

LA OPINION PUBLICA NORTEAMERICANA Y LA GUERRA DE LOS ESTADOS UNIDOS CONTRA ESPAÑA (*)

La figura que ha provocado mayores controversias dentro de la historia del periodismo moderno es, sin duda alguna, la de William Randolph Hearst, quien basándose en su inmensa fortuna personal, en la práctica de un sensacionalismo morboso y en la explotación de técnicas totalmente revolucionarias, logró reunir bajo su control absoluto el mayor complejo informativo que ha existido hasta la actualidad.

Su exuberante imaginación, la abundancia de los medios de que disponía y su falta de escrúpulos en el terreno editorial le convirtieron en el modelo en que se inspiró toda la prensa amarilla norteamericana y aun la prensa sensacionalista de todo el mundo. Su fabulosa vida, que se vió siempre rodeada de misterios y de leyenda, hacen de su figura una de las más apasionantes de nuestra época.

William Randolph Hearst era un revolucionario en toda la extensión de la palabra. Loco y maniático, son dos calificativos que, una vez estudiada profundamente su personalidad, se comprueba que le cuadraban perfectamente. Los frecuentes y estrafalarios cambios de actitud ante numerosos problemas y su desprecio absoluto hacia la opinión pública contra la que se enfrentó temerariamente cuando no supo o no pudo moldearla a su capricho, crearon el clima de controversia que se cernía sobre su persona. Sus posturas fueron tantas y tan variadas, y de tal calibre sus excentricidades que no se pueden tener serias dudas acerca del deteriorado estado de su salud mental.

Los que a principios de siglo le llamaban anarquista hubieron de rectificar más tarde tachándole de reaccionario. Para algunos Hearst era el campeón de las clases débiles como a él mismo le gustaba titularse. Para otros, no era más que un egoísta especulador sin moral y sin principios cuya sola permanencia en el mundo constituía una amenaza para la sociedad.

(*) De la tesis titulada *William Randolph Hearst y el "periodismo amarillo"*, presentada por su autor en la Escuela Oficial de Periodismo de Madrid.

Defensor a ultranza del periodismo amarillo del que había sido uno de los creadores, sus periódicos continuaron siendo «amarillos» hasta los primeros años de la segunda mitad del siglo veinte en que se produjo su muerte. Hasta el último momento, el «Jefe», como le llamaban sus subordinados, siguió en su puesto de mando desde su retiro de Beverly Hills dictando instrucciones y dirigiendo la política de sus aún vastos dominios como en sus mejores tiempos, como si el morirse —a pesar del espanto que le producía la sola mención de la palabra muerte— no hubiese entrado jamás en sus cálculos.

Quizá lo más asombroso de su asombrosa carrera sea su constante permanencia en escena. Durante sus sesenta y cuatro años de vida periodística se desmoronaron imperios y cadenas formadas por gente con más temple y mayores cualidades que las suyas. Sobrevivió a Greeley, a Dana y a los Bennett, verdaderos genios del periodismo norteamericano del siglo XIX, y ya en el XX pudo ver cómo sucumbía junto a otros muchos el inmortal Pulitzer cuando el periodismo perdió su color y el atractivo de su informalidad para convertirse cada vez más en empresa comercial al servicio del público o de unos intereses que no lo eran tanto.

Los numerosos biógrafos que han acometido la empresa de retratar al enigmático «lord» de San Simeón se han confesado incapaces de encerrar su extraordinaria y agitada vida entre las pastas de un libro. Siendo éste empeño que escapa a mis modestos propósitos he de aclarar que solamente he intentado plantear en líneas bastante generales, aunque deteniéndome en los aspectos más interesantes y significativos de su vida, la actuación periodística del hombre que provocó la guerra de los Estados Unidos contra España y que convirtiendo en demostración circense su honorable profesión, fué fundador, director y propietario del mayor espectáculo periodístico del mundo.

LOS CIMIENTOS DE UN IMPERIO INFORMATIVO

Todos los grandes periodistas norteamericanos del siglo XIX nacieron en la más absoluta miseria y alcanzaron las cumbres de su «oficio» a costa de tenacidad y esfuerzo. Los orígenes de William Randolph Hearst fueron bastante diferentes. Hijo único de un pionero que había descubierto unas riquísimas minas de plata en California, William Randolph Hearst nació el 29 de abril de 1863 en la ciudad de San Francisco donde bajo la tutela de su madre, la ex maestra de escuela Phebe Apperson Hearst, que le idolatraba, recibió su primera educación.

George Hearst, que en pocos años había conseguido una posición envidiada por muchos en California, poseía también grandes extensiones de tie-

rra que llegaban más allá de Méjico y unas minas de cobre en Anaconda. Cansado de los negocios había decidido abrirse camino en política, y con este fin había adquirido en 1880 el *San Francisco Examiner*, un diario de la mañana cuya bancarrota estaba cercana, para convertirlo en el órgano oficial del partido demócrata de la capital californiana.

