

Entre el Estado y las mieles del mercado

Por Alejandra Ojeda

Nacido al amparo del gobierno de Bartolomé Mitre en 1862, se reconvirtió ocho años después, ya con el nombre definitivo de *La Nación*, y pasó a ser un diario con diseño, publicidad y contenidos con una visión comercial.

La primera plana de un periódico es tanto la puerta de entrada como su presentación. Construida para atraer la mayor cantidad de público a primer golpe de vista, se juegan en ella los recursos más impactantes, dentro del estilo editorial de cada publicación.

Esta función de la primera plana se configuró en la Argentina a fines del siglo XIX, cuando los periódicos comenzaron a venderse en los escaparates de los kioscos y a competir con publicaciones ilustradas. En las décadas siguientes la prensa estadounidense fijó su impronta inaugurando una tapa cruzada por grandes e impactantes titulares, ilustraciones y recuadros.

Los cambios tecnológicos acumulados en la segunda mitad del siglo impactaron en la prensa diaria, cuadruplicando la cantidad de páginas por número, reduciendo el tiempo de impresión y ampliando exponencialmente la cantidad de ejemplares por tirada, con destino a un nuevo mercado lector ávido y en condiciones de consumir.

El aviso comercial, puesto en el centro de la escena como medio principal de financiamiento durante este mismo período, irrumpe en el sistema visual del diario, cuya configuración histórica provenía hasta entonces de la lógica letrada. Así, las publicidades cambian el aspecto de la página al generar puntos de atención, rompen el formato columna y fortalecen las dinámicas de materiales seriados (que había inaugurado el folletín) a partir de la irrupción de las primeras campañas publicitarias.

Las tres columnas

Durante siglos una página de periódico se parecía



La Nación - Imágenes - 22/23: El lugar de las fotos: 4 de septiembre de 1902.

mucho a la de un libro. El formato sábana con columnas de texto iniciado en el mundo anglosajón fue la norma en el siglo XIX, habilitando caminos divergentes entre el libro y el diario en cuanto a la organización visual de sus páginas. En la Argentina, el paso hacia las tres columnas, que se lleva a cabo entre 1820 y 1850, fue un momento clave de ese distanciamiento, que se da simultáneamente en la tapa y en el interior de las publicaciones, las cuales no siempre tenían en sus portadas un diseño demasiado diferente al resto de la publicación.

La primera página contenía información cuya importancia en relación con el conjunto era relativa: en algunos casos había información comercial, en otros la publicación de actos de gobierno,

en otros, los avisos por palabras. En su base, no era extraña la presencia del folletín, pero también podía este último hallarse en la parte inferior de otras hojas, sobre todo cuando cada número contenía más de un pliego de contenidos.

Los dos diarios más importantes de la Argentina durante el modelo agroexportador (y aún después, a lo largo del siglo XX), fueron sin dudas *La Nación* y *La Prensa*. Ambos se incubaron al amparo del gobierno de Mitre y reconvirtieron nombre, estructura societaria y financiamientos entre 1869 y 1870, fechas reconocidas de fundación. Nacían empresas periodísticas cuya clave principal no sería el presupuesto estatal, sino las grandes suscripciones y los avisos. En este contexto de transición y cambios, las tapas de *La Nación* experimentaron un proceso de definición tanto en la forma como en el contenido.

Reconversión sin aditamento

El antecesor de *La Nación* fue *La Nación Argentina*, fundado en 1862, voz no oficial del gobierno de Mitre, dirigida por su secretario. El paso hacia *La Nación* ha sido anunciado como un cambio radical en la función del periódico, describiendo a este momento como fundacional de una nueva forma de hacer prensa, ajustada a los principios del Estado y la prensa modernos. La fecha simbólica, el 4 de enero de 1870. En términos concretos, no habrá grandes modificaciones en el diario y su imagen, más allá del cambio del nombre del periódico. Por lo demás, continuaron los mismos redactores e impresores, incluso se mantuvo la correlación de números en el folletín, que permaneció a pesar del cambio.

Desde el punto de vista de su visualidad, desde 1870 y hasta mediados de la década de 1890, los principales elementos gráficos estaban dados por formas tipográficas, fundamentalmente el nombre del periódico, algunos títulos de secciones y unas pocas líneas que terminaban de organizar el espacio.

