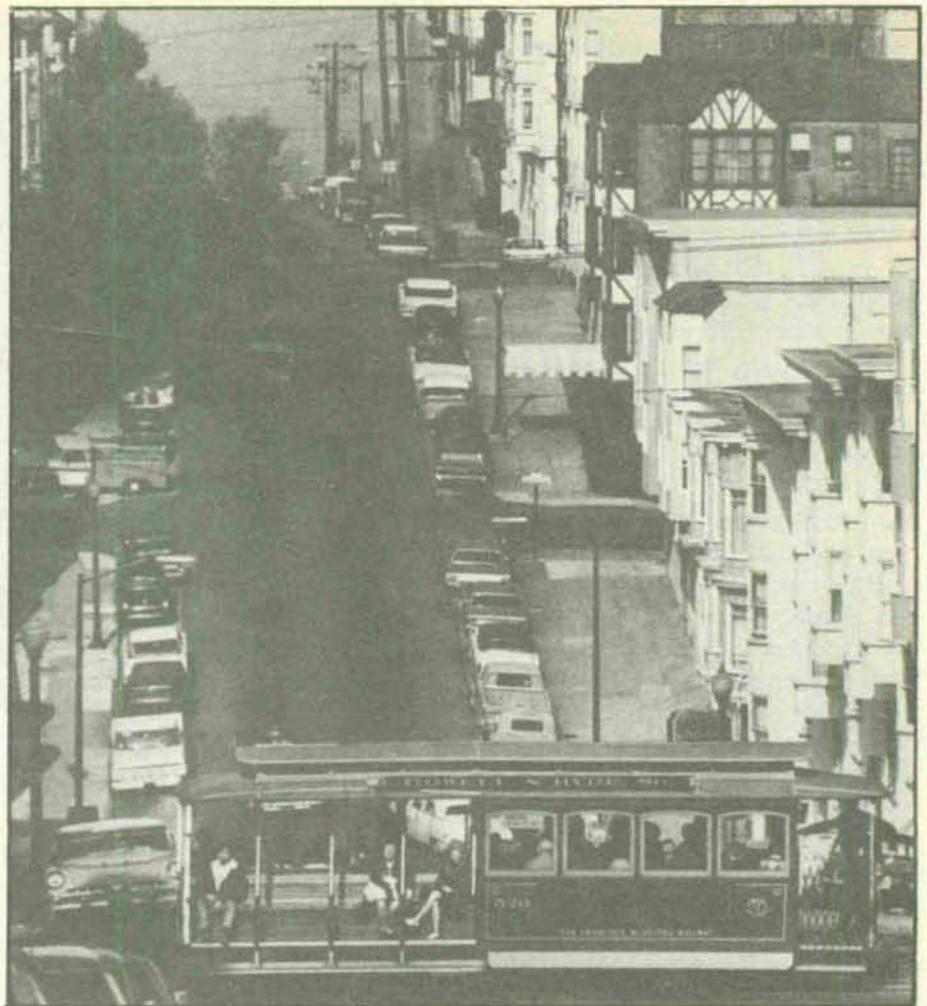


Joseph Pulitzer (1847-1911). Periodista de origen húngaro, radicado en los Estados Unidos, instituyó los premios Pulitzer, uno de los más codiciados premios del periodismo mundial.

Ambos pioneros, se enfrentarán con ardor. Es que Estados Unidos es el país en donde el capitalismo se ha desarrollado con más ímpetu y en donde la herencia del feudalismo casi no se siente. Derrotados los Estados esclavistas del sur, el último impedimento anticapitalista, el país se ha lanzado a la **conquista del mundo**.



Mark Twain (Samuel Langhorne Clemens, 1835-1910).



Una visión característica de San Francisco; al fondo, la bahía.

Cuentan con un sistema económico superior en relación al resto de las otras potencias mundiales e con un país saturado de riquezas.

