



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

Hipótesis sobre el proceso de profesionalización
del periodismo gráfico argentino
Sebastián Ernesto Ackerman
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 2, N.º 1, diciembre 2016
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata
La Plata | Buenos Aires | Argentina

Hipótesis sobre el proceso de profesionalización del periodismo gráfico argentino

Sebastián Ernesto Ackerman

sebasackerman@gmail.com

Facultad de Ciencias Sociales
Universidad Nacional de Buenos Aires
Argentina

1. Periodismo y política

La práctica periodística puede ser analizada con algunas de las herramientas que utilizamos para pensar otros aspectos de la sociedad. El periodismo es parte *constitutiva* de la estructura social, y juega un papel en ella, con un índice de eficacia específico en el proceso hegemónico por el cual se intentan definir sucesos y valores en relación a las significaciones sociales que circulan en la superficie discursiva.

A nuestro entender, el proceso de profesionalización (y en esa línea, de supuesta "neutralidad" u "objetividad" en tanto "reflejo de los hechos") del periodismo fue una transformación de la práctica y la forma de presentarse que sin embargo no ubicó al periodista (o la empresa periodística) en un "limbo valorativo"; antes bien, ocultó esas valoraciones tras supuestos de ética profesional y "necesidades del oficio". En la línea de la profesionalización podemos pensar la rutinización de las prácticas y creación de

marcos jurídico-regulatorios de la práctica periodística como actividad (principalmente, el Estatuto del Periodista -ley 12.908, sancionada en 1944- y diversas leyes y figuras jurídicas referidas a la prohibición de la censura y las responsabilidades ulteriores de los periodistas). Este proceso debe entenderse más como un recorrido o tendencia de los principales medios gráficos que como un camino de una sola vía hacia la escritura "neutral" de la vida social.

El investigador Jorge Rivera recuerda que un incipiente comienzo de esta profesionalización es un auge de nacimiento de distintos periódicos entre las décadas de 1850 y 1870, en donde

las nuevas exigencias técnicas del periodismo y el crecimiento de sus secciones ilustradas, informativas y de entretenimiento dan origen, durante el curso de este momento a un tipo de periodista más definidamente "profesional", más comprometido con las rutinas y la habitualidad técnica del "laboreo de pluma" que con otro tipo de contingencias y faenas vitales.
(Rivera, 1998: 20)

Es por eso que, en estas líneas, intentaremos dar cuenta de una serie en la que ciertos hitos del periodismo gráfico argentino se definen, en sus orígenes, por una línea política: *La Gazeta de Buenos Ayres* (1810), *La Nación* (1870), distintos diarios de izquierda (desde 1886 hasta 1894), *Crítica* (1913), *Clarín* (1945) y *La Opinión* (1970). Por supuesto, la lista no es exhaustiva. Otros cientos de periódicos surgieron en todo este período. Sin embargo, consideramos a estos ejemplos como una línea de periódicos que marcaron, de alguna manera, las formas de hacer periodismo en nuestro país. Lo que organiza nuestra mirada sobre el periodismo vernáculo es una idea de trayectoria que tuvo el periodismo (gráfico, al menos) como un proceso en el cual *su profesionalización tuvo como resultado una idea de "objetividad", "neutralidad" y "reflejo" que no tiene que ver con la práctica periodística en sí sino con una necesidad constituida al interior de esa profesionalización*. Un efecto necesario en este proceso es el *borramiento del lugar de enunciación* para producir el efecto de "objetividad" deseado: sin quien diga "yo hablo", se genera la ilusión de que esa forma de mediación fue borrada, eliminada, y entre el lector y la "información" hay un contacto directo. El ideal es "como si hubiera estado allí", obturando todas las consecuencias de la cuestión de las significaciones que implica *contar un hecho*.

En ese sentido, en cada proceso histórico, la aparición de un medio gráfico tenía condiciones de posibilidad de surgimiento específicas, y ese nuevo diario cumplía, a su manera, un papel concreto en la forma de intervención de producción social de significaciones. A grandes rasgos, podemos definir a la etapa del "periodismo faccioso"

como el momento en el que se producían las grandes disputas político-ideológicas que intentaban definir el rumbo del país, que intentaban consolidar una idea y un proyecto de nación que pensara de allí hacia el futuro *la manera en la que la nación debía funcionar*. Creemos esta etapa tuvo su apogeo en el último tercio del siglo XIX y llegó hasta aproximadamente la finalización de la Primera Guerra Mundial.

