

María Liliana Da Orden y Julio César Melon Pirro (comps.),
Prensa y peronismo. Discursos, prácticas, empresas, 1943-1958,
Rosario, Prohistoria Ediciones, 2007, 257 páginas

El impacto de los medios de comunicación en las sociedades contemporáneas ha sido desde hace décadas objeto de estudios especializados por parte de la sociología, la semiología y la crítica literaria. La historiografía argentina se ha servido de la prensa periódica como fuente muchas veces privilegiada de la historia política y la historia de las ideas. Sin embargo, es apenas reciente su abordaje a partir de las preguntas que esas disciplinas vecinas ya venían formulando en sus análisis de la dinámica de la esfera pública en el siglo xx. A través de siete artículos dedicados al estudio de medios impresos y de dos trabajos acerca de las cambiantes condiciones materiales en las relaciones de producción periodística antes y después de 1945, *Prensa y peronismo* exhibe el propósito de reunir dos cauces de indagación que hasta el momento parecen haber avanzado sin afectarse demasiado entre sí: el de los estudios sobre el primer peronismo y la oposición durante los años de la “Revolución Libertadora”, y el que surge de considerar a la prensa como objeto (y no sólo fuente) de la historia política y la historia cultural.

En la sustantiva y en cierto modo programática introducción al libro, los compiladores proponen algunas de las vías por las que aquel cruce podría

perseguirse con mayores frutos. En primer lugar, la consideración de la prensa como empresa, ya sea ésta de carácter comercial o político-identitario, es decir, la necesidad de superar una visión a veces prevaleciente sobre el vínculo entre medios impresos y política en el período peronista, por la cual se interpretó a éstos más en la clave de “órganos de la opinión pública” que como actores económicos y políticos complejos.

La atención a la dimensión empresarial, a la materialidad social –por así decir– de la prensa política y comercial durante el peronismo y los años anteriores e inmediatamente posteriores permite, en lo que constituye tal vez la principal apuesta de la compilación, reconsiderar con cierto matiz algunos tópicos consagrados por la historiografía acerca de la relación entre el Estado peronista y los medios gráficos de comunicación. El excelente trabajo de J. Cane acerca de la transformación en los lazos que ataban a trabajadores, propietarios de medios periodísticos y Estado desde 1935 hasta 1945, muestra que la historia de la “peronización” de la prensa no puede ser reducida a un “simple ejemplo de autoritarismo político” y que se comprende mejor, en cambio, al remontar la “historia de las múltiples crisis que atravesaron toda la red de relaciones que conformaba la

prensa argentina desde el momento mismo de su industrialización” (p. 45). A mediados de la década de 1930 –argumenta Cane–, el propio estatuto jurídico de la prensa comenzaba a entrar en discusión (canal político-cultural de expresión ciudadana en la esfera pública versus emprendimiento industrial capitalista), producto de las transformaciones estructurales que para entonces habían hecho de Buenos Aires la capital periodística de América Latina, con un mercado consumidor mayor que el de San Francisco o Los Ángeles. Correlativamente a la ampliación del nivel de capitalización requerido por tales empresas y a la extensión del número de empleados asalariados en las distintas etapas del proceso productivo, quienes se iniciaban en la actividad gremial, la definición normativa de la práctica periodística empezó también a entrar en disputa. Según la tesis de Cane, el proyecto mediático del peronismo en formación pudo prosperar al lograr “insertarse en los espacios creados por las complejas fisuras institucionales e ideológicas que habían comenzado a generarse en el campo de la prensa comercial” de los años treinta. Logró hacerlo al articular un nuevo discurso normativo acerca del medio periodístico en el que el Estado asumía un rol protector

de los trabajadores frente a los dueños de diarios; de los órganos periodísticos más débiles frente a los más poderosos; de la opinión pública frente a los efectos distorsionantes de los intereses comerciales y de la entera industria de la prensa frente a los impactos económicos internos y externos que la aquejaban (p. 30).

Esta nueva noción de la prensa no dejaba de preservar aspectos normativos de la tradición liberal, como la defensa de la expresión ciudadana y de la información verídica frente a la presunta distorsión por parte de los intereses comerciales.