Hearst y Pulitzer pertenecen al mundo de Ford y Edison, los hermanos Wright y Taylor, Griffitt y Gatlinf, Fulton y Ritty, Kendael y McCormick, Berliner y Midgely y Hoe, y muchos más. Estados Unidos es la **patria** del acero rápido, del acumulador, del aeroplano, de la ametralladora, del arado de acero y las cosechadoras, del barco a vapor y de la caja registradora, de las calculadoras y la rotativa, del celuloide y del gramófono, del disco y la fotografía, de la gasolina, el rayo láser y la leche condensada, del micrófono y la goma sintética. Interrumpimos esta lista, pues pensamos que ya está demostrado cual es el papel de ese coloso, que desde la terminación de la

guerra civil, en 1865, hasta la década del cincuenta, no conoció límites a su supremacía. Recién ahora, luego de la derrota militar que sufriera en Vietnam, puede hablarse de **igual a igual** con la Casa Blanca.

En ese escenario, y en su capital, Nueva York, la sede del poder real, Hearst por ciento ochenta mil dólares adquiere el desahuciado **Morning Journal**. El 7 de noviembre de 1895 sale el primer ejemplar del **Journal** sin el prefijo **Morning**. Recurre a sus **piraterías**, las cuales se generalizarán en los medios de difusión: va contratando a los periodistas más valiosos de la competencia. El **World** de Pulitzer pierde a su jefe de redacción, Morril Goddard, y algunos de sus más sobresalientes colaboradores se pasan de bando. Y así se entabla una verdadera batalla periodística. Día tras día el **Jour-**



«El tío Sam, encargado de redactar el programa de la guerra, con todo lujo de detalles que le sugiere su acalorada fantasía». (Caricatura de «La Ilustración Artística».)

nal iba acortando distancias en el tiraje frente al exuberante World.

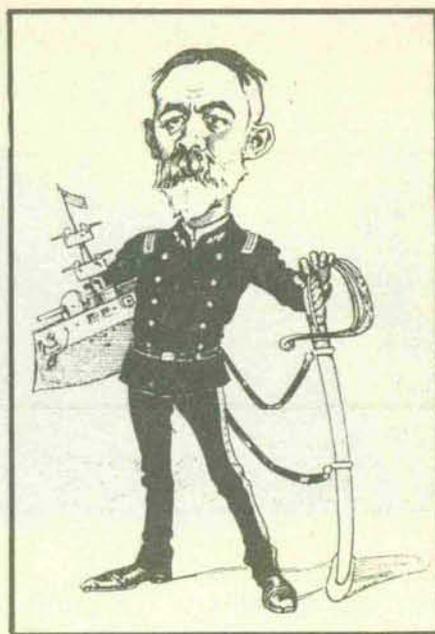
Periodismo amarillo: nace de un travieso y desdentado niño

Uno de los personajes más populares de las páginas del World es un travieso y desdentado niño, cuya vestimenta amarilla le había hecho famoso como el «Yellow Kid». Su creador, el dibujante Dutcault se había pasado al **Journal**, llevando con él al personaje. Este hecho provoca que Pulitzer entabla un juicio contra Hearst, que es el comentario obligado de toda la ciudad. Y esta competencia despiadada como así también el escándalo que produce acuña un nombre para un hecho sin antecedentes: el periodismo amarillo.

Esta es la anécdota. Pasemos ahora a informarnos de las instrucciones que daba Goddard en el **Journal** para confeccionar la primera plana: «Supongamos que se trata del cometa Halley. Pues bien: hay

que hacer un grabado de media página mostrando el cometa rodeado de varias fotos seriadas previas sobre el fenómeno... Si queda sitio para introducir una mujer joven, atractiva, mejor. Si no, hay que poner unos personajes de Marte viéndolo pasar. Entonces, algo así como un cuarto de página de grandes titulares ruidosos. Después, doce centímetros de artículo escrito en forma vibrante. Y una foto del profesor Halley abajo y otra del profesor Lovell arriba y una guarda de orla conteniendo una opinión científica que nadie entenderá, para darle categoría»...