En ese momento operó en la práctica periodística una conversión que llevó a concebir al periodismo como una forma más de negocio, sin perder sin embargo su influencia política. Se produjo un reacomodamiento de objetivos, por el que a partir de ese momento, además de intervenir en la arena social para definir valores, también cobró un gran peso la cuestión de la renta empresarial. Para ello hubo que transformar la práctica en sí: había que ampliar el universo de lectores, atraer publicidades y simular una cierta distancia de posiciones definidas –o, a lo sumo, adoptar una que intente representar a una gran mayoría.

2. El periodismo, un “mito”

Este proceso de transformación de la práctica periodística opera a la manera en la que Roland Barthes describe cómo funciona un mito: en tanto “constituye un sistema de significación, un mensaje”, indica que

el mito no podría ser un objeto, un concepto o una idea; se trata de un modo de significación, de una forma. (Barthes, 2014: 199)

En tanto forma (un sistema segundo en relación a la semiología), se produce una especie de traspaso, de deslizamiento:

el mito no oculta nada y no pregona nada: deforma; el mito no es ni una mentira ni una confesión: es una inflexión. (...) La elaboración de un *segundo* sistema semiológico permite al mito escapar al dilema: conminado a develar o a liquidar el concepto, lo que hace es *naturalizarlo*.

Estamos en el principio mismo del mito: él transforma la historia en naturaleza.

(...)

En realidad, lo que permite al lector consumir inocentemente el mito es que no ve en él un sistema semiológico, sino un sistema inductivo. Allí donde sólo existe una equivalencia, el lector ve una especie de proceso causal: el significante y el significado tienen, a sus ojos, relaciones de naturaleza. (...) el

consumidor del mito toma la significación por un sistema de hechos; el mito es leído como un sistema factual cuando sólo es un sistema semiológico. (Barthes, 2014: 222, 224)

Al hacer aparecer como natural procesos de significación, desarrolla un proceso que va de la despolitización a la comprobación:

A esta altura nos resulta posible completar la definición semiológica del mito en la sociedad burguesa: *el mito es un habla despolitizada*. Naturalmente, es necesario entender *política* en el sentido profundo, como conjunto de relaciones humanas en su poder de construcción del mundo; sobre todo es necesario dar un valor activo al prefijo *des*: aquí representa un movimiento operatorio, actualiza sin cesar una defección. (...) El mito no niega las cosas, su función, por el contrario, es hablar de ellas; simplemente las purifica, las vuelve inocentes, las funda como naturaleza y eternidad, les confiere una claridad que no es la de la explicación, sino la de la comprobación. (Barthes, 2014: 238, 239)

Ya no hay que comprobar la "objetividad" como valor periodístico; es un hecho en tanto es convertido en naturaleza en el mito periodístico.

En este sentido, el periodismo es una *forma mitológica*: naturaliza un momento histórico, borra los procesos que hicieron que se considere (en la actualidad) al periodismo como un "reflejo", como "transparente", como "objetivo" y la necesidad de ser "independiente" para mantener su condición de "verdad". Al naturalizar este momento del proceso histórico de la práctica periodística, convierte *un* momento en eterno: la operación consiste en construir a la concepción actual dominante en la de siempre.

Para respaldar este análisis, proponemos un recorrido por distintos momentos de la historia argentina, en los que plantearemos esta vinculación inherente entre prensa gráfica y política, ya sea directa y explícita (periodismo faccioso) o indirecta e implícita (periodismo "profesional"), en tanto el periodismo es concebido como la manera de continuar en la política por otros medios.

3. La Gazeta de Buenos Ayres

La *Gazeta de Buenos Ayres* apareció el jueves 7 de junio de 1810. Según Carlos Ulanovsky, fue pensada por Mariano Moreno (secretario de la Primera Junta) como "órgano de difusión y defensa de los ideales revolucionarios e independentistas de Mayo.

