



**Caso: Cierre del Buenos Aires Herald, 140 años  
de historia (1876-2017)**

**Nombre:** María Laura Quintero

**Carrera:** Periodismo

**Legajo:** 0097859

**Docente:** Rosaura Audi

**Fecha:** 08 de mayo de 2020.

**Resumen:**

Este trabajo de investigación buscó determinar las causas que llevaron al cierre del Buenos Aires Herald, exponiendo aquellos factores que formaron parte de la crisis final. Para dar una visión global del caso, se hizo referencia a las etapas más importantes a las que estuvo sujeta el diario, respaldado por las conversaciones con los periodistas Sebastián Lacunza, Santiago del Carril y Federico Poore, tres ex miembros de su staff que fueron parte fundamental de su desarrollo en los últimos años. La investigación aludió a sus inicios, segmentación, públicos, cambio de dueño y las condiciones que llevaron a la decisión de convertirlo en semanario que eventualmente causó su cierre definitivo, semanas previas a cumplir sus 141 años de emisión.

**Palabras clave:**

Buenos Aires - Herald - Argentina – Medios – Periodismo

**CASO BUENOS AIRES HERALD 1876-2017****ÍNDICE**

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>4</b>
<b>-BUENOS AIRES HERALD, 140 AÑOS DE HISTORIA .....</b>	<b>10</b>
<b>-1976: HITO QUE MARCÓ AL PERIODISMO ARGENTINO .....</b>	<b>12</b>
- Denuncias y exilio.	
<b>-2007: GRUPO 23 .....</b>	<b>14</b>
- Nueva distribución del diario.	
- Pautas publicitarias.	
<b>-2015: GRUPO INDALO .....</b>	<b>15</b>
<b>-ADIÓS AL BUENOS AIRES HERALD .....</b>	<b>19</b>
- Versiones fúnebres del Herald	
- 140 aniversario	
<b>CONCLUSIÓN .....</b>	<b>31</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>34</b>

## Introducción

El 31 de julio del 2017, a tan solo seis semanas de cumplir 141 años de emisión como el único medio escrito en idioma inglés de Latinoamérica, el diario Buenos Aires Herald anunció, a través de sus redes sociales, que cerraba de manera definitiva.

La investigación tiene como principal objetivo determinar las razones por las que se produjo el cierre de un diario que fue una fuente de información para la población de habla inglesa en el país y que más adelante se convirtió en el único en atreverse a denunciar el terrorismo de Estado, desapariciones y violaciones de derechos humanos que vivió Argentina durante la dictadura cívico-militar entre 1976 y 1983.

El Buenos Aires Herald no dejó de reportar los sucesos que ocurrían a diario en las calles del país bajo la dirección de Robert Cox, periodista británico llegado a la Argentina en 1959. Cox (2017) afirma que aún recuerda esos años con orgullo pese a que todas las amenazas que recibió lo obligaron a salir del país, dejando todo en manos de su colega James Neilson.

Siempre me había preguntado cómo en Alemania los nazis pudieron asesinar a siete millones de personas sin que la sociedad hiciera nada. Tuve la respuesta en Argentina, la gente no quería saber lo que estaba pasando. Pero es ahí cuando el deber de un periodista es informar y es lo que hicimos. Y me siento orgulloso. (Cox, 2017)

Según el libro *La prensa ante el cambio de siglo* (Bezunartea et al.1992), la crisis de los años 70 desaceleró el ritmo agitado de los ingresos que los periódicos obtenían por medio de la publicidad, además significó un fuerte aumento de costos atribuido a la subida de materia prima y los salarios que derivan de la inflación, todo esto aunado a las dificultades de financiación por el encarecimiento de los tipos de interés, causando inestabilidad en las publicaciones impresas.

Martínez, J. (2010) definió este escenario de transformación donde se desarrollan los medios de comunicación como una revolución donde la prensa debe demostrar a los lectores la relevancia de su contenido y solo así podrían tener posibilidades de un futuro más estable.

Las razones que causaron el cierre del Buenos Aires Herald constituyeron el problema principal de la investigación, para entenderlo, fue necesario dar una mirada al contexto en el que se encontraba el diario antes del anuncio de su cierre.

Luego de pertenecer por más de cuatro décadas a la empresa multi-mediática Evening Post, el Buenos Aires Herald pasó a manos del empresario argentino Sergio Szpolski en 2007, posteriormente a Orlando Vignatti en 2008, para luego terminar como parte del Grupo Indalo de Cristóbal López desde febrero del 2015.

Después de 140 años como un diario matutino, la edición del 26 de octubre de 2016 publicó lo que sería su última tapa, titulado “*At the end of the day*”, donde el Buenos Aires Herald anunció, no solo que se convertiría en un semanario, sino el despido de 14 de sus miembros de redacción.

Menos de un año después de adoptar este nuevo formato, el 31 de Julio del 2017, los trabajadores del diario comunicaron a través de su cuenta oficial en la red social Twitter: “*El equipo del Herald ha sido informado de que el periódico cerrará*”. Y con esto, el Buenos Aires Herald se despidió de sus lectores de manera rotunda.

Este trabajo de investigación pretende exponer aquellos factores que formaron parte de la crisis que determinó el cierre del diario Buenos Aires Herald y evidenciar las dificultades que una serie de elementos externos pueden significar para el desarrollo de las ediciones impresas.

Reflexionar sobre el espacio que ocupó el Buenos Aires Herald en el país fue determinante para entender las amenazas que llevaron a la desaparición inminente del diario, noticia que recorrió el mundo entero e hizo eco a los demás medios de comunicación.

En Argentina, periodistas que formaron parte del equipo de redacción del Buenos Aires Herald, publicaron algunos textos donde mostraban su punto de vista sobre el caso. Artículos como “*Algo sobre el Buenos Aires Herald*” de Federico Poore y “*La honestidad del traductor*” de Marcelo García, describieron el viaje turbulento del diario en los últimos años.

La investigación analizará de manera cronológica el contexto histórico en el que se desarrolló el diario, desde la postura que tomó durante la época de dictadura de 1976, pasando por los tres cambios de directiva en 2007, 2008 y 2015 respectivamente, hasta su cierre en el 2017.

Para Martínez, J. (1997) la comunicación se define como “La transmisión a través de un canal, de un mensaje entre un emisor y un receptor mediante un código”. (P.129). Según Mercado Sáez, M. T. (2010) “La comunicación circula de forma instantánea, sin barreras geográficas, con contenidos de toda índole y múltiples fuentes de procedencia”.

De acuerdo con lo expresado en el Manual de Periodismo de Vicente Leñero y Carlos Marín, se puede definir como periodismo a toda forma de comunicación social a través de la cual se puedan dar a conocer hechos de interés público y puedan, a su vez, ser analizados por las partes (Leñero y Marín, 1986). Por la influencia que ejerce en la sociedad, el periodismo es también considerado como el cuarto poder.

Leñero y Marín (1986) afirman que “El periodismo resuelve de manera periódica, oportuna y verosímil la necesidad que tiene el hombre de saber que pasa en su ciudad, en su país, en el mundo, y que repercute en la vida personal y colectiva” (p.18).

Los medios de información tradicionales en los que se desarrolla el ejercicio periodístico son la radio, la televisión y la prensa. Como el objeto a investigar fue un diario es necesario describir esta última. De acuerdo con Leñero y Marín (1986) “La prensa es el medio periodístico tradicional y permanece en poder del público indefinidamente. Las publicaciones impresas pueden conservarse en una casa, en una biblioteca, en un archivero, en una hemeroteca para su consulta posterior, sin que se requiera la tecnología audiovisual que exigen los medios electrónicos” (p. 21).

Por otro lado, Dernisiano, N. (1987) se encargó de señalar las características específicas de los diarios como:

Su aparición es diaria, el material presentado es fundamentalmente escrito complementado con material gráfico; para su impresión se utiliza un papel característico ya sea en cuarto o en tamaño “tabloide” (octavo), con un número variable de páginas, divididas a veces con secciones dedicadas a temas determinados (p.19).

Dado a que años más tarde se anunció que el Buenos Aires Herald pasaría a ser un periódico semanal, es necesario acotar que este tipo de publicación examina y expande las noticias para ser emitidas en un solo día, muestra un resumen de los acontecimientos que ocurrieron durante la semana y en algunos casos un adelanto de aquello que está por venir.

Por último, se precisó conocer el significado de crisis institucional, como la define Rojas, O. (2005) en la revista Razón y Palabra "Es un acontecimiento extraordinario, o una serie de acontecimientos, que afecta de forma diversa a la integridad del producto, la reputación o a la estabilidad financiera de la organización".

De acuerdo con Arias, F. (1999) la metodología de la investigación se refiere a “la estrategia que adopta el investigador para responder al problema planteado” (p.30).

