

## Los lenguajes de la crisis en la Argentina de los años '30

Noemí M. Girbal-Blacha

Noemí M. Girbal-Blacha es Investigadora del CONICET y Profesora Titular de la Universidad Nacional de Quilmes, donde dirige el Doctorado en Ciencias Sociales y Humanas. Roque Sáenz Peña 352 (1876) Bernal, provincia de Buenos Aires. e-mail: ngirbal@unq.edu.ar

### Resumen

Desde una perspectiva histórica es posible asumir que todo planteo encierra un juicio a la memoria y a la identidad nacional de los argentinos, especialmente si de economía se trata, y si ésta es entendida como producto de una decisión política. La tensión que se genera en tiempos de crisis, no puede ser desconocida por los medios de comunicación que tienen la misión de informar y conducir al conjunto social para conformar la opinión pública, con perspectivas y lenguajes diferentes. Conocer algunos de esos mensajes, sus perfiles, es importante y necesario para evaluar el comportamiento de quienes informan, así como los intereses de sus receptores. El propósito de este estudio es conocer la valoración cotidiana que se hace de los tiempos de crisis, en este caso la de los años '30, a través de los lenguajes informativos y valorativos cotidianos, del discurso. Aproximarse a los modos, a las expresiones de las crisis, y a las evaluaciones que de sus efectos realizan los contemporáneos a los sucesos a través de las publicaciones periódicas de circulación general, resulta un desafío interesante que vale la pena asumir.

### Summary

From a historic point of view, it is possible to assume that any angle of analysis withholds a subjective evaluation about Argentinean national identity and memory. It is particularly so if referring to economics understood as a result of political decision. The social tension generated during a crisis can't be ignored by the media, whose mission is to inform and direct the society in the development of public opinion by way of different languages and perspectives. It is important and necessary to be acquainted with some of those messages and their profiles in order to appraise the behavior of those who inform, as well as the interests of their public. The purpose of this study is to identify and comprehend the conventional opinion on the crisis of the thirties through everyday informative and evaluative ways of discourse. An approach to the ways and expressions of the crisis and its effects, as seen through the widely distributed contemporary periodical publications constitutes an interesting challenge worthy of facing.

## LOS AÑOS 30 EN LA ARGENTINA.

### PINCELADAS ECONÓMICAS Y SOCIOPOLÍTICAS

«La economía es un método de auscultación de los pueblos. Ella nos da palabras específicas, experiencias anteriores resumidas, normas de orientación y procedimientos para palpar los órganos de esa entidad viva que se llama sociedad humana». Así se expresaba en las primeras décadas del siglo XX, desde sus convicciones nacionalistas, Raúl Scalabrini Ortiz. Podría decirse, con perspectiva histórica, que el planteo encierra un juicio a la memoria y también a la identidad nacional de los argentinos, especialmente si la economía es entendida como producto de una decisión política y si es aquella la que pone en jaque a la sociedad en tiempos críticos. Una tensión que —sin dudas— no puede ser desconocida por los medios de comunicación que tienen la misión de informar y también orientar, conducir al conjunto social para conformar la opinión pública, con perspectivas y lenguajes diferentes. Conocer algunos de esos mensajes, aproximarse a sus perfiles, es importante y necesario para evaluar el comportamiento de quienes informan, así como los intereses de sus receptores; para conocer la valoración cotidiana que se hace de los tiempos de crisis, a través de los lenguajes informativos y valorativos habituales, cotidianos, del discurso que sostienen. Ese es el propósito central de este estudio.

La coyuntura de crisis en la Argentina —que aún hoy está presente— no es sencilla de reconocer —por sus connotaciones orgánicas— en el pasado mediato. Desde 1930 las crisis han sido cada vez más profundas, más violentas, estructurales, difíciles de superar y cíclicamente presentes. No obstante su magnitud y persistencia, la memoria colectiva<sup>2</sup> sólo guarda recuerdos fragmentados de ellas, aunque hayan afectado la estructura económica, política y social del país, la escala de valores vigente e incluso hayan sumido a la sociedad en el desconcierto. Aproximarse a las formas, a los modos, a las expresiones, en que la crisis y sus efectos son evaluados por los contemporáneos a los sucesos, retratarla en sus alcances cotidianos registrados a través de las publicaciones periódicas de circulación general, resulta un desafío interesante que vale la pena asumir.

<sup>1</sup> Marc Falcoff, «Raúl Scalabrini Ortiz: The Making of an Argentine Nationalist», en: *The Hispanic American Historical Review*, 1, vol. 52, 1972, pp. 74-101.

<sup>2</sup> El concepto «memoria colectiva» pertenece a Maurice Halbwachs, 1925. Gerard Namer, «Les cadres sociaux de la mémoire», en: *L'histoire aujourd'hui. Nouveaux objets de recherche. Courants et débats. Le métier d'historien*, Paris Editions Sciences Humaines, 1999, pp. 349-351. Ver además Elías Palti, «El legado como problema», en: Carlos Altamirano (ed.), *La Argentina en el siglo XX*, Buenos Aires, Ariel, 1999, pp. 24-34.

Las explicaciones históricas sobre las crisis argentinas y las miradas que se vuelven hacia ellas para buscar soluciones en medio de situaciones agobiantes, poco tienen en cuenta el lenguaje y las lecturas que los medios de publicación periódica de la época y más o menos masivos, transmiten a la sociedad. Si pensamos que la Historia procura comprender y hacer comprender, es preciso reconocer la vigencia de estas crisis, como problema histórico imbricado en el pasado esencial de la Nación. Si «la historia no es más que una constante interrogación de los tiempos pasados en nombre de los problemas y las curiosidades –y aun de las inquietudes y angustias– del tiempo presente que nos rodea y nos sitúa»; si «la historia es antes que nada la respuesta a preguntas, frecuentemente las mismas, pero jamás exactamente las mismas, que nos plantea cada generación nueva, con respecto a un inmenso pasado que debemos salvaguardar»<sup>3</sup>; si la consideramos como idealmente contemporánea (Benedetto Croce); y si por último, reconocemos que es tan importante un buen planteo de los problemas como su resolución (aunque sea parcial) entonces la reflexión histórica es imprescindible, tanto hoy como en 1930. Porque el olvido es también una forma, si se quiere perversa, de manipular la memoria<sup>4</sup>.

En los años '30 la cultura de la depresión enmarca sus perfiles más característicos entre la vanguardia y la tradición. Bastaría con recordar los escritos de Roberto Arlt<sup>5</sup>, de Raúl Scalabrini Ortiz, de Arturo Jauretche, de Ezequiel Martínez Estrada –entre otros– para advertir las múltiples connotaciones de esta crisis estructural y orgánica, así como sus variadas interpretaciones encarnadas en el lenguaje, en la palabra escrita, en el discurso. La izquierda intelectual cobra importancia como un modo de legitimar causas populares, mientras se desarrolla una literatura social realista, descarnadamente descriptiva, que refleja la vida cotidiana de la gente, sus pesares, sus modos de vida, así como la conducta poco comprometida que ante esas dificultades despliega la dirigencia política argentina.

<sup>3</sup> Fernand Braudel, *La Méditerranée. L'espace et l'histoire*, Paris, Arts et métiers graphiques, s/f, p. 225. «Retour aux enquêtes», en: *Annales. Economie, Société, Civilisations*, N° 3, mai-juin, 1961, p. 421.

<sup>4</sup> Eric J. Hobsbawm, «The social function of the past: some questions», en: *Past and Present*, 55, 1972, pp. 3-17. Paul Ricoeur, *La mémoire, l'histoire, l'oubli*, Paris, Seuil, 2000, p. I. W., Wagner y F. Elejabarrieta, «Representaciones sociales», en: J. Francisco Morales et al. (coords.), *Psicología social*, Madrid, Graw-Hill, 1996, pp. 817-822.