Surgida como órgano de difusión de la Primera Junta (un gobierno provisorio, y no carente de internas), en su primer número asegura:

Una exacta noticia de los procedimientos de la Junta; una continuada comunicación pública de las medidas que acuerde para consolidar la grande obra que se ha principiado; una sincera y franca manifestación de los estorbos que se oponen al fin de su instalación y de los medios que adopta para allanarlos, son un deber en el Gobierno provisorio que ejerce, y un principio para que el Pueblo no resfríe en su confianza, o deba culparse a sí mismo si no auxilia con su energía y avisos a quienes nada pretenden sino sostener con dignidad los derechos del Rey y de la Patria, que se le han confiado.

(...)

Para el logro de tan justos deseos ha resuelto la Junta que salga a la luz un nuevo periódico semanal con el título de gaceta de Buenos Aires, el cual sin tocar los objetos que tan dignamente se desempeñan en el semanario de comercio, anuncie al público las noticias exteriores e interiores que deban mirarse con algún interés. (Moreno: 1998, 142, 143)

Allí los fundamentos de un nuevo periódico: dar a conocer los motivos y objetivos de gobierno. No se busca objetividad, ni imparcialidad, ni profesionalismo. Estaban dadas las condiciones para un surgimiento de este estilo: los procesos de independencia en América debían dar a conocer lo más ampliamente posible sus metas y sus logros, pero también debían poder fundamentar y legitimar su accionar.

Se nos podría objetar la necesidad de retroceder tanto en el tiempo para sostener una hipótesis. Responderíamos: primero, es un momento fundante del periodismo nacional, y así se lo reconoce celebrando el día del periodista el 7 de junio; segundo, con que la definición de "periodismo independiente/objetivo" borra la propia historia de la profesión, para definirla desde el presente retroactivamente, *como si siempre hubiera sido así*.

4. Diarios de izquierda (fines siglo XIX)

La tradición de la izquierda en nuestro país también nos sirve para ejemplificar que el mito del "periodismo objetivo" es una construcción moderna. En su libro *Marx en Argentina* Horacio Tarcus da cuenta de varias de las experiencias de aquellas agrupaciones y partidos. Al ser los periódicos (sean diarios o semanarios) una de las principales formas de difundir sus ideas y análisis de hechos tanto nacionales como

internacionales, tuvieron un papel preponderante y una circulación relativamente amplia en nuestro país, sobre todo en las grandes ciudades.

4.1 *Vorwärts* (1886-1901. Semanario)

De la mano de la fundación del Verein Vorwärts, centro socialista de exiliados alemanes en Argentina a principios de la década de 1880, también se discutió la necesidad de contar con un órgano de difusión de noticias que interesaran a los afiliados, y que fuera una forma de difundir las ideas socialistas en estas pampas.

El subtítulo estaba escrito en alemán, "Organ für die Interessen des arbeitenden Volkes", que significa "Órgano para la defensa de los intereses del pueblo trabajador". De hecho, la mayoría de los artículos publicados estaba en alemán, excepto algunas notas que se consideraban de vital importancia, y se publicaban también en castellano. Esta publicación adopta "claramente la ideología socialista" recién en 1889, relegando en sus artículos los intereses específicos con la comunidad alemana en Argentina a un segundo plano. (Tarcus, 2013: 144, 145).

4.2 *El Obrero* (1890-1892. Semanario)

Su subtítulo era "Defensor de los intereses de la clase proletaria", indicando cuál era el sesgo que lo regía.

Y, en efecto, ya en el editorial del primer número, "Nuestro programa", se señala con toda claridad: "Venimos a presentarnos en la arena de la lucha de los partidos políticos de esta República como campeones del proletariado que acaba de desprenderse de la masa no poseedora, para formar el núcleo de una nueva clase, que inspirada por la sublime doctrina del Socialismo Científico moderno (...)". (Tarcus, 2013: 191)

4.3 *La Vanguardia* (1894-actualidad)

Su título completo era *La Vanguardia. Periódico Socialista Científico. Defensor de la clase trabajadora*. Tarcus señala que, a pesar de no llevar firma, la nota editorial del primer ejemplar fue redactada por Juan B. Justo.

Este marxismo objetivista/legalista se articulará en el pensamiento de Justo y en el proyecto de *La Vanguardia* con una concepción de la acción política del proletariado.