Esta investigación adopta una metodología descriptiva, según Tamayo y Tamayo, M. (2003) este tipo “comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes, grupos de personas o cosas, se conduce o funciona en presente” (p.35).

Por otro lado, es correlacional. Hernández, Fernández y Baptista (2006) explican que “la utilidad y el propósito principal de los estudios correlacionales son saber cómo se puede comportar un concepto o variable conociendo el comportamiento de otras variables relacionadas (p.60). En esta instancia se estableció una relación entre los nuevos métodos digitales de información con respecto a los tradicionales, se exploró la comunidad de habla inglesa en Argentina, los distintos cambios de políticas internas del diario, la falta de insumos, despidos del personal y el reparto de la pauta publicitaria oficial.

Como consecuencia de la implementación de los dos métodos anteriores, la investigación toma un nivel explicativo. Según Sampieri, R. (1998) este tipo “está dirigido a responder por las causas de los eventos y los fenómenos físicos o sociales... su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué situaciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables” (p.84). Para ellos se utilizaron los datos que fueron recolectados de las variables previamente descritas, con la finalidad de determinar de qué manera influenciaron a este fenómeno y causaron el abrupto final del diario.

Para dar una visión global del caso al que se hizo referencia, el trabajo de investigación se divide en 5 capítulos, respaldados por las conversaciones con los periodistas Sebastián



Lacunza, Santiago del Carril y Federico Poore, tres ex miembros de su staff que fueron parte fundamental de su desarrollo. El primero de estos capítulos, Buenos Aires Herald, 140 años de historia, aludió a los inicios del diario, su segmentación, misión y objetivos impuestos a la llegada de los diarios en inglés a Latinoamérica.

En el capítulo dos, 1976: Hito que marcó al periodismo argentino, se muestra el papel principal del diario en la época de la dictadura militar que vivió Argentina desde 1976 hasta 1983, donde actuó como el único medio que denunciaba las atrocidades que ocurrían durante la época que dejó miles de desaparecidos.

El capítulo tres, 2007: Grupo 23, analiza los cambios en la nueva distribución del diario y las pautas publicitarias luego de que el Buenos Aires Herald pasara por primera vez de compañías extranjeras a manos argentinas. A su vez, hace referencia a la posesión del diario por parte del empresario Orlando Vignatti a tan solo un año de haber sido adquirido por el grupo de Sergio Szpolski y los eventos que llevaron a tomar la decisión de dicho cambio.

El capítulo cinco, 2015: Grupo Indalo, determina las causas por las que Cristóbal López decidió incluir al Buenos Aires Herald como parte del Grupo Indalo y los acontecimientos previos a la decisión de convertirlo en un semanario.

El último capítulo Adiós al Buenos Aires Herald, describe las especulaciones que se hicieron a través del último año del diario acerca de su cierre precipitado, la celebración de su 140 aniversario y las condiciones que llevaron a su cierre, semanas previas a cumplir sus 141 años de emisión.

## Desarrollo

### **Buenos Aires Herald, 140 años de historia**

El 15 de septiembre de 1876 el inmigrante de origen escocés William Cathcart fundó un periódico en la ciudad de Buenos Aires bajo el nombre de “The Buenos Ayres Herald”. Esta publicación tenía una particularidad: estaba completamente escrita en inglés y consistía en una hoja con anuncios en la portada y una contraportada que contenía, en su mayoría, información detallada de la entrada y salida de embarcaciones en la ciudad.

Durante ese periodo gobernaba Nicolás Avellaneda. Su obra principal fue promover la inmigración europea hacia el Río de la Plata, buscando aprovechar las grandes extensiones de tierra y ofreciendo un contexto socioeconómico favorable en contraste con la crisis en la que se encontraba sumergida Europa. Así se preparaba el país para ser influenciado por una próspera comunidad británica que se acercaba hacia la capital. Esa normativa se conoce hoy como la “Ley de Avellaneda”.

A raíz de ese creciente número de inmigrantes, que ya se habían instalado en todo el territorio argentino, se fundó este periódico y pese a que sus primeros números parecían no ser muy prometedores y algo desorganizados, en poco tiempo logró convertirse en un referente de la comunidad angloparlante, no solo en Argentina sino en el resto de los países de habla hispana por ser el primer periódico semanal escrito íntegramente en inglés, marcando un hito en la comunicación.

A poco más de un año de la creación del BAH, su fundador decidió venderlo, pasándole la propiedad a un joven comerciante estadounidense llamado D.W. Lowe, quien decidió

transformarlo en un diario con un vuelco más hacia lo político, dándole un lugar más prestigioso y convirtiéndolo en un medio que valía la pena ser escuchado.

Gracias a la inquietud política de quien ahora era dueño del diario, se volvió uno de los principales medios convocados a cubrir los actos de mayor importancia en el país, como la Campaña al Desierto de Julio Argentino Rocca en 1879 donde un periodista tuvo la oportunidad de integrar la comitiva en calidad de corresponsal. A su vez, Lowe tuvo una participación destacada en asuntos internos, mediando en un acuerdo sobre límites marítimos entre Argentina y Chile en 1878 y la serie de negociaciones en 1880 por la federalización de la ciudad-puerto de Buenos Aires.

El diario se caracterizó por tener una mutabilidad de mando constante. Durante los momentos previos a la Primera Guerra Mundial tomó las riendas Thomas Bell, dándole un giro más discreto y serio volcándose hacia el rubro de los negocios. En 1913 Hugh Lancelot Lyal fue el sucesor, convirtiéndose en director y editor, logrando posicionar al Herald como un sostén para aquellas familias anglo-argentinas, en especial los egresados de los exclusivos colegios británicos que decidieron cruzar el Atlántico durante la guerra para defender a sus países de origen, alistándose en la trinchera de Francia.

Para aquellos padres, esposas, hijos, hermanos y demás familiares que se quedaron en el país, el Herald se convirtió en su fuente primaria de información que respondía a las urgencias acorde a las circunstancias que se vivían en el mundo durante ese momento.

En 1925, la dirección pasó a manos de los hermanos Jenius y Claude Rugeroni que, junto al regreso de Lyal, consolidaron al Herald como un favorito de la comunidad triplicando el volumen de sus ventas. En esta etapa llegó un nuevo editor, Norman Ingrey, dedicado a

compartir con una mirada crítica los acontecimientos locales y quién logró definir los parámetros del medio para las décadas siguientes.

El Buenos Aires Herald pasó algunos años sin mucho sobresalto, aunque durante los 40 y con Perón en el poder transitó por algunos momentos desafiantes, no fue hasta la inestabilidad que se produjo tras los golpes de Estado lo que deparó un mayor compromiso para brindarle a la población un periodismo mucho más efectivo.

En 1968, el diario fue adquirido por la compañía norteamericana The Evening Post Publishing Company, quienes decidieron colocar a Robert Cox, un joven redactor británico, como el director del Herald. Según Cox, el cambio de dueños y la lealtad de los lectores permitió que la redacción siguiera creciendo, dejando una tirada de aproximadamente veinte mil ejemplares.

En 1974, tras la muerte del General Perón, se potenció un contexto de mucha inestabilidad que fundó la necesidad de plantear una reorganización. Fue en esa época que llegó el 'Proceso', la alineación de la prensa argentina con la Junta Militar que pactó el silencio de la denuncia de todas las atrocidades que se vivían en el país.

### **1976: Hito que marcó al periodismo argentino**

El 24 de marzo de 1976 se produjo el autodenominado “Proceso de Reorganización Nacional”. Jorge Rafael Videla encabezó un golpe de Estado y tomó el poder político de la Nación, concibiendo a la prensa como un sector estratégico para la propaganda militar.

Durante esa jornada se dio a conocer el comunicado No. 19 de la Junta de Comandantes en Jefe de las Fuerzas Armadas, anunciando la pena de reclusión perpetua para aquellos ciudadanos que se expresaran contra el nuevo gobierno de facto.

Se comunica a la población que la Junta de Comandantes Generales ha resuelto que sea reprimido con la pena de reclusión por tiempo indeterminado el que por cualquier medio difundiere, divulgare o propagare comunicados o imágenes provenientes o atribuidas a asociaciones ilícitas o personas o grupos notoriamente dedicados a actividades subversivas o al terrorismo. Será reprimido con reclusión de hasta diez años, el que por cualquier medio difundiere, divulgare o propagare noticias, comunicados o imágenes, con el propósito de perturbar, perjudicar o desprestigiar las actividades de las Fuerzas Armadas, de Seguridad o Policiales. (1976, Diario La Opinión).

La censura que vino luego del golpe militar se impuso ante la mayoría de los medios gráficos en búsqueda de que cumplieran las máximas órdenes y limitaran el tipo de información que impartían, convirtiéndolos en voceros de las Fuerzas Armadas.

