

Del Estado al mercado: El periodismo mitrista en la modernización de la prensa argentina (1862-1904)¹

Alejandra Ojeda y Julio Moyano²
ICC – UNLa / IEALC - UBA, Argentina

Abstract

El otrora hegemónico partido liderado por el general Bartolomé Mitre (Partido Nacional) construyó una sólida red periodística aprovechando el triunfo militar y político de su jefe en 1862: Durante su presidencia (1862-68) se anuló numerosos periódicos federalistas de las trece provincias del Interior del país, y se los reemplazó por otros afines. En Buenos Aires, al apoyo generalizado de la prensa, se sumaron nuevos medios propios que habrían de ser, en las siguientes décadas, símbolo de la prensa de alcance nacional, algo que otros medios de grandes ciudades no habían logrado en plenitud hasta ese momento. Dos grandes diarios surgieron al amparo de su presidencia: *La Nación Argentina* (1862), rebautizada *La Nación* en 1870, y *El Inválido Argentino* (1867) precursor de *La Prensa* en 1869, ambos alcanzando un gran éxito político, cultural y empresarial en el siguiente medio siglo, y ambos con continuidad hasta el tiempo presente.

Si bien la dura derrota del mitrismo en 1874 y sobre todo la Conciliación política de 1877-78 producen diferencias entre los propietarios-directores de *La Nación* (Bartolomé Mitre) y *La Prensa* (José C. Paz), una y otra vez hallarán puntos de coincidencia para enfrentar en común al nuevo hombre fuerte del país desde 1880: el general Julio Argentino Roca, así como defender sus coincidencias. Pero a su vez, sus diarios hallarán en el marco de la modernización económica e institucional del país, el lugar de prósperas empresas cuyo valor patrimonial superará con creces su funcionalidad política. De allí que la innovación y diversificación de medios ensayada por la familia Mitre y sus colaboradores políticos del ámbito periodístico impactará no sólo en la política, sino también en la formación de una industria gráfica plenamente moderna.

De este modo, hacia fines del siglo XIX varias de las experiencias periodísticas argentinas más innovadoras en lo técnico, comercial, periodístico y estilístico aparecen asociadas a figuras de la primera y segunda línea de la antiguamente predominante facción mitrista, la cual, aún tras sucesivos fracasos políticos, no pierde la esperanza de volver al gobierno. El inicio del segundo período presidencial de

¹ Publicado originalmente en: Pineda, Adriana, y Gantús, Fausta (Comp.) (2015): *Recorridos desde la prensa moderna a la prensa actual*. México: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo/Red de Historiadores de la Prensa y el Periodismo en Iberoamérica, Universidad Autónoma de Querétaro. ISBN: 978-607-424-528-8.

² Alejandra Ojeda es doctora en Comunicación por la Universidad Nacional de La Plata y Magister en Metodología de la Investigación por la Universidad Nacional de Entre Ríos. Actualmente es Profesora Asociada Regular y coordinadora del Área Transversal de Metodología de la Investigación, Departamento de Humanidades y Artes, Universidad Nacional de Lanús, donde investiga en el Instituto de Cultura y Comunicación, y Profesora Adjunta de Historia General de los Medios en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, donde investiga en el Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe. Julio Moyano es doctor en Comunicación por la Universidad Nacional de La Plata y Magister en Metodología de la Investigación por la Universidad Nacional de Entre Ríos. Actualmente es profesor titular de Historia General de los Medios y Sistemas de Comunicación, e investigador regular en el Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe (IEALC) en la Universidad de Buenos Aires, y profesor asociado de Metodología de la Investigación en el Departamento de Planificación y Políticas Públicas de la Universidad Nacional de Lanús. aojeda@sociales.uba.ar; jmoyano@sociales.uba.ar

Roca (1898) hallará –una vez más- suficientes puntos de coincidencias entre ellas desde la oposición, como para hacer causa común en el grueso de los tópicos tratados. A los dos grandes diarios se sumarán la nueva (tercera) época de *El Nacional* (bajo la dirección de Pedro Bourel) y la novedosa revista *Caras y Caretas* (por Bartolomé Mitre y Vedia, hijo del General y director de *La Nación* por más de una década, y el español Eustaquio Pellicer). Esta red periodística atraviesa en el decisivo segundo período roquista una rápida transición entre la primacía de la función política de la prensa y la primacía de su condición de próspera industria: paradójicamente, el notorio fracaso político de esta red contrastará con la impactante innovación técnica, estética, económica y estilística de esta prensa.

Introducción

Entre 1894 y 1904 la tecnología gráfica de diarios y revistas vive una auténtica revolución, tanto a escala mundial como en su impacto en la República Argentina: la irrupción de las máquinas linotipos y monotipos para la composición en caliente, los nuevos adelantos en rotativas, mejoramiento en las técnicas de cromolitografía y de fototipia, el patentamiento de las máquinas de huecograbado para la impresión color de calidad, el patentamiento y generalización de la fotocromía y de la técnica de *half tone* para la impresión de fotografías en las masivas tiradas de prensa, son sólo algunas de las transformaciones, que a su vez se ven acompañadas por nuevos dispositivos y prácticas de uso: revistas ilustradas, magazines de interés general, inclusión habitual del fotograbado en la prensa diaria, profesionalización del oficio de fotografía de prensa, cámaras más versátiles, masificación del pegado de afiches callejeros, intercambio internacional de postales, etc., por mencionar en una lista ecléctica algunos de los de mayor impacto en los propios relatos de prensa contemporáneos a los cambios¹.

En Argentina, si bien no hay un proceso industrial que genere patentes nacionales en gran escala, sí es notable una rápida apropiación de buena parte de estas tecnologías. Los grandes diarios y revistas adoptaron estas maquinarias, técnicas y dispositivos prácticamente en tiempo real, a medida que comenzaban a difundirse en sus países de origen y ofertarse para su compra en las periferias agroexportadoras. Las experiencias de Bourel (*La Ilustración Argentina*, 1881) fueron rápidamente imitadas, y *La Ilustración Sudamericana* (fundada por Rafael J. Contell en 1892) desarrollaría en 1893 y 1894 las innovaciones recientemente desplegadas en Europa. La revista *Caras y Caretas* (fundada en 1898 por Mitre y Vedia, Pellicer y Fray Mocho) incorpora con carácter intensivo y sistemático todas estas innovaciones: formato magazine, integración de texto y aviso publicitario en la misma página diseñada, uso intensivo de la fotografía como recurso informativo, impresión a color, nuevas técnicas de promoción y publicidad, nuevas máquinas de impresión, equipo profesional de fotógrafos, etc. Los grandes diarios, como *La Nación* y *La Prensa* incorporarán la fotografía a partir de 1901, primero

tímidamente, luego en la presentación de suplementos especiales y finalmente en forma regular. Cromolitografías inundan paredes, ponen de moda el intercambio de tarjetas postales y revolucionan el empaque de productos como cigarrillos, vinos, útiles de higiene y perfumería o alimentos envasados, los que, a su vez, son utilizados en la propaganda política electoral.

Pero esta auténtica revolución técnica no sólo impacta en la prensa desde maquinarias y dispositivos: el cambio de paradigma que llevó a la prensa, tras las revoluciones burguesas, desde la pertenencia al Estado hacia el auto-sostén por suscripciones y avisos, y desde allí al negocio de captación de público para obtener altos precios de los espacios pagos, está impactando con toda su fuerza, por medio de un vasto arsenal de productos con marca, provenientes tanto del mercado mundial como de una incipiente industria nacional. La facturación por avisos crece exponencialmente, y por primera vez, el valor económico de una gran empresa periodística puede superar el interés que reporta su uso en la lucha política por acceder al poder del Estado.

Sin embargo, los grandes protagonistas del periodismo argentino de fines del siglo XIX y comienzos del XX se encuentran –todos- vinculados a la elite política y a las luchas por el acceso al poder gubernativo. Y como los periódicos siguen dependiendo en gran medida del apoyo estatal, los enfrentamientos electorales incluyen épicas batallas por disponer de una red lo más amplia posible de periódicos subsidiados con compras masivas, exenciones de circulación, avisos de empresas amigas, subsidios directos o puestos en el Estado (Cfr. Alonso, 2010, 2008; Scobie, 1964). No escapan a ello siquiera los “grandes apellidos” de la prensa ya consolidada como gran empresa.

En este trabajo reseñaremos un protagonista decisivo de este período histórico de modernización de la prensa argentina: la familia Mitre, su red de lealtades políticas y sus periódicos desde la perspectiva del tránsito entre reglas para una prensa fundamentalmente anclada en el Estado hacia una basada en reglas empresariales de mercado, pues se trata no sólo de un protagonista mayor de las experiencias más importantes e innovadoras en la prensa, sino de un grupo cuyo tránsito desde la prensa estatal hacia la prensa empresarial moderna se completa, precisamente, durante el sexenio correspondiente a la segunda –y última- presidencia del general Julio Argentino Roca, transcurrida entre 1898 y 1904.

Del poder a la proscripción (1862-1874)

Mitre, nacido en 1821, había ejercido el periodismo desde muy joven, en el exilio de las corrientes antirrosistas, protagonizando o fundando periódicos en Uruguay, Bolivia y Chile, pero había saltado al primer plano de la política de Buenos Aires con la revolución de septiembre de 1852, y sobre todo, con la defensa de la ciudad durante el sitio de Lagos (1852-53). Ejerció el periodismo en varios medios de la década de 1850, especialmente en *El Nacional* y en *Los Debates*, este último, de su propiedad en su nueva etapa de 1857. En la misma década fue comandante militar de la provincia y Gobernador. Luego, entre 1862 y 1868, fue Presidente del país unificado, y al concluir su mandato intentó continuar siendo el “hombre fuerte” de la política nacional. Alzado en armas contra el resultado electoral de 1874, sufrió una catastrófica derrota política y militar, de la que no habría de recuperarse, pero continuó intentando retornar a la presidencia hasta sus últimos años, manteniendo el liderazgo de su fracción política.

Al ascender a la presidencia de facto en febrero de 1862, Mitre había fundado un diario: *La Nación Argentina*, reconvertido en *La Nación* en enero de 1870. La importancia de este diario en los combates políticos de Mitre fue decisiva, pero Mitre también ejercía el padrinazgo o apoyo a numerosas otras publicaciones, en una actividad (generosa, pero no exenta de beneficios políticos) de subsidios tanto estatales como particulares, para publicaciones locales y sectoriales, como lo fueron todos los diarios porteños favorables a la política de confrontación con la Confederación entre 1853 y 1861, el apoyo al periódico “de color” *El Proletario* en 1857, práctica de apoyo a esta colectividad que continuará todavía en la década de 1870, o el apoyo a periódicos liberales del interior del país (Díaz, 2004; Moyano, 2008).

Mitre conocía muy bien los delicados mecanismos de apoyo y control del Estado sobre la prensa: pago de sueldos a empleados de imprenta, provisión de insumos, subsidios directos, compra de cantidades de ejemplares por número, permiso informal a empleados públicos para ocupar parte de su tiempo en el periodismo, etc. En 1860, por ejemplo, se había visto obligado, en su rol de Gobernador de la Provincia de Buenos Aires, a suspender los subsidios a los dos diarios más importantes de la ciudad (*El Nacional* y *La Tribuna*) como medida de presión frente a su discurso guerrerista en medio de las negociaciones con Urquiza (Cfr. Moyano, 2008).

Pero es al ascender a la presidencia cuando se produce su gran oportunidad de instalar un diario propio, que defienda su gobierno. Cuando aún es presidente de facto, el sábado 13 de septiembre de 1862, se publica por primera vez *La Nación Argentina*, pocos días antes del aniversario de la batalla de Pavón

(librada el 17 de septiembre de 1861). La dirige José María Gutiérrez, secretario del presidente Mitre, "para explicar su política, para ser el verbo de su ideario en acción" dirá ochenta años más tarde Adolfo Mitre en su libro apologético de la labor del General (Mitre, A., 1943). Nace con "cerca de dos mil suscriptores", destacando que este hecho "es nuevo en Buenos Aires, y tiene la más alta significación".

Gutiérrez dirá, en el editorial de primer número de su diario (13 de septiembre de 1862): "*La Nación Argentina* no ha ido en busca de la opinión, sino que ha nacido espontáneamente de ella". Un mes más tarde, el 12 de octubre, iniciaba Mitre su presidencia constitucional de seis años. Adolfo Mitre (1943) comenta: " El diario oficial se caracteriza por la mesura, y antes de defender explica, y antes de combatir defiende". Pero -y más allá del carácter retórico de esta cita apologética- la actitud apacible se mantuvo sólo durante los momentos en que la política se abría paso entre los mandobles del discurso de la prensa preexistente a 1861, propio de las luchas de facciones y caudillos, de Estados militarizados y sociedades civiles aún débiles. Cuando los modos faccionales de lucha amagaron reaparecer, o cuando los remezones de la guerra civil en el interior llevaban las cuestiones al terreno de las armas, este diario ha tomado actitudes tan altamente radicales y discursivamente comprometidas e incluso militarizadas como fue necesario para sostener la adhesión en los enfrentamientos. El mismo Presidente Mitre se toma su tiempo para escribir durante la Guerra de la Triple Alianza desde el frente de batalla para defender su accionar, o para intentar promover a su sucesor en la presidencia.