La dimensión de “empresa” de la prensa también halla lugar en la compilación de Da Orden y Melon Pirro a través del análisis de las formas de autoría (individual o múltiple), composición, distribución, financiación (el rol de los avisos publicitarios, de la provisión de papel) y conformación del público lector –todos aspectos objeto de indagación de la historia cultural y en particular de la historia del libro desde hace tiempo–, si bien el nivel de información y problematización de tales elementos en cada artículo compilado es desigual. En sus respectivos trabajos, Da Orden y Quiroga muestran, además de una informada elaboración de tales aspectos, cómo la estrategia comercial de captación de un mayor número de lectores podía moldear una política editorial determinada, ampliando el espectro temático que sería propio de un diario partidario como el socialista *El Trabajo* o, por el contrario, extendiendo dentro de la

diagramación del principal diario comercial marplatense el espacio para las noticias sobre el Partido Peronista local y el poder municipal. El texto de Melon Pirro sobre la prensa peronista post '55 enfoca con otra clave la forma en que el vínculo postulado con los lectores define el perfil de la prensa. Se interesa también por diferenciar un tipo de autoría personalizada de aquellas cuya fuente de legitimidad reside en otras instancias.

La segunda de las orientaciones fundamentales que propone la introducción del libro para contribuir a complejizar la imagen del par temático Estado peronista/medios impresos es la articulación entre los desarrollos recientes de la historiografía sobre el peronismo en distintos espacios del interior del país y el estudio de publicaciones locales. A eso se dedican los tres artículos que componen la segunda parte de la compilación. Como señalan sus organizadores, la historia de la prensa local o regional es un campo virgen incluso en la provincia de Buenos Aires, cuyo peso cuantitativo en el conjunto de diarios y revistas editados en el país no era poco importante. Para ilustrar el punto, el texto introductorio de los compiladores contiene un cuadro que sistematiza los datos existentes en otras fuentes secundarias sobre títulos de diarios, periódicos y revistas en las distintas provincias del país durante el primer lustro de la década de 1940, y provee otro con la nómina y la tirada de diarios de una decena de ciudades y municipios de la provincia de Buenos Aires. A su vez, el trabajo de Pasolini y

Bruschi sobre la prensa liberal y la prensa católica en Tandil durante los gobiernos peronistas aporta un dato interesante acerca de la mayor proporción de semanarios respecto de la de diarios en la provincia de Buenos Aires a mitad de la década de 1930, basándose en un censo de publicaciones periódicas encargado por el presidente Justo.

En esa línea de estudios acerca de ámbitos locales, la falta de censura sobre el diario socialista *El Trabajo* de Mar del Plata, principal opositor a la gestión municipal peronista, lleva a Da Orden, en su artículo, a situar entre las razones de tal peculiaridad regional el ámbito acotado de circulación del medio, las divisiones internas que debilitaban al Partido Peronista y, por último, las modalidades de distribución y producción. En efecto, la entrega a kioscos se hacía por cuenta propia, a cargo de repartidores de la misma empresa partidaria que llevaba adelante la publicación, mientras que el uso de antiguas rotoplanas, alimentadas sobre la base de papel en hoja, daba la posibilidad de eludir el control gubernamental que suponía la distribución discrecional de papel prensa y el aumento de costos. El artículo de Quiroga ya mencionado ejemplifica para el caso de *La Capital* cómo la propia prensa comercial podía ser llevada, por su estrategia de mayor implantación en el mercado consumidor, a convertirse en caja de resonancia de la dinámica interna del partido mayoritario y del poder político local, en la medida en que éstos conquistaban mayor atención en el espacio público marplatense.

Si bien estos dos trabajos permiten abonar la hipótesis de que en ciertas localidades de la provincia de Buenos Aires el carácter restrictivo de la política gubernamental peronista hacia los medios era menos ineludible que en las grandes ciudades, el estudio de Pasolini y Bruschi acerca del campo periodístico de Tandil entre 1946 y 1955 parece alertar respecto de la posibilidad de generalizar esa presunción sin atender a la particularidad de cada situación local.

Otras dos vías de avance en la renovación de este doble campo temático quedan sugeridas en la apertura de la compilación. En primer lugar, la exploración de un marco temporal que trascienda el clivaje de 1955 en los estudios sobre campo periodístico y su vínculo con el poder estatal, dado que, como se adelanta en la Introducción, “las arbitrariedades del Estado en relación con la prensa y la polarización que permeaba las posibilidades políticas que se atribuían al papel impreso no acabaron sino que, podríamos decir, se institucionalizaron a partir de 1955” (p. 20), abarcando el gobierno de Frondizi. En segundo término, la pregunta por la noción de la prensa que encarnaron diversas publicaciones políticas marginales al Estado, que proliferaron a pesar de la continuidad del clima faccioso y restrictivo de la libertad de expresión del período posperonista, se presenta como otra de las vetas abiertas para desarrollar este campo de estudios. Si bien sólo el artículo de Melon Pirro, que integra la tercera parte del libro, persigue el enfoque de ambas cuestiones a la vez, los trabajos de