Cuando el joven «Willie» expresó a su padre sus deseos de trabajar en el periódico, éste tomó la decisión de enviarle a estudiar a Harvard, ya que soñaba con más amplios horizontes para su hijo. Harvard no pareció entusiasmar a William ni Harvard se impresionó tampoco a su llegada. El ruidoso californiano era muy dado a romper con sus bromas la respetable quietud de las aulas, y resultado de esta costumbre fué el suspenso fulminante que obtuvo en sus estudios el segundo año y la terminante expulsión de la famosa institución docente.

Su atención estaba fija desde hacía tiempo bastante lejos de todo rigor académico. William soñaba con el día en que pudiese entrar, investido de plenos poderes, en el periódico de su padre en San Francisco. La política que vivió de cerca durante unos días cuando después de su entusiasmo pirotécnico en Harvard acudió a Washington para presenciar la inauguración presidencial de Grover Cleveland en representación de su padre, logró despertar también sus juveniles ambiciones. Estos dos centros de atención eran el embrión de las pasiones que iban a dominar toda su vida.

Durante su estancia en Harvard consiguió ser nombrado director comercial de la revista cómica estudiantil *Lampoon*, y puede decirse que esta fué la labor más constructiva que realizó en la Universidad. Las explicaciones de los más ilustres profesores de toda la Unión le aburrían soberanamente y sólo encontraba remedio contra el tedio en sus insoportables bromas, en el periodismo o en la cerveza. Las técnicas sensacionalistas iniciadas por el general Taylor al frente del *Boston Globe* y, sobre todo, los procedimientos usados por Joseph Pulitzer al frente del *New York World*, lograban llamar más su atención que la más amena de las clases.

A su vuelta a San Francisco, William tenía una escasísima formación intelectual y un montón de ideas recogidas de los periódicos de más éxito de toda la costa del Este. Había trabajado durante las vacaciones en el *World* de Pulitzer en calidad de repórter, y sus frecuentes visitas al *Globe* le habían hecho admirar su instalación técnica.

Apoyando en esta experiencia sus argumentos, «Willie» siguió insistiendo durante dos años para que su padre accediese a ponerle al frente del renqueante *Examiner*, que vivía gracias a las frecuentes inyecciones económicas de su propietario. En 1887, William vió el cielo abierto cuando George Hearst,

elegido al fin senador por California, tuvo que trasladarse a vivir a Washington.

A los veinticuatro años William Randolph Hearst tomó de su padre las riendas del periódico. Al fin había vencido, y su mayor ambición, por el momento, consistía en emular a Joseph Pulitzer, cuyo genio envidiaba.

Pronto el dinámico William varió la fisonomía del periódico. Los lectores respondieron pronto al *New Journalism* que solamente Hearst practicaba en todo el Oeste. El *Examiner*, que tiraba menos de quince mil ejemplares, llegó en un año a los treinta mil. En 1893 el «Monarca de los Diarios», como Hearst llamaba al *Examiner*, había logrado una circulación de setenta y dos mil ejemplares. George Hearst, que murió en 1891, vivió para ver cómo el periódico que a él le había costado tanto mantener, obtenía al frente de su hijo unos beneficios muy próximos al medio millón de dólares anuales (1).

Aplicando una técnica que después le crearía muchas enemistades entre sus «colegas», la primera labor de Hearst al frente del *Examiner* fué la de formar un equipo de eficaces colaboradores que previamente seleccionaba de la plantilla de otros periódicos, ofreciéndoles sueldos fabulosos en la nómina de su diario.

El primer gran éxito propagandístico del *Examiner*, conseguido a los pocos meses de tomar el irresponsable William la dirección del periódico, fué tan sólo un anticipo de lo que había de venir. Se había declarado un espectacular incendio en el Hotel del Monte, de Monterrey, y Hearst alquiló un tren especial en que al frente de su pequeño ejército de *reporters*, dibujantes y fotógrafos se trasladó al lugar de la «catástrofe del siglo» para ofrecer a sus atónitos lectores el abultado relato del incendio y de la «expedición».

Cuando días más tarde un pequeño vapor encalló en la bahía de San Francisco, el activo Hearst fletó un barco especial en el que acopló a sus huestes dirigiéndose al lugar del «desastre». Los titulares del *Examiner* ofrecían la historia completa del salvamento de los «náufragos» realizado por el esforzado equipo del periódico «para poder informar mejor a sus lectores» (2).

Para atraer al público femenino, Hearst contaba con la colaboración de Winifred Black, más conocida por su seudónimo «Anne Laurie», cuyos melosos artículos, en los que describía toda clase de desgracias, escenas de hospitales y dolencias infantiles, eran seguidos apasionadamente por todo el elemento femenino de la ciudad.