Michel Vovelle, «Histoire et représentations», en: *L'histoire aujourd'hui...*, pp. 45-49. Jacques Le Goff, *Histoire et mémoire*, Paris, Gallimard, 1988, pp. 52-58 y pp. 162-173. Es que «la evolución de las sociedades de la segunda mitad del siglo XX deja en claro la importancia de la posición que representa la memoria colectiva», afirma el autor.

<sup>5</sup> En los años '30 se divorcia de su esposa y forma pareja con Elizabeth Mary Shine, secretaria de la Editorial Haynes, que publicaba las revistas analizadas en este estudio.

En Estados Unidos e Inglaterra el debate sobre la crisis se plantea en términos de teorías y de políticas económicas. El keynesianismo que opone al libre juego de las fuerzas del mercado —propio de los economistas ortodoxos—, la intervención estatal capaz de estimular la inversión y la demanda para frenar la recesión y el desempleo, es su expresión más trascendente. Por su parte, la crisis del hombre contemporáneo asume con Heidegger, Jaspers, Ortega y Gasset —entre otros— algunas de sus expresiones mayores. En medio de esta crisis multifacética, de identidad, distribución, dependencia, legitimidad y participación, se entiende que «el individuo no es jamás otra cosa que lo que permiten que sea su época y su medio social»<sup>6</sup>.

Las secuelas de la crisis internacional de 1929 afectan profundamente a todo el mundo occidental y —especialmente— a una economía abierta como la argentina, cuando le pone fin al paradigma del crecimiento hacia afuera. Entonces los nacionalismos económicos se activan. Se realinea el mercado mundial, las políticas deflacionistas persiguen la liquidación de stocks, los precios de los productos primarios se desploman, la desocupación se generaliza, se activa la polarización social y el Estado liberal entra en crisis. La situación presenta un caldo de cultivo favorable para la propagación de formulaciones políticas equidistantes: fascistas, democráticas o nacionalistas autoritarias, que gestan los embriones de la Segunda Guerra Mundial.

Después del punto de máxima inflexión de la crisis, en 1933, el intervencionismo anuncia la presencia del Estado keynesiano con su papel inductor, mientras el empirismo del New Deal de Roosevelt innova el ambiente estrictamente liberal estadounidense. En una economía receptiva a los cambios de precios en el mercado mundial y a las variaciones en el comercio internacional, con poca capacidad de consumo interno, como la nuestra, los mecanismos de transmisión de la crisis general, el viraje proteccionista y el establecimiento del régimen de preferencia imperial británico, impactan plenamente en el modelo agroexportador<sup>7</sup>.

La Argentina implementa el control de cambios en 1931 —con su reforma en 1933 para ajustarlo a las exigencias del área de la libra esterlina—, se producen mutaciones políticas internas, la depreciación de la moneda y el proceso de industrialización por sustitución de importaciones. Son asuntos que se conjugan con el fomento del bilateralismo comercial expresado con nitidez en el Tratado Roca

<sup>6</sup> Silvia Pérez Ringuélet de Syriani, *Los fundadores de la Escuela de los Annales*, La Plata, tesis doctoral inédita, Universidad Nacional de La Plata, 1989, p. 86.

<sup>7</sup> Rosemary Thorp (comp.), *Latin America in the 1930's: The Role of the Periphery in World Crisis*, Londres, Macmillan, 1984.

Runciman de 1933 y el Acuerdo Anglo Argentino de 1936, en medio del derrumbe del sistema multilateral de comercio y pagos. La mayor flexibilidad del sistema monetario promueve la reforma bancaria argentina de 1935. Se crean el Banco Central de la República Argentina –con capitales mixtos– para regular la emisión monetaria y fijar la tasa de interés, y el Instituto Movilizador de Inversiones Bancarias, destinado a movilizar los activos fijos. El Estado subsidia de modo directo la economía agraria y con ese objetivo crea, a partir de 1933, las Juntas Reguladoras de la producción (granos, carnes, azúcares, vinos, yerba mate, algodón)<sup>8</sup>.

En 1934 el –por entonces joven– Director de la Oficina de Investigaciones Económicas del Banco de la Nación Argentina, Raúl Prebisch, apunta sugestivas diferencias entre las crisis de 1890 y de 1929. Mientras en los '90 la cantidad de moneda casi se triplica, en los años '30 disminuye, sostiene; los precios agropecuarios en ascenso en la última década del siglo XIX, en los '30 descienden hasta un 48 %; en tanto en la crisis de 1890 los deudores rurales (por el alza en los precios externos) ven aliviar en las dos terceras partes el peso de sus deudas, en la crisis de los '30 la carga de las deudas es agobiadora, a causa del descenso de aquellos. Pese a las diferencias y el carácter singular las crisis se repiten, como lo expone Prebisch, porque «no sólo tenemos deudores. Constituimos asimismo un país esencialmente deudor y productor agrario, severamente golpeado por la baja de los precios internacionales»<sup>9</sup>.

Los precios de los cereales mejoran paulatinamente, debido a la sequía estado-unidense, y la recuperación de la economía argentina cobra fuerza desde 1934; pero la sombra de la recesión se proyecta a fines del decenio cuando estalla la Segunda Guerra Mundial. Se busca restaurar, una vez más, la hegemonía agroexportadora. Una expresión acabada de esa intención es el Plan de Reactivación de la Economía Nacional, presentado en 1940 por el socialista independiente y ministro de Hacienda Federico Pinedo. Es éste el primer documento de Estado donde se procura modificar –aunque sea parcialmente– la estrategia de desarrollo económico vigente, conciliando: industrialización y economía abierta, fomentando el comercio con los Estados Unidos y promoviendo la conformación de un mercado propio de

<sup>8</sup> Arturo D'Connell, «La Argentina en la depresión: los problemas de una economía abierta», en: *Desarrollo Económico*, vol. 23, Nº 92, enero-marzo, 1984, pp. 479-514. Otra visión regional de la crisis en: Noemí Girbal-Blacha, María Silvia Ospital y Adrián Gustavo Zarrilli, *Las miradas diversas del pasado. Las economías agrarias del interior ante la crisis de 1930*, Buenos Aires, Edición Nacional, Editora e Impresora, 2006.

<sup>9</sup> Raúl Prebisch, «La inflación escolástica y la moneda argentina», en: *Boletín Oficial de la Bolsa de Comercio del Rosario*, Rosario, 1934, p. 11.

capitales. La propuesta es tardía y vacilante pero atiende al mercado interno y procura anticiparse a los efectos de la posguerra. La confrontación política entre la oposición radical y el oficialismo, anulan este desafío y frustran la aprobación legislativa de un Plan que aunque es modernizante resulta extemporáneo<sup>10</sup>.

#### RECOMENDACIONES Y MENSAJES PARA LA SOCIEDAD, ¿CÓMO Y POR QUÉ?

Una vez planteado el escenario histórico donde se ponen de relieve los factores que desatan la crisis de los '30, así como sus consecuencias, es posible advertir que éstas van más allá de los efectos económicos y financieros. La crisis expresa una sintomatología social, al mostrar alteraciones en la escala de valores vigente (ahorro, propiedad, orden) y en la mentalidad colectiva. A ellas responde la producción de una literatura narrativa realista, de creadores nacidos del desconcierto, así como la edición y reedición de obras que vuelven su mirada y su análisis comparativo hacia la crisis de 1890, o a la menos visible para la sociedad del año 1917, cuando la neutralidad argentina ante la Guerra Mundial tensa las relaciones con los Estados Unidos. Esa producción literaria es parte de la reacción de los intelectuales, quienes a través de publicaciones específicas pretenden recrear las preguntas en torno al papel que debe desempeñar el Estado frente a una situación límite.

No son pocas las iniciativas que se toman durante esos años desde el Estado interventor, para mejorar la implementación de las políticas públicas y el control social; sabiendo que «las ideas existen y tienen poder»<sup>11</sup>. Todo parece indicar, como expresara Hannah Arendt, que los años '30 resultan «un extraño período intermedio determinado por cosas que ya no son y por cosas que aun no han sido» y que —siguiendo su razonamiento— «en la Historia, esos intervalos, más de una vez mostraron poder contener el momento de la verdad»<sup>12</sup>.