Ladeuix / Contreras y de Spinelli, que completan a aquélla, incorporan algunas de esas preocupaciones al analizar, respectivamente, el semanario *Azul y Blanco* y las revistas *Qué y Mayoría*. El “Informe sobre la prensa clandestina” de Melon Pirro, en efecto, argumenta cómo el contexto faccioso en el que emergieron algunos medios peronistas en tiempos de proscripción dio lugar a la aparición de proyectos editoriales diversos que asumieron el papel de “actores políticos sui generis”, ya fuera con un carácter de “prensa testimonial” que interpelaba en forma directa a las bases peronistas con un proyecto político propio (el caso más claro es el de *Palabra Argentina*) o con el ánimo de representar la ortodoxia emanada del vínculo directo con Perón (como expresarían *Línea Dura y Norte*).

Aunque incluida en la primera parte de la compilación, la interesante contribución de García sobre el forjista *La Víspera*, semanario que sale durante el inmediato preperonismo, también ilustra un modo eficaz de investigar las autorrepresentaciones sobre el papel del periodismo en las sociedades contemporáneas, a la manera en que lo propone la introducción para el caso de los periódicos políticos de los años post 55.

Relacionado con esto último, podría uno preguntarse si la mezcla de criterios (problemático y cronológico) que estructura la división del libro en tres partes es la más adecuada para proyectar las ideas programáticas de investigación que están formuladas en la propia

Introducción. En ese sentido, tanto la primera como la tercera parte diluyen, al estar delimitadas con un parámetro cronológico, la originalidad problemática y la diversidad de algunos de los abordajes englobados en cada una de ellas. Como ya adelantamos, el trabajo de García sobre el proyecto político de FORJA expresado en *La Víspera*, si bien releva una concepción de la práctica periodística opuesta a la que se estaba conformando como hegemónica en la gran prensa comercial, en su preocupación central y tipo de análisis discursivo no guarda mucha relación con los artículos de Cane y Contreras –que constituyen un conjunto aparte por su objeto descentrado de una publicación determinada y abocado a las relaciones socioproductivas, ideológicas y con el Estado, del medio periodístico–. En cambio, contiene preguntas por la formación de la opinión y la esfera públicas, la interpelación a los lectores y un análisis del proyecto editorial que lo aproximan más a artículos como los de la segunda parte sobre prensa local o al de Melon Pirro de la última sección.

Otra cuestión es en qué medida el cambio de escala espacial reconfigura el objeto prensa y peronismo respecto de la forma en que el punto de vista central lo ha construido hasta ahora. A la luz de los tres artículos que analizan ese tipo de medios, la respuesta no puede ser sino matizada. El desplazamiento sobre el eje temporal de la periodización clásica, hacia atrás y hacia adelante, por el contrario, parece ofrecer una

rearticulación más definitiva en la percepción de determinados temas. Así lo demuestran el tratamiento del proceso de industrialización del medio periodístico que hace evidentes sus tensiones ya en la década de 1930 y que explica parte de las estrategias del peronismo en ese sentido o, como ya señalamos, la constatación de una progresiva y acentuada institucionalización del control estatal sobre los medios gráficos no bien se salta más allá de la frontera de 1955.

Si bien la compilación de Da Orden y Melon Pirro pretende contribuir al mismo tiempo a los dos campos –la historia del peronismo y la historia de la prensa–, sólo en el caso de

ciertos artículos el aporte tiene ese carácter doble, desplazándose hacia el primer polo (o al de la historia política *tout court*) cuando los periódicos son abordados como fuente de un determinado proyecto político –o político-gremial– mas no como objeto específico de la indagación. En cambio, alcanzan ese propósito amplio aquellos textos que, tomando al periódico político o comercial como articulador de sus interrogantes, incorporan aspectos de las formas de producción y, sobre todo, del ámbito de la recepción y la formación de una opinión pública o de un mercado consumidor de lectores, como parte sustantiva del estudio de sus estrategias editoriales.

Los pasos dados en la articulación de un núcleo de problemas por *Prensa y peronismo* abren nuevas preguntas para proseguir la tarea. Una de ellas apunta hacia los lectores de la prensa, ese eslabón escurridizo en la cadena de la investigación del historiador. Otra podría ser la interesada en el conocimiento del submundo de editores, redactores, periodistas, financistas, canillitas y distribuidores que, extrapolando las palabras de Darnton, conforman la historia social de las ideas impresas.

Laura Ehrlich
UNQ / CONICET