Como contraparte, apareció la postura del director del Buenos Aires Herald, Robert Cox, quien publicó los casos de aquellos familiares de personas desaparecidas que habían presentado una denuncia ante la Justicia. La redacción se encontraba a metros de la Plaza de Mayo y no pasó mucho tiempo hasta que empezaron a reunirse las madres de las víctimas para ir a las oficinas del diario y denunciar los secuestros de sus hijos e hijas.

Cox manejaría caso por caso con enorme habilidad. La visita de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos fue una ocasión para que el periodista expusiera en la tapa del diario rostro y nombre de desaparecidos, método que sirvió para salvar vidas. En otros casos, en acuerdo con los familiares, primó la prudencia, cuando la difusión de una detención podría acelerar el asesinato. (Lacunza, 2017. La Vanguardia Digital).

En ese momento, el diario dejó de ser un medio dedicado a informar a la comunidad británica, para ser uno que denunciaba las violaciones a los derechos humanos cometidos por el gobierno.

Los años más gloriosos del Buenos Aires Herald fueron cuando este periódico habló en contra de la violencia y, lo que es más importante, denunció la violencia de izquierda y derecha que estaba destrozando a Argentina. También fueron los años más desgarradores porque en vano el Herald advirtió a la nación sobre la tragedia que se desarrollaba a principios de la década de 1970 y luego trató de despertar al pueblo argentino al oculto horror de la política de exterminio de la dictadura militar y su aceptación de la tortura y crueldad obscena. (Cox, R. 2011, Buenos Aires Herald).

Durante el mes de abril de 1977, luego de que las Madres de Plaza de Mayo hicieran su aparición pública, Cox se atrevió a asistir a sus marchas convirtiéndose en su interlocutor. En 1978 las páginas del Herald se mezclaban entre la emoción del Mundial de fútbol y las denuncias sobre las desapariciones, incluso el 13 de junio de 1978, publicó en su tapa la desaparición de Julián Delgado, director de El Cronista Comercial y de la revista Mercado quien desapareció a tan solo tres días del inicio del torneo.

Mi tía es una de las personas desaparecidas. Cuando lo hizo, mi abuelo empezó a tratar de difundir lo que estaba pasando en Argentina durante la dictadura. Él mantenía comunicación con Robert Cox, en algunas ocasiones le daba información o viceversa, incluso trataba de publicar cosas él mismo, Cox tenía mucha presión del gobierno militar y aunque una parte de los reportajes salía a la luz, no todos eran difundidos. (Del Carril, S. Comunicación personal. 2019).

La mirada del diario sobre la situación en la que se encontraba Argentina produjo la represión de Robert Cox por parte de las Fuerzas Armadas del país en dos oportunidades, siendo liberado por presión internacional y el reconocimiento que el diario tenía en el exterior que llevó a países como Inglaterra, Francia y Estados Unidos a intervenir enseguida.

Finalmente tuvimos que salir del país, después de muchas amenazas [...] Tuve que separarme de mi familia porque yo era un peligro para ellos[...] Después regresé y nos quedamos seis meses más hasta que le enviaron una carta a mi hijo Peter, de 11 años, amenazándonos de muerte a todos. Ahí tomamos la decisión de irnos. Tuvimos que exiliarnos en Europa, pero siempre quisimos volver en cuanto los militares llamaran a elecciones. Más tarde nos instalamos en North Carolina. (Cox, R. 2017, Agencia de noticias Ciencias de la Comunicación UBA).

### **2007: Grupo 23**

Durante esos años, el Buenos Aires Herald permaneció en el plano empresarial en manos de empresas extranjeras, hasta que en 2007 el empresario Sergio Szpolski compró el diario a la compañía estadounidense Evening Post Publishing. A partir de ese momento el diario se convirtió en parte de Grupo 23 de origen argentino, con dueños fuertemente asociados con el gobierno kirchnerista entre 2003 y 2015. Este periodo fue conocido como la ‘Década K’, que financió el diario con los ingresos de las pautas publicitarias del estado.

Szpolski obtuvo el diario en 2007 para comprar un edificio que pertenecía a los dueños anteriores del Buenos Aires Herald. Más adelante vendió ese edificio, se llevó ese dinero y vendió el diario, todo esto por negocio. Es importante ver que lo usaban para sus propios intereses y ganar dinero de eso, no para hacerlo mejor sino para dejarlo de lado en vez de reinvertir. No se daban cuenta de lo que tenían. (Del Carril, S. Comunicación personal. 2019).

Tan solo un año más tarde y siguiendo el patrón constante de cambio de dueño, el diario pasó a manos del empresario Orlando Vignatti de la editorial AmFin S.A, que poco tiempo antes había obtenido el diario *Ámbito Financiero*.

La etiqueta sobre el diario K estuvo principalmente originada en una mera traslación desde la opinión predominante en torno a los sucesivos propietarios [...] hacia la línea editorial, o en algún gráfico sobre reparto de la pauta publicitaria (que en lo que me consta, no varió demasiado de CFK a Macri, mientras se mantuvo desde 2013 en cero para el resto de los gobiernos locales). (Lacunza, S. 2017 Revista Anfibia).

### **2015: Grupo Indalo**

El 1ro de mayo del 2013 fue elegido como el nuevo director del Buenos Aires Herald el periodista Sebastián Lacunza, que había trabajado desde el año 2000 en el diario *Ámbito Financiero* haciendo política internacional y quién permaneció en esa posición hasta el cierre del diario el 31 de julio de 2017.

Yo trabajé desde el año 2000 en *Ámbito Financiero* que es un diario económico financiero en su momento muy importante. Hacía política internacional, coberturas en el exterior, edición de noticias internacionales, viajé bastante por América Latina, por Europa, cubriendo ediciones presidenciales, conflictos sociales, problemas internacionales, la elección de Obama, la elección del Papa. En el año 2009 *Ámbito Financiero* recibe el *Buenos Aires Herald* como parte de pago de una deuda, de parte de Spolzki que era un empresario que lo tuvo un año nada más, económicamente vinculado con el gobierno de Cristina Kirchner y ahí estuvo un director que falleció, después estuvo a cargo Carolina Barros, entre 2010 o 2011 hasta 2013. Cuando Carolina se va me ofrecen el puesto a mí creo que por dos motivos fundamentales, porque yo era un periodista especializado en internacionales y porque había editado un suplemento en *Ámbito Financiero* de fin de semana de ideas y entrevistas, con más profundidad, ahí empecé en la dirección del *Herald*. (Lacunza, S. Comunicación personal. 2019).

La época donde Carolina Barros ejerció como directora fue una etapa en la que se consideró al *Buenos Aires Herald* como un diario que mantenía una postura de centro derecha. De acuerdo con Del Carril (Comunicación personal, 2019), durante esa época casos como la crisis en Venezuela eran muy tratados y criticados, así como el Kirchnerismo.

Aún cuando la directiva pasó a manos de Lacunza y a su visión izquierdista, el cambio dió lugar a que los redactores sintieran más libertad de buscar sus propios temas, investigarlos y firmar su contenido. Del Carril (Comunicación personal, 2019) señala que la verdadera limitación era el presupuesto destinado al diario por parte de sus dueños.

Era difícil escribir notas propias en la época de Carolina Barros y era más difícil firmarlas, tenías que trabajar para tener derecho de piso o una columna, era diferente. Cuando llegó Sebastián vino con la idea de transformar el diario, la empresa decidió darle un poco más de presupuesto con el que contrató a 3 o 4 periodistas jóvenes con un gran empuje que fue muy importante para cambiar el diario enfocado en la sección de locales. En ese momento la consigna fue escribir lo que quisiéramos que estuviera sustentado con una buena investigación, una nota de verdad, pero teníamos la libertad de investigar y firmar el contenido. Para mí fue bueno el cambio, pero al mismo tiempo era más exigente, trabajábamos full tratando de hacer notas bien desarrolladas, pero al mismo tiempo no te están pagando extra, el mérito es importante pero no había un pago acorde. (Del Carril, S. Comunicación personal. 2019).

En 2015, Orlando Vignatti vendió el 60% de la editorial AmFin al Grupo Indalo de Cristóbal López, en esa transacción, tanto el *Buenos Aires Herald* como *Ámbito Financiero* pasaron a ser



parte de ese nuevo grupo. En ese traslado también se llevaron consigo 30 periodistas en su redacción, la mayor de un diario inglés en América Latina (Alfie, A. 2017).

Lacunza, (Comunicación personal, 2019) comentó que, a diferencia de los rumores, no hubo en realidad una alteración en las pautas editoriales durante esos últimos cambios de dueño.

