

LIBRO VII

INFLUJO SOBRE LA OPINIÓN PÚBLICA

CAPITULO PRIMERO

SERVILISMO DE LA PRENSA

Figurémonos a dos de nuestros Príncipes del Privilegio disponiéndose a emprender una campaña para la adquisición de nuevas exenciones o ventajas. Si tienen que habérselas con un *boss* político, el procedimiento es muy sencillo: no hay más que pedir para obtener. Cuando no hay *boss* a quien dirigirse, la táctica es diferente:

«¿A quién encargáramos el asunto? Pregunta uno de los dos.

»A Fulano, agente nuestro. Es la respuesta.

»¿De cuántos votos puede disponer en el Municipio?

»Si no hay discusión ni bulla, de las dos terceras partes; en caso contrario, de algunos menos.

»¿Puede asegurarnos que la mayoría considerará la concesión como beneficiosa para el público?

»Dice que sí.

»Desde luego que debe evitarse el cohecho y el escándalo, pero tenemos que proveerle de fondos para los honorarios del fiscal, gratificaciones a los empleados y otros gastos por el estilo.

»Claro que sí.

»¿Y si los periódicos levantan la liebre?

»Es de lo que tenemos que ocuparnos. Yo tengo algún ascendiente en *The Dart* (La Saeta), y creo que la dirección será lo suficiente desahogada para publicar lo que queramos. El Banco de Mr. Citano, según mis noticias, ha hecho préstamos considerables a *The Bow* (La Ballesta). Podríamos meter en nuestro negocio a ese banquero y hacer que insinúe a la dirección del *Bow* que nuestra empresa significa más dinero gastado en jornales y mayores ventajas ferroviarias para el público en general; que esto merece apoyo, o, por lo menos, que no se nos haga oposición. Queda *The Quiver* (El Carcaj): como usted sabe, pertenece casi en absoluto a la testamentaria de Z. El testamentario es de ideas conservadoras. Podemos dejar transcurrir bastante tiempo para mostrarnos con él afables y corteses y darle a entender que todos los intereses conservadores están de nuestra parte; que si alguno de nosotros se apartara de los demás y prestara el más pequeño apoyo a algo parecido a la nacionalización de los caminos de hierro, ni que decir tiene hasta dónde podría llegar el pueblo guiado por gentes sin principios morales y por agitadores de profesión. Si no se viene a buenas, podemos influir sobre algunos de sus mejores anunciantes, advirtiéndoles que servirse de un periódico de propaganda socialista y anarquista tiene que ser perjudicial para sus negocios. Esto que toca al bolsillo, nos daría el periódico. Mas semejante plan ha de ser bien ejecutado para que salga completamente bien, y la posibilidad de un mal paso aconseja que sólo le empleemos como último recurso.

»Pero *The Fly* (La Mosca) y *The Sparrow* (El Gorrión)....., ¿qué hacemos con ellos? Nos van a aburrir.

»Desde luego, pero a esos siempre les tenemos en contra. ¿Tienen bastante importancia para hacernos daño? Además, parecerá mejor que la Prensa no esté unánime. Será menos verosímil la acusación de apropiárnosla o subvencionarla. Con que los tres periódicos más importantes presentaran la cuestión como nos conviene, y dejaran en silencio o atenua-

ran lo que nos es desfavorable, podríamos seguir nuestro camino.

»Pero la cosa es gorda....., más que ninguna de las anteriores.

»Para eso valemos ahora más que valíamos antes.

»Semejante privilegio en las calles representa por lo menos cincuenta millones si se capitaliza.

»Que es una razón de mucho peso para que nos atraigamos la política, los políticos y la Prensa».

No es esto más que una hipótesis para poner un ejemplo, en términos generales, de lo que ocurre. La riqueza adquirida por medio de privilegios y la lucha por conservarlos y extenderlos maleando la política y sirviéndose de la Administración de Justicia y del Ejército, engendran en nuestros príncipes el deseo de modelar a su gusto la opinión pública sobre tales asuntos, utilizando la Prensa, la Universidad y el Púlpito. Un privilegio es una violación de la igualdad ante la ley; apenas se presenta donde hay gobierno popular, cuando ya surge el ataque popular contra él. La Prensa es el medio natural de expresión de esta protesta; ella es el órgano de la opinión pública. Inmediatamente el Privilegio maniobra en secreto para apoderarse de ese órgano. Como lo consiga, matará dos pájaros de un tiro, si, sin que el público se entere, puede ofrecer las manos de Esaú sin la voz de Jacob; es decir, si logra que el órgano de la voz pública aparentemente defienda la igualdad ante la ley, cuando en realidad está defendiendo el interés de los privilegiados.

