

Boom

Juan Martín Gómez (IECH/ UNR-CONICET)

La revista *Boom* se publicó en la ciudad de Rosario entre el mes de agosto de 1968 y junio de 1970. Se publicó en formato mensual, con la excepción de los números 15 y 16 que salieron a la venta como una sola unidad que abarcaba los meses de noviembre y diciembre de 1969. La revista estuvo dirigida por Ovidio Lagos Rueda y contó con un grupo de periodistas, fotógrafos, diseñadores y publicistas que provenían de los semanarios nacionales que, en ese momento, producían formas novedosas de trabajo periodístico. Entre los que formaron parte de la primera etapa de la revista encontramos a Roberto Fontanarrosa, quien se ocupaba de las tapas; José Ortuño, dedicado a la diagramación, y Rodolfo Vinacua y Rafael Ielpi, a cargo del área de redacción. En esta última, a la vez, participaron Héctor N. Zinny, Jorge Laborde, Gustavo Gorosito (en el área de deportes), Rubén Visconti (dedicado a la política nacional), Mario López Dabat (en el apartado relativo a la educación), Luis Etcheverry y Ricardo Falcón (a cargo de la política internacional), entre otros. Salvo por Vinacua, la gran mayoría de los redactores fueron jóvenes que ingresaron a la labor periodística gracias a su participación en *Boom*. De hecho, la tarea inicial de los jefes de redacción fue enseñarle al equipo de redactores a escribir en un estilo específico: el de los semanarios. Esto se debe a que, según Lagos Rueda, la revista se concibió como un mensuario en la línea de las revistas *Time* o *Newsweek* (Aguirre, 2013, p. 11). Por este motivo, los redactores debieron aprender, por ejemplo, a titular, a describir a los personajes de las notas, o a usar ciertos verbos como es el caso de “sentenciar” o “bisbisear”.

El nombre de la revista fue elegido, tal como señala Lagos Rueda (quien, a la vez, lo propuso), porque “boom” era una palabra de moda en la década de los ’60 y porque la revista nació en un momento de prosperidad económica e intelectual. Además, indica una ruptura, un estallido respecto de las herencias socioculturales, políticas y económicas (Tonello, 2013, p.18).

Boom se presentaba, asimismo, como “la revista de Rosario”. Si bien contó con un apartado dedicado a las noticias internacionales, la revista fue pensada por sus editores como un estudio sobre la ciudad. Al mismo tiempo, se propuso romper con los límites propios de la época y ubicar a Rosario (y a su público) dentro del marco de cambios propios del momento histórico (Aguirre, 2013, p. 8). En esta serie entendemos la inclusión de notas como “Construcción en altura: más departamentos para menos compradores” (del n° 5), “Rosario 2001: cuando mañana es hoy” (del n° 9) o “Rosario: Diez acontecimientos en un año” (del n° 12). En la línea de otros medios gráficos como *Primera Plana* o *Panorama*, la publicación se construyó como un “ámbito de cuestionamiento al *establishment*” (Tonello, 2013, p. 18), en el que se trataban temáticas tales como, el desarrollo dispar de la ciudad, los medios de comunicación locales o la economía rosarina, así como también algunos más disruptivos, como el lugar de la homosexualidad en Rosario, o temas políticos, como una investigación sobre el Rosariazo (Tonello, 2013, p. 18-20). En esta línea, *BOOM* se posicionó claramente contra la represión llevada adelante por la dictadura de Onganía, tanto desde las columnas de opinión y los artículos de análisis político, como desde las ilustraciones y cuadros de humor gráfico (sin ir más lejos, la primera nota del segundo número se titula “¿Quo vadis Onganía?”).