(...)

Los artículos de doctrina ocupan en la prensa socialista el espacio que el "folletín" ocupa en la gran prensa nacional. (Tarcus, 2013: 309, 315, 326)

Vale la pena resaltar que *La Vanguardia*, en tanto órgano de difusión del Partido Socialista, sigue apareciendo de la misma manera: como difusor de las posturas del PS respecto de la actualidad, tanto nacional como internacional.

5. La Nación

Hijo directo del periódico *La Nación Argentina*, el matutino apareció el 4 de enero de 1870. Pensado por su fundador Bartolomé Mitre como una contribución a la organización nacional, el propio Mitre afirmó que "*La Nación Argentina* fue una lucha. *La Nación* será una propaganda" (Ulanovsky, 1997: 19); es decir, difundirá las ideas y principios nacionales e institucionales que respondan al sector que representa.

Dirigido por José María Gutiérrez durante la presidencia de Bartolomé Mitre, *La Nación Argentina* era un órgano del gobierno que se dedicaba a defender al entonces presidente y ensalzarlo en su labor. Pero una vez terminado el período presidencial, el cambio era necesario: debía "volver al llano", como Mitre.

El objetivo de la fundación del diario, a través de su primer editorial, era planteado en términos de construir un lugar político (el de cierta fracción de los sectores dominantes, a los que el diario les estaba destinado) pero alejado, o por lo menos a distancia, de una posición partidaria. Para ello, intentaba definir (y en el mismo movimiento conformar) una opinión pública sobre una definición de lo que un argentino *debía ser*, para luego desde ese deber-ser poder definir lo que *se debía hacer* desde los espacios de gobierno. Este paso es, según Sidicaro, el traspaso del lugar de enunciación desde el gobierno (*La Nación Argentina*) a la sociedad (*La Nación*).

Pero no pudo alejarse de las disputas políticas partidarias, aún cuando se desarrollaran al interior de los sectores dominantes. Esto puede sostenerse sobre las cinco clausuras que sufrió el diario entre su fundación y 1901.

El diario era visto por Mitre como una manera de seguir en la disputa política aún cuando no ejerciera ningún cargo de gobierno cuando se elegía al máximo representante del gobierno nacional a dedo (y luego "legitimado" en elecciones a viva voz) entre las fracciones de la burguesía vernácula. Esta visión del periodismo como herramienta política puede leerse también en la anécdota que recuerda el historiador argentino: el acento en el carácter político por sobre el comercial que Mitre le atribuía a *La Nación* está implícito en su respuesta al administrador del diario, Enrique de Vedia, ante la preocupación que éste mostró cuando le comunicó que los suscriptores del matutino se borraban de manera "alarmante". "Mitre le contesto: `Cuando haya renunciado el último imprima dos, uno para usted y otro para mí´" (Sidicaro, 1993: 16, 17).

Al retirarse Bartolomé Mitre de la actividad política a principios del siglo pasado, seguidores del ex presidente fundaron el Partido Republicano, bajo el liderazgo del entonces director del diario Emilio Mitre. De esa manera, *La Nación* seguía vinculado directamente a un partido político. Y, por supuesto, a un aspirante a la presidencia de la Nación. Pero su muerte en 1909 hizo que heredara la dirección del diario Luis Mitre, propietario del matutino junto con Jorge Mitre. Y es a partir de ese momento, según analiza Sidicaro, que se deciden a llevar a cabo la propuesta inicial de aquel editorial fundante: alejar a *La Nación* de cualquier identificación directa con un partido político, en favor de "relacionarse mejor con el conjunto de la clase dirigente": "a ella le prestaría su voz, pero también le hablaría." (Sidicaro, 1993: 19)

La Nación sería, entonces, amplificación de la voz de fracciones de los sectores dominantes en su carácter de dirigentes, pero también -y probablemente con mayor vehemencia- espacio de difusión del *deber-ser* de esos dirigentes, para saber qué es lo que *hay que hacer* en esos lugares de gobierno.

6. Crítica

Uno de los primeros diarios que atravesó este proceso de profesionalización (de "faccioso" a "objetivo") sea *Crítica*, el periódico fundado por Natalio Botana en 1913. Desde su aparición hasta que dejó de editarse en 1963, sufrió cambios de posición política, de forma de realizar la práctica periodística, de estructura de negocios, una clausura y una reapertura. En este apartado, recuperamos este caso en su carácter de transición entre las diferentes posiciones analizadas.