Lo primero que se ocurre como más fácil y más barato para tener a raya a la Prensa, es restringir su libertad. Hacerlo no presentaría grandes dificultades a la fuerza motora de nuestra política; pero ese remedio causaría grandes conmociones en el pueblo americano. «La libertad de imprenta es esencial para la seguridad de un Estado, dice la Constitución de Massachusetts de 1780. Consiguientemente no debe ser restringida en esta República». Este sentimiento viene siendo general en toda la Nación. Desde los tiempos colonia-

les, la Prensa ha tenido tal libertad de expresión que a los europeos les parecía una licencia salvaje, sobre todo cuando publica y discute asuntos personales. Se la podría llamar chismografía pública. Las cuestiones de toda clase, públicas o particulares, importantes o baladíes, se someten a la consideración pública en este foro. Si nuestro buen juicio no aprueba los excesos cometidos al amparo de esta libertad, premia la libertad de expresión. La masa general acepta las palabras de Thomas Jefferson de que hay que conformarse con tales cosas como «una parte del precio que pagamos por nuestra libertad, que sólo puede ser defendida por la libertad de la Prensa, sin que pueda limitarse sin riesgo de perderla» (1). Los hombres políticos recibieron una dura lección a causa de la tentativa del Presidente John Adams de ponerla trabas. Trató de que se aprobara la *Sedition Act* (Ley de Sedición) facultándole para castigar la crítica en los periódicos. Fue una de las causas principales de la abrumadora derrota de Adams cuando fue candidato a la reelección en la «revolución civil de 1800». Después ha terminado el siglo sin que la actitud popular haya cambiado.

La gran Federación del Trabajo, con su millón y tres cuartos de asociados, refrendó esta actitud en su vigésima cuarta convención anual celebrada en San Francisco al de-

(1) Escribió a John Jay (Paris, 25 de enero 1876. *Escritos de Jefferson*, edición Ford, tomo IV, pág. 186): «Es en verdad lamentable que después de haber dedicado su vida a servicios importantes y leales, y de haber desempeñado todos sus cargos lo mejor posible, un servidor público pueda ser perturbado en su tranquilidad por estar cualquier individuo facultado para inculparle en un periódico, obligándole a proceder como si necesitara defenderse; dependiendo esta necesidad de defensa que se le impone de gente irreflexiva que jamás se detiene a reflexionar espontáneamente. Sin embargo, es una parte del precio que pagamos por nuestra libertad, que no puede conservarse más que con la libertad de imprenta, ni limitarse sin riesgo de perderla. A la pérdida de tiempo, de trabajo, de dinero; hay, pues, que añadir la pérdida de la tranquilidad que tenemos que soportar los que nos sentimos capaces de servir al público, y todo ello es mejor que la esclavitud europea.

clinar el año 1904. El Consejo del Trabajo de Nueva Orleans había proscrito (boicoteado) un periódico, no por enemigo de la asociación de trabajadores, sino por haber censurado algunas medidas del Consejo. La Convención Nacional de la Federación condenó el boicote en estas terminantes palabras: «La libertad de imprenta sin ninguna traba, es tan importante para el bienestar, no sólo del trabajo organizado, sino para la vida de la humanidad civilizada, que no se concibe circunstancia alguna capaz de inducir a las asociaciones obreras a incluir en una lista de boicote una publicación por haber expresado una opinión».

Así que, al lado de la «Ley de Sedición» de Adams, podríamos escribir lo que De Tocqueville escribió hace cincuenta años: «Ni un solo individuo de los millones que habitan en los Estados Unidos se ha atrevido, hasta ahora, a proponer restricción alguna a la libertad de imprenta». Desde luego que ha habido actos de represión bajo el régimen militar, como sucedió en la Guerra Civil y en asonadas, como cuando los motines de las minas en Colorado con motivo de la huelga de 1903-1904. Pero éstos fueron casos aislados. Lo que nos ocupa ahora es la actitud de la Nación en conjunto respecto a la Prensa en general. Siempre ha sido una actitud de celosa conservación de la libertad de imprenta, hasta para los frecuentes abusos. El Privilegio, por lo tanto, se ha visto en la precisión de encauzar lo que no podía amordazar.

Para nuestro propósito la Prensa puede ser clasificada en dos grupos generales: formado uno por las publicaciones mensuales y semanales; el otro por las diarias. Fuera de las publicaciones que raramente o nunca se ocupan de cuestiones políticas o económicas, y de los órganos de las uniones obreras y de su propaganda, la mayor parte de las publicaciones mensuales y semanales, hasta hace poco, han estado por lo general del lado del Monopolio. Con él estaban sus propietarios o sus lectores. Sus tendencias han sido valientemente sostenidas en ellas y con exclusión de otras.

Su clientela ha sido la clase privilegiada, relativamente

poco numerosa, y las clases acomodadas que la defienden por tener una idea equivocada de lo que es el monopolio y confundirle con la verdadera riqueza. Esos periódicos son caros y de poca circulación.

Hay que convenir en que los periódicos de tendencias menos particulares e ideas más generales tocante a los monopolios, no habrían prosperado en tiempos anteriores. El fruto del monopolio no estaba aún maduro; salvo en circunstancias extraordinarias, estas cuestiones no interesaban al público, por lo que una revista dedicada a ellas que hubiera tratado de hacerse popular, necesariamente habría muerto. Pero la rapacidad creciente del monopolio durante la última década ha despertado un interés popular muy vivo, y últimamente multitud de revistas baratas, bien impresas, con buenos grabados y con toda clase de atractivos vienen exponiendo los aspectos más superficiales y flagrantes del Privilegio, y el éxito ha sido fenomenal.

