

Los inicios del periodismo sensacionalista

ANA SOTO

En relación a cómo nace el sensacionalismo y sus fundamentos, decir que nace fruto de los cambios demográficos, políticos y económicos que sufre Estados Unidos durante y después de su Guerra de Secesión (1861-1865) en la que el bando sureño resultó vencido. Este fenómeno está relacionado también con la segunda revolución industrial que lleva consigo cambios profundos de la estructura económica (se pasa de un capitalismo liberal sacado del libro de **Adam Smith** «**La riqueza de las naciones**» a uno que crece a pasos agigantados y crea desigualdades, lo que llevaría después a su primera Gran Depresión, en el año 1873. Además, es en estos años cuando aparece el fenómeno “Sociedad de Masas”, acuñado así por los comunicólogos. Esta masa proviene de movimientos migratorios tanto internacionales como dentro del



propio país; estos nuevos periódicos hacen posible a muchos de ellos iniciarse en la lengua inglesa, extranjera para ellos, permitiendo que conozcan además los usos y costumbres de su nueva patria. Posibilita, además, a aquellos que han migrado del campo a la ciudad o del

derrotado sur al norte (junto a los anteriores) la posibilidad de adentrarse en los problemas que afectan a la comunidad, para desligarse de sus lugares de nacimiento y así convertirse en ciudadanos modélicos, o más bien, en el auténtico ciudadano americano que, entre otras cosas, podrá opinar sobre lo que

ocurre porque conoce lo que ocurre de manos de la prensa.

Cabe señalar también como hechos que hacen nacer el sensacionalismo, **la consolidación aparente de la democracia debido al sufragio universal (masculino, exclusivamente).**

Estos son los principales hechos por los que la prensa pasa de ser un instrumento político a ser una empresa que otorga beneficios pecuniarios y elevados pues, la publicidad, esa parte del marketing, que en definición busca las necesidades de los potenciales clientes y las cubre, hace que los ingresos de los periódicos no vengan exclusivamente de su venta sino que se introduzca ya la publicidad dirigida a la masa como instrumento de generar beneficios al periódico. No obstante, las tiradas de los principales periódicos de la época fueron millonarias, en cuanto a número. Y aquí tenemos, por tanto, **los fundamentos principales del sensacionalismo: la publicidad y las tiradas masivas.** Otro fundamento relacionado con todo esto son los bajos precios de los periódicos, que los ponen al alcance de cualquiera.

Joseph Pulitzer¹, padre del sensacionalismo, tras llegar a Norteamérica de su Hungría natal y luchar con el bando norte en la Guerra Civil Norteamericana, estudiar después leyes al pensar que se necesitaría de abogados tras la contienda para que se resolvieran los asuntos que no necesitaban de armas, en 1878 compra el *Saint Louis Dispatch* (de la Ciudad de Sant Louis) el cual fusiona con el *Evening Post*, fusión donde aplica **sus fórmulas del nuevo periodismo sensacionalista, que son los fundamentos primarios del sensacionalismo: combinación sensacionalista de la mano de los crímenes a pie de calle y la violencia, los llamados «sucesos», con una imagen de este periódico como defensor de los intereses de sus lectores.** Posteriormente, ya en Nueva York, compró el diario *The World*, donde utilizando su fórmula sensacionalista con los fundamentos de ésta, ampliados y consagrados, tumbaría a **Gordon Bennett**, que había dominado la ciudad hasta el momento

con el diario *New York Morning*, en el que ya encontramos los sucesos como germen del sensacionalismo.

En definitiva la fórmula de Pulitzer más la práctica de precios bajos y “sucesos” puesta ya en marcha en la ciudad de Nueva York por Bennett² y W.H.Hearst³, hacen nacer la prensa sensacionalista: presentación atractiva por lo que el diario entra por los ojos; lenguaje sencillo; manipuladores de la realidad que crean ficciones y, como efecto principal, las noticias de interés humano: los sucesos, la crónica negra.

En cuanto a la relación entre Pulitzer y Hearst, cabe comentar que siempre fue de combate. Ciudadanos de una Norteamérica que camina hacia el imperialismo, y donde la economía está a un nivel muy superior con respecto a Europa y otros países.

Pulitzer compra en Nueva York en una fase posterior el famoso *Morning Journal*, mientras Hearst ya es dueño del *San Francisco Examiner*, el cual se trasladaría a la capital real de la economía y el periodismo, Nueva York. Allí, Hearst pone en marcha todo su armamento sensacionalista en búsqueda del beneficio económico y el desbanque de Pulitzer pero, Hearst, va más allá, es un “pirata”, por lo que a través de actuaciones más agresivas aún hace nacer el **amarillismo**. El **“Yellow Kid”**, caricatura original del *Journal* se pasa al *Examiner*, lo que llevaría Pulitzer y a Hearst a enfrentarse hasta en los tribunales.