La tecnología utilizada por *La Nación Argentina* (Septiembre de 1862 a Diciembre de 1869) era avanzada para su época en relación con el equipamiento disponible en el país, pero aún estaba muy lejos de lo que hoy conocemos como equipamiento "moderno". Decía el diario:

"Contando la imprenta por la que se publica *La Nación Argentina*, con una poderosa máquina á vapor. y con la variedad más completa de tipos que posea establecimiento alguno en la ciudad, podemos asegurar á los Sres. que se dirijan á hacer uso de nuestras columnas, que publicaremos los avisos en la forma, tamaño y gusto que pidan los interesados. Advirtirndoal [Sic] mismo tiempo, que, poseyendo el establecimiento un sistema nuevamente inventado para grabar sin buril, se pueden dotar á los avisos de las láminas o indicaciones que quisiesen agregarse, mediante una pequeña retribucion sobre el precio del aviso sencillo, pudiendo despues disponer el dueño de la plancha.

Como la publicidad es una gran palanca para hacer fortuna, llamamos la atención del público sobre las ventajas que ofrece *La Nación Argentina* sobre los otrosdiarios [Sic], y esperamos que los amigos nos favorezcan con sus trabajos.

Quedarán satisfechos tanto por la modacidad de los precios, como por la perfección y la forma en que se hará la publicidad de los avisos" (*La Nación Argentina*, N° 4, 17 de septiembre de 1862).

Como puede notarse, a pesar de que el medio se hallaba anclado en el aparato estatal, Mitre no perdía la fe –compartida por los políticos de su generación– en la construcción de una prensa en manos privadas, capaz de autosostenerse a través de suscripciones y avisos, como lo demostraba ya la prensa europea. Esta prensa, por otra parte, buscaba demostrar su propia objetividad, independencia y compromiso con la expresión de la opinión pública. De momento, sin embargo, tal cosa está lejos de suceder.

Como periódico oficialista, *La Nación Argentina* tuvo amplia difusión, se distribuía entre funcionarios, impactaba en la opinión pública, se tomaba como referencia por todos los demás diarios. Pero la consolidación institucional, política y militar del Estado nacional lograda durante las primeras “presidencias históricas” (Mitre, 1862-68 y Sarmiento, 1868-74) no sólo garantizó la continuidad de la publicación durante un período largo y de expansión económica, sino que facilitó la extensión de su circulación hacia el interior del territorio nacional. Tras la batalla de Pavón (1861), las sucesivas intervenciones del Estado nacional sobre doce de las trece provincias permitieron liquidar la prensa favorable al partido federal, por varios años (De Marco, 2006). En algunas de ellas existían periódicos favorables al partido mitrista (Partido Nacional), y en otras se instalaron por cuenta del gobierno nacional, o aún más, se instalaron sobre los talleres confiscados a los derrotados. La prensa de Entre Ríos, no intervenida, sufriría clausuras en 1867 a pedido del Ministerio del Interior, en el marco de la guerra de la Triple Alianza (Vázquez, 1970), en tanto que el periodista José Hernández cesaría su prédica en Corrientes, en 1868, tras el derrocamiento de Evaristo López, derrotado por fuerzas nacionales que dirigía Emilio Mitre, hermano del presidente (Chávez, 1973; Halperin Donghi, 1985). A esta nueva red se la fortaleció con el apoyo sistemático del funcionariado, con el permiso para reproducir materiales de *La Nación Argentina*, y con ventajas en los dispositivos de comunicación telegráfica y ferroviaria recientemente instalados, así como, poco después, con un poderoso sistema de correspondencias en el interior que cumplirían funciones de agentes comerciales y a su vez, de correspondientes en sentido estricto, haciendo imbatible en las décadas siguientes el alcance nacional de los diarios nacidos del mitrismo.

Estas ventajas, sumadas al enriquecimiento de los líderes partidarios² y a la paulatina ampliación del público lector y a un creciente interés de los comerciantes por publicar anuncios, permitieron a Mitre dar continuidad a su diario tras el retiro de la presidencia en 1868.

El diario *La Nación* fue fundado en el 4 de enero de 1870, pero como heredero–bajo nueva razón social– del diario preexistente –*La Nación Argentina*– con plena continuidad entre uno y otro. Es posible, por

ende, considerar como una unidad *La Nación Argentina / La Nación*, como un solo diario que arranca en 1862. Esto lo transforma en el diario actualmente en circulación más antiguo de la Argentina, y uno de los primeros si tomamos como punto de partida el año 1870. Antes que *La Nación*, se fundaron *La Capital* de Rosario (1867) y *La Prensa* (1869).

Del Estado a la facción

El esfuerzo de Mitre por ser el "gran elector" de su propio sucesor en la Presidencia por medio de la candidatura de su Ministro de Relaciones Exteriores, compañero político y socio comercial Rufino de Elizalde, fracasó rotundamente; su carta desde el frente del Paraguay³ orientada a lograrlo pasa a ser con ello conocida como su "testamento político": aunque Mitre no cejaría en su esfuerzo de retorno la presidencia, ya nunca volvería a disponer del poder militar y político acumulado en la década de 1860. El 12 de abril de 1868, una fórmula inesperada meses antes, producto de las cambiantes alianzas entre gobernadores, partidos y mandos militares, compuesta por Sarmiento y Alsina, se alzó con la victoria. A partir de este momento, Mitre y su partido comprenden que pasarán a la oposición.

Para su grupo, la prensa periódica era vital en la construcción de la opinión pública. Su experiencia generacional había experimentado la importancia de la prensa durante el exilio antirrosista y durante la secesión de Buenos Aires durante la década de 1850. En esta ocasión, la novedad sería el pasar a una oposición no militarizada, que diera importancia principal a las actividades de captación de la opinión pública a través de los periódicos y las actividades de organización partidaria, por encima de las tradicionales intrigas de facciones al interior del Estado o las asonadas militares. Esto no significa que tales prácticas pasaran a ser insignificantes, sino que ocuparon un lugar menos central en la estrategia general. Apenas seis años después de entregar el gobierno a su sucesor, Mitre habrá de alzarse en armas (en 1874), y mantendrá en ese sexenio intermedio una disciplinada fuerza con presencia funcional, legislativa y judicial; pero durante los meses de transición hacia la entrega del poder en 1868, presta especial atención al objetivo de que su fuerza cuente con prensa periódica propia una vez fuera del Poder Ejecutivo.

Así, apenas se distribuyen las noticias del resultado electoral de abril de 1868, el mitrismo dedica un gran esfuerzo a preparar un andamiaje periodístico que no sólo ofreciera una voz opositora al nuevo gobierno (Sarmiento-Alsina, cuyo triunfo sería confirmado por el colegio electoral en octubre), sino que fuese

claramente distinta al previsible tono amigable con Sarmiento y Alsina que podría surgir de *El Nacional* y *La Tribuna*, y que sea capaz de competir con ellos con éxito.

En Mayo de 1868, tras la elección de abril, el Presidente Mitre inaugura en Buenos Aires el Hospicio de Inválidos construido con donaciones impulsadas por la Asociación fundada –por el militante mitrista José C. Paz- para asistir a los lisiados argentinos de la guerra del Paraguay, y especialmente por su crecientemente exitoso semanario *El inválido Argentino*, creado en 1867 con el mismo fin, y que recibe amplio apoyo del Estado. *La Nación Argentina*, por su parte, continúa defendiendo a su Presidente, y preanunciando la disconformidad del mitrismo con el reparto de poder que se iniciaría con la presidencia Sarmiento. Poco después cesa *El Inválido Argentino*, dando por cumplida su labor con la inauguración del Hospicio, y ante el retiro de la casi totalidad de fuerzas argentinas del frente paraguayo. Y José C. Paz comienza a organizar la publicación de un nuevo diario: *La Prensa*, que defenderá al partido mitrista.

Mitre entrega el mando presidencial el 12 de octubre de 1868, y de inmediato su fuerza política se aboca a reorganizarse con vistas a las nuevas condiciones: En pocas semanas, un grupo de amigos recolecta dinero y compra una casa, que dona a Mitre, a pocas cuadras de la casa de Gobierno. La escritura se realiza formalmente el 23 de enero de 1869. Acerca de esta donación, decía en marzo de ese mismo año el ya presidente Sarmiento, en carta privada a Mariano E. de Sarratea, quien lo representaba en Chile:

“...su casa fue negociada por agentes y obtenida la suscripción de los proveedores que mediante despilfarro de la rentas han ganado millones, como Lezica, Lanús, Galván, que al fin costearon casi en su totalidad (...) Mitre sabe que con un poco de insistencia con amañes conocidos, con muchos hombres que le deben o la impunidad o la fortuna mal adquirida todo se puede conseguir⁴.

Los apellidos nombrados por Sarmiento en tono de denuncia, eran en ese momento bastante conocidos y denunciados por las fuerzas opositoras como parte del entorno íntimo de la presidencia Mitre. Anacarsis Lanús era la cabeza de Lanús Hermanos, empresa que había multiplicado abruptamente su fortuna durante los años de la guerra. El poeta y periodista paraguayo Natalicio Talavera, quien moriría de cólera en 1867 durante la guerra, denunciaba el año anterior: “Lanús, socio del Presidente Mitre, es proveedor general del ejército...”⁵. Otras menciones a los vínculos comerciales de los donantes como contratistas del Ejército y del Estado (tanto nacional como provincial y municipal) abundan en cartas privadas y acusaciones en la prensa. Apenas once meses después de la donación, una Sociedad Anónima quedaba constituida legalmente para relanzar el diario *La Nación Argentina* como *La Nación*. La constituían diez integrantes y era ésta, junto con la reducción del nombre del diario y una nota editorial

que prometía cambios en la actitud del diario frente a la política, las principales novedades, dado que el diario continuaba igual, al punto tal que el folletín por entregas que venía publicándose en *La Nación Argentina* continuó en el episodio siguiente en el número 1 de *La Nación*, el 4 de enero de 1870.

Los integrantes de la Sociedad Anónima propietaria de *La Nación* eran: Bartolomé Mitre, ex presidente hasta octubre de 1868 y senador por la provincia de Buenos Aires; José María Gutiérrez, su secretario durante la presidencia y director de *La Nación Argentina*; Rufino de Elizalde, Ministro de Relaciones Exteriores de Mitre durante todo su mandato excepto entre septiembre de 1867 y enero de 1868, donde se contactó con oficiales con vistas a su candidatura y realizó además negocios particulares; Francisco de Elizalde, hermano del anterior, Juan Agustín García, Juez y futuro ministro de Juárez Celman; Delfín B. Huergo, Ex Subsecretario de Relaciones Exteriores y embajador en Bélgica del presidente Mitre, futuro enlace en Buenos Aires para la conciliación entre el mitrismo y el partido gobernante y futuro embajador luego de la conciliación; Adriano E. Rossi, ex Comisario General del Ejército durante la guerra del Paraguay, y como tal, firmante de los contratos de compra con los particulares (entre ellos, el famoso contrato postal Canstadt); Anacarsis Lanús, banquero, comerciante y terrateniente, ex jefe de policía, futuro diputado, Proveedor general del Ejército durante la guerra del Paraguay, y como tal, firmante de los mismos tipos de contrato que Rossi, pero por la parte privada; Ambrosio Lezica y Cándido Galván, socios comerciales de Lanús tanto como propietarios de tierras como en el comercio, incluidos los contratos de proveeduría general del ejército. Lezica, miembro de una familia patricia, llegó a ser considerado el hombre más rico de la Argentina. Cuando se fundó el Ferrocarril Oeste de Buenos Aires, en 1854, fue uno de sus principales accionistas. En 1862, mientras ejercía como Senador provincial por la provincia de Buenos Aires, vendió el ferrocarril a dicho Estado, pero continuó siendo su administrador. Como proveedor del Ejército durante la guerra, por su cuenta o en sociedad con Lanús y Galván, además de alimentos proveyó armamentos, carpas y uniformes.

José C. Paz, por su parte, lanza el nuevo diario *La Prensa* poco antes, el 18 de octubre de 1869, y replica la estructura organizativa de *El Inválido Argentino*, ahora con periodicidad diaria. Apela a los mismos suscriptores, a los mismos contratantes de avisos por palabras y por superficie; ofrece en su edificio toda clase de servicios y ayudas, característica que mantendrá y profundizará en las décadas siguientes: asesoramiento jurídico, clases de música, etc. Al comenzar 1870, frente a los dos diarios consolidados de la ciudad, se alzan dos esfuerzos favorables al mitrismo, con una suscripción superior a los mil ejemplares diarios cada uno, un inicio promisorio.

Mitre ya había retomado plenamente la lucha política “desde el llano”, no sólo como senador nacional por la provincia de Buenos Aires, sino como jefe político de su partido, y como director del nuevo proyecto de diario político y empresa periodística. El ex-presidente publicó en su diario el 18 de diciembre de 1869:

"Voy a hacerme impresor (...) hijo del trabajo cuelgo mi espada que no necesita mi patria y empuño el componedor de Franklin. Invito a Ud. a venir a mi imprenta, comprada (...) por una sociedad anónima de la que seré accionista y gerente. Allí, en medio de los tipos y de las prensas me encontraré en el punto de partida..."⁶.

