

Editorial Haynes y su pionero esquema *multimedia* de los años 30) consistiría en que tradicionales propietarios de medios gráficos amplían hoy su dominio informacional al campo de la radiotelefonía de amplitud y frecuencia modulada, la televisión abierta y por cable, la operación satelital y la producción papelera.

El replanteamiento de espacios y estrategias empresarias puede ser ejemplificado con unos pocos casos relevantes: *Clarín* lidera el proceso de concentración de medios con las masivas ediciones del diario, el Canal 13 de televisión, Radio Mitre, la radio de frecuencia modulada FM 100, la participación en la agencia Diarios y Noticias y una importante cuota societaria en la papelera Papel Prensa, de compleja historia. La Editorial Atlántida (Vigil) concentra un diversificado paquete de revistas (*Gente, El Gráfico, Para Ti, Chacra, Somos, Billiken*, etc.), el Canal 11 de televisión y las versiones AM y FM de Radio Continental. Eduardo Eurnekian, por su parte, pasó de la industria textil a ser propietario del diario *El Cronista*, de América Te Ve Canal 2 y de Radio América AM y FM, en tanto que Alejandro Romay carece de medios gráficos pero es dueño de Canal 9 Libertad, Buenos Aires Cable y Radio Libertad. Julio Ramos (diario *Ámbito Financiero*) y Ricardo García (las ediciones del diario *Crónica* más revistas sensacionalistas como *Esto y Flash*) no tienen por el momento medios electrónicos propios, pero el primero aspira al dilatadamente postergado Canal 4, a través de Teve Top, y el segundo mantiene juicio con El Carmen por la explotación de Canal 2. En los años 60, García amalgamaba el éxito periodístico de *Crónica* y la revista *Así* con la posesión de Canal 11, que tras las peripecias de la estatización pasaría en los últimos tiempos a manos de la familia Vigil. *La Nación*, copropietaria con *Clarín* y el Estado del paquete accionario de Papel Prensa, se ha movilizad recientemente para ocupar también el aire con una participación del 51% en Radiodifusora Del Plata (LS10).

La franja del periodismo de investigación —para muchos el único «serio» que se cultiva en la Argentina— tampoco es una novedad absoluta en la historia del periodismo local. Desde esa perspectiva, figuras como Roberto J. Payró, Raúl Scalabrini Ortiz, Rodolfo J. Walsh, Rogelio García Lupo y muchos otros, podrían ser citados como modelos de una línea de profesionalismo investigativo que trabajó con exhaustividad en diferentes momentos de la historia política, económica, social y cultural de la Argentina, sobre temas de interés crucial para la sociedad. Libros como *Operación Masacre, El caso Satanovsky* y *¿Quién mató a Rosendo?*, de Rodolfo J. Walsh, son tres clásicos del periodismo argentino de investigación de los años 50 al 70, y podría extenderse el concepto a la propia historia del periodismo mundial, por su rigor, su agudo posicionamiento analítico frente a los ma-

teriales y su nivel literario. Por mucho menos se ha otorgado más de un premio Pulitzer.

La apertura democrática y el sesgo complejo de la transmisión —las zonas grises de las administraciones de Alfonsín y Menem— han revitalizado las tradiciones de esta línea, que si no es enteramente original aporta, sin embargo, la novedad de un recambio generacional que retoma sus mejores tradiciones, si prescindimos de la cuota de oportunismo que se advierte en algunos protagonistas del fenómeno.

En un libro reciente —*Devórame otra vez* (1992)— el sociólogo Oscar Landi analiza incisivamente las operaciones llevadas a cabo por la televisión en nuestro mundo más inmediato, en una trama de relaciones y negociaciones que concluye por demostrar que algo existe si, y sólo si, atrae la atención televisiva. La casuística recortada por Landi prueba hasta qué punto, en un medio que tiende a configurarse como un espacio de espectacularidad continua, y como una amalgama ambigua de géneros, lenguajes y estéticas, el periodismo ha redefinido sus viejos perfiles autónomos y se ha introyectado en zonas que antes tenían, a su vez, su propia especificidad mediática, y de ahí el efecto de cruzamiento complejo y heterogéneo que provoca una narratividad visual en la que noticia, política, vivencia cotidiana y nueva logística perceptiva se implementan entre sí para dar una sensación de *Shopping* informativo con ofertas y demandas polivalentes. Los periodistas y los espacios periodísticos convencionales conviven y se mezclan, en este nuevo universo, con géneros ambiguos y con figuras del humor, como Tato Bores, Antonio Gasalla, Juana Molina o Enrique Pinti, en cuyos programas circulan desde la noticia y la opinión hasta la parodia o la crítica a los *tics* de los géneros periodísticos tradicionales y modernos.

Hasta hace algunas décadas los grandes diarios argentinos —como *La Nación* o *La Prensa*— eran mencionados ocasionalmente entre los más importantes del mundo, por su calidad periodística, su actualización gráfica y sus tirajes. Esta preeminencia parece haberse perdido en los últimos años, a pesar de la calidad comparativamente destacable de algunos medios. En una evaluación reciente sólo un diario latinoamericano —*O Estado de São Paulo* (Brasil)— logró ubicarse entre los veinte mejores del mundo.

John C. Merryll, una de las más destacadas autoridades en la materia, definía hace poco las características de la actual excelencia periodística, integrada desde su punto de vista por la orientación internacional del medio, su tono general serio, su buen caudal de información en áreas significativas, su enfoque racional, su preocupación humanístico-científica, su lenguaje culto y su presentación gráfica estéticamente armónica y equilibrada. Desde la particular perspectiva de Merryll el modelo del periodista de élite —un periodista capaz de suministrar información y opinión desde lo que

él denominaba como «concepto institucional» global exigiría un cúmulo de cualidades profesionales y personales que parecen haberse vuelto raras en el mundo de la prensa: capacidad técnica para lograr y procesar información inédita y confiable, veracidad, probidad ética e intelectual, independencia de criterio, buena formación general, capacidad analítica, estilo, creatividad, etc.

En el nuevo universo periodístico argentino esas cualidades no son precisamente desalentadas, y de hecho un plantel no escaso de viejos y nuevos periodistas se caracteriza por esos atributos, pero al propio tiempo se incorporan otras cuya implementación no siempre está al servicio de un concepto de excelencia como el señalado por Merryll: brillantez, disconformismo, irreverencia, ironía, desparpajo, simpatía, imprevisibilidad, inteligencia alerta, etc. La levedad oportunista y la improvisación irresponsable se agazapan a veces astutamente tras esa fachada de frescura e inteligencia, que parece llegada para oxigenar la tinta de los diarios y las imágenes de los tubos catódicos.

Jorge B. Rivera



Este país ha sido hecho, como dijera Antonio Machado, "golpe a golpe, verso a verso"



Creo que hemos hallado la forma, doctor, de que los políticos no vengan a golpear las puertas de los cuarteles

¿Cuál, General?

Pusimos timbre