En esta coyuntura, la necesidad de relacionar el lugar de la producción social con el lugar de la producción simbólica, jerarquiza la noción de campo de Pierre Bourdieu. La referencia al campo como concepto teórico básico es ineludible, dado que

<sup>10</sup> Juan José Llach, «El Plan Pinedo de 1940, su significado histórico y los orígenes de la economía política del peronismo», en: *Desarrollo Económico*, vol. 23, Nº 92, enero-marzo, 1984, pp. 515-558. *Hechos e Ideas. Publicación de cuestiones políticas, económicas y sociales*, Nº 38-39, t. X, Buenos Aires, enero de 1941 (edición dedicada al estudio de la recuperación de la economía nacional).

<sup>11</sup> *Clarín*, Buenos Aires, 17/04/2002, p. 6. *La Nación*, Buenos Aires, 30/11/2003, p. 4 (entrevista a Alain Badiou)

<sup>12</sup> Hannah Arendt, «La brecha entre pasado y futuro: el *nunc stans*», en: *La vida del espíritu*, Buenos Aires, Paidós, 2002, pp. 222-232.

un campo se define, precisamente, «definiendo aquello que está en juego y los intereses específicos, que son irreductibles a lo que se encuentra en juego en otros campos o a sus intereses propios» y que no percibirá alguien ajeno al mismo. El territorio de un campo se constituye, por lo tanto, a partir del interés común que tengan sus componentes y siempre que luchen por él; sabiendo que existe una dinámica interna de cada campo, pero también interdependencias; es decir, un estado de relaciones de fuerza entre las instituciones o agentes comprometidos en la lucha<sup>13</sup>.

El poder simbólico se construye a partir de las palabras; es un poder que consagra y revela hechos que no son sólo conocidos sino reconocidos como tales. Es que «el lenguaje, al servirse del uso metafórico, permite pensar, mantener intercambios con lo que no es sensible, porque posibilita la transferencia, *metapherein*, de las experiencias sensibles»<sup>14</sup>. Cada campo tiene un patrón, vale decir un modelo discursivo que se repite en cada nuevo discurso. Credibilidad y poder político, se presentan como una relación-tensión para crear el poder simbólico. Es el análisis del discurso el que muestra los campos en acción y es, desde esta perspectiva, que el discurso cobra sentido en tanto lenguaje que permite conocer esas acciones<sup>15</sup>. Existe una relación causa efecto entre el acontecimiento y el lenguaje. En esa relación el receptor juega un papel significativo, ya que intenta convertir su experiencia personal en una de carácter colectivo<sup>16</sup>. La aceptación de lo que se dice es determinante y contribuye –a su vez– a determinar la producción del discurso.

Estos campos de lucha, al decir de Bourdieu, muestran a los agentes o sujetos sociales en una disputa constante para transformar esa relación de fuerzas, porque es el poder lo que está en juego en el campo político, que –por cierto– aparece vinculado al mercado de la opinión pública como elemento constitutivo de la vida social. Por estas razones, la lucha de los agentes gira alrededor del capital simbólico acumulado como producto de esas confrontaciones y se consustancia con el reconocimiento y la consagración de esos agentes políticos que requieren ser legitimados. Se genera un sutil vínculo de enfrentamiento y de convivencia, en tanto la credibilidad es componente sustantivo del poder simbólico de los políticos. Los sectores dirigentes ponderan convenientemente dicha credibilidad<sup>17</sup>.

<sup>13</sup> Pierre Bourdieu, *Campo de poder, campo intelectual*, Buenos Aires, Editorial Montessor, 2002, pp. 119-126.

<sup>14</sup> Hannah Arendt, «Lenguaje y metáfora», en: *La vida del espíritu...*, op. cit., p. 132.

<sup>15</sup> Christa Berger, *Campos em confronto: a terra e o texto*, Porto Alegre, Editora da Universidade UFRGS, 1998, pp. 9-18.

<sup>16</sup> Acerca del lenguaje y sus distintas expresiones puede consultarse: Giovanni Sartori, *La política. Lógica y método de las Ciencias Sociales*, México, FCE, 2002, tercera edición.

<sup>17</sup> Pierre Rosanvallon, *Por una historia conceptual de lo político*, Buenos Aires, FCE, 2002, pp. 15-31.

El carácter complejo de las situaciones, se expresa así en un «repertorio de imágenes»<sup>18</sup> que la sociedad compone aunque no guarde exacto registro de las mismas. En el análisis del discurso dirigido a los diversos sectores sociales, se advierten los intereses de los campos en acción y las propuestas sectoriales dan paso a otra, de carácter colectivo. La aceptación de lo que se dice es determinante y contribuye a dar forma a la producción del discurso, que se convierte en la materia prima del mensaje a transmitir.

El capital simbólico acumulado como producto de esas confrontaciones se consustancia con el reconocimiento y la consagración de los agentes políticos legitimados. La relación de enfrentamiento y de convivencia, es recreada entonces, cuando se llevan adelante las representaciones del pasado; sabiendo que la credibilidad es un componente básico del poder simbólico de los dirigentes. En este sentido, las revistas de alcance popular juegan un papel significativo a la hora de orientar la opinión pública, en tanto habitantes y ciudadanos con necesidades y gustos heterogéneos. Su importancia aumenta desde los inicios del siglo XX, cuando los recursos técnicos van transformando la vida social y es evidente el crecimiento del volumen y la variedad de publicaciones de este tipo, así como de un público diverso y de niveles cada vez mayores de alfabetización, que —a su vez— alentarán el gusto por la lectura, sin desconocer su impacto en la cultura como producto de los intereses y las visiones de los sectores hegemónicos. En 1932 unos 20.000 obreros trabajaban en unos 2000 talleres de impresión citadinos<sup>19</sup>.

#### LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE LAS REVISTAS

Las tradiciones políticas argentinas en sentido amplio, encuentran un aliado indispensable en las empresas de periodismo y edición, al punto de generar opiniones académicas que califican a la prensa, como constructora de la agenda pública y aun de la realidad<sup>20</sup>. Las revistas de perfil cultural general, es decir, de amplia difusión, alejadas de las denominadas revistas de «debate y de combate» que accionan directamente en el terreno político, y especialmente en tiempos de crisis —como ocurre

<sup>18</sup> Jean-Pierre Vernant, *Entre mito y política*, México, FCE, 2002, p. 151.

<sup>19</sup> Eustacio A. García, *Desarrollo de la industria editorial argentina*, Buenos Aires, Fundación Interamericana de Bibliotecología Franklin, 1965, pp. 78 y 132.

<sup>20</sup> Conferencia pronunciada por el sociólogo Manuel Mora y Araujo en la Universidad Torcuato Di Tella. *La Nación*, Buenos Aires, 15/01/2006, sección Enfoques.

en los años de 1930<sup>21</sup> frente a la fragilidad y la precariedad del sistema democrático y representativo argentino— ofrecen un interesante escenario para analizar el lenguaje cotidiano en que se expresa la crisis, sus variedades, y las respuestas que a ella se le dan, esencialmente porque la revista permite al lector «una lectura distendida»<sup>22</sup>.

Si las revistas ocupan un lugar «a mitad de camino entre el carácter de actualidad de los diarios y la discusión grave de los libros»<sup>23</sup>, resultan —sin dudas— una fuente legítima para el análisis histórico y esencialmente si se trata de tiempos críticos que, tanto por su significado social y político como económico, no pasan desapercibidos para quienes son actores —voluntarios o no— del proceso de referencia; toda vez que ellas suelen aparecer como generadoras o transmisoras de cambios significativos en la esfera pública. Las revistas asumen relieve —desde esta perspectiva— «como historia y como texto»<sup>24</sup>. Registran continuidades poco perceptibles para el cuerpo social y suelen tener mayor permanencia que los cambios derivados del ámbito político institucional. Sin duda, se presentan como caja de resonancia y también como tribuna legítima de los debates que acompañan a este singular, turbulento y complejo siglo XX, en el cual «a una época de catástrofes, que se extiende desde 1914 hasta el fin de la segunda guerra mundial, siguió un período de 20 ó 30 años de extraordinario crecimiento económico y transformación social, que probablemente transformó la sociedad humana más profundamente que cualquier otro período de tradición similar»<sup>25</sup>. Es precisamente en esta centuria en la cual emergen y cristalizan las grandes expresiones políticas de la Argentina contemporánea<sup>26</sup>.