Como puede apreciarse, y sin muchos escrúpulos, el **Journal** sabía atrapar al lector, y se puede condenar algunos aspectos de su táctica pero es válido el método. Los habitantes de Nueva York, sus millones de trabajadores, se enteraban casi exclusivamente por el **Journal** lo que sucedía en el mundo. Otro aspecto de su labor para ganarse al público fue que el diario salió en defensa de sectores pobres de la ciudad y en algunos casos se presentó ante la justicia para proteger a personas que atraviesan por situaciones extremas. Era co-



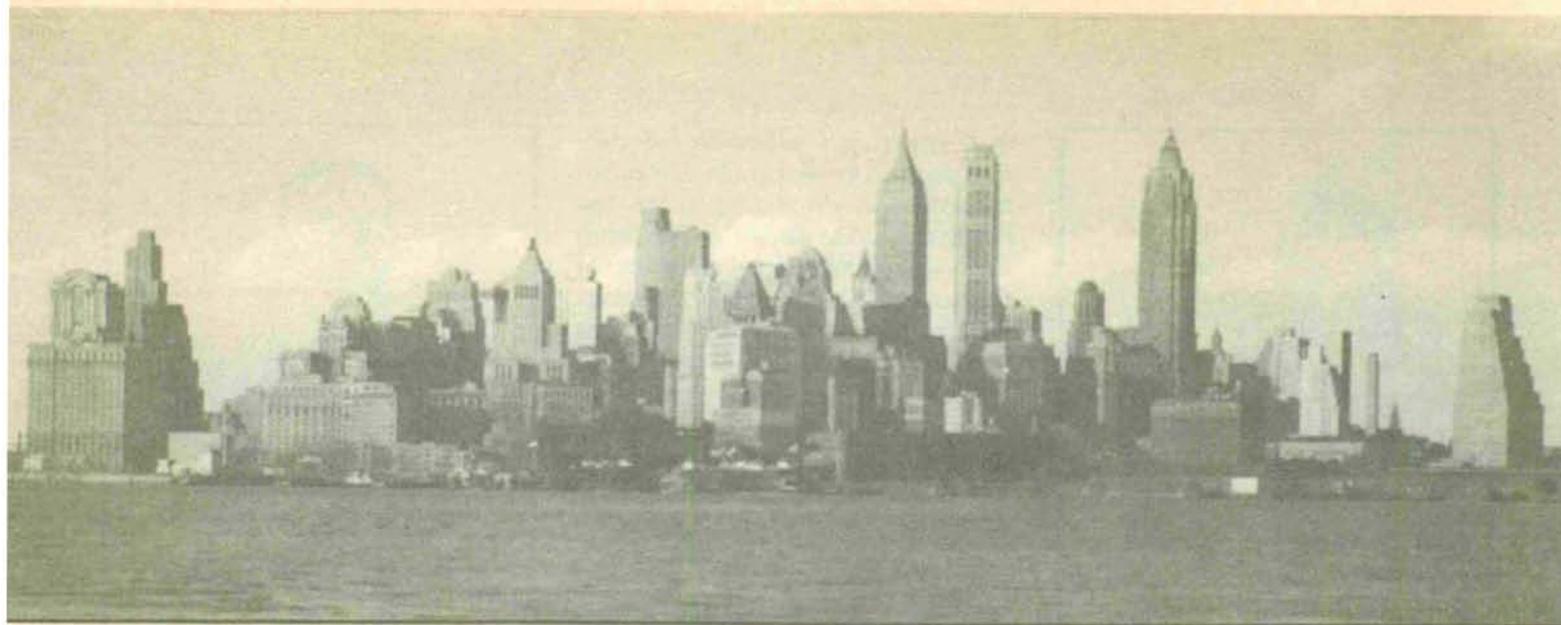
«El tío Sam...pson, encargado de poner en práctica el interesante programa... hasta donde buenamente se pueda». (Caricatura de «La Ilustración Artística»). Contemporánea de los hechos que culminaron con el desastre naval de España y la pérdida de Cuba, Puerto Rico y Filipinas.)

mún que la gente dijera que «mientras otros hablan el **Journal** actúa».

En poco tiempo Hearst mejoró las notativas del diario, incorporando novedades como la impresión de medio ejemplar a todo color. Al año de establecerse en Nueva York, el **Journal** llegaba al medio mi-



Henry Ford y Thomas Alva Edison.



Panorámica de la ciudad de Nueva York.

llón de ejemplares. Algunos años después alcanzaban la cifra de 600.000. Comparemos esta cifra con los tirajes actuales en los Estados Unidos: sólo seis diarios logran vender más que el **Journal** (New York Daily News, Wall Street Journal, Los Angeles Times, Chicago Tribune, New York Times, Los Angeles Herald-Examiner).