En el plano técnico de la confección del periódico, Hearst introdujo también

(1) Según cálculos estimados por WILL IRVIN en su artículo *The Fourth Current*, «*Collier's*», XLVI (18 de febrero de 1911), correspondientes a aquel período.

(2) WILL IRVIN, art. cit.

reformas revolucionarias. Titulares descomunales e ilustraciones —generalmente de gusto deplorable— marcaban el tono del periódico en su nueva época. George Pancoast, verdadero maestro de este estilo y otro de los descubrimientos de Hearst, fué años después el director técnico de todas sus aventuras periodísticas, llegando, con su influencia, a modificar la fisonomía del periódico norteamericano.

LA CONQUISTA DE NUEVA YORK

Conseguida la «conquista» de San Francisco, y con un nada despreciable capital procedente de los beneficios del *Examiner*, Hearst estuvo pronto en condiciones de dar la batalla al mismo Pulitzer en Nueva York.

Para hacer frente a los «primeros gastos de establecimiento» convenció a su madre —administradora del inmenso caudal familiar— para que vendiese por siete millones y medio de dólares las minas de cobre que poseían en Anaconda (3).

Por sólo ciento ochenta mil dólares Hearst adquirió en Nueva York el desahuciado *Morning Journal* que hacía solamente un año que había sido vendido por Albert Pulitzer, un hermano del famoso director del *World*, al editor John McLean en un millón.

La madre de William Randolph, que pertenecía al tipo de las matronas filantrópicas tan característico de la alta sociedad norteamericana y sentía gran admiración por las aventuras periodísticas de su hijo, fué informada por una amiga que el periódico neoyorquino recién adquirido por William perdía un millón de dólares anuales. La anécdota, no puesta en tela de juicio por ninguno de los biógrafos de Hearst, es significativa, ya que pone de manifiesto el grado de colaboración y confianza entre madre e hijo y el papel que jugaría años más tarde en la formación del «Imperio Hearst» el incontrolado uso del patrimonio familiar. La señora Hearst, después de agradecer a su amiga el interés que se tomaba por el empleo que daba a su dinero, le contestó que en tal caso su hijo podría seguir en Nueva York durante más de treinta años...

Tras pérdidas cuantiosas y constantes el *Morning Journal* había llegado a la quiebra esperada y deseada por Hearst. De esta forma el negocio —primicias de una técnica más tarde habitual— había sido redondo.

(3) FERDINAND LUNDBERG: *Imperial Hearst: A Social Biography* (Nueva York: Equinox Cooperative Press, 1936), pág. 50. Donde se prevé amplia e interesante información acerca del aspecto financiero de las aventuras de Hearst, si bien en forma bastante tendenciosa.

El 7 de noviembre de 1895 salió el primer número del *Journal* (sin el pre-fijo *Morning*) en su nueva época y bajo la nueva dirección. Los neoyorquinos sabrían muy pronto quién era William Randolph Hearst.

Hearst sabía que Joseph Pulitzer iba a ser el más duro de sus contrincantes, y contra él, muy en especial, dirigió sus actividades. Pretendía derrotarle en su mismo campo y con las mismas armas.

Irónicamente había comprado el periódico que perteneció a su hermano y, poco a poco, empleando su vieja técnica, fué «comprando» a los elementos más valiosos del equipo de *World*. Morrill Goddard, jefe de redacción de Pulitzer, fué el primero en pasarse al enemigo con el sueldo que él quiso pedir, y a Goddard siguieron muchos de sus colaboradores.

Cuando Carvalho, el director del *World*, fué enviado por Pulitzer para tratar de convencer a Goddard de que volviese, él mismo fué persuadido por Hearst para quedarse en el *Journal*. Con harta desconsuelo Pulitzer hubo de ver también cómo, para hacer su victoria más fácil, Hearst mandaba llamar a Nueva York a los mejores hombres del *San Francisco Examiner*.

Mientras que Pulitzer hacía que su periódico cubriese gastos y aún le proporcionara pingües beneficios, Hearst invertía millones procedentes de su fortuna familiar y del *Examiner* en la batalla que el *Journal* había emprendido contra el *World* de Pulitzer. Además, todos los resortes del sensacionalismo más morboso eran empleados por el *Journal*, y a Pulitzer le era doloroso para poder competir con Hearst tener que rebajarse al nivel de su rival que anunciaba al *Journal* en otras publicaciones, en tapias y carteleras, haciendo que su circulación subiese en espiral acortando la distancia que le separaba del *World*.

Pronto al tipo de periodismo que ambos practicaban en Nueva York y que había encontrado aplicados imitadores en todo el país se le puso un nombre con el que ha pasado a la historia.