La tapa seguía siendo pensada desde una lógica letrada, donde la información inicial era leída en primer lugar, y el resto de los elementos se leía en un orden sucesivo, siguiendo el recorrido lineal de cada columna, en orden de lectura (derecha a izquierda).

En tal sentido, los títulos de las secciones, que empiezan a consolidarse y regularizarse hacia 1880, son una marca visual que comienza a organizar el material textual con una lógica distinta a la sucesión continua, y permite que el lector ingrese a la lectura de la tapa desde distintos lugares.

Uno de los primeros géneros que se destaca dentro de la primera página, por su estabilidad y ubicación, es el editorial, que durante muchas décadas del siglo XIX fue colocado en el inicio del recorrido de lectura (arriba a la izquierda, primera columna), y con la identificación de sección en la misma letra del nombre del periódico. En la medida en que, tras la derrota mitrista y la conciliación de 1878 el discurso político faccional comienza a ser desplazado por otro basado en el consenso para facilitar la venta de público a los anunciantes, el editorial pasa a la segunda página, y ocupan la página uno diversos avisos sobre espectáculos, fúnebres y clasificados. Eventualmente volverá a la primera plana en fechas patrias y otros momentos especiales.

Un segundo género que mantuvo su lugar destacado en la primera plana hasta finales del siglo XIX fue el folletín, espacio de divulgación literaria que se ubicaba en el último cuarto de la página, separado claramente del resto por una línea que cruzaba la totalidad de la página.

Este espacio fue uno de los primeros en incluir ilustraciones, y en muchos periódicos europeos estaba diseñado para ser cortado y encuadernado. En el caso de los folletines de *La Nación*, esta función de "libro por entregas" no estaba plenamente organizada,

publicándose en muchas ocasiones dos folletines diferentes impresos, uno en anverso y el otro en reverso, con lo que se perdía la posibilidad de encuadernarlos o se perdía la regularidad de publicación continua.

La identidad

Entre tanto, el logotipo con el nombre del periódico ocupa un lugar estable y destacado. Este elemento recién adquiere su configuración gráfica definitiva en 1873; hasta entonces se modificaba cada vez que la imprenta del diario cambiaba su repertorio de tipos. Recién en esa fecha empezó a considerarse importante mantener el encabezado estable en términos de forma, no sólo de contenido.

El 1° de septiembre de 1894, año de muchos cambios técnicos, de gestión y dirección para el periódico, *La Nación* modificó radicalmente el orden de aparición de sus secciones, artículos y avisos: la primera página pasó a estar ocupada por la cartelera de espectáculos, los avisos fúnebres y clasificados, criterio que se mantuvo hasta las primeras décadas del siglo XX.

Estas secciones no poseían ilustraciones y presentaban un diseño monótono que se mantendría hasta principios del siglo XX. Excepcionalmente, la primera plana se poblará de imágenes en aquellas ocasiones en que la familia Mitre quería impulsar algún proyecto o tema particular, como es el caso de la construcción del cementerio de la Chacarita.

Esta inclusión de imágenes estaría determinada no solamente por la voluntad editorial, sino porque su elaboración fuese posible. En 1894, encontramos muchos grabados en el periódico, debido al paso efímero de un artista plástico llamado Malharro, quien unos meses después partía a Francia a completar sus estudios. Para este tipo de notas, además, era posible encontrar fotografías de archivo desde las cuales elaborar las imágenes dibujadas, pues era habitual que el Estado documentara fotográficamente las obras públicas que se iban realizando en la ciudad. Aún no había fotograbados en los diarios y sólo comenzaban a verse en las revistas.

Esta práctica de elaboración de ilustraciones a partir de la copia de fotografías, que por incompatibilidades técnicas no se incorporaron a los diarios hasta 1901, generará la irrupción de la perspectiva fotográfica, preparando el terreno para el cambio visual que tendrá lugar en el primer cuarto del siglo XX. Desde comienzos del nuevo siglo la ilustración llegaba para quedarse definitivamente. ♦

Las publicidades cambian el aspecto de la página, generan puntos de atención, rompen el formato columna y fortalecen las dinámicas de materiales seriados.