La tradición política, a la que aquí se hace referencia, difiere de la estructura partidaria y se distingue —al mismo tiempo— del concepto de ideología, ya que las tradiciones políticas difícilmente son reducibles a la oposición izquierda/dere-

<sup>21</sup> Noemí Girbal de Blacha y Diana Quattrocchi-Woisson, «Las revistas de debate y de combate: entre tradición política y empresa cultural», en: *LIQ*, 4, Buenos Aires, 1997, pp. 13-27.

<sup>22</sup> *Ibidem*. Alejandro C. Eujanian, *Historia de las revistas argentinas, 1900/1950. La conquista del público*, Buenos Aires, Asociación Argentina de Editores de Revistas, 1999, p. 31.

<sup>23</sup> Así lo expresaba un prospecto destinado a difundir esa revista decana y paradigmática que fue la *Revue des Deux Mondes*. Texto atribuido a Sainte-Beuve Jeune, Simon: *Les revues littéraires*, en *Histoire de l'édition française*, t. 3 (segunda edición), p. 455. Roger Chartier et Henri Jean Martin, *Histoire de l'édition française. Le livre concurrence 1900-1950*, Paris, Fayard, 1991, pp. 352-360.

<sup>24</sup> John King, *Estudio de la revista argentina y de su papel en el desarrollo de una cultura 1931-1970*, México, FCE, 1989, p. 12.

<sup>25</sup> Eric Hobsbawm, *Historia del siglo XX. 1914-1991*, Barcelona, Crítica Grijalbo, 1995, p. 15.

<sup>26</sup> Una primera aproximación al tema en: *In Octavo* 7, 1995: «Argentine: Histoire culturelle des traditions politiques, les entreprises de journalisme et d'édition», pp. 8-9. Noemí Girbal de Blacha y Diana Quattrocchi-Woisson, «Las revistas de debate ...», *op. cit.*

cha que alimentó la historia europea. La definición utilizada se propone sumar y tomar en cuenta: a. la experiencia gubernamental de un período determinado; b. los valores y principios éticos identificados con esa experiencia; y c. los instrumentos que son capaces de transmitirla y perpetuarla, así como aquellos valores que sirven de puentes inter-generacionales.

Desde esta perspectiva, se puede brindar una lectura de las «tradiciones argentinas» que supere el enfoque estrictamente politológico; que sea capaz de poner de relieve las marcas que esas tradiciones puedan o no haber dejado en la memoria colectiva: un lenguaje, un repertorio de valores, un estilo, pautas de conductas sociales, modelos culturales y referencias estéticas e intelectuales propias de un espacio de socialización como el que ofrecen las revistas.

Por sus objetivos, por el tipo de información que analizan, por sus propuestas y el alcance que tienen, las revistas desempeñan una función irremplazable y propia, no sólo en el mundo intelectual, sino en el conjunto de la sociedad; porque –como se dijo– se encuentran «a mitad de camino entre el carácter de actualidad de los diarios y la discusión grave de los libros»<sup>27</sup>, pero también por su condición de medio gráfico, legítimo y particularmente importante para explorar la intersección entre política y cultura. Constituyen una empresa cultural, intelectual; aun en el caso de aquéllas que suelen ser expresión de corporaciones e instituciones. Se trata de un emprendimiento destinado a captar un sector de la sociedad, en tanto público consumidor de ese bien puesto en circulación. Las revistas recorren itinerarios, se convierten en estructuras de sociabilidad y hasta se proponen modelar su propio tiempo<sup>28</sup>. Al interior del campo intelectual, la revista ocupa un espacio singular, tiene códigos propios, una sensibilidad específica, y hasta se habla de «un campo de las revistas»<sup>29</sup>.

¿Qué es una revista, entonces? ¿Para qué sirve? La reflexión llevada adelante por el IMEC (Institut Mémoires de l'Édition Contemporaine) creado en Francia en 1988, distingue a las revistas de otras expresiones del mundo editorial y de la prensa. «La prensa intenta informar y la revista debatir. La prensa se escribe en modo afirmativo y la revista en modo reflexivo», nos dice<sup>30</sup>. La revista expresa «una pasión», indivi-

<sup>27</sup> Simon Jeune, «Les revues ...», op. cit., p. 455. Nicolas Roussellier, «Les revues d'histoire», en: Francois Bedarida, *L'histoire et le métier ...*, op. cit., pp. 127-146.

<sup>28</sup> Jacquelin Pluet-Despatin, «Une contribution à l'histoire des intellectuels: Les revues», en: *IHTP: Cahier 20*, mars, 1992, pp. 125-136.

<sup>29</sup> Ídem, p. 129.

<sup>30</sup> Olivier Corpet, «La revue», en: *Histoire des droites en France*, t. 2. Cultures, Bajo la dirección de Jean-Francois Sirinelli, Paris, Gallimard, 1992, p. 161.

dual o colectiva. Toda nueva revista «busca abrir un espacio de sociabilidad literaria e intelectual desde donde se organicen intercambios y confrontaciones». Son un lugar de reencuentro en la intersección de trayectorias sociales e intelectuales.

Las revistas son, desde este punto de vista, «portavoces de los ideales y las ilusiones de una generación» y desde esta perspectiva, cada nueva creación puede ser considerada como el resultado de un «complot»<sup>31</sup>, como ambiciosos emprendimientos ligados a grupos y a movimientos de ideas. Paul Valery hablaba de las revistas como de «verdaderos laboratorios donde se caldean los ánimos y se experimentan numerosas tentativas, audaces e incluso imprudentes hipótesis que permiten avanzar a las ciencias y a las artes con un entusiasmo renovador»<sup>32</sup>.

Para la Argentina vale la pena recordar –por ejemplo– la acción del diario *Crítica* (de Natalio Botana) en contra del Presidente Hipólito Yrigoyen, a quien el dibujante y caricaturista Diógenes Taborda apodara, por su estilo taciturno, «El Peludo», mientras el columnista Santiago Ganduglia creaba con su pluma un clima propicio para el derrocamiento del primer mandatario<sup>33</sup>.

Los casos seleccionados para este trabajo tienen una peculiar manera de intervenir en los asuntos públicos a través de la palabra escrita publicada regularmente y están concebidos para lectores que se intenta fidelizar. Para lograrlo ya no es suficiente la sátira política de las publicaciones periódicas de mediados del siglo XIX. En ambas –aunque con distintas formas y perfiles– el debate de ideas aparece velado, porque creen que éste es el mejor combate que pueden librar si pretenden ejercer un magisterio en la vida cotidiana de los argentinos. El estilo y la intensidad con que exponen sus principios varían considerablemente y es precisamente esa heterogeneidad una de las condiciones que orienta la selección realizada.

En cuanto a la intersección entre política y cultura<sup>34</sup>, las revistas que forman parte de este estudio, dan muestras de perfiles distintivos en tanto son portadoras de mensajes para un público diverso y sostienen su condición en tanto espacio de sociabilidad. Es evidente que hay un tiempo político y un tiempo cultural

<sup>31</sup> Olivier Corpet, «Revue littéraires», en: *Encyclopédie Universalis*, Paris, 1990, pp. 1035-1036.

<sup>32</sup> Prólogo de Jean-Michel Place y André Vasseur a la *Bibliographie des Journaux Littéraires des XIXe. et XXe. siècles*, Paris, Editions de la Chronique des Lettres Françaises, 1973-1977, 3 vols.

<sup>33</sup> Carlos Ulanovsky, *Parén las rotativas. Diarios, revistas y periodistas (1920-1969)*, Buenos Aires, Emecé Editores, 2005, cap. 2.