Yo tuve una gran libertad editorial, incluso para tratar temas que se supone conflictivos para Indalo porque también tenía mucho vínculo económico con el gobierno de Cristina, al poco tiempo cambió el gobierno, Indalo estuvo desde marzo del 2015 y el cambio fue en diciembre. [...] diría que yo tuve una libertad bastante infrecuente, incluso para informar los problemas judiciales de los dueños. Lo que sí hubo fue mucha desatención, no les daban su máximo apoyo. (Lacunza, S. Comunicación personal, 2019).

El periodista Poore, F. (Comunicación personal, 2019), aseguró que en líneas generales, específicamente en el periodo 2013-2015, se sintió con mucha libertad para proponer temas, reunirse con fuentes, tener una agenda propia y publicar notas que le parecían interesantes o importantes. Aunque señaló que el principal limitante durante el tiempo que pasó allí fue el de las condiciones de trabajo y la falta de personal requerido para publicar un diario en inglés como corresponde, afirmó que el desembarco de Indalo generó una baja en la calidad de la información generada ya que de un día al otro los temas y el abordaje de los mismos dejaron de estar en un cien por ciento a cargo del propio equipo del Herald.

Cuando ingresé al Herald el diario formaba parte de Grupo Ámbito-Editorial Amfin SA que agrupaba a Ámbito Financiero, El Buenos Aires Herald y el diario El Ciudadano de Rosario, propiedad del empresario Orlando Vignatti. Dos años más tarde, en febrero de 2015, el grupo fue comprado por el Grupo Indalo de Cristóbal López y Fabián de Sousa. La semana de la adquisición mantuvimos una reunión ampliada entre todos los periodistas y administrativos de Ámbito y el Herald junto con Francisco "Paco" Mármol, quien asumía como director de contenidos del Grupo, en la que se nos aseguró que el objetivo de la compra no era cerrar ningún medio. Más allá de eso, y al poco tiempo del desembarco de la nueva conducción, comenzaron a llegar algunas notas "de arriba" que había que traducir o publicar, para malestar de todo el equipo de redacción, compuesto

por periodistas profesionales. Se comenzó a publicar más "en tándem" con lo que daban otros medios del Grupo Indalo, lo que llevaba a ciertos problemas en las rutinas productivas. En junio de 2015 hice públicos mis reclamos por pautas que llegaban de arriba para dar informes del conductor Roberto Navarro de dudosa calidad periodística traducidos al inglés. No hablo de casos de censura directa sino de una línea editorial del grupo sobre determinados temas que en ocasiones se daba de narices con la información que manejábamos nosotros como periodistas del Herald. Fueron condiciones desalentadoras que contribuyeron a mi cansancio para con el trabajo que estaba realizando. (Poore, F. Comunicación personal. 2019).

El 26 de octubre de 2016, el Herald anunció que se convertiría en semanario, informando a su vez, la desvinculación de 14 de los 21 miembros que conformaban su redacción. Su última edición como diario se tituló '*At the end of the day*' que se tradujo al español como 'El final de un diario'.

Es con una tristeza indescriptible que imprimimos nuestra última edición hoy como el único diario inglés en América Latina, terminando el Buenos Aires Herald de 140 años. Hemos recorrido un largo camino desde nuestros humildes comienzos como una sola hoja y muchas cosas han cambiado. El Herald ha estado enfrentando dificultades por un tiempo y aunque nuestra encarnación futura ha sido pintada como un nuevo desafío y una oferta emocionante para el mercado, sería una tontería negar que un cambio tan dramático tiene un costo enorme, o que también refleja una industria de medios en crisis. Por un lado, los medios impresos están sufriendo en todo el mundo. Los periódicos enfrentan reducciones en el personal y los recursos y una cirugía mayor a medida que los lectores cambian y migran a los medios digitales, reduciendo drásticamente la circulación y los ingresos publicitarios. Por otro lado, gran parte del público, especialmente los más jóvenes, está leyendo o viendo las noticias en sus teléfonos inteligentes o computadoras, a menudo a través de las redes sociales y, lo más importante, de forma gratuita. Este es un fenómeno mundial, pero es especialmente cierto en el panorama de los medios argentinos este año, donde las modificaciones a la publicidad pagada por el gobierno, su distribución y la recesión están exacerbando los cambios a un ritmo rápido. Los sindicatos estiman que hasta 2000 periodistas pueden perder sus empleos en el país en 2016, un número asombroso que dañará enormemente a la profesión. (Buenos Aires Herald, 2016).

A partir de ese momento y con el despido del 70% de su personal, el Buenos Aires Herald pasó a editarse solo los viernes. Según Lacunza (Comunicación personal, 2019), durante todo el 2016, el diario tuvo un recorte de recursos abrupto y sin renovación de personal, 21

personas eran consideradas muy pocas para una edición diaria y más adelante fue complejo tener solo 5 personas en la redacción incluso para un semanario.

Para ser un semanario en inglés es muy poco, es algo difícil de entender a veces para otras redacciones porque hay diarios en el interior de Argentina que tienen 20 personas, ahora, es muy distinto cubrir a un país en el que se habla en castellano cuando redactas en inglés. [...] debes tener a alguien con capacidad de traducir las declaraciones y a su vez alguien que lo corrija porque mucha gente por más que sepa muy bien inglés tiene inconvenientes. Nosotros hemos tenido un personal con formación en inglés universitario y aun así tiene que ser editado. Ahí te diría que fue algo muy duro, muy traumático desde el punto de vista humano. Después siguió como semanario con el escepticismo mío y de todos los redactores de que en cualquier momento podía cerrar, se habían desentendido. Lo que siempre tuve como premisa, tanto como cuando era diario como cuando era semanario, es que nosotros teníamos que preservar la calidad. (Lacunza, S. Comunicación personal, 2019).

### **Adiós al Buenos Aires Herald**

El 15 de septiembre del 2016, el cuarto diario más antiguo de la Argentina, publicó una edición especial por motivo de sus 140 años. En su tapa se leía la frase ‘Challenging Times’, traducido como ‘Tiempos desafiantes’, un número con mucho peso a nivel internacional y que de alguna manera reflejaba a un diario en declive que intentaba protegerse.

Casi era el mensaje de la redacción para los dueños y para todo el mundo. [...] escribieron el ex canciller de Cristina Kirchner, María Eugenia Vidal, Gabriela Michetti, Estela de Carlotto, todo el movimiento de derechos humanos, Myriam Bregman, ese número era muy representativo de lo que el Herald es porque escribían distintas generaciones incluyendo el arco político y de cada uno, el que yo consideraba el representante más sano. Entonces tenías a la vicepresidenta, a la gobernadora, pero también tenías a un ex canciller de Cristina, después al referente del Hospital Británico, a la Universidad de San Andrés, a todo aquel que tuviera culturalmente que ver con el diario. (Lacunza, S. Comunicación personal, 2019).

En la edición también participó la titular de las Abuelas de Plaza de Mayo, los ex directores del diario Robert Cox y Andrew Graham-Yoll; el embajador estadounidense, Noah Mamet, y los jefes editoriales de ese momento, Sebastián Lacunza, Michael Soltys, Martín

Gambarotta y James Grainger. De acuerdo con Lacunza (Comunicación personal, 2019), para quien tenía la postura editorial del Buenos Aires Herald no fue difícil convocar a todas las personas que participaron en el número aniversario, todo eso gracias al lugar simbólico que representa el diario para el público argentino, la que atribuye en gran parte a la gesta de derechos humanos.

El Herald después de Cox y después de algunos años de los 80 sobre el tema de derechos humanos se desentendió bastante y si el diario estaba vivo, si tiene un lugar simbólico por la gesta de derechos humanos no podía olvidarse de eso, no había forma, lo hice una vez que asumí, porque para mí eso también era esencial. Tener o preservar a los columnistas liberales, conservadores, tenía que ocupar un lugar significativo y central en el diario ahora, no nos olvidemos de lo otro, porque además es una agenda que se renueva, no era solo acordarse de los desaparecidos, era acordarse de la violencia policial, de cuando linchan a alguien por la calle por un robo, del movimiento feminista, para mí eso debía tener un lugar preponderante. (Lacunza, S. comunicación personal, 2019).

De acuerdo con Del Carril (Comunicación personal, 2019), la edición aniversario del diario fue muy exigente para todo el equipo, tenía como iniciativa hacer algo excelente a nivel periodístico, pero en lo personal sólo esperaban una edición que pudiese salvar al Herald.