El comienzo del diario *La Prensa* contiene ingredientes muy similares al de *La Nación* desde el punto de vista de los contactos con la elite política, pero con algunas diferencias significativas: *El Inválido Argentino* recibe amplio apoyo estatal directo e indirecto (a través de las redes de contacto social vinculadas a la facción), pero no tiene el carácter cuasi-oficial de *La Nación Argentina*. *La Prensa* es en muchos aspectos una continuidad de *El Inválido Argentino*, pero transcurre más de un año entre el cese de *El Inválido* y el inicio de *La Prensa*, el cambio de nombre es más contundente, y se pasa de semanario a diario. El carácter “específico” de un semanario asociado a una función social concreta (apoyar a los heridos de guerra), deja paso al diario de interés general que sin embargo, mantendrá constantemente como marca de origen la generación de causas y cruzadas sociales para ayuda a los más pobres, para mejoramiento de la salud pública, lucha contra las epidemias, investigación médica, etc. El objetivo declarado de *La Prensa* es constituir un diario moderno, “de interés general”, y con inquietudes empresariales. El resultado, en los primeros cinco años, es un periódico que adopta secciones y estilos más modernos, pero cuyo eje de intervención en la opinión pública es faccional: defensa irrestricta del mitrismo, hasta el extremo explicitar su apoyo al alzamiento armado de 1874 y cesar la publicación para unirse a las fuerzas revolucionarias.

Los modos en que se entrelazan los recursos e integrantes del diario son equivalentes a su compañera *La Nación*: José C. Paz proviene del riñón de la elite mitrista, y tanto su patrimonio económico como social (contactos, posibles contratantes de avisos y suscriptores) han crecido abruptamente en los años de la guerra. Paz se ha incorporado a las redes semi-secretas de las logias y clubes de lobby muy en boga en ese momento. *La Prensa* comienza a tirarse en la Imprenta “Buenos Aires”, propiedad del escritor Estanislao del Campo, la misma imprenta que tuvo el contrato de impresión de *El Inválido Argentino*. Del Campo era miembro activo del Club del Progreso y de la logia de Libres y Aceptados Masones de la ciudad de Buenos Aires, núcleos en los que Paz traba relaciones que luego fructifican en acuerdos comerciales y políticos. Paz, de hecho, llega a ser secretario y vicepresidente del Club del Progreso. El editor responsable del diario es Jorge E. Cook, y el primer director, Cosme Mariño. En los años inmediatamente posteriores las

relaciones entre este grupo fundador del diario *La Prensa*, el de *La Nación*, las logias, el partido mitrista y el funcionariado se hacen notar: La "Imprenta de Jorge E. Cook" tiene a cargo la impresión de la Memoria Municipal de 1872; Cosme Mariño deja la dirección del diario sin dejar testimonio escrito de sus motivos, salvo presuntas presiones de su padre y hermano para que concluya la carrera de derecho, mencionadas genérica y escuetamente en una breve autobiografía muchos años después. Mariño tenía amistad personal estrecha con Paz al punto de compartir vivienda vacacional en San Fernando, y mantendría dicho contacto en los años siguientes, enviando además algunas colaboraciones a *La Prensa*. Avanzada la década de 1870, adhirió al espiritismo kardeciano, manteniéndose en estrecha cercanía con Pedro Bourel y con Rafael Hernández, hermano menor del poeta y político del autonomismo. Bourel, a su vez, tendrá un rol importante posteriormente en la incorporación de nuevas técnicas de reproducción de imágenes en el periodismo en las décadas siguientes. Del Campo, por su parte, había comenzado la publicación de sus versos en el antiguo diario *Los Debates* de Mitre en el año 1857; actuó en el ejército mitrista, y fue secretario personal de Valentín Alsina, además de secretario de la Cámara de Diputados de la Provincia durante muchos años, incluyendo los de la fundación de los diarios que nos interesan. Un aporte fundamental de capital para la creación de *La Prensa*, finalmente, fue Ataliva Roca, hermano del futuro presidente. Esta presencia muestra otra línea de contactos que será decisiva tras la Conciliación de 1877 (que puso fin a la proscripción de los derrotados de 1874), y especialmente al iniciarse el ciclo roquista.

El 4 de Enero de 1870 se inició la publicación del diario *La Nación*, que aún hoy continúa en circulación, habiendo superado, en el año 2010, los cincuenta mil números. El primer número tiene una nota editorial escrita por José María Gutiérrez (director de *La Nación Argentina* y ex secretario de Mitre durante la presidencia) cuyo título era "Nuevos horizontes", en la que se comentaba que *La Nación* era en realidad una segunda parte de *La Nación Argentina* (1862-1869), y que el cambio de nombre cierra una época y daba paso a nuevos horizontes:

"El nombre de este diario es sustitución del que le ha precedido. 'La Nación' reemplazando a 'La Nación Argentina' basta para marcar una transición, para cerrar una época y para señalar los nuevos horizontes del futuro. 'La Nación Argentina' era un puesto de combate. 'La Nación' será una tribuna de doctrina (...) Hoy el combate ha terminado (...) La discusión por la prensa cambia pues de combate y de medios (...) La Nación Argentina fue una lucha. La Nación será una propaganda (...) La pluma del escritor no será ya, porque no es necesario, la espada del combatiente..." (*La Nación*, N° 1, 4 de enero de 1870).

El traspaso de mando de Mitre a Sarmiento simbolizaba el comienzo de un régimen político republicano basado en elecciones, y existía una creciente comunidad de intereses económicos no sólo en la elite política

nacional, sino en el conjunto de la elite económica (terratenientes, comerciantes, banqueros e industriales). Para 1870 "La nacionalidad está afirmada", diría el editorial del 31 de Diciembre de 1869 en *La Nación Argentina*, agregando que este diario "se retira con la satisfacción de decir que la bandera que levantamos en nuestras manos no ha sido arriada mientras se mantuvo en ellas". Ahora no hacen sino "pasarla a manos experimentadas" y "en pos de 'La Nación Argentina', completada la obra del afianzamiento de nuestras instituciones, viene 'La Nación' a defenderlas y a velar por ellas".

La Nación intentó sostener las mismas formas "civilizadas" que el periodismo europeo:

"Propendámonos todos, a que se destierren de las columnas del diarismo los insultos brutales, los desahogos torpes e indignos, adoptando por regla la responsabilidad moral de todo lo que se publique bajo el título de un diario..." (Editorial de *La Nación*, 27 de febrero de 1870).

Pero las dificultades del gobierno de constituir definitiva e inmediatamente un Estado moderno tuvieron su correlato en las dificultades de *La Nación* para ajustarse a las reglas del periodismo moderno. Si bien en el ámbito de la prensa porteña se encontraban niveles de disenso más fuertes y con mayor legitimidad reconocida que en las ciudades del interior, aún la "objetividad" no se había cristalizado en el discurso como principal operación retórica verosímil, y de este modo, las promesas del comienzo de *La Nación* no dejaban de ser idénticas al comienzo del grueso de los periódicos que nacían con pretensión de "serios" (por oposición a los pasquines).

Pero una diferencia sustancial es que *La Nación* fue planteada frente a sus lectores y desde sus inicios, como una empresa, un negocio redituable en potencia, de un modo mucho más insistente de lo que solían hacerlo los diarios y periódicos hasta el momento en sus prospectos de convocatoria a suscripción. Se hizo notar que se adquirió por una Sociedad Anónima conformada por diez integrantes de los cuales uno era Mitre. El capital invertido en la compra de *La Nación Argentina* fue de ochocientos mil pesos, de los cuales el ex-presidente aportó sólo un diez por ciento, que logró, según él decía en una carta hecha pública a través del periódico, del remate de sus bienes personales. En la estructuración del periódico como empresa, el aviso ha jugado un rol central, como lo indica la carta circular datada en Buenos Aires el 1° de Enero de 1870, firmada por Bartolomé Mitre y difundida entre los posibles anunciantes:

"Me permito adjuntar a usted el nuevo diario que bajo el título de La Nación empieza a publicar esta sociedad desde esta fecha, esperando que usted le prestará su protección suscribiéndose a él y favoreciendo el establecimiento con la remisión de sus avisos" (Transcripta en: Mayochi, 1977: 318).

La defensa de la función estratégica del aviso publicitario en el comercio ha sido largamente sostenida por Mitre. Ya en *Los Debates*, periódico con el que intervino políticamente en el año electoral de 1857, convocaba a los anunciantes a contar con los grandes rendimientos de inversión que suponía un aviso colocado en la sección del diario donde la oferta y la demanda se cruzaban. El tema sería reiterado en 1870:

"El aviso no es otra cosa que la publicidad aplicada a la oferta y la demanda. Por medio de él se ofrece a millares de personas lo que en meses enteros no se podría verbalmente ofrecer, y se encuentra en un minuto lo que costaría días de prolija investigación encontrar. Ofrecer por medio del aviso es poner de manifiesto a la vista de miles de ojos el almacén que sólo ven los que pasan por su frente y que sólo saben lo que contiene los pocos que entran en él. Buscar por medio del aviso lo que se necesita es traer a sí la oferta o tener constantemente a la vista las innumerables casas de negocios de todo el mundo. Considerada bajo este aspecto, la sección de avisos de un diario equivale a un bazar o una feria en que todo se encuentra, cruzándose la oferta y la demanda"⁷.

Al momento de fundar *La Nación*, Mitre no dudó en colocar este recurso económico en el centro de su diario. El 19 de Septiembre de 1872 se informó en la primera página que ese día:

"la gran cantidad de avisos, cada vez más crecientes, nos hace retirar del diario y pasar a una hoja suelta los materiales siguientes: documentos del Ministro de Justicia, Culto e Instrucción Pública, sobre la Biblioteca de San Juan. Otro sobre estudios científicos del doctor Stelzner, de la historia natural en Mendoza y San Juan, y un acuse de recibo del Enviado Extraordinario de Chile sobre canje de libros de ambas repúblicas. Noticias del Rosario, Córdoba, Perú, Estado Oriental, y otras extranjeras, y la "condenación" de Aben Xoar (...) dando así más espacio a este diario para dar cabida en parte a la inmensa cantidad de avisos que no podemos insertar tanto por abundancia de estos como de otros materiales"(La Nación, 19 de septiembre de 1872).

Mitre sostuvo, en el inicio de la presidencia sarmientina, una oposición crítica que definió como "no radical", condenando los "programas negativos y por lo tanto infecundos (...) En tal sentido estaremos siempre de lado de los que profesan y defienden nuestros principios, sean gobierno o pueblo, y estaremos en contra de los que los violen o comprometan sean gobierno o pueblo" (Editorial, *La Nación*, 4 de enero de 1870).

Pero ya en 1869 las relaciones con Sarmiento eran sumamente tensas. El sanjuanino comenzaba a dar forma a una creciente amalgama económica y política entre las elites agrarias de Buenos Aires y el Interior, equilibrando fuerzas con el jefe del Buenos Aires autonomista, su propio vicepresidente el Dr. Alsina. Por eso, ya en los primeros números de *La Nación* se expresó este enfrentamiento en polémica periodística, y en el número 5, a menos de una semana del cambio de nombre, se trenza con el presidente Sarmiento en un enfrentamiento tipográfico de neto cuño faccional, en que se cruzan acusaciones y defensas hasta de despilfarro en la adquisición de muebles para la casa de gobierno.

La imparcialidad crítica del diario debería esperar varios años. De momento, la tensión política y militar fue en aumento y Mitre se encontraría en 1874 en la jefatura militar de un intento de golpe revolucionario contra Avellaneda, el nuevo presidente electo. Mitre declara que "la peor de las votaciones legales vale más que la revolución", pero prepara la revolución. "Es natural; está dentro de la lógica de los acontecimientos [se excusa Adolfo Mitre, uno de los descendientes y biógrafos] que el diario del jefe de los 'nacionalistas' se convierta en el órgano de su partido. Insensiblemente, involuntariamente, 'la tribuna de doctrina' vuelve a la lid" (Mitre, A., 1943). Pero si bien en estos años el conjunto de la prensa porteña va hallando en su agenda temática el espacio para secciones a salvo de la lógica faccional (literatura, información extranjera, artículos científicos, artículos doctrinarios generales, etc.)⁸, el núcleo principal del contenido del diario siguen siendo sus artículos editoriales y polémicos -de posición, opinión y argumentación política-, y en este sentido *La Nación* de 1874 no "vuelve a la Lid": aún no salió de ella. La "tribuna de doctrina" no es por ahora otra cosa que una promesa de incorporación a la modernidad que muchos periódicos prometieron antes que *La Nación* (Cfr. Moyano, 2008). *La Prensa* hace lo mismo: organiza el levantamiento, prepara la opinión, y cesa en su publicación apenas se toman las armas.