<sup>34</sup> *Cahiers George Sorel*, 5, 1987, «Les revues dans la vie intellectuelle 1885-1914». José Manuel Valenzuela Arce (coord.), *Decadencia y auge de las identidades: cultura nacional, identidad cultural y modernización*, Tijuana, COLET, 1992. Para la situación en el Norte del país: Alicia Poderti, *De Güemes a Perón. Revistas culturales y periodismo en Argentina*, Buenos Aires, Editorial Nueva Generación, 2005.

no siempre coincidentes. Es por esta razón que cuando el tiempo político se trunca, la cultura asume una misión tutelar de las diversas tradiciones políticas y sociales. La estrecha relación entre tradición política y empresa cultural, se establece a partir de una tribuna donde se pretende ganar adeptos, pero también para que sea posible perdurar en la memoria colectiva.

Las revistas que en esta oportunidad se estudian pertenecen a una poderosa editorial local, trascienden las rupturas del orden institucional y los cambios políticos, se presentan como creadoras de espacios simbólicos donde los problemas de cultura general son vistos a través de un universo conceptual definido y preestablecido; pero no eluden el compromiso político, aunque éste no siempre se enuncie explícitamente. La opinión es, sin dudas, su modo de sumarse a la acción, su disposición para debatir y combatir con matices singulares, sencillos, directos, ejemplificadores del «deber ser» de los argentinos<sup>35</sup>.

#### EL HOGAR Y MUNDO ARGENTINO

En 1904 Alberto M. Haynes —hombre de origen británico y sin vinculaciones específicas con la labor editorial ya que se desempeñara en nuestro país, desde 1887, como empleado del Ferrocarril Gran Oeste Argentino y poco después como exportador de ganado—<sup>36</sup> inaugura una nueva modalidad periodística. Lo hace pensando en «hacer revistas parecidas a la vida», al fundar *El Consejero del Hogar*, que luego pasará a llamarse *El Hogar*; una revista destinada al gran público pero que esencialmente reconoce a la familia como unidad social y base de la Nación. El éxito fue en aumento y el mismo editor publicaría más tarde, en 1910, en tiempos del Centenario de la Revolución de Mayo, la revista *Mundo Argentino*. En 1928 impulsa la publicación del diario *El Mundo*, diario ilustrado de la mañana dirigido por Alberto Gerchunoff, primer tabloide del país (que sigue el modelo estadounidense del *Daily News*) con información concisa, entretenimientos y noticias para ser leídas por todo el grupo familiar<sup>37</sup>. Todas estas publicaciones periódicas se imprimen en los modernos Talleres Gráficos de la Empresa Editorial Haynes Ltda. S.A. (con edificio en Río de Janeiro al 300, Capital Fede-

<sup>35</sup> Antecedentes en: Diana Cavalaro, *Revistas argentinas del siglo XIX*, Buenos Aires, Asociación Argentina de Editores de Revistas, 1996.

<sup>36</sup> Alejandro C. Eujanian, *Historia de las revistas...*, op. cit., pp. 106-107.

<sup>37</sup> Washington Luis Pereyra, *La prensa literaria argentina 1890-1974*, Buenos Aires, Librería Colonial, 1993. Carlos Ulanovsky, *Paran las rotativas...*, op. cit.

ral)<sup>38</sup>, que cobra progresiva envergadura en el medio, al punto de fundar en 1935 (ya fallecido Alberto Haynes en 1929) Radio El Mundo, en la ciudad de Buenos Aires. La empresa Haynes se convierte así en el primer multimedio del país.

Frente a los efectos de la crisis de 1930 en la Argentina, gran parte de las publicaciones periódicas se hacen eco de los mismos y se refieren a las modalidades, a los mecanismos, para superar sus perfiles más negativos, aunque no todas las revistas y los diarios abordaran el asunto de igual manera. La confrontación de la palabra, del discurso y el mensaje en torno a este tema, resulta un prisma muy atractivo para acercarse a algunas de las tantas expresiones del lenguaje de la crisis, que no es unívoco. Es interesante hacerlo a través de estas dos revistas provenientes del mismo grupo editorial, pero dirigidas a públicos distintos. Sin dudas, es un estudio de caso atractivo, sugerente, para analizar comparativamente los trayectos recorridos en función del tipo de público lector al que están dirigidas y también como una de las tantas modalidades del «control social» que los sectores dirigentes ejercen en tanto aplicación del poder que detentan, moldeando la opinión pública.

*El Hogar* se convirtió pronto en la revista (quincenal primero y semanal más tarde) de mayor venta en el mercado que conformaba los gustos, las vestimentas y las modas en la vida de los argentinos. Junto con la tradicional y aguda *Caras y Caretas* eran las revistas que estaban presentes en casi todos los hogares argentinos de clase alta o media. Estas revistas eran consideradas «cronistas del género social»<sup>39</sup>, por lo menos hasta que al promediar el decenio de 1930 fueran en gran parte sustituidas por las del mundo del espectáculo.

El público, especialmente de clase media alta, mayoritariamente femenino, joven, reconocía en esta publicación «un incipiente estilo de vida nacional» toda vez que rescataba en sus números los hechos fundacionales de la Nación Argentina y sus notas se presentaban —directa o indirectamente— como una meta a la cual el lector debía aspirar, ya que sus noticias o comentarios eran como el espejo de la vida social de las familias de la elite. Sus páginas daban cuenta de los principales acontecimientos sociales y políticos nacionales y provinciales, y su alcance superaría pronto las fronteras argentinas. Este semanario anunciado como «la ilustración de las familias»<sup>40</sup>, diagramaba información literaria y también fotográfica sobre las tradiciones,

<sup>38</sup> El Archivo de la Editorial Alberto Haynes se encuentra reservado a la espera de catalogación en el Archivo General de la Nación y está constituido por más de 600 cuerpos. En su mayoría comprende libros contables, facturas de avisos y ejemplares de las ediciones a cargo de la empresa.

<sup>39</sup> Carlos Ulanovsky, *Parén las rotativas...*, op. cit., pp. 33-34.

<sup>40</sup> *Mundo Argentino*, Buenos Aires, 01/07/1931, s/n. p.

el arte, la historia fundacional y el folklore de la Nación Argentina. Progresivamente se convertiría —a las puertas del peronismo— en «una revista tradicional» para «una mujer conservadora»<sup>41</sup>. Manuel Lainez, Baldomero Fernández Moreno, Paul Groussac, Enrique Larreta, Ernesto M. Barreda, Enrique Banchs, Horacio Quiroga, Josué Quesada, Mariano de Vedia, Jorge Luis Borges, Enrique Méndez Calzada, Vicente Martínez Cuitiño, Conrado Nalé Roxlo, Pablo Rojas Paz, entre otros, escribieron en las páginas de esta revista, preocupada por resaltar «las buenas costumbres»<sup>42</sup>.

Para esta publicación, que aparece todos los viernes, y conforme a los gustos del público al que se dirige, así como a los objetivos que persigue, la crisis de los años '30 pasa casi desapercibida, aunque la publicidad de las compañías de seguros generales, como ocurre con «La Continental», llama la atención —especialmente a las mujeres casadas o solteras— sobre la importancia del ahorro y la previsión frente a los distintos tipos de adversidades, que pueden poner en riesgo la educación de los hijos, la renta familiar, la vivienda. La publicidad es formulada como un espejo de la realidad social que se intenta componer y salvaguardar. Es que *El Hogar* se convierte en estos tiempos «con mayor fidelidad que otras publicaciones de su tipo, en un vehículo de las normas y valores propios de la aristocracia argentina y, por su intermedio, de la nacionalidad»<sup>43</sup>.