Uno de los personajes más populares de las páginas del *World* era un travieso y desdentado niño cuyo vestido amarillo le había hecho famoso como el «Yellow Kid». Su creador, el dibujante Outcalt, se había pasado al *Journal* llevando con él a su criatura. Después de la deserción de Goddard, Pulitzer nombró a Arthur Brisbane director de la edición dominical y redactor-jefe de su periódico, y éste encomendó a otro dibujante, George B. Lucks, la continuación del infantil personaje del *World*.

Las disputas en torno al «Yellow Kid» pronto llegaron a ser conocidas de todo Nueva York, y como símbolo del frenético sensacionalismo de Hearst y de Pulitzer, el «Yellow Kid» dió su nombre al «periodismo amarillo».

La baja de un centavo en el precio del *World* fué una clara señal de que,

ya en 1896, después de ver cómo Brisbane y Lucks se pasaban también al campo de Hearst, Pulitzer reconocía la fuerza de su contrincante (4).

Los sensacionales titulares no abandonaban nunca la primera página y no eran siempre más llamativos por el tamaño del tipo empleado que por su escandaloso contenido. El historiador Willard G. Bleyer cita en una de sus obras (5) un buen número de titulares extraídos —sin demasiado afán de seleccionar los más morbosos— que constituyen el más claro exponente del grado de abyección en que había caído la llamada prensa amarilla norteamericana.

En un solo mes, en el que al parecer se cometieron más crímenes o hubo más catástrofes de las acostumbradas la circulación del *Journal* experimentó un incremento de ciento veinticinco mil ejemplares (6).

En poco tiempo Hearst mejoró las rotativas del periódico, que fué dotado de los últimos adelantos y provisto de maquinaria para la impresión a color, que fué desarrollada por el «genio» de la mecánica de los periódicos de Hearst, George Pancoast, mediante un sistema que permitía la impresión de cuatro a dieciséis páginas a todo color.

Al año de establecerse Hearst en Nueva York la tirada del *Journal* había alcanzado los cuatrocientos treinta y siete mil ejemplares, y en un par de años la edición dominical remontó los seiscientos mil. El día que siguió a la derrota de Bryan por McKinley en las elecciones presidenciales, Hearst vendió en Nueva York millón y medio de ejemplares de su periódico a pesar de que todos los esfuerzos del *Journal* en pro del candidato demócrata habían resultado inútiles.

Pronto el *Journal* fué internacionalmente famoso. En 1897 el rey Jorge de Grecia envió un despacho exclusivamente a Hearst para que éste informase al pueblo norteamericano de que su país había entrado en guerra con Turquía. La oportunidad fué hábilmente explotada y el *Journal* hizo esto explicable gracias a su «bien merecido prestigio».

Con gran inclinación por la realeza y por las formas aristocráticas compartida en gran parte por sus democráticos lectores, Hearst dedicaba gran espacio en su periódico a las actividades de los miembros de las casas reales europeas. Aquel mismo año un enviado especial, Samuel Clemens, fué despachado a Londres para informar directamente a los lectores del *Journal* acerca de las celebraciones del sesenta aniversario de la coronación de la reina Victoria.

(4) DON C. SEITZ: *Pulitzer* (Nueva York: Simon y Schuster, 1924), págs. 214 y sigs.

(5) WILLARD G. BLEYER: *Main Currents in the History of American Journalism* (Boston: Houghton Mifflin Company, 1927), págs. 357-364. En donde se expone en forma crudamente realista las técnicas explotadas por aquella clase de periodismo.

(6) WILLARD G. BLEYER, o. c.

Hearst procuraba que sus reporteros —con una agilidad informativa poco corriente en aquella época— estuviesen siempre donde sucedía o podía suceder algo importante. Cuando nada importante ocurría, la solución era recurrir a la provocación del suceso o suplir con la fantasía de sus redactores lo que la realidad no proporcionaba.

LA OBRA MAESTRA DEL PERIODISMO AMARILLO

En este sentido, la obra maestra del periodismo amarillo se puede decir que fué la guerra de los Estados Unidos contra España, que si para Norteamérica no representó más que un paseo militar, para España supuso el trágico y lamentable final del Imperio.

La campaña provocada por Hearst y sus seguidores en favor de la «liberación» de la isla de Cuba, fué la culminación de la inicua carrera periodística del propietario del *Journal*. Todos aquellos que han buscado la explicación a las causas de la guerra han coincidido en señalar acusadoramente a William Randolph Hearst, quien tergiversando las noticias acerca de la insurrección y haciendo uso de todas las técnicas de moldeamiento de la opinión pública al alcance del periodismo amarillo, hizo saltar los resortes de la sensibilidad y del sentimentalismo norteamericano creando una psicosis de guerra en el pueblo de los Estados Unidos. Aparte, naturalmente, de la luz que sobre este particular arroja el detenido examen de los volúmenes de la colección del *Journal* pertenecientes a aquella época hay numerosas obras de historiadores norteamericanos que corroboran con su imparcialidad y prestigio esta afirmación que tan gratuita pudiera parecer, a primera vista, en nuestro país (7).