Entre septiembre y noviembre de 1874 la derrota de los partidarios de Mitre fue total, tanto en sus operaciones militares terrestres como navales. Mitre es sometido a consejo de guerra, condenado a la pena capital, luego indultado. Sus partidarios son perseguidos y hostigados, proscriptos de la política y de los espacios en el poder estatal. Desde 1875 se intentan sutiles y secretos diálogos que permitirán a Mitre salir de la cárcel, a los diarios favorables volver a la circulación, y finalmente, con los acuerdos denominados De la Conciliación, en 1877, a la recuperación de la normalidad política, aunque todavía en 1880, 1890 y 1893 habría notables conatos de violencia. Pero, paradójicamente, en esta ocasión, al igual que cada vez posterior en que Mitre sufrió una derrota política, su diario salió fortalecido en suscripción y en contratación de avisos. No será la primera vez que, en el proceso formativo de sociedades civiles, los actores políticos derrotados y subordinados a un heterogéneo esquema de hegemonía son los que primero consolidan sus prácticas y medios de prensa estables. Sucedió con las fracciones conservadoras del parlamento británico tras la victoria de los *Whigs* luego de la *Glorious Revolution* de 1688. Sucedió con los empresarios periodísticos que dispusieron de capacidad de acuerdo con Napoleón durante su último decenio en el poder, con los empresarios franceses luego de las revoluciones de 1830 y 1848, etc. Sucederá, además, en otros lugares, y en el futuro. Pero este caso resulta de especial contundencia, porque tras la derrota del alzamiento, todo parecía indicar el aniquilamiento de la fracción mitrista.

A diferencia de las luchas entre actores sociales en pugna que regaron de sangre el país entre 1856 (alzamiento de Costa aplastado con el fusilamiento en masa de los prisioneros) y 1873 (segundo alzamiento de López Jordán en Entre Ríos), la revolución de 1874 no termina con el aniquilamiento del núcleo

dirigente derrotado ni de su base social. Por el contrario, la pena de muerte a Mitre decidida por corte marcial es conmutada primero por prisión, luego por libertad, y finalmente por amnistía. Mitre permanece preso menos de un año. No se trata ahora de una guerra de aniquilamiento, sino de un conflicto para dirimir la jefatura política y la fracción principal de un bloque histórico de poder que comienza a amalgamarse con claridad: La burguesía comercial del puerto, dueña, gracias a su dominio del aparato estatal, de los contactos e infraestructura necesarios para mediar toda la economía del país a través de la única aduana significativa, se ve obligada a ceder el rol preponderante a manos de una clase más poderosa económicamente, amalgamada nacionalmente a pesar de su heterogeneidad, y estructurada políticamente: la burguesía agraria tanto de la pampa húmeda como del resto del país, incluidas las nuevas regiones que la ampliación de la frontera agrícola incorporaba a la producción y a la economía exportadora. Los derrotados son imprescindibles en ese nuevo orden hegemónico; lo que se dirime es su rol en el bloque dominante. Y ese rol queda claro con el resultado de 1874. Esta novedad de un reacomodo militar de la disputa por la hegemonía, permite comprender mejor por qué son precisamente los derrotados los que obtendrán mejor éxito periodístico: Apenas un cuarto de siglo más tarde habrán desaparecido los dos grandes diarios de la segunda mitad del siglo XIX, representantes de la fracción triunfante en 1874, *El Nacional* y *La Tribuna*, y los diarios nacionales por excelencia serán *La Prensa* y *La Nación*. La fuerza alejada del control de los resortes principales del Estado interpela al gobierno y a la sociedad civil desde los periódicos, y realiza crecientes negocios con ellos, a un punto tal que tiempo después deberá sortear contradicciones entre sus intereses político-partidarios y sus intereses empresariales.

De la proscripción (1874-78) a la adaptación (1878-98)

En el bando derrotado están presentes todos los protagonistas de la innovación en comunicación visual del periodismo del último cuarto del siglo XIX, así como el grueso de la innovación en la escritura. Algunas novedades ya comienzan a notarse, incluso, en el transcurso de la revolución de 1874: *La Nación* cuenta con un público lector de casi quince años ininterrumpidos, y el periodismo diario de Buenos Aires, uno de muchas décadas. Esto le permite tornar centrales algunas de sus primeras innovaciones importantes en comunicación visual. Por ejemplo, trabajar la tensión continuidad-diferencia apelando a “lo esperado”, dejando espacios en blanco donde debería haber texto según las reglas de lectura aprendidas, o comenzar a magnificar por superficie y tamaño del tipo, algunos elementos. Esto sucederá tanto en la presentación de avisos, como en el contenido periodístico.

Cuando Mitre viaja a la Colonia para tomar el mando del ejército de la "Revolución Popular", el diario *La Nación* apareció con la noticia de columnas locales en blanco. Y esta es una de las primeras operaciones

connotativas a nivel gráfico que podemos detectar en el periódico. El blanco es sinónimo de silencio. No era posible contar la verdad (los movimientos del ejército revolucionario) por una cuestión estratégica, y no estaba dentro de las operaciones éticas posibles el falsear los hechos, el mentir. Entonces, calla. De una manera visual: deja un espacio vacío, un espacio que existe, que tiene un contorno y está reforzado en su carácter intencional por las líneas de puntos, delimitado por las demás noticias. Ese 26 de Septiembre el diario fue cerrado, hasta el 1° de Marzo de 1875. La operación gráfica propuesta fue de vanguardia, y ha sido imitada en numerosas ocasiones en el siglo y medio siguiente, para diversos temas, destacándose en la misma ciudad los casos de *Página 12* y *Clarín* en las décadas de 1990 y 2010 respectivamente.

Tras aquel año terrible 1874-75 que lleva al mitrismo a la pérdida de todo su poder militar y político y a la reducción de su red faccional a la mínima expresión, se produce una relativamente rápida reconstrucción no sólo de la propia fuerza sino también de los lazos con el Partido Autonomista Nacional que sostiene al gobierno de Avellaneda. Varios protagonistas de la primera y segunda línea del mitrismo, involucrados directamente en *La Prensa* y/o en *La Nación* participan de las negociaciones, en tanto otros retornan del exilio y/u ostracismo una vez obtenidos acuerdos y garantías. Lo hace, por ejemplo, Adolfo E. Ávila, amigo personal de José C. Paz y miembro de otra familia tradicional del interior, quien logra así retornar a la ciudad, doctorarse en derecho en la Universidad de Buenos Aires e incorporarse a *La Prensa* como figura clave de la etapa subsiguiente: fue cronista, redactor, director por muchos años y luego, cuando el hijo del fundador, Ezequiel P. Paz, asumió dicha dirección, continuó como jefe de redacción. El joven Estanislao Zeballos, quien se había destacado colaborando con José C. Paz durante la epidemia de fiebre amarilla de 1871 y como líder de protestas estudiantiles, se incorpora a *La Prensa* poco antes del alzamiento. Pasará un tiempo en prisión y luego deberá sobrevivir como empleado particular, hasta que la Conciliación lo reponga en la actividad periodística y política, llegando a ser redactor jefe y director del diario *La Prensa*, y publicando, a pedido del ya Ministro Julio Argentino Roca, el libro *La Conquista de Quince Mil Leguas*, en 1878, en apoyo a la Campaña del Desierto, aún en proceso de debate parlamentario. Zeballos tendría desde entonces una carrera sólida entre sus inclinaciones científicas, el periodismo y el funcionariado estatal. Otros miembros del partido renuevan sus contactos entre sí de un modo que se entrelazará en forma decisiva durante la etapa periodística siguiente (1886-1905). Cosme Mariño, primer director de *La Prensa*, se instala en el pueblo de Dolores, y allí, huyendo de la derrota revolucionaria, llega en 1874 Pedro Bourel, quien será su contacto con el equipo de *La Prensa*.

Bourel era entonces muy joven (24 años); formaba parte de las primeras cohortes del Colegio Nacional de Buenos Aires, fundado por Mitre a comienzos de su presidencia. Tras su egreso, se lo incorpora como “meritorio” en la Policía, con apenas dieciocho años. En 1871 comenzó sus colaboraciones con la *Revista de Policía*, dirigida por Daniel Flores Belfort (1871-72) siendo aún funcionario. En 1873, con veintiuno,

funda la *Revista Criminal*. Este tipo de revistas, por el especial interés que tenía en el retrato de criminales y escenas de crimen, estableció una temprana relación con el universo fotográfico como elemento a comunicar. Al comienzo, esto sucedió insertando en un espacio especialmente reservado, las copias fotográficas una por una, en ocasiones especiales. Pero más adelante, el ámbito policial y criminalístico fue pionero en la pronta incorporación de todas y cada una de las técnicas de reproducción de la imagen visual: Litografías, distintos tipos de grabado en madera y metal, y los sucesivos métodos de fotograbado, hasta finales de siglo. El ambiente policial fue, al respecto, uno de los pilares de este cambio, junto con el de los espectáculos itinerantes, las publicidades de las nacientes marcas comerciales, el ámbito de la tecnología de reproducción de mapas, planos y croquis propio del universo ingenieril y del dibujo técnico, y finalmente, el ámbito de las bellas artes. Dada la dificultad para incorporar litografías a la prensa diaria (por su costo y dificultad de compaginación), las primeras incorporaciones habituales fueron las reproducciones de mapas, planos o croquis, luego las publicidades de marcas importadas con clisés elaborados en casas matrices, luego el ámbito de la criminalística, luego el espectáculo, especialmente la ópera, y finalmente la adaptación de los artistas grabadores y fotógrafos a las potencialidades visuales de la gráfica industrial.

En el pueblo de Dolores, Bourel instala una oficina como agente judicial y se vincula con Cosme Mariño, mientras aguarda que las aguas se aquieten. Mientras tanto, ejerce el periodismo discretamente. Pero cuando se logra la Conciliación, y el mitrismo sale del ostracismo político, recuperando espacio en el terreno legislativo primero, y en las negociaciones con vistas a la conformación del gobierno que sucederá a Avellaneda poco después, Bourel se prepara para retornar a Buenos Aires, con un proyecto en plena relación con los grupos periodísticos afines al mitrismo, pero con un perfil claramente diferente: Una revista cuya gran diferencia fuese contar con todas las ilustraciones posibles. Su nombre: *La Ilustración Argentina*, publicada a partir de 1881 y con gran influencia en el conocimiento y adaptación de los nuevos recursos visuales de la gráfica industrial en la ciudad de Buenos Aires, tanto para el naciente mercado de las revistas, como para el de los diarios. En 1893, Bourel se encontrará con Adolfo Dávila, director de La Prensa, para participar en un segundo proyecto todavía más innovador en el campo de la imagen: *La Ilustración Sudamericana*, proyecto periodístico que fue incorporando todas las innovaciones en reproducción de la imagen que fueron probándose con éxito en Europa durante los últimos años del siglo, y que permitieron su trasvase a los dos grandes diarios a comienzos del siglo XX, especialmente entre 1901 y 1904.

El ostracismo de Mitre y Paz se expresó en prisión y silencio obligado el primero, y en exilio a Montevideo el segundo. De este modo, ambos diarios, al reanudar actividades, debieron apelar a figuras de reemplazo. En el caso de La Nación, se incorporó al único director no perteneciente a la familia Mitre en cincuenta años: Antonio Ojeda, quien se hace cargo luego del período de clausura y suspensión (septiembre de 1874 a marzo de 1875). Su permanencia en el puesto se prolongaría desde el levantamiento de la clausura en

marzo de 1875, hasta 1882, tiempo en el cual sería "supervisado" de cerca por José María Gutiérrez y por el mismo Mitre. Este personaje, proveniente de Salta, no contaba con los antagonistas políticos ni con la situación de derrotados de la revolución de 1874 que poseían los anteriores, y era por ello la persona indicada para ser la cara visible y responsable del diario en ese momento desventajoso para su corriente política. Cuando se despiden sus restos mortales desde *La Nación*, dirían –con justicia- que su dirección "tratábase de una representación y no de una sustitución de persona", aludiendo al control directo que Mitre ejerció sobre él durante su mandato. (Citado en *La Nación*, un siglo en sus columnas, 1970, pág 23). En el caso de *La Prensa*, esta función correspondió a Adolfo Ávila, miembro del círculo inmediato de José C. Paz. En ambos casos, la medida resultó más eficiente de lo esperado, y no se eliminó cuando cesaron las condiciones extraordinarias de la proscripción, sino que estos directores comenzaron a abrir una etapa gerencial novedosa, que se extendió hasta el fin del período analizado en este trabajo. En 1879, la sociedad dueña de *La Nación* declara que:

"...aun cuando no ha expirado el término en la escritura antes referida, los accionistas han resuelto dar por terminada la Sociedad desde esta fecha, como lo establecen por la presente escritura; que en esta fecha y por este acto enajenan todas las acciones al Brigadier General Bartolomé Mitre, (...) debiendo hacerse cargo (...) de todo el Activo y Pasivo de la Sociedad, quedando desligados los demás accionistas de toda responsabilidad por razón de los negocios que en adelante se practiquen".

Con este acto la empresa, que de hecho era patrimonio de Mitre, pasa a ser por derecho "la empresa de Mitre".