Como ejemplo del intento de incidir en la política vernácula, la autora recupera que el diario de Botana, tras el primer triunfo electoral de Hipólito Yrigoyen, pidió "a 'las clases gobernantes' una rápida intervención que evite la realización de 'tal ignominia'" (Saítta, 2013: 46). Este es sólo un ejemplo de esta posición explícita de *Crítica* que, aún en contra de sus eslóganes, nunca negó.

Sin embargo, esa línea editorial explícitamente conservadora y antirradical fue cambiada a principios de la década del '20.

Los efímeros éxitos y los notables fracasos de estos primeros años de *Crítica* demuestran que para sobrevivir en el mercado periodístico de los veinte y, al mismo tiempo, incidir en la opinión pública, es necesario ensayar otro modelo, que conjugue en sí mismo popularidad y estrategias de intervención en las decisiones políticas no sólo de los políticos, sino también de quienes los votan. (Saítta, 2013: 50)

El giro que desarrolla el diario es de pasar a ser una voz conservadora antirradical y antisocialista, a ser "la voz del pueblo", al equiparar en diversos editoriales éxito de ventas a representación popular. Este viraje de asumir "la voz del pueblo" en lugar de la de una fracción social es el primer paso hacia un proceso de profesionalización, que implica la necesidad de mayores ventas y publicidad para poder solventarse. Es el abandono de una "voz parcial" para asumir la "voz total", de la representación de una facción a la representación del "todo". Además,

Crítica es el primer gran diario argentino dedicado al pueblo. (...) Antes de nosotros, los órganos periodísticos de tendencias liberales, cuando existieron, carecieron de toda importancia periodística. (...) *Crítica* es el primer gran diario liberal de nuestro país (...) *Crítica* llega primero que nadie al lugar de un suceso policial, no porque la policía le facilite con antelación la noticia, sino porque "un lector" -este múltiple y enorme repórter de *Crítica* que está en todas partes- nos habla por teléfono desde la esquina "para que tengamos la primicia". (...) El periodismo que se hace en *Crítica* es absolutamente distinto del que cultivan los demás diarios. (Saítta, 2013: 72)

Este editorial del 15 de setiembre de 1924 es la actualización de la forma de hacer periodismo que practica: de fracciones políticas al "pueblo", con la forma de "diario liberal". El proceso de transformación de los diarios se va consolidando: poco a poco, los diarios facciosos pierden injerencia en la vida social.

Con lo dicho alcanzamos a señalar lo que buscábamos. Tras estas elecciones, vino el primer Golpe de Estado en nuestro país, la asunción del general José Evaristo Félix Uriburu y la clausura, luego la asunción del general Agustín P. Justo y la reapertura, y años más tarde su cierre definitivo, en 1962

7. Clarín

Fundado por Roberto Noble en 1945, la explicación que le da Julio Ramos a este surgimiento es que después de atravesar la época conocida como Década Infame (1930-1943) como diputado nacional y ministro de gobierno en la provincia de Buenos Aires en la gobernación de Manuel Fresco, y obligado a renunciar por el entonces presidente Roberto Ortiz en 1939, su desprestigio no le permitía seguir operando en el terreno de la política partidaria, por lo que su única opción para intentar influir en los destinos de la Argentina era fundar un diario (Ramos, 1993).

El intento de señalar la "vía correcta del desarrollo argentino" desde las páginas de su diario permitieron a Noble definir la orientación política de su medio de comunicación, pensado originalmente (antes de convertirse en un gran negocio al absorber los avisos clasificados por la clausura y expropiación de *La Prensa* en 1951 para cederlo a la CGT) para influir en la vida política vernácula. En ese sentido, González dice que

Los editoriales de Roberto Noble son una catequesis continua. Como economista de un desarrollismo liberal, apenas abriendo una ligera excepción para ciertos casos específicos de tolerancia a la inflación, pero siempre con niveles de ajuste en el gasto público, avizora en la irresolución de la cuestión del peronismo una próxima acción militar que podrá detener algunos de los adelantos que se adjudica él en gran parte; esos niveles de autonomía energética y cierta estabilidad monetaria que se había logrado. (González, 2013: 263)

Los años desde su surgimiento hasta el derrocamiento del presidente Juan Domingo Perón el 16 de setiembre de 1955, *Clarín* los aprovechó para consolidarse como empresa sosteniendo una relación ambigua con el gobierno que le permitió, de manera directa (con el cierre de *La Prensa*) o indirecta (siendo una buena opción para publicar pauta

publicitaria sin asociarse directamente ni con el peronismo ni con el antiperonismo), crecer desde lo económico.