Pronto el **Journal** fue internacionalmente famoso. En 1897 el rey Jorge de Grecia envía un despacho exclusivo a Hearst para que éste «informase al pueblo norteamericano» que Atenas había entrado en guerra con Turquía. Aquel mismo año, un enviado especial, Samuel Clemens (es decir, Mark Twain, el famoso autor de Tom Sawyer) fue enviado a Londres para informar acerca de las celebraciones del sesenta aniversario de la coronación de la reina Victoria, cabeza visible de un período en el cual no había lugar para los Hearst. El **estilo victoriano** sentía por lo popular, por lo vivo, un rechazo casi patológico.

Hearst declara la guerra a España

Hearst, con el visto bueno de la Casa Blanca, comienza una campaña contra España. El objetivo norteamericano es apoderarse de la isla de Cuba,

en aquellos años colonia española.

El **Journal** necesita información sensacional, y los crímenes, incendios u otro tipo de catástrofe ya no conmueven al público. Sin darse cuenta Hearst a acercado el periodismo a una masa de población, que si bien partía de cero en cuanto a información, su nivel aumentaba y estaba en condiciones de seleccionar. Esta presión de los lectores hace que en el otoño de 1896 el **Journal** se lance a una campaña contra el gobierno de Madrid exigiendo la independencia nacional de Cuba. En sus páginas aparecen reportajes a



Franklin Delano Roosevelt, presidente de los Estados Unidos de 1933 a 1945.

senadores y representantes ante la Casa Blanca, que opinan sobre la necesidad de intervenir militarmente. En 1898 la predisposición a la guerra contra España alcanza el máximo clímax con el hundimiento del **Maine** en el que pierden la vida 266 marinos norteamericanos. El **Journal** no duda: acusa a España de haber hundido el barco y ofrece un premio de 50.000 dólares para quien capture a los responsables. Meses después el Congreso norteamericano declara la guerra y en 120 días España debe firmar un armisticio que lleva la bandera de las estrellas y franjas a Cuba.

En EE.UU. el conflicto llegó a llamarse **La guerra Hearst**. Al frente de un equipo de veinte hombres formado por sus mejores reporteros, dibujantes y fotógrafos se trasladó a La Habana, al comienzo de las hostilidades, donde, de paisano, con sombrero de paja y revólver al cinto, intervino personalmente en algunas acciones bélicas. El **Journal** hacía tabla rasa con la competencia y lograba lanzar la increíble cifra de cuarenta ediciones en un solo día, posiblemente, un caso único en la historia del periodismo mundial.

El político

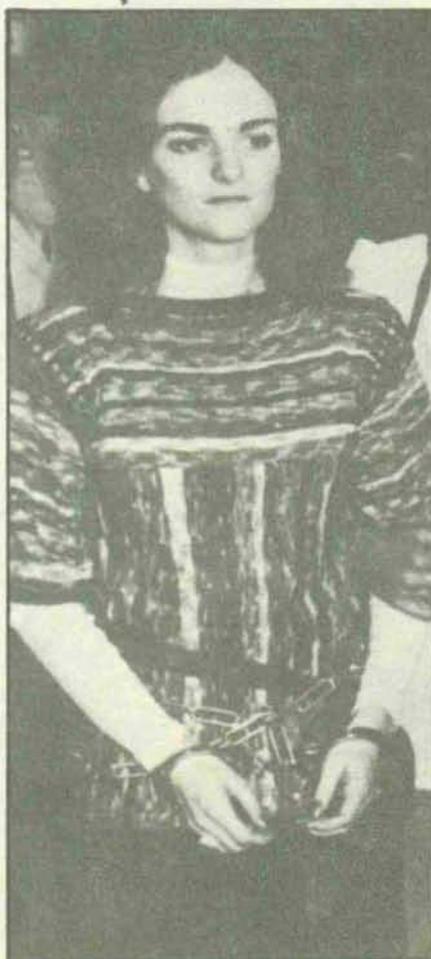
Luego de hacer la guerra a España Hearst se dedica a la

política, siendo elegido representante demócrata por uno de los distritos neoyorquinos. Su programa se apoya en las reivindicaciones de los trabajadores, los pequeños comerciantes y la gente humilde en general. Así consigue el apoyo de la American Federal of Labor (la central obrera norteamericana). No se conforma con lo obtenido y aspira a la alcaldía de Nueva York, desde donde es posible aspirar a la presidencia de la nación. Pero estos propósitos son condenados al fracaso por la oposición unida de demócratas y republicanos que debe enfrentar. Ambos partidos temen el **populismo** de Hearst y deciden aislarlo. Incansable, como siempre, forma un partido político en el cual invierte dos millones de dólares. Derrotado varias veces abandona la carrera política en 1909.