Cuando la revista —como expresión acabada de la modernidad— se refiere a la crisis, lo hace reflejando algunos documentos u opiniones oficiales. En el número de diciembre de ese año expone su versión acerca de la situación económica vinculándola con una justificación amplia de la ruptura del orden institucional. Elige para hacerlo las palabras del Ministro de Hacienda Enrique S. Pérez, cuando afirma que «la potencialidad económica de una nación se repone generalmente con más facilidad de los efectos de un flagelo de la naturaleza que de la acción humana de un mal gobierno. En estos casos, la reconstrucción no debe corregir solamente el despilfarro de la riqueza, sino, también, reponer en el ambiente administrativo y político el concepto de los valores morales sin cuyo culto no hay reparación económica sólida y estable. De ahí la doble tarea del Gobierno Provisional: acción de reajuste administrativo y equilibrio financiero; orientación del país hacia el bienestar por las sendas del trabajo y la cordura»<sup>44</sup>.

<sup>41</sup> Cristina Espinola, «El Hogar, la mujer y la política con la llegada del peronismo», en: AAW, *Historia de las Revistas Argentinas*, Buenos Aires, Asociación Argentina de Editores de Revistas, 2001, t. IV, p. 116.

<sup>42</sup> Pablo Mendelevich, «Las revistas argentinas», en: [www.revistacontratiempo.com.ar/revistasargentinas.htm](http://www.revistacontratiempo.com.ar/revistasargentinas.htm)

<sup>43</sup> Alejandro C. Eujanian, *Historia de las revistas...*, op. cit., p. 109.

<sup>44</sup> *El Hogar*, Buenos Aires, 12/12/1930, p. 4.

El número del 3 de octubre de 1930 contiene un suplemento especial ilustrado que retrata «La historia gráfica de la Revolución», aun en sus entretelones menos conocidos. La sección editorial inscribe el acontecimiento entre los hechos fundacionales de la Nación, en un recorrido que se inicia con la Revolución de Mayo de 1810<sup>45</sup>. El registro del hecho es muy completo y hasta consigna, con fotografía incluida, a «las niñas enfermeras de la Cruz Roja que asistieron a los heridos en la revolución del 6 de septiembre». Se trata, en este caso, de cuatro jóvenes vinculadas a la expresión nacionalista doctrinaria encarnada en la Liga Patriótica Argentina<sup>46</sup>, portadoras de apellidos ilustres (Nevares Casares, Lanús, Hidalgo Zavaleta y Lagos) que auxiliaban a los cadetes heridos del Colegio Militar. El desarrollo paso a paso del golpe de Estado, muestra a la revista tomando abierto partido a favor de los golpistas y responsabilizando del «desgobierno» al desplazado radicalismo yrigoyenista.

La presencia de Carlos Ibarguren, Manuel Carlés, Miguel Ángel Cárcano, entre otros representantes (tanto masculinos como femeninos) de la elite neoconservadora que acuden en automóviles al encuentro de los cadetes que avanzan sobre la Casa Rosada, son algunas de las escenas que registra de manera exclusiva la fotografía de época en las páginas de esta revista y en una Argentina que hace de la imagen un instrumento de difusión y formación casi inmediata de la opinión pública.

Ya en el número precedente, del 12 de septiembre de 1930, la portada de *El Hogar* titulada «El Jefe de la Nación» es imponente; muestra una gran fotografía tomada por Witcomb del teniente general José F. Uriburu, Comandante en Jefe del Ejército y Presidente del Gobierno Provisorio, reza el epígrafe, que añade una opinión contundente a la hora de valorar los sucesos del 6 de septiembre de ese año, como sinónimo de «restablecimiento de la democracia y de la libertad en todo el territorio de la Nación»<sup>47</sup>. Para *El Hogar* se trata –ni más ni menos– de una «jornada histórica», en tanto es evaluada como el inicio de «una nueva era de progreso».

A diferencia de otras publicaciones periódicas, esta revista no se hace eco de los efectos negativos para la sociedad generados por la crisis económica y financiera, más allá de los festivales de caridad, los cursos de economía doméstica –que la misma publicación organiza– o los consejos propios de la campaña de la ali-

<sup>45</sup> *El Hogar*, Buenos Aires, 03/10/1930, pp. 31-42.

<sup>46</sup> Sandra Mc Gee Deutsch, *Contrarrevolución en la Argentina 1900-1932. La Liga Patriótica Argentina*, Buenos Aires, Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes, 2003.

<sup>47</sup> *El Hogar*, Buenos Aires, 12/09/1930, portada.

mentación que los clubes de madres brindan a «los humildes»<sup>48</sup>. A la hora de referirse a los pobres, a los desamparados, a los desprotegidos, lo hace desde la acción que despliegan a favor de ellos las damas que integran la tradicional Sociedad de Beneficencia, la obra de Don Bosco, la Sociedad San Vicente de Paul, el Patronato de la Infancia, la Liga Argentina contra la Tuberculosis, las Cantinas Maternales, la Asociación Escolar Mutualista, el Patronato de Leprosos, el Consejo Nacional de Mujeres, la Hijas de María del Sagrado Corazón, los Clubes de Madres y el Taller de Jesús de la Buena Esperanza<sup>49</sup>. En todos los casos las reflexiones e informaciones se respaldan en las operaciones que forman parte de la acción desplegada por la elite, sin indagar a fondo las causas que desatan esos problemas de marginalidad en el cuerpo social.

Fiel a su perfil editorial, *El Hogar* prefiere resaltar la modernidad de los años '30 en la Argentina, refiriéndose a los temas que preocupan o son de interés de las clases altas o medias altas, ya que es a ellas a quienes dirige sus informaciones, sus comentarios y sus notas. La exposición de fotografías de la galería Witcomb en Mar del Plata, donde son retratadas las jóvenes de las familias más tradicionales del país (Laura Herrera Vegas, Enriqueta Gainza Paz, María Salud Nazar Anchorena, Susana Vivot Casal, entre otras); los torneos de golf, los partidos de polo o los clásicos que se corren en el hipódromo palermitano, de los cuales participan miembros característicos de la elite porteña; los actos académicos; las reuniones sociales de la clase alta; los conciertos; las audiciones de música selecta en las provincias; las bodas de reconocidos miembros de la elite; las fiestas y agasajos en el prestigioso Club del Progreso, en el Crisol Club de Córdoba o similares, son temas que —alternativa o conjuntamente— ocupan gran parte de la sección denominada «Actualidades Gráficas», sustituida en 1933 por la página dedicada a «Nuestras niñas» —jóvenes de clase alta— con un tenor similar, que coloca en un escenario visible los «ejemplos» a seguir.

«Nuestro gran mundo» es otra de las secciones habituales de *El Hogar*. Allí posan para ser retratadas las señoritas de la alta sociedad capitalina o de las provincias. Lo hacen como modelos del «deber ser» argentino, de espaldas al desempleo, a la escasez de circulante y a los aumentos en la carestía de la vida, desatados e impulsados por la crisis. Ninguna de estas cuestiones merecen la atención de la revista, ya que su público lector tampoco resulta directamente afectado y mucho menos interesado, por esas derivaciones de la crisis. Por el contrario, el semanario

<sup>48</sup> *El Hogar*, Buenos Aires, 22/12/1933, pp. 43-44.

<sup>49</sup> *El Hogar*, Buenos Aires, 22/12/1933, p. 104; 28/09/1934, pp. 32-34.

pone especial interés en rescatar las costumbres provincianas, las tradiciones, «la identidad nacional».

Desde 1931 ocupan un espacio destacado los llamados «deportes del turismo» (yachting, equitación)<sup>50</sup>. Sin desatender el automovilismo como parte de la recreación femenina y que da lugar a concursos de «elegancia automovilística»<sup>51</sup>, las historias de vida de mujeres ilustres en la sección «Antaño y Hogañó» de la revista, las cuestiones de la estirpe en las tradicionales familias argentinas de clase alta, así como los retratos de las novias, las representantes femeninas de ilustres familias locales, los concursos de elegancia, los «diner dansant» provinciales<sup>52</sup> y las vacaciones de las llamadas «clases acomodadas», son los temas que se retratan e informan en el grueso de las páginas de *El Hogar* —por lo menos— durante los años '30. También las encuestas de género cobran inusual significado para la revista, que a tono con los tiempos se hace eco de ellas, desde 1933. La revista pone, por entonces, en primer plano a la primordial destinataria de sus comentarios, anuncios, informaciones y reflexiones: la mujer.