La batalla contra el *World* se había desarrollado explotando hasta la saciedad los recursos del vicio y del crimen. Había que buscar un aliciente para que la gente comprase más periódicos, y este estímulo sólo podía proporcionarlo, una vez agotados todos los resortes del sensacionalismo, una guerra.

(7) MARCUS M. WILKERSON: *Public opinion and the Spanish-American War* (Baton Rouge: Louisiana State University Press, 1932); JOSEPH R. WISAN: *The Cuban crisis as reflected in the New York Press* (Nueva York: Columbia University Press, 1934); OLIVER CARLSON y ERNEST SUTHERLAND BATES: *Hearst Lord of San Simeon* (New York: The Viking Press, 1936), pág. 92; JAMES CREELMAN: *On the Great Highway* (Boston: Lothrop Publishing Co., 1901), págs. 174-176; WALTER MILLIS: *The Martial Spirit: A Study of Our War with Spain* (Boston: Houghton Mifflin Co., 1931; y también las obras de WINKLER y OLDER ambas intituladas *W. R. Hearst* en sus págs. 146 y 200, respectivamente. Son obras todas en las que se analizan detenida y exhaustivamente las causas políticas y económicas de la guerra de los Estados Unidos contra España.

El hecho de que los Estados Unidos no tuviesen ninguna guerra disponible en aquellos momentos decisivos para la hegemonía del *Journal* en Nueva York, era una triste suerte a la que Hearst, acostumbrado a hacer su voluntad, no quiso resignarse.

Hearst comenzó directamente su «cruzada» en pro de una guerra contra España en el otoño de 1896 con una serie de entrevistas a senadores y representantes en Washington, en las que la opinión del entrevistado sobre una posible intervención armada de los Estados Unidos en Cuba era requerida. Las contestaciones, casi invariablemente, se inclinaban a apoyar una intervención —quizá no tanto porque así lo sintiesen, sino porque se sabían ya envueltos en la oleada belicista y la postura contraria hubiese sido altamente impopular—.

Hearst había llevado hasta aquí el famoso *slogan* de su periódico: «Mientras otros hablan, el *Journal* actúa.» Otros muchos periódicos norteamericanos siguieron su línea.

El cambio de política que en materia de tarifas aduaneras se registró por aquellas fechas en los Estados Unidos, no hizo más que empeorar la situación de las plantaciones cubanas ya agobiadas por las frecuentes revueltas (8). En 1896 Hearst había enviado a la isla de Cuba a uno de sus colaboradores de objetividad más dudosa, un tal Richard Harding Davis, para que tantease el terreno y le informase de lo que allí sucedía (9).

A Davis siguieron otros enviados «especiales» que informaron al público norteamericano de los acontecimientos que se estaban desarrollando en Cuba. La publicación de fotografías montadas, y de otras procedencias, para ilustrar la crueldad de la «dominación española», se daba en el *Journal* con bastante frecuencia. En sus cables desde la isla los corresponsales de Hearst llegaron a estimar en cuatrocientos mil el número de nativos muertos por el hambre y la peste, que las autoridades españolas —según la opinión unánime de la prensa amarilla de Nueva York— consideraban sus aliadas en la represión de la revuelta.

Las exageraciones y la ausencia de la más elemental objetividad era la característica dominante en todas las crónicas que desde Cuba eran enviadas al continente (10).

(8) En ocasión bien reciente los Estados Unidos han vuelto a emplear la misma táctica sobre la isla de Cuba, si bien por muy diversos motivos.

(9) Resulta muy interesante recordar aquí cómo la ya famosa entrevista de Herbert L. Matthews con Fidel Castro en Sierra Maestra contribuyó en gran manera a condicionar favorablemente la opinión pública norteamericana hacia la figura del barbudo guerrillero que acabaría derrocando a Fulgencio Batista.

(10) *Public Opinion and the Spanish-American War*, o. c.

El comandante en jefe de las fuerzas españolas en Cuba, capitán general Valeriano Weyler, era más conocido en los Estados Unidos por el sobrenombre de «el carnicero» que le habían dado los periodistas yanquis, y la campaña de pacificación que emprendió en 1896 encontró un eco altamente desfavorable en la prensa norteamericana.

Para aquellas fechas un verdadero ejército de periodistas y fotógrafos había invalidado la isla y su repercusión era aún mayor ya que sus informes no estaban confinados a los periódicos que representaban, sino que éstos los vendían a otros diarios del interior, y así lo que había comenzado en la mente exaltada del propietario de *Journal*, pronto tuvo trascendencia nacional. Entre otros periódicos de menor importancia y tirada, el *Journal* vendía sus servicios al importante *Chicago Tribune*, que también estaba suscrito a la cooperativa de Pulitzer.