El hecho de que la revista abordara el lugar que ocupaba la ciudad en el contexto de una Argentina cambiante a fines de los sesenta es consecuente con el público al que

apuntaba: Lagos Rueda afirma que *Boom* no pretendía ser ni una revista popular ni una revista literaria, sino un medio dirigido a lectores de un sector universitario o ejecutivo (Aguirre, 2013, p. 12). Siguiendo a Tonello, el ojo estaba puesto en la clase media-alta rosarina, lo cual se confirma analizando algunos de los tópicos que se abordan en las notas, como el mundo de la cultura (el cine, el teatro), la economía o los deportes (turf, automovilismo). A la vez, esto es notorio en el tipo de publicidades que se encuentran, que promocionan novedades en electrodomésticos, restaurantes selectos y amoblamientos (Aguirre, 2013, p. 20).

En cuanto al estilo de escritura de la revista, este buscaba unir las formas típicas del periodismo con elementos más cercanos a la literatura (Ielpi, 2013, p. 14). En este sentido, la revista toma recursos del Nuevo Periodismo, tales como la pluralidad de voces disimiles, la inclusión de diálogos realistas (basados en el uso frecuente de la entrevista como recurso) y las descripciones detalladas. A la vez, en tanto la revista aborda temáticas conocidas por los lectores y, al mismo tiempo, busca provocarlos, sus notas cuentan con alusiones culturales y sobreentendidos propios del momento (Aguirre, 2013, p. 192).

Boom tenía, además, variadas secciones, muchas de ellas orientadas hacia la realidad rosarina. Entre ellas: “Política nacional e internacional”, “Economía”, “Educación”, “Vida moderna”, “Artes y espectáculos”, “Libros”, “Discos” y “Televisión”. Hacia el final de la publicación de la revista, aparecen secciones como “Ciencia y técnica”, “Interior”, “Gremiales” o “Religión”. La revista contó, también, con dos suplementos, “Lady Boom. Suplemento para la mujer” (desde el n° 5 al n° 18) y “Bumor” (a partir del n° 19), ambos dirigidos por Fontanarrosa. El primero, según la redactora Graciela Querzola, orientaba las notas hacia los ámbitos de la salud, el arte, la educación, la cocina (2013, p. 173), de modo tal que el segmento abordaba lo que, en los 60, se

consideraba el “mundo femenino”; el segundo era un suplemento humorístico, que constaba de notas y de tiras cómicas o cuadros de humor gráfico.

Los últimos dos números de *Boom* salieron a la venta en mayo y junio de 1970 y fueron los únicos dos con distribución nacional: para ese momento, la revista contaba ya con deudas importantes debido al costo de publicación que implicaba cada número. Por este motivo, antes de que dejara de salir, el medio tuvo un programa de radio en la emisora LT3 que duró entre dos y tres meses. Se trató de un intento por extender su público y poder aumentar las ventas que no tuvo los resultados esperados. Así, el final de *Boom* fue más gradual que repentino. Una vez disuelta, el modelo de la revista sobrevivió brevemente en el de *Zoom* (1971) y *Etcétera* (1975), que concluyeron sus ciclos al poco tiempo de iniciadas. Luego del cierre, los miembros del staff siguieron distintos caminos y la revista, durante mucho tiempo, desapareció del alcance del público. Hoy en día, hay muy pocas colecciones completas de *Boom* y solo en la hemeroteca de la Biblioteca Argentina de Rosario está disponible para consulta pública.

Rosario, septiembre de 2025

Referencias

Aguirre, Osvaldo, “Nota del editor”, “Una escuela de periodistas” y “*Boom* y la onda expansiva”, Osvaldo Aguirre (ed.), *Boom. La revista de Rosario (Antología)*, La Chicago Editora, 2013.

Ielpi, Rafael, “*Boom*, un punto de inflexión”, Osvaldo Aguirre (ed.), *Boom. La revista de Rosario (Antología)*, La Chicago Editora, 2013.

Tonello, Julieta, “Una lectura de la ciudad”, “José Ortuño” y “Graciela Querzola”, Osvaldo Aguirre (ed.), *Boom. La revista de Rosario (Antología)*, La Chicago Editora, 2013.

Vilche, Laura, “*Boom*: la revista rosarina que escandalizó a los conservadores”, *La Capital*, 21 de septiembre de 2003. Disponible en: https://archivo.lacapital.com.ar/2003/09/21/ciudad/noticia_38027.shtml