El '80 multiplica prosperidades para empresarios y funcionarios de facciones principales y subordinadas, victoriosas y derrotadas. El domingo 29 de Agosto de 1880 se lee en *La Nación*:

"Hemos tenido que doblar el tamaño del suplemento que cotidianamente acompañara a nuestro diario, para poder dar salida a la gran cantidad de avisos recibidos y a diversos materiales de interesante lectura(...) *La Nación* de hoy lleva 32 columnas de avisos, ejemplo único en los diarios del Río de la Plata. Con sólo avisos habría para llenar completamente este diario (...) lleva a la vez *Variedades*, *Literatura* y *Biografías*, etc, etc, aparte de los escritos sobre política, de la crónica parlamentaria y de las noticias locales y del resto del mundo" (*La Nación*, 29 de agosto de 1880).

El resultado es notable: El periódico *La República*, de Manuel Bilbao, desaparece al año siguiente, tras década y media de distribución. *La Tribuna* y *El Nacional* comienzan su paulatina decadencia. Otros diarios posteriores, como *El Diario*, de Laínez, basarán su éxito en la copia sistemática de los avances comerciales, periodísticos y estéticos de "los dos grandes diarios porteños" ahora *La Nación* y *La Prensa*, y ya no *El Nacional* y *La Tribuna*, incluida su capacidad para negociar espacios políticos, que exitosamente llevaría a Laínez a su patrocinio de la "Ley Laínez" como legislador en 1904, entre otros logros.

Ambos diarios habían alcanzado, a los pocos años de su aparición, un nivel de suscriptores altísimo para la época (dos mil y dos mil seiscientos aproximadamente en 1874), y por momentos la venta desbordó las expectativas, como en 1875, cuando La Nación reabrió sus puertas luego de varios meses de clausura. En esa ocasión la cifra de ejemplares vendidos fue de diez mil setecientos, inigualable para una época en que dos mil quinientos era sinónimo de éxito comercial. Durante la administración de José María Buyo y Emilio Mitre -de 1871 a 1876- se fomentó la formación de agencias en el interior del país y en el gran Buenos Aires. Otro indicador de progreso fue el número creciente de anunciantes con los que contaba el diario, al punto que en ocasiones fue necesario agregar una página exclusiva para publicidad comercial. La Prensa replicaba prácticamente las mismas acciones y resultados.

Tanto la búsqueda de ampliación de públicos más allá de la política como la imitación de modelos comerciales exitosos en países más avanzados industrialmente, hacen que en torno al '80 se generalicen nuevos subgéneros periodísticos y propuestas de prensa con ilustraciones, fenómeno que a su vez habilita cambios en las prácticas del oficio periodístico, y en los públicos. Como afirma Jorge Rivera (1998):

"... un tipo de periodista decididamente 'profesional', más comprometido con las rutinas y la habitualidad técnica del 'laboreo de pluma' que con otro tipo de contingencias y faenas vitales. (...) Un escritor asalariado y que trabaja bajo las presiones de la 'Literatura industrial', como Eduardo Gutiérrez, responde de manera cabal a la nueva configuración de la sociedad argentina y a las no menos novedosas exigencias de una industria cultural que ya posee un público perfectamente definido y devoto"⁹.

El problema central con el que se encontraba el director del periódico a la hora del cierre en el período anterior consistía en la falta de material (o la sobra de espacio). La manera de resolverlo era algún artículo que había quedado de reserva o una crónica hecha de apuro por un cronista de guardia. En la década de 1880, en cambio, esta necesidad se combinaba con una “espera” para encontrar lugar para publicar materiales que exigían espacio, porque la cantidad de avisos se multiplicaba exponencialmente. Por ello en este período la división temática es mucho más completa que en los anteriores. La sección editorial está mejor delimitada y separada taxativamente del resto, y se identifica ya así "El editorial". Los telegramas ya conforman una sección aparte. Y se estabiliza una sección específica –“Campo neutral”- para la opinión libre, en que se publica cartas de diverso origen, artículos de debate, etc. Su título expresa con mucha claridad el grado de disolución del faccionalismo en prensa. A su vez la totalidad de nuevas secciones se encuentra a salvo de los vaivenes de la política de enfrentamiento e incluso va conformando sub-géneros. Por ello la búsqueda de nuevas maquinarias impresoras apuntaba a aumentar la superficie de impresión, práctica tradicional que no preveía el enorme poder de las rotativas que haría innecesarios los grandes formatos. De momento, estos formatos “sábana” permitían incluir más avisos, más contenidos y dar a su

vez más prestigio al “gran” medio. La Nación adquiere nuevas máquinas en abril de 1881, y luego nuevamente, cuando el diario La Nación se trasladó a calle San Martín 214-218, el 16 de Abril de 1885, inauguró la primera máquina rotativa, con la que el rendimiento llegaba a los ocho mil ejemplares por hora. Poco después, en el segundo semestre, se instaló una segunda rotativa de similares características, una Marinoni, importada de París. Se instalaron también talleres de estereotipia, y el clisé de *La Nación* pasó a ser el más grande del mundo utilizado hasta ese momento en la impresión cotidiana: 94 cm de alto por 62 de ancho, a nueve columnas de seis cm cada una. El tamaño de la caja -superficie impresa- era de 85 cm de alto 57 de ancho. El nuevo clisé fue presentado al público lector y a los anunciantes a comienzos de 1886 – se acostumbraba presentar los cambios en la primera edición de enero- y su utilización habría de durar hasta 1893, a pesar de las no pocas quejas de los lectores por la dificultad para leerlo con comodidad. Así como en 1886 *La Nación* mostraba orgullosa su monumental tamaño, desde enero de 1894 reduciría el pliego exactamente a la mitad –pero con más páginas- como signo de los tiempos¹⁰.

Para experimentar transformaciones similares *La Prensa* esperará al gran cambio de 1898, cuando construye y se muda al nuevo gran edificio de Avenida de Mayo, adquiriendo una gigantesca y modernísima Hoe con capacidad para doscientos diez mil ejemplares de 24 páginas por hora, con la que pudo adelantarse a los previsibles requerimientos de expansión, dado que en el cambio de siglo, la mayor parte del año las páginas oscilaban entre 8 y 12.

Se cuenta, entonces, con las condiciones necesarias para un nuevo período: Las guerras van quedando atrás, el Estado nacional se ha consolidado, la economía prospera (a pesar de sus ciclos de crisis económicas e institucionales), el mercado lector crece, los oficios ligados a la prensa se expanden, y las redes de vinculación fortalecidas en las luchas faccionales y en los clubes de contactos y lobby se han potenciado al máximo. En *La Prensa* se estabiliza una conducción de Paz, quien vive entre sus roles diplomáticos y comerciales en Europa y la dirección de sus negocios en el país, delegando la tarea de dirección a Dávila y al equipo de redactores de su confianza, mientras que en *La Nación*, en 1883, Bartolomé Mitre y Vedia (“Bartolito”, hijo del general) sucedió en el cargo a Antonio Ojeda, conduciendo el diario -en ocasiones era reemplazado por su hermano Emilio- hasta 1893. Definido por uno de sus descendientes como “auténtico innovador del periodismo”, intentará imprimirle al diario rasgos que eran fruto de las características de la empresa periodística moderna: el esfuerzo por volver el periódico más ameno, grato, accesible, preocupado por la satisfacción de sus clientes lectores (J. Rivera, 1998).

Cuando concluye el mandato presidencial de Roca (1886), el Partido Autonomista Nacional impone, prácticamente sin oposición y en medio de acusaciones de fraude, al cuñado del presidente saliente. El cambio toma a ambos diarios en el inicio de innovaciones tecnológicas, empresariales y políticas. Ahora el grado de compromiso político faccional es algo diferente en uno y otro diario, pero Paz nunca pierde la

simpatía por Mitre ni la animadversión por quienes lo combaten.

Ambos diarios deberán sobrellevar una difícil relación con el roquismo: Se lo critica en numerosos puntos, al tiempo que se le reconoce pertenencia a un marco común, y se le agradece las decisivas gestiones de reconciliación y acceso de miembros de la facción mitrista al funcionariado, del cual es exponente el embajador Paz. El fundador de *La Prensa* ejerce desde entonces y por muchos años gestiones diplomáticas como embajador en España y Francia. Allí aprovecha para hacer gestiones comerciales para su empresa, y negociará también la compra de armamento para el Estado argentino, tema que impactará en el tratamiento dado por el diario *La Prensa*, en los años siguientes, a los conflictos limítrofes y el riesgo de guerra con Chile.

En 1885 se inauguró en el solar adyacente a la casa de Mitre uno de los edificios que ocuparía el diario hasta 1970. Era la tercera sede del diario, preparada para recibir las nuevas máquinas recién incorporadas. Mitre (padre) se había alejado del control directo de la dirección, sobre todo de los asuntos comerciales, y fueron directores sucesivamente sus hijos. En esa sucesión, este período tiene, en el caso de *La Nación*, dos momentos diferentes, uno correspondiente a la dirección de Bartolito (Bartolomé Mitre y Vedia, 1883-1893) y la otra durante la dirección de su hermano Emilio (1894-1909), esto es, hasta su fallecimiento.

El 31 de Diciembre de 1889, *La Nación* había publicado, según afirma en sus páginas, una tirada de veinte mil cuatrocientos ejemplares de su número 5865. El 1° de Junio de 1890 se inauguraron las nuevas máquinas impresoras dobles, que marchaban a la par pero eran independientes. Estas máquinas tenían la ventaja de admitir papeles de distintos tamaños y la capacidad de imprimir hasta trece mil ejemplares de 16 a 32 páginas¹¹. El primero de Junio de 1890 el diario afirma:

"Estas nuevas máquinas han sido, puede decirse, inventadas por *La Nación*, a fin de responder a las necesidades crecientes de espacio y rapidez de impresión. Era un desiderátum buscado con afán y con tesón por nuestra administración desde hacía muchísimo tiempo..." (*La Nación*, 1° de junio 1890).

En este período *La Nación* comenzó a descubrir los inconvenientes de la megalomanía del tamaño del pliego (y de la plancha de impresión) en una época en que podía imprimirse casi hasta el infinito con las nuevas máquinas, y en la cual, sin embargo, el diario poseía el pliego de circulación regular más grande del mundo. Fue un tiempo en el que el grueso de los periódicos redujo sus tamaños, tanto en sus versiones sábana como tabloide, y el desafío pasó a ser sumar más pliegos, en la medida que la facturación publicitaria lo permitiese y demandase. El diario *La Prensa* desistió de continuar imitando las ampliaciones de columnas de *La Nación*, y *La Nación*, de hecho, optó por una lógica reducción de tamaño, con vistas a una mejor comodidad de lectura, ampliamente demandada por el público. Tal reducción fue contundente: a

la mitad, mientras se duplicaba la cantidad de páginas, a partir del 1° de enero de 1894, cuando Emilio Mitre y Vedia comenzaba a hacerse cargo de la dirección (Cfr. Ojeda, 2009). Los avisos se trasladan a la primera página en ambos diarios, pero no los avisos pagos de marcas, sino los avisos por palabras: espectáculos, fúnebres y clasificados en *La Nación*, espectáculos y clasificados en *La Prensa*.

Con la dirección de Emilio Mitre el diario cambió sustancialmente en forma y contenido. Estas modificaciones le imprimieron al diario una dinámica que se ajustaba al proceso de modernización en marcha y a los requerimientos del periodismo moderno. Esto se refleja en la edición especial de 32 páginas que edita el diario el 1° de Enero de 1894: "La república, La América y La Europa en el año 1893". Otro indicio de modernización, menos significativo quizás, que se da hacia el final de este período, es la ausencia de la publicación de la tarifa publicitaria.

El esfuerzo por integrar este diario a las huestes del periodismo moderno se hizo notar muy pronto en la diagramación. En este año -1894- en que Emilio Mitre se hace cargo de la dirección, asistimos a un claro empeño por empezar a diseñar la información desde el punto de vista visual. Así, podemos encontrar en el número del 22 de Julio una importante nota ilustrada sobre la construcción el cementerio de La Chacarita, proyecto en el cual estaba especialmente interesado Mitre. A partir de esta nota el número de grabados se incrementó vertiginosamente, y los cambios que inmediatamente se sucedieron transfiguraron al periódico más que en los 35 años anteriores. La imagen de una página diseñada con equilibrio entre espacio tipográfico, imágenes y espacios en blanco que facilitan el recorrido visual dejaría pronto de ser excepcional en el diario, aunque por un tiempo estaría lejos, también, de ser cotidiana, o de ocupar la tapa, reservada desde el 1° de septiembre de ese año y por dos décadas más para avisos por palabras (clasificados, fúnebres, espectáculos). Otros ejemplos de primeras planas ilustradas muestran que se trata de temas de alto interés político para el director, planificables con suficiente tiempo de antelación como para prever costos y plazos de elaboración de los bellos grabados y diagramaciones, como sucedió con la tapa del 4 de agosto de 1894 dedicada al puerto de Buenos Aires a raíz de la llegada de los restos de Eduardo Madero. El ingeniero Emilio Mitre había dirigido personalmente una campaña a favor del desarrollo del puerto y de la apertura del canal por él proyectado que lo uniera al río Paraná. A su vez, en las páginas interiores del periódico, se podrán encontrar durante este año, numerosas notas abundantemente ilustradas, como la del 15 de Agosto del mismo año, sobre la ampliación del parque 3 de Febrero.