Finalmente, esa piratería periodística y metodología ya amarillista (**el amarillismo de Hearst añade algo más al sensacionalismo: acudir a la mentira como recurso y el engaño de los lectores**) hace que Hearst desbanque a Pulitzer, esto es, Hearst compra el *Journal*, periódico estrella de Pulitzer, y el diario *The World* va perdiendo colaboradores que se pasan al otro bando, al *Journal* de Hearst, que crecería exponencialmente respecto al *The World*. Aun así no dejaría a Pulitzer en bancarrota a su muerte en 1911, por tener éste otras publicaciones. Fueron auténticos rivales.

Respecto al papel que juega la prensa sensacionalista en la guerra entre España y Estados Unidos (**la Guerra de Cuba de 1898**) señalar que es el amarillismo, ese sensacionalismo con mentira y engaño incluidos –destacando la crónica de sucesos diaria que Hearst hace de lo que acontece en la contienda, el suceso, de mano de corresponsales mandados a la propia Habana: **“Permanezcan en La Habana. Ustedes ponen las imágenes y yo la guerra”**-Hearst lanza a través del *Journal* una campaña que hace que, por un lado, se ponga en contra al pueblo norteamericano del gobierno de Madrid y de los españoles en

\$50,000 REWARD.—WHO DESTROYED THE MAINE?—\$50,000 REWARD.
NEW YORK JOURNAL
 AND ADVERTISER.

DESTRUCTION OF THE WAR SHIP MAINE WAS THE WORK OF AN ENEMY

\$50,000! Assistant Secretary Roosevelt Convinced the Explosion of the War Ship Was Not an Accident.

\$50,000 REWARD! For the Detection of the Perpetrator of the Maine Outrage!

\$50,000 REWARD! For the Detection of the Perpetrator of the Maine Outrage!

The Journal Offers \$50,000 Reward for the Conviction of the Criminals Who Sent 250 American Sailors to Their Death. Naval Officers Unanimous That the Ship Was Destroyed on Purpose.



NAVAL OFFICERS THINK THE MAINE WAS DESTROYED BY A SPANISH MINE

Hidden Mine or a Sunk Torpedo Believed to Have Been the Weapon Used Against the American Man-of-War—Officers and Men Tell Thrilling Stories of Being Blown into the Air Amid a Mass of Shattered Steel and Exploding Shells—Survivors Brought to Key West Scout the Idea of Accident—Spanish Officials Protest Too Much—Our Cabinet Orders a Searching Inquiry—Journal Sends Divers to Havana to Report Upon the Condition of the Wreck.

general pues comienza a publicar en el *Journal* las “atrocidades” que los españoles «están haciendo» en Cuba. Amplía dicha campaña al resto del mundo a través de telegramas y, además, organiza un rescate a una supuesta prisionera de los españoles, **Evangelina Cisneros** ⁴, convertida por el *Journal* en supuesta heroína y protagonista de un drama novelado, que publicará en entregas.

Por otro lado, el *Journal* se atreve a publicar una carta robada al embajador de España en Estados Unidos en la que éste insultaba al presidente norteamericano en ese momento, McKinley. El acorazado Maine estalla, el *Journal* acusa despiadadamente a los españoles y se inicia la guerra. **En definitiva, el primer ejemplo (que luego se utilizaría en las guerras mundiales) de campañas de prensa orquestadas desde el propio gobierno junto a una manipulación incesante de la opinión pública norteamericana a través de la prensa.**

Este último punto me sirve para explicar la **relación entre propaganda y prensa sensacionalista**. Creo que ya ha quedado plasmada, pero sinteticemos: la prensa sensacionalista aguda se traduce en la prensa amarillista, que utiliza la mentira y el sesgo informativo para manipular a la opinión pública y a

las masas. Eso es la propaganda, a la que posteriormente recurriría Goebells, Jefe de Propaganda del partido Nazi de Hitler. La información se transforma de mano del sensacionalismo y el amarillismo en una mentira mil veces repetida, que se convierte en la verdad. Aquí tenemos la llamada propaganda, tanto bélica como no bélica.

¹ <http://www.mcnbiografias.com/app-bio/do/show?key=pulitzer-joseph>. 3 de enero de 2017; 19.25 horas.

² <https://www.britannica.com/biography/James-Gordon-Bennett-American-editor-1795-1872>. 7 de julio de 2017; 10 horas.

³ <http://www.mcnbiografias.com/app-bio/do/show?key=hearst-william-randolph>. 7 de julio de 2017; 12.30 horas.

⁴ http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1175/evangelina_cossio_cisneros.html. 10 de julio de 2017; 10 horas.

BIBLIOGRAFÍA

– Enrique Bordería Ortiz, A. L. (1998). *Historia de la Comunicación Social. Voces, registros y conciencias*. Madrid: Editorial Síntesis, S.A.

-Rivas, R. L. (1 de diciembre de 1981). El «Ciudadano Hearst»; padre del periodismo sensacionalista. págs. Tiempo de historia. Año VIII, n. 85 (1 dic. 1981), p. 54-59.

Véase también:

–*Conoce por qué se le llama «Cuarto Poder» al Periodismo:* <http://cnicosdesinope.com/sucesos/conoce-por-que-se-le-llama->

[cuarto-poder-al-periodismo/](#).