Sin embargo, son tantas y de tanto alcance las armas del Privilegio, y las masas son tan lentas en sacudir su habitual pereza, sobre todo en cuanto al hábito de reflexionar, que, excepción hecha de algunas particularidades superficiales, el Privilegio no es, por lo general, objeto de las discusiones periodísticas. Por escrupuloso que sea el estudio y por apremiantes que sean los argumentos de algunas de esas publicaciones mensuales o semanales, tocante a determinados aspectos del Privilegio, ninguna de las más acreditadas se atreverá a combatir los de mayor transcendencia por temor a perjudicar su crédito, porque el Privilegio le da; o por miedo de perder anuncios, por depender del Privilegio más o menos directamente la clientela de anunciantes; o para no lastimar a muchos de sus lectores, de los cuales algunos pertenecen a las clases elevadas y podrían tildarla de «socialista» o «anarquista», mientras otros, de las clases populares y no muy avisados, quizá la calificaran de «extravagante». Los ataques de esta clase de publicaciones ni siquiera van realmente contra una fase determinada del monopolio, más bien se dirigen

contra los actos culpables de una persona particular. La descubren y la denuncian como si ella sola fuera la culpable; sin parar mientes en que el poder del monopolio que ella posee tiene otro origen y ha de ser igual su resultado en manos de otra persona cualquiera.

Así es como el Privilegio, por el miedo que infunde y por los prejuicios que inspira, contiene a las publicaciones semanales y mensuales que atacan a sus avanzadas. A medida que el Privilegio gana en poder, pierden fuerza para atacarle esas publicaciones, a menos que haya una intensa conmoción popular. En caso semejante, toda voluntad individual no tiene más camino que el de someterse a la voluntad colectiva, como ésta sea dirigida con acierto. Faltando alguna de estas condiciones, el Privilegio, conforme va ganando en poderío, va ganando también en medios para fomentar las divisiones en la Prensa.

Cuanto queda dicho de la Prensa mensual y semanal puede decirse de la Prensa diaria, cuyo dominio es al Privilegio más necesario con mucho, puesto que los diarios penetran en la población con mayor intimidad y frecuencia.

Contribuye a cuanto venimos diciendo el aumento de coste de la confección de un periódico, el cual ha limitado la competencia. Se cuenta entre periodistas que Mr. James Gordon Bennett, empezó el New York Herald (Heraldo de Nueva York) sobre un cajón de tejidos. Sus recursos indudablemente eran escasos; pero entonces con poco bastaba. Actividad para enterarse de las noticias locales y agrado en el trato eran los requisitos principales para ser periodista. Pero la competencia por lectores a fin de atraer a los anunciantes ha aumentado mucho el coste durante las tres o cuatro décadas últimas. A la vez que ha ido en aumento la cantidad de noticias locales y se ha iniciado y desarrollado una era de información gráfica variada y activa, se ha verificado un progreso más notable todavía y verdaderamente asombroso en la información telegráfica. Esta constituía la última parte de nuestros diarios hace tres generaciones; hoy compete en importan-

cia con las noticias locales porque suministra diariamente las de todo el globo.

Ahora, que la información es, como fácilmente se comprende, muy cara. La razón principal estriba en que el servicio telegráfico en este país no forma parte, como en otros de Europa, del bien organizado servicio postal, cuya tarifa es única y al alcance de todo el mundo, sino que está en manos de Compañías particulares y sujeto a sus tarifas elevadas y desiguales. Es decir, que las vías de comunicación telegráfica están en manos particulares. Las tarifas altas hacen que para fundar un periódico se necesite un capital mayor que si fueran bajas. Esto dificulta la rivalidad periodística y tiende a concentrar el periodismo en manos de unos cuantos, pocos relativamente, que pueden permitirse el gasto del telégrafo. Sucede lo mismo que con las licencias caras para los establecimientos de bebidas alcohólicas, que impiden la instalación de otros en competencia que indudablemente habría si desapareciera ese impuesto. Otro tanto pasa con las contribuciones federales internas, v. g., la de las cerillas o la del alcohol, las cuales entran por mucho en los gastos de instalación necesarios para emprender un negocio en esos artículos y dejan fuera de combate a los que con gusto lucharían con los ya establecidos. Claro está que los periódicos que existen tienen que pagar más que pagarían si el telégrafo formara parte del servicio postal; pero lo pagan a gusto y no piden que el telégrafo sea servicio postal, porque así se libran de competidores.

Si las tarifas caras desaniman a los débiles y favorecen a los fuertes, la desigualdad de tarifas tiene mayores consecuencias. Tiene lugar en forma de rebajas clandestinas, y, si no tan fácilmente como antes, sin embargo existe. Se hace para favorecer a los periódicos que pueden emplear su influencia en provecho de las empresas telegráficas; así como las Compañías ferroviarias emplean su sistema de tarifas diferenciales en favorecer a los que andan en el ajo y pueden tirar de la cuerda.