Ese rasgo de independencia partidaria (pero no política o ideológica) es lo que resalta el primer editorial del diario, al asegurar que

Clarín está ya en la calle. (...) Aspiramos, así a marcar la iniciación de una época de periodismo ágil, informativo e ilustrado, pero igualmente atento a reflejar, con honda sensibilidad argentina, las inquietudes, las necesidades y los anhelos más entrañables de nuestro pueblo. Este es el propósito de CLARÍN, y lo cumplirá sin las deformaciones, omisiones y cortapisas que con frecuencia desvirtúan la elevada misión de la prensa, aquí y en todas partes. Para nosotros, el periodismo es una alta función pública. Sólo nos debemos, pues, al país y a la verdad. (...) *Nec temere nec timere*. Nada tenemos, nada nos intimida. La vieja divisa de los cruzados inspirará nuestra conducta y hará inquebrantable la línea de decoro y dignidad profesional que hemos de mantener. (Clarín, año 1 número 1)

Vemos que destaca su compromiso con el “país y la verdad” a través de su independencia partidaria y su compromiso “profesional” con una práctica que, considera, necesita modernizarse. Y esa modernización es, también, consolidarse como emprendimiento empresarial, a través de los factores ya mencionados y consolidarse en el mercado periodístico capitalino (en sus comienzos, Noble renunció a competir con los grandes diarios en el interior) saliendo antes a la calle, pero además tocando temas que otros diarios, como *La Nación* y *La Prensa*, no trataban, como los deportes y los espectáculos (Ulanovsky, 1997; Ramos, 1993; González, 2013). De esta manera, podemos considerar que *Clarín* tenía un interés político pero no partidario (el periodismo faccioso era parte del pasado), que buscaba incidir en la política nacional pero desde una consolidación empresarial.

8. Noticias

Esta breve experiencia periodística que encabezó Rodolfo Walsh se propuso ser un periódico de alcance mayor a la revista *El Descamisado*, que respondía a la misma línea política. Para ello, debía poder interpelar a un público más vasto que aquel que sólo buscaba las respuestas que daban las organizaciones peronistas para cada acontecimiento social. Por supuesto, fue una experiencia explícitamente política, pero sus ambiciones de masividad hicieron que adoptara algunos de los criterios de la

profesionalización de la práctica: borramiento del enunciador, corrimiento del punto de vista político/ideológico, mayor amplitud de la imagen del lector, entre otras adaptaciones.

Así lo recuerda Eduardo Jozami:

El diario debía tener un alcance distinto, pero para llegar a un público más amplio tenía que ofrecer mucha información, estar bien hecho y registrar los acontecimientos con una visión que excediera la mirada de las agrupaciones de la Juventud Peronista. Este fue el punto de vista del excelente grupo de periodistas de Montoneros y FAR -Miguel Bonasso, Horacio Verbitsky, Rodolfo Walsh, Juan Gelman y Paco Urondo- que se hizo cargo de la edición del diario. (...)

Walsh cumplió una tarea muy importante como integrante del equipo responsable del diario y en muchas ocasiones tuvo a su cargo la edición. Dirigía la página de policiales, que era considerada una sección muy importante: *Noticias* no quería ser un segundo diario para lectores sobreinformados, como *La Opinión*, sino que pretendía disputarle a *Crónica* el público más popular: para ello la página de Policiales, como la de Deportes y también la de Turf, requería una privilegiada atención. (Jozami, 2011: 232)

9. La Opinión

Apareció el 4 de mayo de 1971. No salía los lunes para evitar tener que cubrir la jornada deportiva del domingo, que le insumiría mucho espacio en el diario, y recursos económicos en periodistas y papel. "Se inaugura la era del diario selectivo, que no intenta ocuparse de todos los temas superficialmente, sino de los fundamentales en profundidad", se publicitaba en otros diarios en los días previos a su lanzamiento. Como experiencia periodística novedosa, Ulanovsky afirma que "*La Opinión* marca una etapa decisiva en el desarrollo de un periodismo que le otorga singular predicamento al juicio de los periodistas y un nuevo lugar a la información con análisis" (Ulanovsky, 1997: 208).