La edición por los 140 años fue muy exigente, todos en la redacción trabajamos incansablemente, Sebastián también tenía la idea de que si la edición salía bien se podría salvar el diario, así que todos trataron de sacar algo bueno, había mucha presión. Fue difícil pero salió algo lindo de eso, no puedo negar que hubo peleas, discusiones y estrés, con tanta historia podías hacer ediciones interesantísimas y eso es lo mejor que tenía el Herald. Cuando falleció Andrew Graham-Yooll, que fue editor del diario, sacaron una edición en su memoria, es increíble porque también aprendés sobre la historia y cómo está conectado al presente, era algo muy especial y eso es lo que tenía el Herald, aquella historia increíble del pasado. (Del Carril, S. Comunicación personal. 2019).

Definir al público que tuvo el Buenos Aires Herald es interesante y complejo, el diario creció y se desarrolló en sus orígenes como el de la comunidad inglesa de fines del siglo XIX y principios del siglo XX. Ese lector envejeció mucho cuando el idioma primario dejó de ser el inglés con las nuevas generaciones de hijos y nietos que hablaban español, reduciendo el grupo

de tal manera que constituye una de las principales razones del cierre de muchos diarios de habla inglesa en América Latina.

Si hay que definir públicos para saltarnos algunas etapas e irnos hasta la última década más o menos, eran públicos variados, reducidos, e incluso a veces con intereses muy disímiles porque estaba la comunidad inglesa que continuaba muy avanzada en edad, yo atendí hasta la última semana del Herald a señoras que llamaban para preguntarme por el crucigrama, entonces tenías a ese grupo con mucha comunidad que era para mí muy desafiante atenderlo porque yo no tenía contacto con ese grupo y a su vez los periodistas del Herald no tenían contacto porque eran más jóvenes. [...] estaba el grupo educativo en términos globales, los institutos de inglés, los colegios, estaba el grupo de la élite económica, las empresas con intereses afines de afuera del exterior y de Argentina que querían leer noticias en inglés. Estaba el grupo intelectual, estaba también el que heredó de derechos humanos, yo creo que ese grupo no era lector cotidiano, pero sí era un lector que iba a buscar el abordaje del Herald, [...] y después yo diría las embajadas, que son un grupo muy estable, muy consolidado que recibía al Herald todos los días. Para algunas embajadas era el primer diario porque les resumía, porque en lugar de leer 6 leían 1 en el idioma que ellos consideran más amigable. (Lacunza, S. Comunicación personal, 2019).

El Buenos Aires Herald tenía un problema de mercado que estaba marcado inicialmente por la reducción de su público núcleo, además, la repartición de la comunidad inglesa en el Gran Buenos Aires y Zona Sur hacía más difícil que se distribuyera de manera correcta el diario a todas las zonas de la ciudad, sin embargo el director del diario Lacunza (Comunicación personal, 2019), define a sus lectores como la fortaleza asociada al Herald que no se rendía en el punto de vista de mantener su calidad periodística, un diario que dejó una impronta de que, por lo menos en sus últimos años, le dio un lugar a la diversidad.

Una segunda etapa se inauguró cuando la dirección pasó a manos de Sebastián Lacunza. La sección “Locales”, como se llamaba en el Herald a la suma de política, economía, sociedad y policiales, pasó a ser el área con mayor cantidad de periodistas. Junto a los redactores que contrató Lacunza se procuró hacer verdadero periodismo: investigar, ir al lugar de los hechos, hablar con los protagonistas de la noticia. Ciertamente el panorama era más auspicioso, pero no perfecto. La mirada editorial que se le dio al diario tenía un claro sesgo kirchnerista, en un momento donde no era sencillo mantenerse ajeno a la grieta. [...] El Buenos Aires Herald construyó su reputación gracias al trabajo de su staff. Guardo los mejores recuerdos de mis compañeros, todos profesionales de gran nivel, y

siento un enorme orgullo por estar en las páginas de uno de los diarios más importantes de la historia de los medios en el país. (Lynch, B Medium, 2017).

El Herald fue un diario presumiblemente conservador que tuvo su hito durante la época de la dictadura, más adelante continuó con la impronta de diferentes ideologías, pero las versiones fúnebres del diario no tardaron en asomarse atribuyéndolo a ser un 'diario K' por las vinculaciones públicas de Sergio Szpolski, Orlando Vignatti y Cristóbal López con el gobierno anterior.

Yo soy una persona de centro de izquierda democrática y tuvo mi impronta, ahora, los columnistas que yo tenía eran en general más de derecha, pero también había alguno de izquierda porque yo pensaba que era una obligación del Herald. Después hay un montón de oportunidades en las que nosotros decíamos temas más cruciales, Malvinas, Nisman, Macri, Cristina, tenías una opinión y al lado otra que decía todo lo contrario, las dos en tapa y eso en la prensa argentina no pasa. (Lacunza, S. Comunicación personal, 2019).

De acuerdo con Federico Poore (2017), editor de la sección política del diario hasta un poco antes de su cierre, aquellos que afirmaban que existía un kirchnerismo puro en las páginas del Herald verdaderamente no se tomaron el tiempo para leerlo, reforzando que estuvo prácticamente editado por sus trabajadores, definiéndolo como un diario de centroizquierda que tuvo siempre como agenda saliente la defensa de los derechos humanos.

Al menos entre 2013-2016, el período que pasé en su redacción [...] no sólo editó la mejor nota sobre el nieto de Estela de Carlotto, sino también el Gendarme Carancho de Berni, un reportaje a Belén desde la cárcel en Tucumán o críticas a las dudosas credenciales democráticas de los ministros de Seguridad del entonces gobernador Daniel Scioli. Recuerdo, además, que el medio le dio aire como prácticamente ningún otro a las denuncias contra César Milani. Sintomático de esto es que su última tapa (la que ni sus propios trabajadores sabían que iba a ser la última) critica "el punto de no regreso" del régimen de Nicolás Maduro. ¿Más ejemplos del inexistente ultrakirchnerismo del Herald? Este cronista cubrió críticamente hasta el cansancio el doble estándar del titular del AFSCA, Martín Sabbatella, que vetaba el plan de Clarín mientras aprobaba el de Telefónica. Se desenmascaró a Scioli porque en 2014 su jefe de Gabinete dijo que había docentes

que cobraban 44 mil pesos, algo que, demostramos, era falso, lo mismo cuando la provincia de Buenos Aires intentó ocultar la cifra de muertos por las inundaciones. También se cubrió críticamente la distribución de la publicidad oficial, tanto en el gobierno nacional encabezado por Cristina Fernández de Kirchner como en el de Mauricio Macri, por entonces jefe de gobierno porteño. Pero lo más importante de todo es que el diario ni se inmutó cuando Jorge Capitanich levantó esta última nota (en la que revelamos que el multimedio mendocino del ex candidato del PRO Orly Terranova era el tercer grupo que más pauta había recibido por parte del gobierno porteño) o cuando Cristina Kirchner tuiteó contenta la tapa del Herald que analizaba la flojísima denuncia de Alberto Nisman. A los pocos días, tras la muerte del fiscal, una excelente columna de Marcelo J. García con mención en tapa llamaba a Capitanich mentiroso y a Cristina, "commentator-in-chief". (Poore, F. Algo sobre el Buenos Aires Herald, 2017).

Cuando en el mes de octubre el Grupo Indalo de Cristóbal López y Fabián de Sousa decidió que el Herald dejaría de ser un diario para convertirse en un semanario, el periodista y comunicador Marcelo J. García, responsable de la columna semanal 'Politics and the Press', pidió escribir una columna más en el que él consideró como el 'Primer número de despedida'.

La última columna tenía que hablar, obviamente, sobre el propio diario. Informar sobre uno mismo es tabú en el periodismo vernáculo; no tanto en otros lugares. Iba a escribir (escribí) que el diario había sido víctima doble (The Herald, twice a victim): primero de lo que cambia en el mundo (la tecnología) y segundo de lo que no cambia en el mundo (la desidia y el desmanejo). Contacté entonces a uno de los gerentes del Grupo a cargo del gerenciamiento del diario que ya no será diario, para incluir la voz oficial de la empresa en la última columna. ¿Cuál es la lógica detrás de la decisión? ¿Qué plan de negocios tienen? ¿Cómo imaginan el futuro? Esperaba la respuesta que recibí: "Derivo tu pedido" y que nunca más me contactaran. Lo que no esperaba es que esta persona no supiera quién era yo. No por mí, sino porque nunca habían leído el diario que gestionaban y para el que debían tener un plan. ¿Por qué comparto esta anécdota, que a simple vista es pequeña? Porque desmonta el argumento que siguió al anuncio más reciente del cierre final del diario: que el Herald, heroico durante la dictadura, se había convertido en un pasquín de propaganda política, en este caso kirchnerista. El Herald, cierto, quedó atrapado en la guerra mediática empresarial durante el segundo kirchnerismo. Después de cuatro décadas en manos de Evening Post, una empresa multi-mediática con base en Carolina del Sur, Estados Unidos, su destino terminó ligado a los empresarios satélites al poder mediático expansionista del kirchnerismo. Pero periodísticamente no fue peón de nadie. No podría haberlo sido: igual que muchos censores durante la dictadura, los gestores durante su última etapa de vida no lo leían. (García, M. La Honestidad del Traductor, Página 12, 2017).