Desacreditado como político y sus empresas en peligro, se dedica a conservar a los lectores, pero en 1914, cuando se declara la primera guerra mundial, se manifiesta públicamente pacifista. Será **ahorcado** en efigie en un farol del centro de Nueva York y atacado por anti-norteamericano. Lloyd George, primer ministro británico lo acusa ante la Cámara de los Comunes calificándolo de germanófilo. Inglaterra y Francia cortan el uso telegráfico a la Cadena Hearst. Y en Canadá tener un ejemplar del **Journal** es motivo para ser detenido.

En 1919 muere su madre y pasa a administrar el patrimonio familiar. Durante una década, de 1919 a 1929, reverdece su imperio y sus dominios periodísticos alcanzan los cuatro puntos cardinales de Estados Unidos. En 1909 había creado la International News Service (INS), agencia telegráfica que surtía de información a los diarios de su propiedad. En la década del veinte la INS pasa a informar a 400 diarios norteamericanos y europeos con oficinas en las principales

capitales del mundo. Compite con la Associated Press y la United Press. En 1930 alcanza la cúspide de su vertiginosa carrera con un total de 26 diarios y 17 periódicos dominicales publicados en 18 ciudades. Seguida por la del grupo Scripps-Howard, su cadena era la mayor del país y representaba casi un 14 por ciento de la circulación nacional total. La tirada de los dominicales de Hearst alcanzó en 1935 los siete millones de ejemplares, mientras que los cotidianos los cinco millones.



Patricia Hearst, nieta de Randolph Hearst, condenada por el Juzgado Federal de San Francisco, por atraco a mano armada... El fin de una casta.

La depresión del 29

La crisis de 1929 obliga a Hearst a replegarse. En un momento de retroceso general y el **World** de Pulitzer deja de salir. La cadena de W. R. H. se desprende de los periódicos

menos rentables, pero en 1940 conserva 17 diarios y 13 dominicales. De ahora en adelante su vida no interesa particularmente al objetivo de esta nota. Apoya a Franklin Delano Roosevelt (hasta 1933), viaja a Alemania en 1934 y se refiere favorablemente al nazismo. Luego de la segunda guerra mundial simpatiza con la ola de anticomunismo que asola a los Estados Unidos.

En 1937 deja sus empresas en manos de un consejo para que las administre. Reside en San Simeón y luego en Beverly Hills, en donde se dedica a dar fabulosas fiestas. Inclinado a coleccionar obras de arte invirtió en ellas unos 50 millones de dólares. Tenía en su mansión sillerías del siglo xv, cerámicas etruscas, momias egipcias; de Gales se hizo traer un castillo y de España una abadía que finalmente fue olvidada y depositada en unos almacenes.

Después de su muerte, la cadena Hearst sufrió bastantes cambios. El mayor de sus cinco hijos, George, no continuó en la empresa. El menor, en cambio, William Randolph Hearst jr., fue quien tomó las riendas de la **Hearst Corporation**. El resto del imperio fue dividido entre los otros cuatro hermanos.

William Randolph Hearst hijo, es el padre de Patricia, la muchacha que protagonizó un sonado suceso por pertenecer a un grupo guerrillero norteamericano. Un poco arbitrariamente vamos a utilizar este hecho como un símbolo de la actual situación norteamericana, en donde los hijos de los **empresarios**, los hasta ayer todopoderosos, encuentran su camino en el desafío subversivo a la estructura social vigente. Pero el epílogo sería superficial si no nos percatamos de los métodos revolucionarios que estos personajes supieron crear, y si no nos abocamos a dominarlo y a desarrollarlo, en beneficio de la mayoría de la población. ■ **R. L. S. y H. A. R.**