La apuesta de Timerman era a crear un diario influyente, que llegara a un amplio pero selecto grupo de lectores que estuvieran más interesados en el análisis de hechos que consideraran trascendentes más que en la cantidad de noticias publicadas. En ese sentido, con una redacción de periodistas politizados (no todos de la misma manera que él) buscaba "marcar tendencia" en las definiciones políticas de la lectura de la realidad. Pero no alcanzaba con una redacción prestigiosa y plural en términos políticos: había que

financiar este emprendimiento, hacer viable a la empresa periodística. "El proyecto estaba listo, pero faltaba el capitalista" (Mochkosfky, 2003; 156). Primero le había ofrecido financiarlo al presidente de facto Levingston, pero fue por esa negativa que Timerman pensó en David Graiver, un joven banquero que había crecido meteóricamente en los últimos años.

El emprendimiento empresarial como negocio parecía viable, el emprendimiento periodístico para influir políticamente en una sociedad convulsionada también. La cobertura que realizó el diario del secuestro del cónsul británico y gerente de la multinacional Swift por parte del ERP (Ejército Revolucionario del Pueblo) en reclamo de la reincorporación de trabajadores despedidos terminó con los trabajadores reincorporados y el cónsul y gerente liberado. Y las columnas de opinión expresaban las simpatías de quienes escribían:

"La eliminación de Aramburu frustró, en su momento, la posibilidad de una alianza entre liberales y peronistas y precipitó la caída de Juan Carlos Onganía. La negociación entre el ERP y la empresa Swift dio como resultado un cambio en las condiciones de trabajo de los obreros. Dos logos que ningún grupo político puede acreditarse en su haber en los últimos cinco años". La simpatía hacia la guerrilla no sólo respondía a las visiones personales de los redactores, que Timerman no compartía, sino a la adhesión que despertaba en el público. El rumbo que parecía estar tomando el mundo justificaba sobradamente esa reacción. (Mochkosfky, 2003; 162)

Entonces, tanto desde la dirección del diario como desde la redacción, las ideas políticas estaban claras y se explicitaban, aún cuando no coincidieran. Por convicción o por conveniencia, se buscaba ser parte de los centros de poder políticos (de toma de decisiones) sin ser parte de la política. Y la mejor manera que encontraron fue, nuevamente, el periodismo.

Bibliografía

Barthes, Roland (2014), *Mitologías*. Siglo XXI Editores, Buenos Aires.

González, Horacio (2013), *Historia conjetural del periodismo*. Colihue, Buenos Aires.

Jozami, Eduardo (2011), *Rodolfo Walsh, la palabra y la acción*. Editora 12, Buenos Aires.

Mochkofsky, Graciela (2013), *Timerman, el periodista que quiso ser parte del poder (1923-1999)*. Editorial Sudamericana, Buenos Aires.

Moreno, Mariano (1998), *Representación de los hacendados y otros escritos*. Emecé, Buenos Aires.

Ramos, Julio (1993), *Los cerrojos a la prensa*. Editorial Amfin, Buenos Aires.

Rivera, Jorge (1998), *El escritor y la industria cultural*. Atuel, Buenos Aires.

Sáitta, Sylvia (2013), *Regueros de tinta*. Siglo XXI Editores, Buenos Aires.

Sidicaro, Ricardo (1993), *La política mirada desde arriba. Las ideas del diario La Nación 1909-1989*. Editorial Sudamericana, Buenos Aires.

Tarcus, Horacio (2013), *Marx en Argentina*. Siglo XXI Editores, Buenos Aires.

Ulanovsky, Carlos (1997), *Parén las rotativas. Historia de los grandes diarios, revistas y periodistas argentinos*. Espasa, Buenos Aires.