De acuerdo con Sebastián Lacunza (Comunicación personal, 2019), los que difunden que la verdadera razón del cierre del diario fue la vinculación con el gobierno anterior, desconocían del todo el trabajo periodístico que realizaba el Herald, desde la tapa, hasta las historias, columnistas, staff y en muchos casos incluso el idioma. En cada edición, los periodistas, en especial aquellos que tenían tradición en el Herald, siempre iban a tener su espacio sin intervención alguna, por una cuestión de principios, todo esto siempre y cuando se procurara tener un enfoque periodístico que respetara incluir dentro de la nota distintas fuentes y puntos de vista que avalaran el hecho a destacar.

Sospecho que el principal motivo detrás del cierre fue el desinterés que Índalo tenía por el Herald, medio al que compró sin dudas porque venía en "paquete" con Ámbito Financiero. El Grupo Indalo nunca tuvo un proyecto (económico, periodístico) para el Herald, y en algún momento algún consultor habrá notado que ese producto "daba pérdidas" y se habrá ordenado su cierre, sin que a nadie se le haya ocurrido planear o consultar una estrategia de ventas del diario. En repetidas ocasiones dije que era posible y hasta deseable idear una estrategia de suscripciones y de venta de publicidad que incluyera el (nutrido) público bilingüe de la Argentina, escuelas privadas, cadenas de hoteles, aerolíneas, agencias de viaje, y los millones de turistas que visitan Buenos Aires cada año. Nada de eso estuvo en carpeta y los resultados están a la vista. (Poore, F. Comunicación personal. 2019).

A tan solo semanas de cumplir 141 años de emisión como el único medio escrito en idioma inglés de Latinoamérica, el 31 de julio del 2017 a través de sus redes sociales, el diario Buenos Aires Herald anunció de manera sorpresiva que cerraba definitivamente. Las reproducciones internacionales del cierre fueron inmensas contando la trayectoria de un diario de habla inglesa en un país del sur del mundo que, aunque era pequeño, dio la vuelta al mundo abriendo más incógnitas en cuanto al futuro de los medios tradicionales y los nuevos caminos que debía tomar la prensa para sobrevivir. El diario británico The Guardian, la agencia de noticias Reuters, el periódico The New York Times, fueron algunos de los medios que hicieron una necrológica del Herald y un tributo a sus casi 141 años de emisión.



En *Economist*, que es una revista conservadora británica de las más vendidas en el mundo y de élite, hicieron la necrológica del *Herald*. Ahí decía que en los últimos años adoptó una postura con mayor tendencia a la izquierda, pero no se dedicó a obedecer servilmente al gobierno de Cristina Kirchner, entonces en general las necrológicas del *Herald* del exterior eran para enorgullecerse, una revista conservadora lo expresa de esa manera, otros medios más progresistas o la agencia del Estado Mexicano, Notimex o todas las agencias de noticias. Después había una gran comunidad, un gran respeto de lectores que fue la que yo recibí de muchísima solidaridad, de agradecer que el *Herald* no había caído en la polarización informativa, de eso hubo mucho también. (Lacunza, S. Comunicación personal, 2019).

De acuerdo con Marcelo J. García (2017), la redacción siempre funcionó de manera relativamente autónoma, guiada por la impronta de quien estuviera a cargo. La redacción del *Herald* hasta el que sería el último día hizo lo que predicó durante más de medio siglo que fue intentar, con pocos recursos, pero de forma honesta y sincera, reflejar e interpretar la realidad de Argentina. Esto lo llevó a cabo usando su principal activo que fue el de combinar una mirada del extranjero con el conocimiento de los que él se refería como ‘insider porteño’.

Escribir sobre la realidad en un idioma extranjero margina en un sentido doble. Por un lado, otras palabras y otras estructuras mentales permiten ver cosas de manera diferente. Y por otro, la necesidad de traducir obliga a entender más a fondo, porque no hay traducción sin (intento de) comprensión del sentido último de lo que se tiene que traducir. El *Herald* vivió para traducir la realidad argentina para los de afuera, pero sobre todo para los de adentro. Salir a los kioscos cada día, durante casi 141 años, también fue en sí mismo un acto de heroísmo. (García, M. La honestidad del traductor, Página 12, 2017).

La mutación del diario hacia el terreno digital fue un espacio que quedó sin explorar. Si bien hubo en su momento una página web, no había el equipo suficiente, fondos o interés por parte de los dueños para su correcto desarrollo y mantenimiento, por lo que ganar nuevas audiencias con lo que pudo haber sido incluso una apuesta comercial, incluyendo nuevas temáticas e innovación, no prosperó.

Para mutar a lo digital necesitas algunos recursos económicos para hacer navegable la página, pero fue una decisión de la empresa, eran unos empresarios a los cuales no les interesaba, editorialmente no dependía de mí pero igualmente digo, más allá de que obviamente tiene que haber coherencia editorial haciendo un lenguaje digital, requería algún tipo de coordinación que nunca ocurrió. Si me decían Sebastián, vamos hacia acá,

necesito la mitad de tu redacción para encarar un proyecto digital yo estaba dispuesto a hacerlo, ante eso les hubiera dicho hagámoslo, que el Herald salga dos o tres veces por semana y nos volcamos a lo digital, yo lo entiendo eso, no me hubiera resistido caprichosamente porque hubiera sido absurdo. (Lacunza, S. Comunicación personal, 2019).

Según Brenda Lynch Wade (2017), redactora del diario, nunca hubo un intento de modernización del Buenos Aires Herald, afirma que en lugar de diseñar en conjunto una estrategia entre la redacción del diario impreso y la página web, ésta funcionaba más como una versión en inglés del diario *Ámbito Financiero*.

Los periodistas del Herald y quienes trabajaban para su versión página de internet casi no dialogaban. En los últimos tiempos se trató de cambiar esta dinámica, posteando los artículos de la versión papel, pero no fue suficiente. Federico Poore, uno de los periodistas que llegó de la mano de Lacunza, se preguntó en una nota escrita a propósito de esta triste noticia si para la reunión del G20 que se llevará a cabo en Argentina [...] no hubiera sido pertinente contar con una cobertura local y en inglés. (Lynch, B. Medium, 2017).

Según Lacunza (Comunicación personal, 2019), el Herald tenía un problema de mercado y debía desarrollar una política comercial inteligente, activa, volcada a la web. Señalaba que había espacio para eso y no se desarrolló porque no existía interés por parte de los actuales dueños que decidieron no apostar por ese lenguaje digital. Mantener ambas estructuras parecía ser la opción más viable al momento de anunciar que el diario pasaría a editarse en un formato de semanario, de esa manera la transición se hubiese dado en condiciones normales.

El Herald podemos decir que era para el exterior la voz del cono sur, un diario prestigioso, con agenda cultural, económica, diplomática, internacionales, en lo personal, había espacio para eso. La página nunca tuvo un desarrollo, o tuvo uno muy limitado, no dependía de mí porque ni yo intervenía en el abordaje literal de la página, la página dependía de *Ámbito*, entonces a veces ellos iban para un lado y yo para otro. Me pasó la mayoría de las veces porque yo no opinaba lo mismo en cuanto al abordaje editorial, cuáles eran los temas, para mí era el papel. Los recursos económicos, aunque fueran menguantes y erosionados estaban en el papel, la cantidad de periodistas estaban en el papel. (Lacunza, S. Comunicación personal, 2019).

Del Carril (Comunicación personal. 2019), afirmó que existieron grandes fallos estructurales y que nunca se hizo una inversión para que el Herald pudiese ser adaptado al mundo digital de forma óptima.

El diario tenía un editor y la web otro, no estaban conectados para nada, ellos tenían periodistas separados y no funciona así, fue la burocracia de la empresa que hizo que el diario realmente muriera, no tendría que haberlo hecho, era como un botín de guerra que fue ganado con la compra de algo, estaba ahí, arriba del edificio y no le prestaban atención, tampoco lo entendían porque no hablaban inglés, no veían el potencial de un diario de 140 años con el nombre que ganó durante los 70s, sólo lo usaban. Cuando cambia el gobierno y empiezan a cortar la pauta, congelar cuentas y poner presión sobre Cristobal López que fue el dueño de Ámbito y C5N parece que es lo que finalmente empuja el diario a que se cierre, estaban perdiendo dinero porque lo usaban también para ganar un poco de pauta. (Del Carril, S. Comunicación personal. 2019).