Todavía hay otra circunstancia que redunde en beneficio de los grandes periódicos y en perjuicio de los modestos: los contratos con las Compañías telegráficas. Para un periódico de gran circulación y que necesita mucha información telegráfica son muy ventajosos, pero están fuera del alcance de los periódicos de pocos telegramas.

Se ve, pues, que en la esfera telegráfica tienen los grandes periódicos grandes ventajas sobre los pequeños. Todas estas ventajas son otras tantas dificultades para crear nuevas publicaciones, y a ellas hay que añadir, como muy importante, la asociación de los grandes órganos de la Prensa en un servicio telegráfico común.

Mientras que el servicio telegráfico ordinario es muy caro para un periódico americano, la reunión de muchos de ellos en una Prensa Asociada reduce para cada uno el coste de las noticias que a todos interesa recibir. De este servicio sólo los asociados pueden disfrutar, y no se admiten nuevos socios. como no sea en los nuevos centros de información telegráficas. El objeto no es solamente la mayor baratura posible, sino hacer de la Asociación periodística un monopolio. Andando el tiempo, los excluidos por débiles o novatos tienen que combinarse por necesidad para establecer un «servicio telegráfico» para ellos, y a su vez excluyen de él a los periódicos recién nacidos. De este modo las asociaciones periodísticas evitan la aparición de nuevos periódicos diarios.

No es probable que los procedimientos ya anticuados del periodismo baratero pueda seguir sirviéndole mucho tiempo para cobrar el barato. Hay ya la costumbre entre periódicos de copiarse («fusilar») las noticias locales. Aparte de esta costumbre, e impelidos por las adversas circunstancias que acabamos de mencionar, los débiles y novicios dieron en «fusilar» los telegramas de buen origen, cualquiera que fuese, extractándolos. Es decir, que desalentados de poder adquirir noticias por procedimientos legítimos, recurrieron a procedimientos ilegítimos. Inflaban los extractos de las noticias «fusiladas», haciendo de ellos extensas informaciones, y se hizo corriente

en la jerga periodística la expresión de servicio de la «vendimia telegráfica». Muchos de los diarios más orgullosos hoy día, en sus comienzos se servían de la «vendimia telegráfica». Mas la Asociación de la Prensa y los grandes periódicos individualmente están ya invocando contra ella la ley de propiedad literaria.

No es que el Parlamento haya hecho la ley de propiedad literaria bastante amplia para comprender el caso; porque no lo es. En algunas colonias británicas los Parlamentos han aprobado en los últimos años leyes que reconocen nuevos derechos; pero en este país el Congreso, por una u otra razón, se ha abstenido de dar un paso semejante, y no parece probable que lo dé por ahora. No obstante, nuestros Tribunales tratan de remediar las omisiones del Poder Legislativo, y los Tribunales Federales están interpretando la legislación sobre propiedad literaria de un modo jamás soñado por el Parlamento. Esto pertenece a la «jurisprudencia de los Tribunales», que es una legislación de la cual hemos visto muchos ejemplos en las *injunctions* de los conflictos obreros (1).

Uno de los casos de extralimitación judicial de la ley de propiedad literaria ocurrió en el caso cuyo título es Asociación de la Prensa Americana, demandante, *vs.* la Compañía de Publicidad del Rumor Público (*Daily Story Publishing Company*) (2). Otro caso fue el de la *National Telegraph New*, F. E. Crawford y A. K. Brown, demandantes, *vs.* *The Western Union Telegraph Company*. Los Jueces del Tribunal Ambulante, Jenkins y Grosscup, y el Juez de Distrito, Bunn, conocieron de este litigio y reconocieron a la *Western Union Company* derecho exclusivo a las noticias transmitidas por sus instrumentos telegráficos, anticipándose a otros. Que los principios aplicados o extendidos tenían un alcance mayor que su aplicación al caso de autos, lo demostró el juez Grosscup que

(1) Libro V, Capítulos I y II.

(2) Tribunal Ambulante de Apelaciones de los Estados Unidos. Jornada séptima, núm. 864, curso de octubre 1901. Sesión de mayo 1902.

interpretó la opinión unánime de todo el Tribunal. El Juez dijo al final de su discurso:

«¿Van los Tribunales a negar su amparo a la iniciativa y actividad de las grandes agencias de información, de los grandes periódicos o de las grandes líneas telegráficas, terrestres o submarinas, contra intrusiones parasitarias, sin otra razón que la de que la ley que regula las relaciones jurídicas entre los autores y el público no puede ser adaptada a las relaciones jurídicas del público con aquellos servidores suyos de otra clase? ¿Es que hemos de faltar a nuestro claro deber por la mera falta de un precedente? Antes preferimos establecerle — un precedente del cual eliminamos, por no hacer al caso, la ley de propiedad intelectual, — y no vemos otro medio mejor de sentar este precedente para lo sucesivo que la confirmación de la sentencia recurrida».