En julio de ese año, fiel a la consigna oficialista, la edición de ese mes reproduce la denominada «Exhortación a la juventud de mi país»; un documento que lleva la firma del Presidente Agustín P. Justo, cuando —en tiempos de nacionalismo e intervencionismo de Estado— se dirige a los jóvenes para reclamarles «una honda meditación», «un noble y puro amor a la Patria» y que formen parte de la organización del contenido espiritual del continente de la patria y de la nacionalidad argentina<sup>53</sup>.

Hacia mediados del decenio de 1930, «la aristocracia, distinción y elegancia de la mujer provinciana» es recogida gráficamente por la revista, como parte de esa comentada necesidad de salvaguardar las tradiciones de otros tiempos, sin refuir con la modernidad que la publicación proclama. Lo hace en la página destinada a la concurrencia de «damas y niñas» a las veladas en el Teatro Colón de Buenos Aires, en la inauguración de la temporada de verano en los balnearios o clubes náuticos más calificados bonaerenses o bien en las más importantes estancias y haciendas del interior del país. El tiempo libre como espacio de socialización y una vez superadas las connotaciones más álgidas de la crisis, hace que *El Hogar* dedique un número extraordinario, en noviembre de 1935, al «aire, tierra y agua en el turis-

<sup>50</sup> *El Hogar*, Buenos Aires, 30/10/1931, pp. 66, 67 y 70.

<sup>51</sup> *El Hogar*, Buenos Aires, 15/01/1931, p. 50.

<sup>52</sup> *El Hogar*, Buenos Aires, 18/12/1931, pp. 39-41

<sup>53</sup> *El Hogar*, Buenos Aires, 07/07/1933, p. 1.

mo argentino». Junto con los paisajes y las diversas maneras de disfrutar de él, la moda femenina en vacaciones, los deportes, las excursiones, el cuidado del cuerpo, se incluyen en esa edición especial<sup>54</sup>. El lenguaje más dramático de la crisis, aun en sus tiempos de inflexión más aguda (1932), está ausente en las páginas de esta publicación y se prefiere pensar en ella como un punto de partida para la recuperación nacional. Esa es la forma que elige esta revista para cautivar a su público y convertirlo en un fiel seguidor de sus informaciones en los tiempos de ocio.

*Mundo Argentino*, por su parte, alcanza como «semanario popular ilustrado» una importante divulgación. Otros receptores, otro lenguaje y distintos escenarios merecen su interés. Está dirigido a un público menos selecto que el que frecuenta las páginas de *El Hogar* y no tardará en mantener una dura competencia con *Atlántida* de la editorial homónima creada por Constanca C. Vigil<sup>55</sup>. Los consejos y advertencias acerca de los vaivenes de la vida cotidiana y de la coyuntura vigente, se orientan a contener y proponer alternativas de «progreso social» para los sectores más numerosos y populares de entonces; actores sociales que buscan la aprobación de «los otros». En agosto de 1931 el semanario cambia el formato y se anuncia como «una gran revista para toda la familia», apela —entonces— a la «señora buena administradora de la casa», marcando distancia con otras publicaciones dirigidas a un público más selecto, al que califica —sin dudarlo— como parcial<sup>56</sup>.

Desde fines de la década de 1920 toda una página del semanario titulada «cómo vive la gente útil», hace referencia a la importancia del trabajo en su sentido más tradicional (el recibidor de cereales, el vendedor ambulante, el cosechero, ocupaban como personajes esa sección de la revista). Se propone simultáneamente la necesaria preparación de quienes ejercen esas tareas —aunque no sean altamente calificadas— para hacer posible el ahorro como sostén de un futuro cierto y para construir una base sustentable capaz de permitir el ascenso social. Desde 1929 el editor comienza a enlazar estas reflexiones con la relación entre los sueldos y el costo de vida, pero también con la importancia del agro para superar los efectos más graves de la crisis desatada originariamente en los Estados Unidos<sup>57</sup>. El trabajo de la mujer en la casa (como modista, manicura, peluquera, zurcidora) ocupa varios números de esta sección, con la intención de reforzar el indelegable papel de esposa y madre que ella tiene en la familia, pero también para poner de

<sup>54</sup> *El Hogar*, Buenos Aires, 29/11/1935.

<sup>55</sup> Carlos Ulanovsky, *Paren las rotativas...*, op. cit., p. 42.

<sup>56</sup> *Mundo Argentino*, Buenos Aires, 12/08/ 1931, s/n. p. (anuncio)

<sup>57</sup> *Mundo Argentino*, Buenos Aires, 07/01/1931, s/n. p. (portada)

relieve los efectos de la falta de preparación que torna a la mujer «poco apta para el ejercicio de funciones calificadas».

La página dedicada a los *self made men* recoge trayectorias individuales exitosas de quienes con origen humilde logran mediante el trabajo, el ahorro, el esfuerzo, la educación, posicionarse convenientemente como pequeños empresarios o en una función más o menos independiente, que ejercen alejándose de «los puestos públicos». Quienes se resisten o no tienen acceso a esa cuota de educación y preparación profesional, también merecen un espacio editorial, pero esta vez en la sección «los dramas de los humildes» o en las «tragedias de la vida humilde», donde son retratados los personajes menos calificados laboralmente; es el caso de «la mujer que trabaja a domicilio» o de «los niños de la calle». Sin trabajo y educación, sostiene la publicación, es imposible remediar esas «trágicas vidas»<sup>58</sup>. La pobreza y el desamparo causan desasosiego en los sectores sociales con menores recursos y preparación. Ese es el mensaje que *Mundo Argentino* procura transmitir a sus lectores.

La preocupación por la niñez, aun como parte del ejercicio del control social, se advierte en no pocos de los anuncios que, como el de la «Compañía Dotal Argentina S.A.» (autorizada por Decreto nacional del 17 de febrero de 1932) —cuyo Directorio cuenta con la presencia de reconocidos miembros de la clase alta porteña como Jorge Lavalle Cobo, Ricardo M. Aldao y Carlos Aubone— propone la «protección para sus hijos» (de hasta 10 y 12 años de edad), mediante la previsión y el ahorro «en forma educativa y práctica», atendiendo al «más profundo significado moral»<sup>59</sup>. Un renovado lenguaje da consistencia a la respuesta editorial frente a la inseguridad e incertidumbre social generadas por la crisis.

En el número de marzo de 1930, la revista plantea —como efecto de las declaraciones hechas en el Cuarto Congreso Internacional del Trabajo reunido en París en 1929— «la organización científica del trabajo» como una «expresión relativamente nueva» en el marco de las relaciones entre el capital y el trabajo. Es ésta la posibilidad para solucionar el «problema económicosocial» que afrontan países como la Argentina y que debe contemplar no sólo «la perfección mecánica, hay que buscar la perfección del obrero», sostiene Francisco Marcadé en las páginas del semanario<sup>60</sup>.

La relación entre «el pueblo» y «sus soldados», también encuentra un espacio, gráfico en esta publicación. Este es el caso registrado por las cámaras de los fotó-

<sup>58</sup> *Mundo Argentino*, Buenos Aires, 31/12/1930, s/n. p.

<sup>59</sup> *Mundo Argentino*, Buenos Aires, 18/01/1933, s/n. p. (anuncio)

<sup>60</sup> *Mundo Argentino*, Buenos Aires, 19/03/1930, s/n. p.

grafos Manuel A. Louzan y Antonio Padilla, apenas iniciado el año 1931, cuyas imágenes dan una muestra más de la identidad de la empresa editorial con el uriburismo al frente del Ejecutivo Nacional y que en las fotografías se presenta incluido en un escenario compartido con la sociedad civil.

