



En el Río de la Plata

También en América latina el nacimiento de la prensa estuvo ligado, a comienzos del siglo XIX, a los movimientos independentistas. El primer periódico rioplatense posterior al virreinato e inspirado en el modelo de la prensa revolucionaria de Francia, fue la *Gazeta de Buenos Ayres*, que sobrevivió a su fundador, Mariano Moreno unos diez años. Aquel periódico es un buen ejemplo de este modelo de prensa, escrita por intelectuales, dirigida a una élite de pares y animada por los ideales revolucionarios.

La ciudad de Buenos contaba con una imprenta que había pertenecido a los jesuitas expulsados cuando se creó el Virreinato del Río de la Plata y en 1801 se publicó el primer periódico, *El Telégrafo Mercantil*, en el que escribieron varios futuros miembros de la Primera Junta.

Después de la *Gazeta*, surgieron varios periódicos que reflejaron las divisiones políticas de la clase dirigente, incluso la lucha entre unitarios y federales.

El público lector de Buenos Aires era una elite ilustrada que leía en inglés y francés. Un inventario de la Biblioteca de Buenos Aires realizado en 1822 contabilizó más de doce mil volúmenes, de los cuales más del 70% estaba escrito en otra lengua.

En 1824 apareció *La Lira Argentina*, que –curiosidades de la época– recogía poemas argentinos, pero era editada en Francia. Hacia 1826 en Buenos Aires había cuatro imprentas que producían libros y cinco librerías y hacia 1855, diez imprentas y once librerías. Los tiempos de Rosas trajeron a don Pedro de Angelis y su colección de textos clásicos argentinos, algunos incluso con imágenes. Paradójicamente, Rosas no censuró ni prohibió la circulación de libros firmados por sus opositores.

Algunos diarios nacidos después de Caseros perduran hasta el día de hoy: *La Capital*, el diario de Rosario más longevo en la actualidad; *La Nación*, *La Prensa*, *The Buenos Aires Herald*, el periódico de la colectividad británica. De las publicaciones periódicas sobresale *Caras y Caretas*, la revista de sátira política que dirigía Fray Mocho.

La apertura del país a la inmigración y la política educativa dirigida desde el Estado ampliaron mucho el público lector, a la vez que la aparición de la litografía y la introducción de prensas rotativas permitían que se cubrieran las nuevas necesidades de consumo de información.

La prensa comenzó a ampliar su público y al mismo tiempo a cambiar su estilo: los diarios que eran directamente partidarios comenzaron a moderar sus pasiones políticas –intentando ser más “objetivos”– y a incluir contenidos más ligados al entretenimiento, a la crónica de costumbres o noticias de interés general. Comenzaron a convocar a públicos menos interesados en lo estrictamente político.

Al mismo tiempo, se comenzó a incluir en las páginas de los diarios avisos publicitarios y a buscar maneras más agresivas de llegar a un público masivo.

Los avisadores se sentían atraídos, ya que las páginas del periódico eran el camino para hacer conocer sus productos a gran cantidad de lectores.

Los diarios comenzaron por entonces a venderse en las calles y así apareció la figura del “canillita” o “gacetero” –como lo llaman en Tucumán– encargado de la distribución. Los contenidos se renovaron con novelas por entregas (folletines), para asegurarse la continuidad de la lectura. También aparecieron las ilustraciones, que daban dramatismo a las noticias, y cobraron relevancia las secciones de deportes, las noticias policiales y otras innovaciones como el humor gráfico, hasta entonces relegado a la prensa de fin de semana o las revistas ilustradas.

Diarios, publicaciones periódicas, folletines y novelas por entregas (con el género gauchesco como uno de los más populares) proliferaron en las primeras décadas del siglo XX, a medida que un nuevo público se integraba a la vida ciudadana y ocupaba

los suburbios. Aparecieron revistas para públicos segmentados (los productos de la editorial de la familia Vigil: *Billiken*, *Para Ti*, *El Gáfico*, entre otros). El primer diario de corte popular, *Crítica*, llegó a tirar trescientos mil ejemplares.

Más información sobre *El pibe amarillo* en:

<http://www.historieteca.com.ar/Historia/decada10.htm>

Los medios gráficos y la sociedad

Tan relacionados están los medios de comunicación con las sociedades en las que se enmarcan que unos y otras se modifican y condicionan mutuamente. Vemos algunos ejemplos de esos cambios:

- **Técnicos:** desde el surgimiento de la imprenta de Gutenberg, alrededor del año 1450, el abaratamiento del papel y la mejora del transporte y el correo hasta la invención de las rotativas, la fotografía, el litografiado que hicieron masivos los medios de comunicación.
- **Económicos:** la expansión de la producción de mercancías, el nacimiento de las Bolsas y el desarrollo del comercio exigían nuevas formas de comunicación y transporte.
- **Demográficos:** el aumento de la población urbana conformó un público que necesitaba consumir información para controlar la marcha de sus negocios, organizar su vida social y definir sus posiciones políticas.
- **Sociales:** el ascenso y consolidación de la clase burguesa, dedicada a la producción de manufacturas e independiente del modelo de producción feudal y también de las relaciones de vasallaje. Los cambios en las formas de trabajo hacen que por primera vez exista un público con tiempo libre para dedicar a los consumos culturales y al debate público, desarrollado en clubes y cafés.
- **Políticos:** la declinación del Antiguo Régimen (cuyo punto culminante fue la Revolución Francesa) determinó mayor participación popular en la política y más cantidad de información sobre asuntos de gobierno.
- **Religiosos:** la Reforma protestante y un paulatino declive de la autoridad eclesiástica que dieron lugar a una sociedad secularizada.
- **Culturales:** el movimiento intelectual conocido como Iluminismo, impulsaba un ideal de racionalidad e independencia de las ataduras religiosas en la ciencia, la filosofía, el pensamiento político y el debate social.
- **Educacionales:** la expansión de la alfabetización hizo posible que existiera un público de lectores que consumía literatura, noticias y artículos de opinión y, por supuesto, intelectuales y escritores profesionales que difundían sus obras y sus ideas, independientes tanto de los mecenas como del poder de Estado o de la Iglesia.

ACERCA DE

MAPA DEL CD

CÓMO USAR EL CD

CRÉDITOS