Es decir, que esos tres Jueces federales, «sentando un precedente» por medio de una disposición coercitiva (*enjoining order*), convierten en ley lo que el Parlamento no creyó conveniente aprobar como tal. Y es de notar que otra vez aquí, como cuando la *injunction* del juez Grosscup con motivo de la huelga Pullman, la disposición no se dicta en atención a los humildes. Ni para cubrir apariencias se ocupó el Juez principalmente de las partes litigantes. Tuvo en cuenta más especialmente, repitiendo sus palabras, «las grandes agencias de información, los grandes periódicos y las grandes líneas telegráficas, terrestres o submarinas», siempre los grandes intereses; nunca los pequeños, los que luchan.

En virtud de esa interpretación de la ley de propiedad intelectual, la Prensa asociada y los periódicos de gran circulación, individualmente, que con toda tranquilidad «fusilan» de los periódicos europeos podrán evitar todo «fusilamiento» de ellos por parte de los periódicos nacionales más débiles. Si el principio se establece para la información telegráfica, se puede extender lo mismo a las noticias locales. Implícitamente confiere la facultad de perseguir a los periódicos débiles o nuevos por medio de litigios basados en cargos cuya prueba

puede prepararse de antemano, y de esta manera acabar con ellos.

No es que se diga con esto que la usurpación de noticias no deba evitarse. Mas si debe evitarse en un caso, hay que evitarla en todos. Si los periódicos débiles usurpan noticias, lo hacen principalmente porque a ellos se les usurpan los medios legítimos de adquirirlas, sea privándoles de ellos o haciéndoles difícilísimos. Las dos usurpaciones deben abolirse. Pero los Tribunales, tan propicios a interpretar la ley en provecho de los grandes, no se cuidan de los otros. Y esto, como acabamos de ver, es no más que una parte de lo mucho con que tiene que batallar la Prensa desvalida. Todo el sistema de información telegráfica, parte tan esencial de nuestros periódicos, es desde el principio hasta el fin una acumulación de ventajas para los fuertes, de las que los débiles se ven privados.

Otras ventajas se derivan para los grandes periódicos de la imposibilidad que tienen los otros de tener maquinaria cara o con patente. Otra dificultad abrumadora para los periódicos pequeños, proviene de la creación de un monopolio por los fabricantes de papel de imprenta. Acaparando las existencias de pulpa de madera fácilmente aprovechable, de la cual se hacen los rollos y hojas de papel, la mayoría de los fabricantes han formado un sindicato (*community of interest*) que limita la oferta y eleva el precio. La subida ha sido de consideración hasta para los periódicos que son grandes consumidores y pueden hacer grandes pedidos; para los de poca circulación, cuyos pedidos tienen que ser pequeños, la subida de precio ha sido exorbitante (1).

Verdad es que en los pueblos y en las ciudades pequeñas es ahora posible comprar diariamente un servicio de «plate

(1) Véase el testimonio de Mr. Don C. Seitz, en representación del *New York Herald*, y Mr. John Norris, en representación del *New York Times*, ante la Comisión Judicial de la Cámara, Washington. D. C. empezando el 5 de abril de 1904.

matter» (hojas laminadas) hechas en Nueva York, Boston, Chicago, Washington y otros puntos. Las hay de gran variedad, desde las dedicadas a artículos editoriales, hasta las destinadas a modas, consejos domésticos y telegramas lacónicos. El artículo está preparado en hojas de imprimir muy delgadas y se empaca en cajas de madera. Las hojas están dispuestas para poderlas sujetar en bloques de metal y darlas forma y, a los pocos minutos de recibidas, puede la Prensa ponerse en movimiento.

Pero las facilidades que dan los ferrocarriles para mandar ese artículo a puntos distantes, varios centenares de millas de los centros de producción, ponen las ventajas que ofrece al alcance también de los diarios metropolitanos, los cuales, empleándole, han aumentado su circulación de un modo maravilloso. La edición de los domingos por la mañana, por ejemplo, de algunos periódicos de Nueva York, se imprime el sábado por la tarde a las cuatro; esta edición se vende en algunos Estados del Sur el domingo por la mañana. Los grandes periódicos de Washington, Atlanta, Cincinnati, Louisville, St. Louis y Nueva Orleans, también tienen las llamadas ediciones de trenes, las cuales circulan por los Estados del Sur; de manera que los pequeños periódicos locales pueden poco contra sus grandes enemigos.

Como los anunciantes en gran escala buscan la mucha circulación y los anuncios son el primer elemento de vida para los periódicos, los de poca tirada no pueden luchar y todo contribuye a impedir la fundación de diarios, a menos en los grandes centros, a no ser que las nuevas empresas tengan bien guardadas las espaldas.

Así vemos el proceso de concentración en las esferas del periodismo. Otro procedimiento centralizador se ha puesto en ensayo, pero fracasó. De cuando en cuando se ha tratado de establecer estrecha relación de intereses entre los periódicos de una misma localidad. En Filadelfia, por ejemplo, se convino que no se aceptarían por ningún periódico particularmente esquelas de defunción, sino dando por supuesto que se

publicaran en todos los demás, y se fijó una tarifa para la publicación general. El convenio duró poco; se tocaron muchas dificultades en su ejecución y fue abandonado.