El diario *La Prensa* mantuvo durante estos años semejanzas notables con su par, y las mismas diferencias heredadas del período anterior: Ambos defendieron a Mitre, criticaron a sus enemigos, pusieron directores menos expuestos políticamente desde 1874, potenciaron el perfil empresarial y menos entregado a la lógica faccional, se armonizaron con los cambios a comienzos de la década de 1880 y a mediados de los '90, incorporaron sistemáticamente el uso de la imagen hacia 1900 por influencia de las revistas ilustradas, con

cuyos actores empresariales ambos estaban en pleno contacto personal, colocaron desde los años '90 los avisos por palabras en la tapa y comenzaron a armonizar las publicidades por espacios con los contenidos redaccionales hacia mediados de esa década, buscaron mostrar un perfil culto, abierto a colaboraciones de prestigiosas plumas europeas, y se mostraron constantemente dispuestos a innovar mostrando estar a la vanguardia de la tecnología¹², los mecanismos de gestión y los contenidos propios de los grandes diarios modernos europeos.

Algunas diferencias también fueron notables: La Prensa mantuvo y potenció su perfil de diario ligado a las acciones de beneficencia y acciones sociales. *La Nación* priorizó estar en la punta de las innovaciones en contenidos y secciones, contacto inmediato con novedades europeas, folletines de autores consagrados, etc., tópico en que *La Prensa* imitó, pero no pudo ni intentó competir por la primacía. También, a medida que los diarios se autonomizaron de la lógica faccional, aparecieron diferencias en el tratamiento de algunos temas. Es especialmente notable, al respecto, la distinta posición adoptada frente al conflicto con Chile: a favor de la guerra *La Prensa*, en contra *La Nación*.

Cuando entre 1881 y 1883 *La Ilustración Argentina*, surgida en el primero de esos años, busca explícitamente innovar en el campo de la reproducción de imágenes, tropieza tanto con los alcances como con los límites de la técnica, y de la consolidación del oficio en el país. Así, el uso de imágenes en los diarios cuyos propietarios mantienen relación personal con el fundador de *La Ilustración Argentina*, no cambia bruscamente, entre otras cosas porque se comprueban las dificultades para ello, y porque aún no hay una competencia comercial que presione en esa dirección. Distinto será, en la década siguiente, el período 1894-98, cuando la experimentación con nuevas técnicas de grabado y fotograbado en Europa sean rápidamente adoptadas por *La Ilustración Sudamericana* primero, y por *Caras y Caretas* en 1898.

De allí que cuando se invierte en maquinarias en ambos diarios, la necesidad de incorporar tecnología de imagen se hace presente, y ambas empresas lo hacen. Esto no necesariamente produce un cambio brusco en las ediciones diarias, pero sí en aquellas ediciones especiales (aniversarios, edición del 1° de enero de cada año, suplementos) que permiten un trabajo con plazos equivalentes a los de las revistas. Los elementos que aparecen a la vanguardia de la incorporación de la imagen visual, y con ella técnicas complementarias como el orlado, que define una especialización entre los grabadores, son los mismos que mencionamos al referirnos a Bourel: Los estudios fotográficos provenientes de la criminalística, los materiales de difusión visual de las compañías de ópera y teatro, los croquis y estudios equivalente realizados por personas del oficio técnico y la arquitectura, la ilustración científica trasvasada a grabado, la ilustración editorial de libros y álbumes, la fotografía científica, especialmente la de viajes.

La diversificación y el fin de la prensa mitrista de partido (1898-1909).

En 1896, la política de acuerdo entre Emilio Mitre y Carlos Pellegrini permite el acceso al parlamento del primero de ellos, entre otros resultados, y sobre todo, hace soñar al mitrismo con un acuerdo mayor que lleve al líder de la Unión Cívica, don Bartolomé Mitre, a su segunda presidencia. El acuerdo es aplaudido por *La Nación* y apoyado por *La Prensa* con algunas reservas y temores, más adelante confirmados y reprochados a los Mitre. Sin embargo, una vez más, “el zorro” Roca los vencerá formando una red de apoyos muy superior en recursos estatales, cantidad de medios periodísticos que lo apoyan, recursos publicitarios masivos y –según todos sus detractores e historiografía posterior- el fraude. El resultado de las elecciones de 1898 no podría ser más contundente: 85,16 contra 14,84 por ciento. Tras la abrumadora derrota electoral, una de las reacciones de la prensa mitrista –y de otros diarios importantes como *El Diario* de Laínez, que llega a decir al día siguiente del comicio: “Se ha confirmado el triunfo del candidato de la indiferencia pública...”¹³- será denunciar y relatar el escandaloso fraude electoral en esta y sucesivas elecciones:

“Pudiéramos relatar algunos incidentes cómicos que se han producido durante el acto electoral con aquellas personas a depositar su voto en la urna, y se encontraron con que en los registros aparecían ya entre los que había votado (...)” (*La Prensa*, 11 de abril de 1898, N° 10.026. pág. 4-5).

“No nos detendremos a citar, ni a echar responsabilidades precisas sobre tal o cual agrupación, a todas alcanzan nuestras censuras de esta elección a destajo, en que las urnas se han convertido en cubiletes de escamoteo, y han vomitado millares de votantes nominales (*La Nación*, 12 de abril de 1898, N° 8757).

“La capital de la República ha sido teatro, una vez más, de la enternedora farsa electoral, que por quitas y atenuantes que quiera oponérsele, resultará siempre condenada por la opinión imparcial del país. Es un hecho el franco abandono de los atrios por la mayoría de los ciudadanos conscientes; y en su lugar, capitaneados por caudillejos de barrio, a cuyo lado debería ser inexplicable la presencia de algunas personas de significación, han figurado tandas de *elementos*, verdaderos profesionales del voto, transformistas sin habilidad, a quienes supo a gloria atribuirse media docena de individualidades” (*Caras y Caretas*, 15 de marzo de 1902, año V, N° 180).

Sin embargo, la ruptura del acuerdo no significa el paso a una oposición frontal y revolucionaria, sino la construcción de un discurso opositor capaz de negociar nuevas condiciones de participación y lograr expectativas de triunfos electorales futuros. Para ello, Mitre y su red de amigos políticos repiten la estrategia de 1868-70, 1880-83 o 1890-94: ampliar su red de prensa desde la ampliación de posibilidades de articulación entre relaciones políticas y relaciones de mercado. A *La Nación* y *La Prensa*, cuyas diferencias de intereses no impedían navegar un mismo curso opositor, se sumaron *El Nacional*, relanzado para una tercera época con dirección de Pedro Bourel cuando la derrota era evidente, y un medio completamente nuevo, la revista en formato magazine semanal *Caras y Caretas*. Esta revista lanzó un número “circular” (equivalente a un número cero) de invitación a anunciantes y lectores en el mes de julio, y el número 1 propiamente dicho el 8 de octubre, en la misma semana de toma de posesión del cargo por el presidente Roca.

Caras y Caretas contaba con numerosas características innovadoras en relación con el mercado local. Imitaba las muy exitosas revistas magazine que habían mostrado un formidable resultado comercial y de prestigio en Estados Unidos a lo largo de la década de 1890¹⁴, y abrevaba en el creciente interés del público por la imagen visual en prensa, así como por una diversificación de contenidos orientado a un público masivo, interesado no sólo en la información o en la crítica política, sino también en el entretenimiento, la divulgación científica o diversos saberes prácticos, desde los hobbies hasta la cocina, pasando por conocimientos técnicos o prácticos para la vida urbana. El grupo estaba en contacto con el grabador español Eustaquio Pellicer, quien tras experiencias en su país había fundado en Montevideo la revista *Caras y Caretas*, en 1890. Fue Bartolomé Mitre y Vedia quien pudo entrever el potencial de la revista con su excelente manejo del humor y de la imagen visual, a pesar de su insuficiente producción de contenidos de interés general, y sobre todo, de sus dificultades financieras, que serían superadas en la visión de Mitre con la introducción de un planteo empresarial propio de los magazines. La revista presentaría inicialmente 36 páginas, contaría con temas variados y en su tapa presentaría un tema único, con una caricatura humorística multicolor cuyo sentido se completaba con un diálogo o comentario al pie, generalmente en verso. A lo largo de los primeros dos años de publicación, el cien por ciento de estas caricaturas de tapa fueron duros mandobles contra el presidente Roca y su gobierno. Los contenidos informativos y editoriales priorizaron los intereses partidarios y tomaron posición, pero gran parte del abrupto crecimiento en público fue en busca de los temas menos asociados a ello, incluyendo el disfrute del humor mordaz que expresaban las tapas, aunque no necesariamente con efectos de aumento de las simpatías opositoras por parte de los lectores.

Los medios de esta red se apoyaron mutuamente. *Caras y Caretas*, en su edición del 24 de junio decía de su colega Bourel:

“Un núcleo de importantes miembros del foro porteño y de personalidades sociales de alto valer, ha hecho una demostración de aprecio y de adhesión al Dr. Pedro Bourel, director de *El Nacional*, que tan valientemente ha emprendido una campaña moralizadora contra los malos elementos de la administración pública. La verdad es que la conducta del Dr. Bourel, cuyo retrato presentamos, es digna de aplauso, y que la ingrata tarea que se ha impuesto, es noble y patriótica” (*Caras y Caretas*, año II, N° 38, 24 de junio de 1899).

En la misma página, bajo el título “La enfermedad de Bartolito”, decía del ex director de *La Nación*: “Para *Caras y Caretas* esta no era la perspectiva de una desgracia así como se quiera, sino la amenaza de un verdadero golpe físico; porque fue el bizarro espíritu de Bartolito quien dio a esta empresa el más brillante impulso inicial – fue el prestigio de su nombre el primer traje de gala que vistió este periódico”.

La Prensa, por su parte, mantiene tanto su pertenencia al espacio mitrista de origen, pero conserva también esa autonomía construida en las dos décadas anteriores, en defensa de los intereses de sus propietarios, convertidos ahora en una de las familias más ricas de la ciudad. José C. Paz se prepara para

residir definitivamente en el país, y para ello construye tanto una enorme y moderna sede para el diario como un palacete opulento para su familia. El nuevo edificio de *La Prensa* se inaugura en 1898, e incluye máquinas de última generación. El edificio se encuentra frente a la sede del gobierno nacional, al comienzo de la recién creada Avenida de Mayo

La Prensa conserva matices de diferencia con respecto al resto del grupo de medios. El diario adopta un fuerte tono opositor mucho antes que *La Nación*, criticando incluso a *La Nación* por no acelerar la ruptura de los acuerdos con Pellegrini. No habrá tópico en el que no exista oposición, ni presión por intereses propios, intereses que incluyen un secreto a voces: los Paz desean fervientemente la candidatura presidencial de Ezequiel, proyecto que se demostrará inviable. *La Prensa* mantendrá, en los años siguientes, una línea sumamente regular en torno a tópicos históricamente defendidos: la preparación militar para la defensa del territorio nacional frente a amenazas extranjeras, la incorporación de sectores postergados, tanto étnicos (indios) como sociales (obreros, mujeres) a los beneficios de la educación, la participación en la economía y los derechos y deberes ciudadanos, etc.¹⁵

Durante 1898 José C. Paz y su hijo Ezequiel dotan a *La Prensa* de máquinas de última generación, en un edificio propio construido tras las expropiaciones motivadas por la creación de la Avenida de Mayo, que une las sedes del Poder Ejecutivo y Legislativo. Esta avenida había generado conflictos que debieron llegar a la Corte Suprema de Justicia, y dio lugar a escandalosas denuncias de corrupción. En el caso de *La Prensa*, que el autor del proyecto de la Avenida de Mayo fuese el entonces intendente Cané, asiduo colaborador de *La Prensa*, acrecentó rumores y acres comentarios. El edificio se ubicaba en el epicentro político y económico del país, y constituyó un punto clave de la vida urbana, con su belleza, su gigantesca biblioteca pública, sus consultorios médicos y jurídicos gratuitos, sus servicios de enseñanza y el propio diario. Ezequiel Paz heredó de su padre la dirección del diario poco después de esta gran inauguración. La frustración del proyecto presidencial de Ezequiel llevará al diario hacia una definitiva orientación empresarial, que transformará a *La Prensa* en uno de los más prestigiosos del mundo en idioma castellano.