El periodista Poore, F (2017), se negó a catalogar la muerte del Buenos Aires Herald como un problema de mercado, razón que pertenece a muchas versiones que parecen deducir que el Grupo Indalo intentó marketinearlos sin obtener éxito. Expresó que desde la llegada del Grupo y posiblemente antes de esa etapa, los empresarios o administradores que tomaron el control del diario no tomaron como una obligación expandir su llegada a más público.

La desatención (por no decir el completo abandono) del área comercial con respecto al producto Herald, ya evidenciado en la era Vignatti, se volvió patente tras el desembarco del empresario del juego, pese a la promesa de Francisco "Paco" Mármol, hecha de manera presencial frente a todos los trabajadores de Ámbito Financiero y del Buenos Aires Herald, de que Indalo no venía "a cerrar medios" sino a "potenciarlos". Los hechos demuestran que López y De Sousa compraron un paquete de medios para invertir en algunos, como el canal de noticias C5N, y reventar o dejar morir a los demás. El Herald, se sabe, tuvo nula publicidad y enfrentó gravísimos problemas de distribución. Es mentira que se intentaron "diversas alternativas" para hacerlo viable. El Herald era lo que era por sus trabajadores, quienes en completa soledad -pese al destrato de la oficina de recursos humanos, los atrasos en los pagos, las computadoras con monitores CRT y el nulo presupuesto para viáticos- sacaron todos los días un diario en inglés de 24 páginas con apenas un puñado de periodistas. (Poore, F. Algo sobre el Buenos Aires Herald, 2017).

Del mismo modo, se cuestiona si no existe un mercado para un diario con este prestigio, un producto como el Herald en un país conocido por la cantidad de turistas, empresarios y estudiantes extranjeros que llegan todos los años.

[...] Me pregunto si no existe "mercado" para un medio de comunicación (impreso o digital) que le hable a los cinco millones setecientos mil turistas que llegan a la Argentina todos los años, a los argentinos que viven en el exterior, a las comunidades de negocios o a las más de cien embajadas instaladas en Buenos Aires, potenciado con un acuerdo con hoteles, grandes empresas, aerolíneas, centros de convenciones, colegios bilingües, institutos de inglés. Creo haber demostrado que si el país hoy no tiene quien lo narre en inglés no es porque no exista un mercado, sino porque los empresarios que tuvieron la oportunidad de explotar la valiosa marca del Buenos Aires Herald no hicieron otra cosa que ignorarla y maltratarla. (Poore, F. Algo sobre el Buenos Aires Herald, 2017).

Cuando se asomó la posibilidad de un cierre del Buenos Aires Herald, diferentes organizaciones y referentes de derechos humanos del país firmaron un comunicado que resaltaba el valor histórico del diario publicado el 11 de marzo del 2016.

Los abajo firmantes expresamos nuestro profundo rechazo al posible cierre de la edición impresa del Buenos Aires Herald, diario que desde hace décadas acompaña el reclamo de verdad y justicia. La ausencia de una voz como la del Herald, comprometida con la expansión de derechos y las garantías democráticas, sólo producirá un mayor empobrecimiento de la libertad de expresión e información. Expresamos un enérgico respaldo a los trabajadores del Buenos Aires Herald y demandamos a los dueños del medio y a las autoridades gubernamentales que actúen con la responsabilidad que implica el valor histórico y presente del diario. ("No al cierre del Buenos Aires Herald", 2016).

El comunicado recaudó centenares de firmas, entre ellas suscribieron las Abuelas de Plaza de Mayo, Adolfo Pérez Esquivel, Asamblea Permanente por los derechos humanos, Asociación de Ex Detenidos-Desaparecidos (ADDE), Claudia Piñeiro, Colectivo de Trabajadores de Prensa, Comisión por la memoria, la verdad y justicia, Chicha Mariani, Laura Conte y Vera Jarach. De acuerdo con el director del diario Sebastián Lacunza (2017), es la identidad de los firmantes la que da la pauta del respeto por un abordaje sobre derechos humanos que no reconoció límites.

Lacunza, (Comunicación personal, 2019), atribuye el cierre a una fallida política comercial por desinterés manifiesto de los dueños y un claro problema económico por el que atraviesa el país.

Es cierto que Argentina venía de años mediocres y entró en años malos, cierto derrumbe económico que hoy en día está en su máxima expresión. Ahora cuando dicen que Macri lo cerró, no fue así. Quién lo cerró fue el empresario que le bajó el pulgar a un diario que tenía 6 periodistas, que era muy barato. [...] Ahora, si me preguntas a mí, yo creo que los gobiernos deben tener algún tipo de subsidios, transparente, honesto, parejo, no como pasa en América Latina con gobiernos de todas las tendencias de: si coincides conmigo te lleno de subsidios, te pongo publicidad oficial, no coincides conmigo no te pongo publicidad, te pongo un impuesto para el papel. Eso es horrible, no puede ocurrir, eso es antidemocrático. Pero yo creo que los estados deben velar por la supervivencia de la prensa y eso [...] no iba a ocurrir, por lo menos con el Herald. (Lacunza, S. Comunicación personal, 2019).

La periodista Brenda Lynch (2017), afirmó que nunca llegó a conocer a Orlando Vignatti, quien le compró el diario a Sergio Szpolski en 2007, ni a Cristóbal López o a su socio Fabián de Souza, pero sintió desde el primer momento que el Buenos Aires Herald nunca fue tomado como prioridad.

El Buenos Aires Herald construyó su reputación gracias al trabajo de su staff. Guardo los mejores recuerdos de mis compañeros, todos profesionales de gran nivel, y siento un enorme orgullo por estar en las páginas de uno de los diarios más importantes de la historia de los medios en el país. A la vez que lamento profundamente que el diario haya caído en las manos de empresarios que lo dejaron morir. (Lynch, B. Medium, 2017).

Así, la última edición del Buenos Aires Herald será recordada por incluir la cobertura de la asamblea constituyente que se realizó en Venezuela, una nota sobre cómo sobrevivió Julio de Vido al intento de ser expulsado del Congreso, y una nota que analizaba las perspectivas de las próximas elecciones legislativas en el país. No solo dejó a sus fieles lectores sin su fuente de información primaria, sino a un grupo de personas y medios internacionales preguntándose sobre el futuro incierto de la prensa.

Prestigio simbólico tiene y mercado también, ahora, hay un montón de cuestiones administrativas y judiciales de la marca que a su vez requiere. [...] yo no niego los problemas por todo lo que ya nombré, crisis económica, electorado, entre otros, entonces hay dificultades. Se necesita alguien que encare el proyecto y que decida invertir algo para que el Herald vuelva, yo le veo claramente un lugar en el mercado, ahora, ¿Existe en esta Argentina de hoy un empresario dispuesto a apostar a un producto periodístico que tiene que reinventarse y encontrar a sus lectores? Creo que existe la posibilidad de la reinención, pero ¿Existe ese empresario? porque hasta ahora no ha aparecido. (Lacunza, S. Comunicación personal, 2019).

## **Conclusión:**

El objetivo principal de esta investigación se basó en determinar las razones que produjeron el cierre del Buenos Aires Herald, un diario que tras 141 años en circulación y luego de adoptar un nuevo formato semanal, cerró de manera definitiva.

Al abordar la investigación sobre las causas del cierre, es preciso destacar la historia que recorre sus páginas. Para los defensores de los derechos humanos, pilar importante en el prestigio que se le atribuyó a la redacción; y para todos y cada uno de los periodistas, columnistas, redactores, diseñadores gráficos, directores y colaboradores que día a día llevaban la tarea de hacer el diario, significó una representación de la voz de un país del cono sur en el mundo.

Lo explicado previamente quedó demostrado así cuando, después del anuncio de su cierre, medios internacionales como The New York Times, The Guardian, The Economist y BBC hicieron necrológicas del Herald homenajeando su destacado recorrido en 141 años de trayectoria y poniendo en cuestionamiento, no sólo el porcentaje de lectores que consumen información en inglés en América Latina, sino la negligencia de sus dueños.

A pesar de los recortes de personal, falta de recursos y descuido por parte del Grupo Indalo de Cristobal López, la redacción del diario, aun siendo un equipo bastante reducido, luchó por llevar un contenido de calidad y con principios a sus lectores. Para demostrar esto, fue necesario conocer el punto de vista de tres ex integrantes del equipo, el director del diario Sebastián Lacunza y los redactores Federico Poore y Santiago del Carril.

Reinventarse no fue prioridad en el caso del Buenos Aires Herald, tras un intento fallido, no se logró un soporte que permitiera que mutara hacia lo digital, ese terreno quedó sin

explorarse de manera óptima. Los integrantes de la redacción a los que se hizo referencia anteriormente, atribuyen la falta de interés, organización y personal, como los principales motivos para que se abandonaran los inicios de la página web que pudo haber significado incluso una nueva oportunidad de negocio.