En otra forma se ensayó el procedimiento de coacción en Milwaukee. De haber salido bien, pudiera haberse convertido en un arma temible en manos del monopolio; pero estaba en oposición muy franca con los derechos del individuo y de propiedad, así que los Tribunales superiores se pusieron en contra. *The News*, *The Sentinel* y *The Evening Wisconsin*, los tres de Milwaukee, se pusieron de acuerdo para quitar los anuncios a un periódico rival, *The Journal*, que estaba muy en boga y había elevado la tarifa de anuncios. Los periódicos aliados hicieron saber al público que si alguien se avenía a pagar con arreglo a la nueva tarifa del *Journal*, no le sería permitido anunciar en ninguno de los otros tres periódicos a no ser con un aumento de precio equivalente, pero que si se negaba a pagar al *Journal* su nueva tarifa, se le permitiría anunciar en cualquiera de los tres, a los precios anteriormente establecidos.

Uno de los estatutos de 1898 del Estado de Wisconsin, castigaba con prisión y multa a «las personas que se pusieran de acuerdo..... para, consciente o maliciosamente, perjudicar a otro en su reputación, comercio, negocios o profesión, cualquiera que fuese el medio empleado». Con arreglo a él fueron condenados y sentenciados los editores de los periódicos coligados. El Tribunal Supremo de Wisconsin confirmó la sentencia del Tribunal inferior. Se llevó la apelación al Tribunal Supremo de los Estados Unidos, pretendiéndose que los anteriores habían violado los derechos de los apelantes consignados en la enmienda décimocuarta a la Constitución de los Estados Unidos. Probablemente hacían referencia a la sección primera de la enmienda que dice: «Ningún Estado dictará ni pondrá vigente ley alguna que merme los privilegios o inmunidades de los ciudadanos de los Estados Unidos». Pero el recurso no prevaleció. El Tribunal Supremo Federal mantuvo la resolución del Supremo del Estado con

un solo voto discrepante. El juez Holmes leyó la sentencia del Tribunal Federal y dijo:

«No hay anomalía en un estatuto que castiga una confabulación tal como la aquí denunciada. Se ha sostenido que hasta el libre uso del terreno por su propietario único con propósito mal intencionado puede ser prohibido constitucionalmente, aunque el perjuicio causado comprenda nada más que al propietario colindante. Que esta decisión sea legal o no lo sea, el daño intencionado, cuando proviene de la libertad de un individuo, es materia muy corriente e indicada para una legislación represiva. Más lo son todavía las confabulaciones para causar daño.

«Imposible hubiera sido defender que la libertad de asociarse para hacer daño, aun en cosas inmateriales como la reputación y los negocios, está entre los derechos que la enmienda décimocuarta se propuso conservar».

Pero si esos ensayos de centralización han fracasado, otras tentativas, bajo el régimen del Privilegio, habrá que prosperen. Pues ¿no se está laborando con todas estas cosas por el triunfo del Privilegio? Los intereses generales están mejor servidos cuando reina la imparcialidad y no el favor en la Prensa, cuando el coste es el minimum y la competencia fácil. El Privilegio desea, por el contrario, para el periodismo una esfera de acción limitada y la menor competencia posible; de esta manera, si consigue adquirir influencia sobre los periódicos existentes o poseerlos en propiedad, la dominación será suya.

El campo de acción de nuestro periodismo en gran parte ahora *está* limitado; el Privilegio *posee* la mayor parte de los periódicos o influye en ellos de distintos modos, y hasta cierto punto, *ahora* domina.

Sin embargo, al público no se le engaña del todo; ve la marca de fábrica, y lee este o el otro periódico poniendo por cuenta propia un coeficiente de corrección. Es un hábito que creó en el pueblo la libertad de imprenta; la independencia de criterio era tanta en cada ciudadano para juzgar, como la del editor para escribir. Por eso escribió De Tocqueville medio

siglo ha, que «la opinión particular de los editores no pesa en el ánimo del público: lo que éste busca en los papeles son noticias sobre hechos, y únicamente falseándolas puede un periodista contribuir a que prevalezca su parecer».

¿Quién sería capaz de negar que en este país no pasa ahora lo mismo en cuanto a la Prensa en general? Cuán frecuentemente se oye: «Yo leo el *Star Spangled Banner* por su brillante y fidedigna información; sus artículos de fondo me preocupan poco, pues sé que el director le hace girar en ejes políticos o de otra clase». Esta es una de las maneras en que el público muestra independencia, y esta independencia se pone de manifiesto alguna vez que otra cuando en las urnas triunfa algo que la Prensa ha combatido puesta de acuerdo. Mas el resultado, en conjunto, es que el Privilegio, según va creciendo en poder, no deja de luchar para apoderarse de los medios de información pública, sea este el periódico o las otras publicaciones periódicas de más alto vuelo.