En forma semejante, *La Nación* mantiene el perfil político opositor, pero una parte creciente del contenido del diario deja de centrarse en la lucha política frontal, continuando la apertura hacia una visión más orientada al mercado iniciada al asumir definitivamente Emilio Mitre y Vedia, en 1894, su dirección. El inesperado fallecimiento de Bartolomé Mitre y Vedia en abril de 1900 no modificará sustancialmente este proceso, aunque sí lo profundizará, aprovechando elementos de su éxito con *Caras* y *Caretas*: Se crean suplementos con motivo del cierre y comienzo de cada año, los cuales cuentan con

una producción de grabados –y desde 1902, fotograbados- material literario, informes científicos, artículos de costumbres y ensayos. Los suplementos habrán de ampliar su rol y –en 1901- se agregará a ellos la oferta de libros económicos conformando una colección denominada “Biblioteca La Nación”, de éxito masivo. El espacio asignado a la publicidad supera el tercio del espacio impreso. En la sección general, la información se diversifica, y el aumento de páginas de las tiradas (que pasará de un promedio de 8 a 16 durante el sexenio de Roca) se completa con una participación creciente de los tópicos no asociados directamente a la lucha política: prestigiosas colaboraciones extranjeras, notas de interés científico-pedagógico, folletines, telegramas noticiosos, información de interés social (espectáculos, homenajes, fiestas, etc.), a lo que se agregaban los distintos tipos de espacios pagos: avisos por palabras, avisos de remates agropecuarios e inmobiliarios, reclames propiamente dichos.

Algo análogo sucederá con *Caras y Caretas*: Al fallecimiento de Mitre y Vedia se agregará en 1903 el de Fray Mocho: la revista había perdido a dos de sus tres padres fundadores. Pellicer había deseado continuar la dirección cuando se trasladó de Montevideo a Buenos Aires, pero Mitre había optado por Fray Mocho, de quien conocía lealtades políticas y mejor manejo de la realidad local en comparación con el español. Entre otros argumentos, se había utilizado el hecho de que la nacionalidad de Pellicer sería contraproducente en medio del estallido de la guerra de Cuba, ante la cual el diario *La Nación* había tenido una posición pro independentista, en tanto que la dirección de Bartolito era vetada por temor a un potencial desprestigio del apellido dirigiendo un periódico de tapas burlescas. En 1903, Pellicer esperaba suceder a Fray Mocho. Pero Bartolomé Mitre (padre) optó por un miembro de su círculo de confianza, Carlos Correa Luna, quien dirigiría la revista en los años siguientes. Correa Luna integraba la Junta de Historia y Numismática Americana, y colaboraba con Mitre en una etapa en que – retirado de la disputa de cargos políticos- buscaba su lugar definitivo en la historia nacional, lugar reservado incluso por el Presidente Roca en el último tramo de su mandato, el de prócer.

En 1904 el crecimiento del mercado editorial había alcanzado un rango tal que los ejercicios de segmentación ensayados en los años anteriores comenzaron a cuajar, y nuevos actores de la industria aparecerán, más interesados en la detección de segmentos de mercado vacantes que en la concreción de logros políticos. El matrimonio Bourel-Allen dejó de publicar *El Nacional* tras el fallecimiento de Bartolomé Mitre y Vedia, pero continuó publicando *La Columna del Hogar* como revista independiente, primero semanal y luego –por varios años- en lujosa edición trimestral, y ensayando –junto a Francisco, hermano de Pedro Bourel- nuevas experiencias de publicaciones para el segmento infantil, mientras Pedro continuaba actuando en el periodismo y en la política argentina y uruguaya desde su bufete jurídico en La Plata. En 1904, la empresa Editorial Haynes se lanza al mercado con un magazine que

tendrá formidable éxito comercial: *El Hogar*. *Caras y Caretas*, por su parte, sufre una escisión impensable años atrás: El descontento de Pellicer con la elección de Correa Luna como nuevo director, lo lleva a retirarse de la revista junto con un grupo de integrantes de la misma, para crear un nuevo magazine con un planteo muy semejante a *Caras y Caretas* y que tendrá un éxito inmediato: *PBT*, revista que llevaba a su más extrema expresión la reducción de tamaño propia de los magazines: la mitad que su predecesora, aunque con igual número de páginas. En 1912, un nuevo conflicto interno, esta vez de orden laboral, prácticamente vaciará a *Caras y Caretas* con un retiro en masa de trabajadores para fundar *Fray Mocho*: el mercado había crecido lo suficiente como para brindar éxito a las tres experiencias simultáneamente. Lo mismo sucedía en el mundo de la prensa cotidiana: Nunca había habido tanta oferta de diarios, y sobre todo, de diarios de grandes tiradas y grandes ofertas para atraer público. Sin embargo, *La Nación* y *La Prensa* pudieron, en ese contexto, continuar su expansión.

De este modo, las dos familias pioneras del periodismo mitrista ven desdibujarse sus expectativas de poder político, mientras sus empresas inician su período de mayor esplendor en rendimiento económico y en prestigio. *La Nación* y *La Prensa* son grandes empresas que disputan el lugar de principales diarios en español, tanto en tirada como en tecnología, inversión, servicios, variedad y cantidad de contenidos. *Caras y Caretas* permanecerá vigente hasta fines de la década de 1930, abriendo en el país el nuevo mercado de revistas magazine. Los ensayos de publicaciones segmentadas realizados por los Bourel en décadas anteriores abrirán paso a las exitosas publicaciones que aprovecharán nuevos protagonistas editoriales como Haynes desde 1904, o Vigil, desde 1916.

La sostenibilidad económica de los medios del grupo aún a Mitre en esta etapa es notable, por ejemplo, en comparación con el diario *El País*, del vicepresidente Pellegrini. Producida la ruptura de Pellegrini con Roca en 1901, la crisis económica del diario fue inmediata:

“Los sueldos de los periodistas comenzaron a atrasarse o a pagarse parcialmente si la recaudación por publicidad lo permitía. Hubo que dejar el amplio edificio de la calle Florida y pasar de un lugar a otro (...) la suma de avisos estaba muy lejos de los primeros tiempos (...) el diario de Pellegrini se vio obligado a reducir la planta de personal permanente y diferir los pagos a los proveedores” (Mayochi, 2007: 33).

Las tiradas muestran entonces el enorme crecimiento de la industria gráfica: El diario *La Nación*, iniciado con poco más de mil suscriptores, había duplicado su nómina en pocos años, y logrado tiradas record desde 1875 cuando, tras el levantamiento de la clausura, había superado los diez mil ejemplares (10.700 el día 1° de marzo), volumen que logra sostener y llevar a un promedio de 18.000 en la década siguiente. Menos de quince años después, el 31 de diciembre 1889, superaba los veinte mil, según informaba el propio diario en esa fecha. Vuelve a duplicar su tirada en los quince años que le siguieron,

para ascender al asombroso volumen de cien mil ejemplares diarios tras la consolidación empresarial de 1909 y la reforma electoral de 1912, según informa La Guía Periodística Argentina de 1913.

El ascenso de *La Prensa* es aún más asombroso, con cifras semejantes en su crecimiento a lo largo del último cuarto del siglo XIX, pero alcanzando, en 1913, los 160.000 ejemplares diarios.

Y más aún lo es el de *Caras y Caretas*, iniciada en octubre de 1898 con una ambiciosa tirada de quince mil ejemplares, cifra que se cuadruplicaba al promediar el gobierno de Roca, superaba los ochenta mil ejemplares en 1904, y superaba en tirada al propio diario *La Nación* al año siguiente de la muerte de Bartolomé Mitre (tirada máxima en 1907: 106.000), manteniéndose por encima de los cien mil durante toda la década de 1910¹⁶.

Los cambios en la organización profesional son tan bruscos como los aumentos de tiradas. Los magazines (*El Hogar*, *Caras y Caretas*, *PBT*, etc.) han normalizado en la industria gráfica la narración fotográfica, el diseño de página y la armonización de publicidad y texto. Han profesionalizado, además, la labor periodística y la fotográfica, y han asumido claramente la segmentación como parte de la propuesta empresarial, y estos cambios impactan en la prensa diaria en la década siguiente. La profesionalización de escritores, fotógrafos, grabadores, tipógrafos y empresarios del sector se hará completa en el transcurso de una generación.

La cantidad, variedad e intensidad de los cambios en el lenguaje gráfico es impactante: Los avisos publicitarios se vuelven parte cotidiana del contenido de los periódicos, y poco a poco la inclusión pionera de avisos y texto en unidad visual en el marco en la puesta en página se torna normal y necesario. El precio de los avisos publicitarios crece a la par que se decuplican las tiradas, y con ello, crece también la presión sobre los grabadores de avisos para que ahorren espacio. Entre 1898 y 1904 numerosas empresas acrecientan el esfuerzo creativo puesto en sus avisos, que gozan de fácil visibilidad en la página por medio de creativos contrastes, afirmaciones sorprendentes o imágenes llamativas, pero su tamaño decrece rápidamente. Las novedosas campañas seriadas, o complementadas entre distintos medios gráficos y callejeros, iniciada tempranamente por el empresario Bagley en 1867, ahora apuestan a series cuyo efecto acumulativo no decrece por cambios de orden de publicación, o por interrupciones. Las series son “variaciones sobre un tema”, lo que permite su uso con mayor versatilidad, como lo demuestran con gran éxito los casos pioneros de cigarrillos París, cervecería Quilmes, jabón Cuticura, Tónico Apio de Paine, cinturones eléctricos del Dr. Sanders, el té Diamond, emulsión para la tos del Dr. Angier, jabón para el cabello Koko y otras (Ojeda, 2013). La marca es decisiva en la propuesta comercial de una empresa, y con ello, lo es la circulación publicitaria, habilitando así una nueva era en la

articulación entre política, medios y mercado. Para el momento en que la reforma electoral de 1912 cambia las reglas del juego electoral por la universalización del voto secreto y obligatorio, abriendo nuevas autonomías a la prensa en relación con las facciones, el crecimiento de ingresos por avisos era ya monumental. Mientras *Los Debates* de 1852, dirigido por Hortelano y Mitre, lograba resultados estimulantes con unos ingresos por avisos que cubrían el 13 por ciento de su facturación bruta, en 1913 el diario *La Prensa* ingresa un promedio de cuatro mil avisos por día, facturados en función de un público que supera largamente las doscientas mil personas por número, convirtiéndose así en una gran industria basada en la publicidad (Cfr. Hortelano, 1972; Moyano, 2008).

Buenos Aires se llena de reclames: inusuales carrozas en las calles, llamativas publicidades en marquillas de cigarrillos, sorteos y regalos que van desde productos gratuitos hasta viviendas, afiches callejeros, y por supuesto, avisos en diarios y revistas. Manuel Malagrida, empresario del cigarrillo llega a afirmar: “La reclame es todo (...) La publicidad ha de servir para avisar al público de una manera risueña, artística y original de los méritos de una marca” (Butera, 2012: 22). Avisos elaborados por grabadores que entregan los fotocromos listos para la imprenta, y que el diario o revista deberá insertar. Pronto los formatos visualmente armónicos que combinan imagen y texto, y realizados a varias columnas, comienzan a romper el tradicional formato vertical de los periódicos, y se plantea la necesidad de repensar la página como un plano de diseño visual, como si se tratase de una página de álbum o enciclopedia. Los nuevos magazines y los suplementos especiales de los diarios se pondrán a la vanguardia de este cambio.

Al promediar el segundo y último mandato de Roca, la pérdida de cohesión y de esperanzas de retorno al poder por parte de la otrora poderosa red mitrista contrasta con su formidable éxito comercial. Los Paz verán frustradas sus expectativas presidenciales, pero *La Prensa* se convierte en este período en el diario más vendido de Argentina. Los Mitre continuarán en la Política activa luego del fin del mandato de Roca, pero pocos años después, con el fallecimiento de Emilio Mitre, en 1909, el diario quedará -tres años después de la muerte de Bartolomé Mitre (p)- constituido definitivamente como una Sociedad Anónima, sellándose con esta operación, en forma definitiva, el fin del "puesto de combate". La opinión, la "tribuna de doctrina", seguirá presente en el diario, pero quirúrgicamente diferenciada de la información "objetiva", y organizada como "opinión periodística independiente", amparada en el derecho de los propietarios de una empresa periodística moderna. La muerte de Emilio Mitre, director desde 1894, ponía fin al último intento de colocar al periódico al servicio de candidaturas y puntos de vista partidarios de miembros de la familia, y esto fue aclarado apenas después de la despedida necrológica a su director fallecido: La Nación quedaba emancipada del antiguo Partido Nacional (Cfr. Sidicaro, 1993).

El argumento central del periódico había pasado de la acción política a vender público a sus anunciantes e información al público, núcleo de la industria cultural capitalista. Para ello, *La Nación* debía constituirse en una mercancía atractiva, moderna, eficaz. Hacia estos objetivos orientarán los diarios y revistas nacidos de las iniciativas mitristas todos sus esfuerzos, llegando a consolidarse *La Prensa*, *La Nación* y *Caras y Caretas* como como los diarios y revista más importantes de la Argentina durante muchas décadas más.

Bibliografía.