El anuncio repentino de que el diario pasaría a editarse en formato semanal, fue descrito por Poore, F (Comunicación personal, 2019) como el principio del fin. Pese a que la mayoría de los comentarios relacionados al cierre de Herald estaban vinculados con componentes políticos, los propios miembros de la redacción afirman que nunca hubo un proyecto económico o periodístico para el Herald y que la razón de la compra por parte del Grupo Indalo se hizo específicamente porque venía en conjunto con la compra del diario *Ámbito Financiero*, por lo que es necesario destacar las declaraciones brindadas por sus propios redactores.

El Grupo Indalo nunca tuvo un proyecto (económico, periodístico) para el Herald, y en algún momento algún consultor habrá notado que ese producto "daba pérdidas" y se habrá ordenado su cierre, sin que a nadie se le haya ocurrido planear o consultar una estrategia de ventas del diario. En repetidas ocasiones dije que era posible y hasta deseable idear una estrategia de suscripciones y de venta de publicidad que incluyera el (nutrido) público bilingüe de la Argentina, escuelas privadas, cadenas de hoteles, aerolíneas, agencias de viaje, y los millones de turistas que visitan Buenos Aires cada año. Nada de eso estuvo en carpeta y los resultados están a la vista. (Poore, F. Comunicación personal. 2019).

[...] Fue la burocracia de la empresa que hizo que el diario realmente muriera, no tendría que haberlo hecho, era como un botín de guerra que fue ganado con la compra de algo, estaba ahí, arriba del edificio y no le prestaban atención, tampoco lo entendían porque no hablaban inglés, no veían el potencial de un diario de 140 años con el nombre que ganó durante los 70s, sólo lo usaban. (Del Carril, S. Comunicación personal. 2019).

Es cierto que Argentina venía de años mediocres y entró en años malos, cierto derrumbe económico que hoy en día está en su máxima expresión. Ahora cuando dicen que Macri lo cerró, no fue así. Quién lo cerró fue el empresario que le bajó el pulgar a un diario que tenía 6 periodistas, que era muy barato. [...] Ahora, si me preguntas a mí y yo creo que los gobiernos deben tener algún tipo de subsidios, transparente, honesto, parejo, no como pasa en América Latina con gobiernos de todas las tendencias de: si coincides conmigo te



llo de subsidios, te pongo publicidad oficial, no coincides conmigo no te pongo publicidad, te pongo un impuesto para el papel. Eso es horrible, no puede ocurrir, eso es antidemocrático. Pero yo creo que los estados deben velar por la supervivencia de la prensa y eso [...] no iba a ocurrir, por lo menos con el Herald. (Lacunza, S. Comunicación personal. 2019).

Se determinó que el Herald tuvo una serie de lectores leales que aún en sus últimos días llamaban al diario para sugerir temas o incluso discutir alguna publicación, todo era respondido por el director del diario Sebastián Lacunza que afirmó que sí existe un mercado para la información de calidad en inglés.

Un país como la Argentina y, en particular, una ciudad como Buenos Aires necesitan quien cuente sus vidas en inglés. Si el responsable del texto es además un diario con singular prestigio, mucho mejor. Pero sería tan inconducente negar que el Herald sufría acechanzas como renunciar al ingenio y a un proyecto de gestión serio para afrontar la crisis. (Lacunza, S. El Herald Cierre y Escarmiento, 2017).

Por los puntos descritos previamente en la investigación, es preciso concluir que la razón principal del cierre fue por falta de interés de los grupos a los que perteneció el diario durante sus últimos años, los problemas económicos del país, la dificultad de distribución y la reducción de su núcleo de lectores. Y corresponde plantearse nuevas interrogantes, ¿Un medio con tanto prestigio y mercado podría alguna vez reinventarse?, ¿Existirá algún empresario que esté dispuesto a apostar por el regreso del Buenos Aires Herald? ¿Qué hubiese pasado si migraba al terreno digital?

## Bibliografía:

- Bertoia L. *Buenos Aires Herald: El diario que contó el horror y la gloria*. Papelitos. Recuperado de <http://papelitos.com.ar/nota/buenos-aires-herald> (11/12/2019).
- Bezunartea, O., Canga, J., Coca, C., Díaz, A., Diezhandino, P., Iriarte, I.,...Urrutia, V. (1992) *La prensa ante el cambio de siglo*. Bilbao, España: Ediciones Deusto S.A.
- *Buenos Aires Herald cumple 140 años*. (2016). *Ámbito*. Recuperado de <https://www.ambito.com/edicion-impresa/buenos-aires-herald-cumple-140-anos-n3955054> (15/12/2019).
- Cué, C. (2017). *Cierra el 'Buenos Aires Herald', el único diario que denunció los desaparecidos en plena dictadura argentina*. *El País*. Recuperado de [https://elpais.com/internacional/2017/08/01/argentina/1501603072\\_902505.html](https://elpais.com/internacional/2017/08/01/argentina/1501603072_902505.html) (15/12/2019).
- García, M. (2017). *La honestidad del traductor*.Página 12. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/56814-la-honestidad-del-traductor> (12/10/2020).
- Graham-Yooll, A. (2016). *To know so little having lived through so much*. Buenos Aires Herald.
- *Grupo Indalo despide trabajadores de Buenos Aires Herald y lo convierte en semanario*. (2016). *La Izquierda diario*. Recuperado de <https://laizquierdadiario.cl/Grupo-Indalo-despide-trabajadores-de-Buenos-Aires-Herald-y-lo-convierte-en-semanario> (12/11/2019).
- Lacunza, S. (2017). *El Herald, cierre y escarmiento*. *Revista Anfibia*. Recuperado de <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/herald-cierre-escarmiento/>. ( 08/11/2018)
- Lacunza, S. (2017). *La dictadura según el Herald*. *La Vanguardia digital*. Recuperado de <http://www.lavanguardia.com.ar/index.php/2017/03/24/la-dictadura-segun-el-herald/> ( 09/11/2019).
- *La historia del Buenos Aires Herald y Robert Cox, en una película clave para comprender la dictadura argentina*. (2017). *Infobae*. Recuperado de <https://www.infobae.com/cultura/2017/11/30/la-historia-del-buenos-aires-herald-y-robert-cox-en-una-pelicula-clave-para-comprender-la-dictadura-argentina/> (15/11/2019).
- Leñero, V. y Marín, C. (1986). *Manual de periodismo*. México D.F, México: Grijalbo, S.A.

- Lynch, B. (2017). *Y un día, pararon las rotativas*. The Southern Cross. Recuperado de <https://medium.com/@thesoutherncross/y-un-d%C3%ADa-pararon-las-rotativas-b9141986638c> (20/11/2019).
  
- Martínez, M (2010). *La crisis de los grandes periódicos*. Recuperado de [https://www.infoamerica.org/icr/n02/martinez\\_molina.pdf](https://www.infoamerica.org/icr/n02/martinez_molina.pdf) (10/11/2018)
  
- Muñoz, O. (2017). *Buenos Aires Herald: La historia de un diario incómodo*. Diario BAE. Recuperado de <https://seniales.blogspot.com/2017/08/buenos-aires-herald-la-historia-de-un.html> (10/10/2019).
  
- *No al cierre del Herald (2016)*. Disponible en: <https://noalcierredelherald.blogspot.com/> (10/11/2019).
  
- Pingaud, D. y Poulet, B. (2006) Del poder de los medios de comunicación a la fragmentación de la escena pública. *Le Débat*. Recuperado de [https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/0603\\_PINGAUD\\_POULET\\_ESP-2.pdf](https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/0603_PINGAUD_POULET_ESP-2.pdf) (09/11/2018)
  
- Politi, D. (2017). *Argentine paper stood up to the generals but succumbed to market forces*. The New York Times. Recuperado de <http://www.nytimes.com/2017/08/27/world/americas/buenos-aires-herald-dictatorship.html> (09/11/2018)
  
- Poore, F. (2017). *Algo sobre el Buenos Aires Herald*. Disponible en: <http://fedebillie.blogspot.com/2017/08/buenos-aires-herald-1876-2017.html>
  
- Quesada, C. (2017). *“Los grandes medios tiene que explicar por qué no cumplieron con su deber de informar*. ANccom. Recuperado de <http://anccom.sociales.uba.ar/2017/12/26/los-grandes-medios-explicar-no-cumplieron-deber-informar/> (20/12/2019)
  
- Rojas, O. (2005). La comunicación en momentos de crisis. Revista Razón y Palabra. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n30/orojas.html> (08/11/2018)
  
- Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, M. (1998). *Metodología de la investigación*. México D.F, México: McGraw-Hill.

- Tamayo y Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica*. México D.F, México: Limusa, S.A.