Hay que hacer notar, sin embargo, que tanto Pulitzer como la Associated Press y periódicos como el *Sun* y el *Herald* de Nueva York, entre otros, no habrían enviado corresponsales a la isla de Cuba de no haber sido obligados a ello por la competencia de Hearst y por la polvareda que éste había levantado sobre el asunto.

El ultrajado Weyler, cansado de tantas insolencias, fué expulsando uno a uno, bajo el cargo de tergiversación de los hechos y de colaboración con los rebeldes, a tan molestos huéspedes, culminando la oleada de protestas de la prensa norteamericana ante semejante «arbitrariedad», cuando Sylvester Scolvel, corresponsal del *World*, fué arrestado bajo la acusación de ayudar a los insurgentes.

Desgraciadamente, nada de esto pudo arreglar la situación ni mucho menos aumentar la popularidad de Weyler. Los periódicos de los Estados Unidos vieron en su actitud un reto a su intangible libertad y a partir de entonces la campaña contra Weyler, y contra España, arreció todavía con mayor ahínco.

En pocos meses los tendenciosos, cuando no fantásticos, informes de los corresponsales de Hearst y de otros dignos representantes de la «prensa amarilla» en Cuba, crearon en los Estados Unidos una predisposición a la guerra contra España que alcanzó su climax con el misterioso hundimiento del «Maine» en el que perdieron la vida doscientos sesenta y seis marinos norteamericanos en la noche del 15 de abril de 1898.

Es obvio que España era la menos interesada en provocar en aquel momento cualquier incidente que pudiese aumentar la tensión de sus relaciones con los Estados Unidos. Sin embargo, el veredicto de Hearst y sus seguidores, basado en vagas suposiciones que servían sus bajos intereses de venta, fué unánime en acusar a España de haber causado la explosión del barco de guerra norteamericano en la bahía de La Habana.

Edwin Lawrence Godkin, el sensato director-propietario del intelectual *Evening Post*, escribía en la página editorial de su periódico pocos días después del episodio del «Maine»:

«Nada tan desgraciado como el comportamiento... de estos periódicos... se ha conocido en la historia del periodismo norteamericano. Representación indebida de los hechos, invención deliberada de cuentos calculados para excitar al público y temeridad desenfrenada en la composición de titulares... Es una vergüenza pública que los hombres puedan hacer tanto daño con el objeto de vender más periódicos» (11).

Godkin luchó hasta el final contra la injusta política intervencionista. Para él, que comparaba la redacción de un periódico «amarillo» al mismísimo infierno, era «una clamorosa vergüenza que hubiese hombres dispuestos a producir tal descalabro simplemente para vender más periódicos». Por desgracia su respetada voz se perdió esta vez entre el ruido de los preparativos de guerra.

«La destrucción del "Maine" fué la obra de un enemigo», es el titular con el que Hearst encabezó la información del accidente asegurando que oficiales de la Marina creían que la explosión había sido producida por una mina española. En dos grandes recuadros simétricos, en primera página, el *Journal* anunciaba un concurso para la caza y captura del «causante del ultraje», ofreciendo un premio de cincuenta mil dólares que, como es fácil de suponer, nadie llegó a reclamar. La imaginación volandera de uno de los artistas del periódico había colocado una mina conectada a un almacén de pólvora en la costa, justamente debajo del «Maine», en el grabado que ilustraba el contenido de la información. Tres días después de la catástrofe los titulares del periódico anunciaban téticamente: «Todo el país se estremece con fiebre de guerra».

Otro de los titulares del *Journal* en aquellos días de tensión fué «War Sure» —«guerra segura»— para el que los talleres del diario hubieron de fabricar un nuevo tipo de letra de forma que las dos cortas palabras cubriesen de uno a otro extremo de la primera plana (12).

Cuando sólo dos semanas más tarde del accidente del «Maine» la flota norteamericana al mando del comodoro Dewey bombardeaba la capital de las

(11) *New York Evening Post*, 19 de febrero de 1898.

(12) ARTHUR BRISBANE: «The Modern Newspaper in War Time», *Cosmopolitan*, XXV (Septiembre 1898), pág. 541.

Filipinas, un tipo de letra ligeramente más pequeño gritaba: «Manila Ours» —«¡Manila nuestra!»— a siete columnas desde la aparatosa primera plana del *Journal*.

Ya el día 9 de abril, Hearst había publicado una carta (de autenticidad muy dudosa) del embajador español Dupuy de Lome (13), que contenía adjetivos insultantes para la persona del presidente McKinley, cuya postura era bastante moderada, y que a pesar de ir contra la opinión pública que había sido formada en el país, se mantuvo opuesto a una guerra con España.