- Alonso, Paula: *Jardines Secretos, legitimaciones públicas. El partido Autonomista Nacional y la política argentina a fines del siglo XIX*. Edhasa, Buenos Aires, 2010
- Alonso, Paula: *Entre la Revolución y Las Urnas: Los Orígenes de la Unión Cívica Radical y la Política Argentina en Los Años Noventa*. Sudamericana y Universidad de San Andrés, Buenos Aires, 2008.
- Alonso, Paula: “La Tribuna Nacional y Sud-América: tensiones ideológicas en la construcción de la “Argentina moderna” en la década de 1880”. En: *Construcciones impresas*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2004.
- Butera, Alejandro: *Pioneros del Tabaco*. Bariloche, 2012.
- Chávez, Fermín: *José Hernández*. Plus Ultra, Buenos Aires, 1973.
- De Marco, Miguel Ángel: *Historia del periodismo argentino. Desde los orígenes hasta el centenario de Mayo*. Educa, Buenos Aires, 2006.
- Díaz, Laura: “Periodismo afro-argentino: una mirada exploratoria sobre publicaciones porteñas en el siglo XIX”. Tesis, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 2004.
- Halperin Donghi, Tulio: *José Hernández y sus mundos*. Sudamericana, Buenos Aires, 1985.
- Hortelano, Benito: *Memorias*. Eudeba, Buenos Aires, 1972
- La Nación: *La Nación, un siglo en sus columnas*. Buenos Aires, 1970.
- Mayochi, Enrique: *Carlos Pellegrini periodista*. Academia Nacional de Periodismo, Buenos Aires, 2007
- Mitre, Adolfo: *Mitre Periodista*. Museo Mitre, Buenos Aires, 1943.
- Moyano, Julio: *Prensa, modernidad y transición*. Universidad de Buenos Aires, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Buenos Aires, 2008.
- Ojeda, Alejandra: *De la arena faccional al reclame comercial: lenguajes y relaciones en el periodismo moderno argentino*. El caso del diario La Nación. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Seminario de Comunicación Visual Aplicada, 2009.
- Ojeda, Alejandra: “La transformación del rol de la publicidad en la prensa diaria argentina: nuevas relaciones y tensiones entre lenguaje visual, prensa y mercado (1894-1904)”. Publicación de las XIV Jornadas Interescuelas de Historia, Mendoza. Argentina, 2013.
- Rivera, Jorge: *El escritor y la Industria cultural*, Atuel, Buenos Aires, 1998.
- Romano, Eduardo: *Revolución en la lectura. El discurso periodístico-literario de las primeras revistas ilustradas rioplatenses*. Buenos Aires, El Calafate, 2005.
- Roger, Geraldine: “Transformaciones y relevos en el campo periodístico argentino de cambio de siglo (XIX-XX): de Don Quijote a Caras y Caretas”. En: *Orbis Tertius*, La Plata, 2005.
- Saitta, Sylvia: *Regueros de Tinta*. Sudamericana, Buenos Aires, 1998.
- Scobie, James: *La lucha por la consolidación de la nacionalidad argentina: 1852-1862*. Editorial Hachette, Buenos Aires, 1964.
- Sidicaro, Ricardo: *La política vista desde arriba: las ideas del diario La Nación 1909-1989*. Editorial Sudamericana, Buenos Aires, 1993.

Szir, Sandra: “Entre el arte y la cultura masiva: Las ilustraciones de la ficción literaria en Caras y Caretas (1898-1908)”. En: Malosetti Cosa, Laura y Gené, Marcela (Comp.) *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*. Edhasa, Buenos Aires, 2009.

Tell, Verónica: “Reproducción fotográfica e impresión fotomecánica: materialidad y apropiación de imágenes a fines del siglo XIX”. En: Malosetti Cosa, Laura y Gené, Marcela (Comp.) *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*. Edhasa, Buenos Aires, 2009.

Vázquez, Aníbal S.: *Periódicos y Periodistas de Entre Ríos*. Gobierno de Entre Ríos, Paraná, 1970.

Colecciones de periódicos consultadas:

La Nación Argentina (1862-1869)

La Nación (período 1870-1904)

La Prensa (período 1869-1904)

El Diario (período 1898-1904)

Caras y Caretas (período 1898-1909)

El Nacional (período 1898-1899)

¹ Si bien en los cuatro principales países protagonistas de la revolución técnica en la impresión, la fotografía y otras técnicas asociadas –Gran Bretaña, Francia, Alemania, Estados Unidos- ven desplegarse más tempranamente su aplicación en la prensa diaria (y poco después, en el novedoso mercado de magazines), la expansión del mercado mundial producida por la revolución industrial permite una rápida colocación de maquinarias de avanzada en países asociados al naciente modelo agroexportador, como es el caso de la Argentina, y a partir de ello, una rápida adaptación de modelos de negocio triunfantes en los países a la vanguardia de la industria. La reducción del tamaño de los pliegos se generaliza en el país quince años después de su irrupción en Estados Unidos, pero a comienzos del siglo XX las imitaciones de los cambios de estrategia o incorporaciones técnicas se producirá en muchos casos con una diferencia de meses. Los magazines masivos triunfan en Argentina una década después que en Estados Unidos (Caras y Caretas se funda en 1898); la aplicación de técnicas avanzadas de grabado y fotograbado se incorporan a las revistas ilustradas con menos de dos años de diferencia respecto de sus pares europeas, tanto tras los avances de comienzos de la década de 1880, como tras el salto tecnológico producido en 1894 en Francia y Estados Unidos, en tanto la inclusión de la imagen fotográfica en el diarismo se presenta con una diferencia apenas mayor (Cfr. Tell, 2009; Szir, 2009; Ojeda, 2009; Romano, 2005).

² Los rumores y comentarios sobre enriquecimiento ilícito habían arreciado a lo largo de la década de 1860, y han quedado plasmados en numerosas denuncias, escritos públicos y cartas privadas. Algunos de ellos, apuntan a la corrupción estatal en el sistema de proveedores del Estado para la guerra del Paraguay, incluyendo aspectos especialmente escandalosos como el robo de instrumental médico y sanitario. Los hombres del entorno más íntimo de Mitre son sistemáticamente señalados. Debe tomarse en cuenta, sin embargo, que la corrupción había afectado a todas las facciones, y las denuncias cruzadas –y en ocasiones magnificadas- eran parte cotidiana del arsenal pendolista del periodismo faccional. Por otra parte, varias fortunas habían crecido en un contexto de rápida valorización de tierras, propiedades urbanas y expansión del volumen de comercio. Este momento histórico aparece, en tal sentido, como una suerte de “acumulación originaria”, donde el manejo de los resortes del Estado asegura la consolidación de fuerza empresarial, y brinda a sus actores ventajas comparativas decisivas cuando el mercado sea el principal regulador de la industria periodística.

³ La carta estaba dirigida a su secretario y Director de La Nación Argentina Juan María Gutiérrez; fechada en Tuyu Cué, 28 de noviembre de 1867, fue publicada ex profeso en La Nación Argentina.

⁴ Sarmiento a Sarratea. Buenos Aires 17 de marzo de 1869. Archivo de la familia Sarratea Prats. Citado por F. Nieto del Río: “Cómo recordaba Sarmiento a Chile”, en El Mercurio. Artículo en la edición especial del centenario. Valparaíso. 12 de septiembre de 1927. Citado también por García Mellid, Atilio (1964, tomo II, pág. 283).

⁵ Talavera, Natalicio: “Crónica de la guerra”. Campamento de Paso Pucú, octubre 27 de 1866. Cartas publicadas en El Semanario (Asunción) N° 653. Citado por García Mellid (1964) en su tomo segundo, página 281 (La mención a Paso Pacú es una errata tipográfica, N. de los A.).

⁶ Mitre, Bartolomé, y Gómez, Juan Carlos: Polémica de la Triple Alianza. Correspondencia cambiada entre el General Mitre y el Dr. Juan Carlos Gómez. La Mañana, La Plata, 1897. Pág. 134-35. Por cierto, en esta polémica se utiliza todo el armamento formulario de la vieja prensa faccional: cada contendiente se ocupa de recordarle al otro deslealtades, intereses mezquinos en sus decisiones políticas, incluidas decisiones relativas a la guerra, o deudas de lealtad para con el otro, así como realizar la propia apología donde se es la persona ejemplar de humildad, decencia, amor al trabajo, valor, heroísmo, etc.

⁷ Citado en *La Nación, un siglo en sus columnas*, 1970, en la página 232. El libro, editado por el propio diario *La Nación*, indica que la cita corresponde al año 1970, pero no indica fecha. Adolfo Mitre, por su parte, había hecho referencia a una cita muy similar en *Los Debates* de 1857: “Es un hecho demostrado que el anuncio es el medio más poderoso de multiplicar las transacciones, y que todo dinero empleado en anuncios es como un capital puesto a interés que reeditúa cuatro veces el interés

corriente (...) la sección de avisos de un diario equivale a un bazar o una feria en que todo se encuentra, cruzándose la oferta y la demanda" (Mitre, A., 1943: 132).

⁸ Documentos oficiales, avisos e información comercial ya están separados desde mucho antes; literatura, revista de periódicos extranjeros y notas que hoy llamaríamos "sociales" lo hacen más recientemente; más reciente aún es la diferenciación del espacio para artículos doctrinarios muy generales referidos a las grandes líneas de construcción del Estado (educación, ferrocarril, inmigración, etc.). Cfr. Halperín Donghi, 1985; Moyano, 2008.

⁹ Rivera, Jorge: *El Escritor y la Industria Cultural*. Gutiérrez había alcanzado un éxito formidable con su publicación de "Juan Moreira" como folletín en el diario La Patria Argentina, entre 1879 y 1880.

¹⁰ Este tamaño –94 por 62 cm- fue, en efecto, el más amplio del mundo en impresión de diarios a lo largo de un período largo de publicación regular, en este caso, ocho años (1886-1893). Existieron, sin embargo, números extraordinarios y publicaciones por períodos breves que alcanzaron y aún superaron este enorme tamaño. Tal fue el caso del estadounidense *Illuminated Quadruple Constellation*, fundado en 1859, cuyas hojas alcanzaron... ¡118cm de ancho por 126 cm de alto! (Cfr. Ojeda, 2009). Estos pliegos megalómanos correspondieron al momento final de una tecnología de impresión que permitía más contenidos y avisos por medio de la ampliación de la superficie del pliego. La revolución tecnológica de las rotativas permitió pronto aumentar la cantidad de pliegos en las tiradas diarias sin atrasar la salida del diario, lo cual pronto permitió volver a tamaños más amigables para la lectura, manipulación y guardado de los diarios. Este lugar de "único en el mundo" fue reivindicado por *La Nación* como *probable*. Al despedir el gran pliego en un artículo titulado del "La Nación Grande", se indicaba: "Pero la gran página de La Nación, atípica en el periodismo argentino y tal vez en el universal, incorporada a la historia de un importantísimo período de nuestra vida nacional, tenía necesariamente que desaparecer, más temprano o más tarde, por grandes que fuesen sus títulos... (...) La mata, pues, a la gran página, su propio progreso, y surge en su lugar la que hoy sale a circulación y lleva estas líneas a los lectores (...) ganándose algún espacio sobre las cuatro páginas antiguas, en las ocho que las reemplazan, y pudiéndose agregar cuantas sean necesarias para atender debidamente las diarias exigencias de la publicidad" (*La Nación*, 1° de enero de 1894).

¹¹ Pero el diario comenzaría con sólo ocho páginas el 1° de Enero de 1894.

¹² No eran raros los artículos que –al informar cambios en los equipos- daban cuenta de estos avances técnicos: "... dando forma práctica a sus indicaciones que el constructor Marinoni, de París, ha llevado a cabo, después de un año de trabajo, la ejecución de estos instrumentos de la tipografía moderna (...) justamente con ellas hemos debido instalar, a ese efecto, un motor de gas de 2 cilindros, que es también una novedad en Buenos Aires y el mayor de su clase que existe en esta ciudad" (*La Nación*, 1° de junio de 1890).

¹³ El Diario, 11 de abril de 1898, año 17, N° 6092, pág. 2.

¹⁴ "Su enorme proliferación durante la década de 1890, había obligado a los periódicos a considerarlas con verdadera alarma, como fuertes competidoras en el interés de lectores y anunciantes. El éxito de revistas como *Munsey's* (1889), *McClure's* (1893), *Cosmopolitan* (1886), *Harpers Weekly*, *Leslie's*, *Puck*, *Life*, *Judge*, *The Verdict* (1898), se debía a su combinación de contenido misceláneo e ilustraciones y al bajo costo para el lector" (Rogers, 2005). Rogers refiere también un artículo publicado por Rubén Darío en *La Nación* en 1899: "Los Estados Unidos han enseñado al mundo la manera como se hace un magazine (...) los adelantos de la fotografía y el ansia de información (...) ponen a los ojos del público, junto al texto que los instruye, la visión de lo sucedido (...)" (*La Nación*, 20 de Junio de 1899).

¹⁵ Por ejemplo, el 26 de Abril de 1901, *La Prensa* no escatima términos para criticar la campaña al Chaco para someter a los últimos indios cimarrones: "La barbarie en el Chaco- Guerra de exterminio. Las tolдерías chaqueñas-escenas de horror. Cacería de seres humanos- El fracaso de la campaña".

¹⁶ *Caras y Caretas* provee constantemente los datos de sus tiradas en los sucesivos números. Con menos asiduidad, también lo hacen *La Prensa* y *La Nación*, que tienden a publicar datos de este tipo cada vez que se producen adelantos técnicos o mejoras sustanciales en las tiradas.