No es esto decir que toda la Prensa esté esclavizada. Algunos periódicos de los más principales y algunas importantes publicaciones periódicas son independientes en todos conceptos. Pero la gran mayoría de los diarios, semanales y mensuales se convierten en paladines y campeones del Privilegio en uno o en otro respecto; cada cual a su modo, algunos siempre, otros sólo en ocasiones determinadas. Y si el Privilegio crece en poderío, seguramente aumentará su influencia en la Prensa, siendo ésta, como es, el órgano de información pública, y una vez que la información ha de ser forzosamente favorable o adversa al Privilegio. Está, pues, en el orden natural que la Prensa de los Estados Unidos aprecia en conjunto llegue a estar a favor o en contra del Privilegio. El Privilegio no pierde un minuto afanándose por atraérsela. «Desde el mercado hasta las inteligencias, hay que dominar en todo el pueblo, esta es la norma», dice Mr. Henry D. Lloyd. Pero se trata de más que de dominar el mercado. La fórmula es: Desde la posesión y adquisición de privilegios hasta el dominio de las inteligencias.

No es de esperar ninguna alteración de importancia en esta clase de relaciones porque el periodista siga la carrera en un colegio. Ella le dará una instrucción más extensa y varia y una habilidad técnica más completa para su profesión. Pero, ¿le capacitará para ver los manejos del monopolio mejor que los ve ahora, o le emancipará de las trabas consiguientes a las relaciones de su periódico con el monopolio que ahora le tienen sujeto?

El distinguido periodista e inteligente hombre público Mr. Joseph Pulitzer, propietario y editor del *New York Herald*, que ha dado un millón de dólares para la fundación de un colegio de periodismo en la Universidad de Columbia, quisiera desarrollar en la profesión un *esprit de corps* parecido al que la academia militar trata de imbuir en sus alumnos. Dice:

«Si existiera semejante espíritu de clase, ningún editor que se hubiera degradado siendo un lacayo de algún rey o corro de Wall Street, se atrevería a presentarse ante sus colegas. Le remordería la conciencia de haber faltado a sus principios y a las tradiciones de su colegio y de su profesión..... El saberse que un periodista de reputación se había negado a dirigir un periódico representante de intereses particulares contrarios al bien público, bastaría para que se desistiera de tal intento. Una negativa semejante sería un contratiempo tan grande para el periódico, por su efecto en la opinión pública, como lo es para un demandante el saberse que un abogado de reputación le ha negado sus servicios como defensor».

Quizá pudiera ser así, pero Mr. Pulitzer debe comprender que no hay «espíritu de clase» bastante para hacer cambiar de conducta a los periodistas como corporación, mientras los periódicos en que tengan que trabajar no estén impulsados por principios semejantes. No es necesario suponer que todos los editores sean como aquél de quien hacía mención Mr. Walter S. Logan, expresidente del Colegio de Abogados de Nueva York, en su carta de felicitación al diputado Robert Baker, por haber presentado al Congreso de Nueva York un

proyecto de ley contra los ferrocarriles. «El otro día viajé con el director de uno de los primeros diarios, decía Mr. Logan. Sacó un manojito de *annuals* (pases gratuitos válidos por un año) que le podían servir para recorrer medio país. Siempre se los metía en el bolsillo cuando estaba escribiendo artículos sobre la relación de los intereses públicos con las empresas que le daban los pases de ferrocarriles». No puede ponerse en duda que los pases gratuitos tienen fuerza de persuasión para muchos pequeños periódicos, así como para muchos legisladores y para otros funcionarios públicos. Los directores de esos periódicos suelen ser a la vez sus propietarios; los pases de favor constituyen parte de sus ganancias y no están dispuestos a perderla. Por esa razón procuran vivir en paz con los ferrocarriles de la vecindad. Pero en las grandes ciudades, los editores no se compran con pases de ferrocarril. Valen éstos muy poco en comparación del valimiento de un periódico metropolitano. Los ferrocarriles tienen por sí mismos o mediante otras personas una influencia que ejercen directa o indirectamente sobre los periódicos; esa influencia es la que el director tiene que tomar en cuenta para obrar en uno o en otro sentido.

Se cuenta el caso de un director de periódico que indignado dijo a su principal: «La conducta de este periódico no se ajusta a los buenos principios. Sé que mis palabras son rebeldes, así que con ellas va mi dimisión». La dimisión no fue aceptada porque el propietario realmente deseaba que su periódico se inspirase en buenos principios y estimaba la honradez de aquellas palabras. Pero ¿de cuántos propietarios de periódicos de primera magnitud puede contarse otro tanto? Así como el sillón vacante y el bastón del difunto Peter Stuyvesant tenían autoridad en el capítulo de los *New Amsterdam Fathers* (Padres de la Nueva Amsterdam), así en las juntas de la mayor parte de nuestros diarios está presente el espíritu del Privilegio. En ellos están los privilegios de los ferrocarriles de vapor, de las conducciones de aguas, de los ferrocarriles y tranvías urbanos, de los telégrafos, teléfonos y