Sin embargo la Casa Blanca no pudo evitar que el Congreso, tres días después de la catástrofe del «Maine», pasase una resolución recomendando la intervención norteamericana en Cuba. A pesar de que McKinley había aceptado las seguridades dadas por España y las promesas de revisar su política en Cuba, la afrenta del Congreso fué tomada por parte del Gobierno español como una declaración de guerra.

En menos de cuatro meses se vió obligada España a firmar un vergonzoso armisticio, y la bandera de los Estados Unidos ondeó, reemplazando a la española, desde Puerto Rico a las Filipinas.

Uno de los episodios que más contribuyeron a crear un clima de guerra en los Estados Unidos fué el folletín romántico que Hearst tramó en torno a Evangelina Cisneros, sobrina del revolucionario presidente de Cuba, que acusada de haber atraído a su casa a un oficial español donde le había sido preparado una emboscada, había sido condenada por este y otros cargos a veinte años de prisión.

Hearst se dió pronto cuenta del intenso valor emocional de esta noticia, y vió la oportunidad de, añadiéndole color y retocándola para darle mayor interés, utilizarla como medio de propaganda para su periódico.

La versión que más convenía a sus propósitos era la ofrecida por Evangelina, cuyo único interés era, por supuesto, el de librarse de la cárcel. Ella sostenía que el oficial Berriz había intentado violarla y que sus gritos de socorro habían atraído algunos compatriotas en su ayuda. Retorcidos de esta forma los hechos, la historia contenía una carga emocional que fué explotada hasta el máximo por Hearst.

La señorita Cisneros, de acuerdo con el *Journal* era «la muchacha más bella de la isla de Cuba, casi una niña, y tan ignorante del mundo como una monja en clausura» (14), mientras que Berriz era un «pícaro, lascivo y frustado» (15). Días antes, cuando fué conocida la condena de la Cisneros,

(13) *New York Journal*, 9 de abril de 1898.

(14) *New York Journal*, 22 de agosto de 1897.

(15) *Ibid.*, 26 de agosto de 1897.

el *Journal* había protestado de los malos tratos que le habían inflingido y de la injusticia de la condena diciendo: «Esta tierna niña ha sido encarcelada a los dieciocho años entre los negros más depravados de La Habana, y ahora se le va a enviar, llena de mofa y escarnio, a pasar veinte años de presidio de los que sólo el primero la matará» (16).

Al día siguiente, mientras Hearst enviaba telegramas a las más prominentes damas de la sociedad norteamericana incitándolas a enviar mensajes de protesta a León XIII y a la Reina Regente de España, María Cristina de Habsburgo, pidiéndoles su intercesión para salvar a la «desamparada» Evangelina, el *Journal* informaba a sus lectores que, «una ola de terror había sido lanzada sobre el público norteamericano al conocer la indecible muerte a que Weyler había condenado a una niña inocente cuyo único crimen había sido el de defender su honor contra una bestia en uniforme» (17).

Poniendo en práctica su famoso *slogan*, el *Journal* actuó también otra vez. Uno de los enviados en la isla, Karl Decker, consiguió libertar a Evangelina y embarcarla, vestida con ropas de hombre, en un barco norteamericano. El entusiasmo de los titulares del *Journal* rayó esta vez en el frenesí. Hearst fué felicitado por las más destacadas personalidades de la nación y, sin quererlo, el mismo McKinley tuvo que recibir a la triunfante Evangelina en la Casa Blanca.

El éxito emocional de la campaña fué magnífico y la explotación por el *Journal* del «caso», realmente intensiva. Un estudio comparativo del espacio dedicado a la Cisneros en los principales periódicos neoyorquinos es muy significativo: El *Journal* de Hearst dedicó 375 columnas completas a la información referente a Evangelina Cisneros, mientras que el *World* de Pulitzer le dedicó menos de trece. El *Times* le dedicó diez columnas y el *Sun* y el *Herald* solamente una (18).

Viendo en la guerra con España la oportunidad de mantener y superar la tirada del *Journal* además del atractivo de una aventura personal, Hearst hizo todo lo que estuvo en su mano por provocarla.

La «guerra de Hearst» —Hearst's war— era el nombre que se le daba corrientemente a la guerra de Cuba en los Estados Unidos. Poca gente dudaba que había sido efectivamente planeada y fraguada en las oficinas del *Journal* en Nueva York. Però, en 1901, esto fué revelado explícitamente por Creelman, un ex repórter de Pulitzer que Hearst había enviado a Cuba en 1896. Según el testimonio de Creelman la situación había llegado a tranquilizarse

(16) *Ibid.*, 18 de agosto de 1897.

(17) *Ibid.*, 19 de agosto de 1897.