gas; allí están los privilegios del alumbrado eléctrico, los de la calefacción y de la fuerza motriz; allí los de las minas, petróleo, maderas de construcción, agricultura, ganadería, terrenos urbanos y de los suburbios; allí los de asociación, de patentes y de aranceles, y con ellos un enjambre de otros privilegios de menor cuantía nacidos a la sombra de aquéllos y creados por disposiciones legislativas, por el favoritismo judicial o por intrusiones políticas. Esta vastísima red de privilegios cuyas fuerzas se conciertan para fines ofensivos y defensivos, necesita de la Prensa para influir en la opinión pública, y, si no puede comprarla, pone en juego cualquiera de los mil medios que tiene a su disposición.

Véase el cuadro que presenta la sesión de un consejo de un gran diario de la mañana. Los jefes de cada sección están alrededor de una gran mesa, y cada uno de ellos va por turno dando cuenta de los asuntos importantes que se presentan para el número del día siguiente. De este modo todas las secciones de información y de comentarios se enteran de todo y proceden de acuerdo. El redactor encargado de la información local es, generalmente, el que trae un saco mayor de noticias y en el caso actual tiene, encabezando su larga lista, con la que él llama «una sensación de primera».

«¿Cuál? pregunta el redactor en jefe ávido de curiosidad.

»Smithson, nuestro concejal, dice el redactor local, ha metido el cuevo en el negocio del ferrocarril — nombres, fechas, sitios, cantidades, affidavits — absolutamente todo. Ningún otro periódico tiene el menor atisbo. ¡La conmoción mayor que ha tenido la ciudad en todo el año!

»¿Gente gorda metida en el ajo? pregunta el jefe tranquilamente.

»Hay rastro hasta casi la puerta de la casa del Gran Crespo, y, por deducción, de otros muchos personajes.

»¡Cáspita! exclama el jefe; esto me recuerda un período de la historia de Nueva Orleans. La ciudad andaba por los suelos, tal vez a causa de la política de tirantez que siguió a la guerra. Algunas de las personas de más valía e influencia

se reunieron y acordaron que la situación cambiara. Necesitaban un periódico que los ayudase en su labor, y compraron el *Picayune*. Se presentaba la dificultad de encontrar un director a propósito, una persona cuyo nombre fuera garantía de honradez, capacidad y valor. Se convino en que el hombre soñado para el cargo era el coronel Daniel Dennett, de la parroquia de Santa María. Su reputación era inmaculada; su pluma brillante, atrevida e incisiva. Se le conocía y estimaba en toda la región de los plantíos, por ser director del *Planter's Banner*. Una comisión fue a visitarle y le rogó que viniera a Nueva Orleans y se encargara de la dirección del *Picayune*. «Duro y a la cabeza, le dijo la comisión; purifiquemos la ciudad». El coronel Dennett aceptó, se tomó un poco de tiempo para prepararse y hacerse cargo de las circunstancias, y en seguida arremetió, con un alud de elocuencia y fogosa indignación, contra la gran Lotería de Louisiana como primer mal que había de extirparse.

»La Lotería estaba por entonces en todo su apogeo. La intrépida acometida del coronel Dennett dejó a la ciudad atónita. El consejo de administración del *Picayune* se reunió a toda prisa y el coronel Dennett fue citado a la reunión. «¿Cómo se explica, Coronel, le preguntó el presidente, que de esa manera asombrosa sorprenda usted con su hostilidad a una de las grandes instituciones del Estado?» El bravo Coronel contestó: «Usted me dijo, duro y a la cabeza. Purifiquemos la ciudad. Yo di contra la Lotería que me pareció indicada para empezar mi campaña». «Pero, replicó el presidente, me olvidé de decir a usted que Charles Howard, presidente de la Compañía de la Lotería, nos dió 100.000 duros para la compra de este periódico. No puede convenirnos emplear un periódico en cuya propiedad tanta participación tiene, en hacer saltar la Compañía que dirige». «Entonces la orden que usted me dió, replicó el coronel Dennett, ¿no es «duro y a la cabeza. Purifiquemos la ciudad?» «¡Oh, sí, respondió el presidente del consejo; métase usted con todo, menos con la Lotería!» «¡Ah! dijo el coronel, lo que usted quiere es que se purifique la ciu-

dad, pero que siga la corrupción. Renuncio a ese cometido y presento, señores, mi dimisión». Y se volvió a la parroquia de Santa María y a su *Planter's Banner*».

Cuando el redactor en jefe hubo concluído su anécdota, reinó el silencio en el consejo. El primero en hablar fue el redactor en jefe. «Me parece decir con esto que no daremos la noticia sensacional; que es peligrosa; que puede llegar hasta alguien de los Tribunales. Me duele en el alma, pero la mato en flor. Igual da un guiño que un asentimiento con la cabeza para un burro ciego».

«Siendo este consejo dicho asno», añadió el redactor de los artículos de fondo. Nadie le contradijo y el consejo continuó.

U. A. N. L.