(18) Cfr. WISAN, o. c., pág. 331.

totalmente en la isla, y Frederic Remington, un fotógrafo del *Journal*, cablegrafió al periódico diciendo que, dada su inactividad en La Habana, volvía a Nueva York. Como respuesta, Remington recibió un telegrama que decía escuetamente: «Por favor, quédese; usted pone las fotografías. Yo pondré la guerra. W. R. Hearst» (19).

Y Hearst puso la guerra. Y al frente de un equipo de veinte hombres, formado por sus mejores reporteros, dibujantes y fotógrafos, se trasladó a Cuba al comienzo de las hostilidades, donde, de paisano, con un sombrero de paja y un revólver a la cintura, intervino personalmente en algunas acciones militares.

A bordo del yate que utilizaba para enviar los despachos a Nueva York, contempló cómo la flota española, al mando del almirante Cervera, era hundida frente a las costas de Santiago al intentar salir bordeando el litoral. Tan cerca quiso presenciar la batalla que un cañonazo por encima del puente tuvo que advertirle del inminente peligro de su posición.

Hearst pudo saborear la aventura que él había premeditado, pero económicamente no le produjo más que pérdidas. En los cuatro meses que duró la guerra, Hearst gastó medio millón de dólares en informar a sus lectores sobre la marcha de los acontecimientos y los beneficios obtenidos por el aumento de circulación no dieron tanto de sí.

En un sólo día el *Journal* llegó a lanzar cuarenta ediciones, y Brisbane se quejaba a Hearst de que había que estrujarse la imaginación para lograr que pareciesen diferentes. Durante la contienda, una mancheta en primera plana preguntaba descaradamente a sus lectores: «¿Qué os parece la guerra del *Journal*?»

No pocos historiadores norteamericanos coinciden además en afirmar que la guerra contra España hubiese podido ser evitada de no haber sido por los titánicos esfuerzos de la prensa amarilla, en general, y de la furibunda campaña de Hearst, en particular, porque así no fuera (20).

Algunos reconocen también, como para justificarla, la necesidad de la joven nación de «estirar sus nuevos músculos». El mismo Teodoro Roosevelt, que intervino directamente en la campaña al frente del Primer Regimiento de Voluntarios de Caballería (más conocidos por el sobrenombre de «*Rough Riders*») que él mismo había organizado después de presentar su dimisión como

(19) Cfr. CREELMAN (James): *On The Great Highway*, o. c., págs. 177-178. Aunque años más tarde Hearst negó haber cursado semejante telegrama, existen testimonios de que Remington quería regresar a Nueva York y que fué convencido para que se quedase en Cuba (DAVIS: *Adventures and Letters of Richard Harding Davis*, pág. 193), y nadie puede negar que Hearst hizo todo cuanto pudo para «poner al guerra».

(20) WISAN: *The Cuban Crisis*, op. cit., pág. 460.

secretario de la Marina, al comienzo de las hostilidades (21), dijo años después con evidente cinismo: «No fué una gran guerra, pero era lo mejor que teníamos» (22).

* * *

Años después, William Randolph Hearst habría de lograr construir el complejo informativo de mayor envergadura que el mundo ha conocido. En el momento más culminante de su carrera —en 1935— Hearst poseía 26 periódicos diarios; 17 dominicales; el King Features Syndicate, que era el mayor distribuidor de material periodístico de su clase; el Universal Service, agencia de noticias para periódicos de la mañana; el International News Service y el International News Photos; 14 revistas, en las que se incluía el popularísimo *American Weekly*; ocho emisoras de radio; dos compañías de cine, y dos estaciones de televisión. La formación de su imperio informativo fué un capricho al que Hearst dedicó toda su vida y gran parte de la inmensa fortuna, sin la que sus cadenas de periódicos hubiese podido sobrevivir como lo demostró el gran naufragio de gran parte de su imperio en la depresión de los años treinta.

Después de la guerra de Cuba Hearst se embarcó en otras muchas «aventuras» políticas, entre las que descuella la campaña llevada a cabo desde sus diarios y que culminó en el asesinato, a manos de un exaltado anarquista lector del *Journal*, del presidente McKinley y durante más de medio siglo las campañas de William Randolph Hearst fueron el fruto de sus caprichos o de ideas por él consideradas como geniales.

Pero la obra maestra del periodismo amarillo que Hearst inventó es, y seguirá siguiendo —mal que nos pese—, la preparación del estado de opinión pública en Norteamérica que hizo posible la guerra contra España.

FRANCISCO BERMEOLO

(21) Como secretario de la Marina, Teodoro Roosevelt procuró la puesta a punto de todas las unidades de combate para la guerra contra España aun mucho tiempo antes de que ésta apareciese como inevitable.

(22) HICKS (John D.): *A Short History of American Democracy* (Boston: Houghton Mifflin Co., 1943), pág. 605.