En ese año de 1931, entre las notas de la semana, *Mundo Argentino* recoge las noticias de la crisis neoyorquina, sus derivaciones hacia la desocupación, las corridas bancarias y el respaldo que la Argentina debe buscar en el campo, en las actividades agrícolas, para superar los efectos negativos de esta situación. Son tiempos donde se le reclama al Estado, desde sus páginas, la urgencia de acudir en auxilio de la agricultura nacional. La construcción de elevadores de granos, la cooperación entre productores, los subsidios gubernamentales suministrados para sostener la producción agraria<sup>61</sup>, son los asuntos desde los cuales se retoma una y otra vez el tema, en este caso desde «la página rural» del semanario, que deja entrever su preocupación —que es también la del oficialismo— para salvaguardar la Argentina agropecuaria.

En 1933 *Mundo Argentino* confronta las posiciones de Nicolás Repetto y Augusto Bunge con relación a la agricultura argentina. La «gran explotación capitalista o la gran explotación cooperativista» se enfrentan a la hora de opinar. La pequeña propiedad sin demasiada tecnología para dar trabajo a muchas familias rurales, representa la opinión del primero de los entrevistados. La producción en gran escala y con tecnología acorde, resume la propuesta de Bunge. Más allá de las variantes, la Argentina agraria conserva —aun a la luz de la crisis— toda su vigencia y así lo destaca el semanario, poniendo su discurso y sus consejos al servicio del gobierno del Presidente Agustín P. Justo<sup>62</sup>.

No son pocos los números de esta publicación periódica, durante el primer lustro de los años '30, que se dedican a denunciar y combatir el analfabetismo que invade a la población de nuestro país, abordando el tema como un «pavoroso problema», del que en gran parte hace responsables: al maestro, quien «debe firmar un compromiso de honor» en tanto sembrador de la cultura, y a los padres, quienes «son responsables de la ignorancia de los hijos». Respalda así, desde sus páginas, el discurso del Presidente del Gobierno Provisional dado en la Escuela Superior de Guerra. «El analfabetismo es el peor mal que puede afectar a un pueblo en marcha», sostiene mientras lo compara con una epidemia e insiste en llevar «hasta los confines más apartados del país la acción benefactora de la

<sup>61</sup> *Mundo Argentino*, Buenos Aires, 01/04/1931, s/n. p.; 15/04/1931, s/n. p.; 27/05/1931, s/n. p.

<sup>62</sup> *Mundo Argentino*, Buenos Aires, 19/04/1933, pp. 7 y 9; 29/11/1933, p. 3; 20/12/1933, p. 3.

escuela». Las bibliotecas escolares populares como puerta capaz de abrir «nuevos horizontes», aparecen señaladas en las páginas de *Mundo Argentino* con destacada frecuencia<sup>63</sup>. Al mismo tiempo, llama a los maestros a renunciar a «las ventajas materiales», para llegar con sus enseñanzas a las más apartadas zonas rurales; siguiendo «con el mismo criterio con que se envía a los nuevos oficiales del ejército a cumplir sus servicios de frontera»<sup>64</sup>. Una vez más la revista enlaza con su prédica a la sociedad civil con la acción militar.

El trabajo infantil en el campo es registrado por *Mundo Argentino* a través de un caso específico: el de los ingenios tucumanos, que en opinión del cronista «hace que las escuelas estén vacías». En enero de 1931 aparece bajo la forma de una carta de un lector remitida a la redacción de esta publicación una dura crítica sosteniendo que: «aun quedan algunos señores oligarcas que se valen de sus recursos e influencias para obstruir en cualquier forma la instrucción y educación de los seres que desgraciadamente están bajo su dominio». La denuncia comprende, además, una propuesta de castigo ejemplar para quienes alienten el trabajo infantil<sup>65</sup>. Un perfil que los sectores dirigentes cuidan especialmente como parte del ejercicio del control social.

La página «para las madres» es ilustrativa y se dirige esencialmente a informar, a hacer docencia; brinda consejos sobre educación, higiene y puericultura. La mujer esposa y esencialmente madre, sigue perpetuando el rol femenino en la consolidación de la familia. Es que, como sostiene *Mundo Argentino*, «el futuro de un niño es siempre obra de una madre»<sup>66</sup>. Mientras tanto y como parte de ese discurso, el trabajo infantil sigue siendo acusado de promover la deserción en las escuelas, especialmente en el interior del país, con los riesgos futuros que la ignorancia implica para «la paz social». El semanario emprende entonces una férrea campaña para combatirlo, como parte de «una obra de verdadero patriotismo», de «una cruzada civilizadora» a la que hacía referencia, por entonces, el General Uriburu al frente del Poder Ejecutivo Nacional. El Censo Escolar de 1931 para los menores que habitan en la Capital Federal, cuya edad oscila entre los 5 y los 14 años (concurran o no a la escuela) encuentra a *Mundo Argentino* entre sus más decididos promotores<sup>67</sup>.

<sup>63</sup> *Mundo Argentino*, Buenos Aires, 13/08/1930, s/n. p.; 24/12/1930, s/n. p.

<sup>64</sup> *Mundo Argentino*, Buenos Aires, 31/12/1930, s/n. p.

<sup>65</sup> *Mundo Argentino*, Buenos Aires, 21/01/1931, s/n. p.; 28/01/1931, s/n. p.; 18/02/1931, s/n. p.; 25/02/1931, s/n. p.

<sup>66</sup> *Mundo Argentino*, Buenos Aires, 27/05/1931, s/n. p.; 24/06/1931, s/n. p.

<sup>67</sup> *Mundo Argentino*, Buenos Aires, 21/03/1931, s/n. p.

Las escuelas de artes y oficios son consideradas –por estas mismas razones– como «crisol del neonacionalismo»<sup>68</sup> y, por ese motivo, se alienta su presencia en el interior del país y en el eje metropolitano, con perfiles distintos –según se trate del medio urbano o rural– pero con un objetivo común: educar para el trabajo calificado. Es el propósito de no pocos avisos publicitarios, como el de las populares Academias Pitman y su enseñanza por correo, para «jóvenes animosos» que al hacer los cursos de dactilografía, taquigrafía o teneduría de libros, «ya son algo en la vida», dice la publicidad. Una lectura optimista de los efectos de la crisis no deja de ponderar sus rasgos negativos, a los cuales es preciso combatir sin demoras. En tal sentido, *Mundo Argentino* también reclama «un nacionalismo de industria nacional», como parte de las posibles salidas a la misma situación de crisis y a las postergaciones que de ella se derivan<sup>69</sup>.

Desde el punto de vista político *Mundo Argentino* también opina, y lo hace en la misma línea que otras expresiones editoriales del grupo Haynes. Actúa, en este caso, de modo contundente y no duda en calificar al golpe de estado uriburista de 1930 como «el triunfo de la democracia», mientras destaca la importancia de que «nuevamente el pueblo vitoree a sus soldados». Al referirse a Yrigoyen en el gobierno, sostiene con enjundia que «catorce años de ensayo han llevado el país al borde de la ruina y del desprestigio. El caudillismo ha sido muerto en la revolución del 6 de Septiembre y no debe resucitar», se afirma en sus páginas<sup>70</sup>. La «cartilla de argentinismo» aparecida en el número del 7 de enero de 1931, procura informar al ciudadano a la hora de ejercer sus derechos cívicos; una función que sólo cumpliría acabadamente desde la educación, la reflexión, la rectitud, la honradez y la justicia, sostiene el semanario. Más allá de estos consejos y coherente con la política oficial que apuesta al bilateralismo más tradicional, en el número de marzo de 1931, la revista, en nombre de toda la República Argentina, «saluda a sus jóvenes huéspedes los príncipes británicos».

Como un modesto remedo del registro que se hace en las páginas de *El Hogar, Mundo Argentino*<sup>71</sup>, publica gráficamente algunas reuniones sociales, festivales, concursos de baile, fiestas campestres, espectáculos corales, pero en este caso son

<sup>68</sup> *Mundo Argentino*, Buenos Aires, 20/12/1933, pp. 38-39.

<sup>69</sup> *Mundo Argentino*, Buenos Aires, 27/12/1933, p. 63; 05/12/1934, p. 37.

<sup>70</sup> *Mundo Argentino*, Buenos Aires, 08/10/1930, s/n. p.

<sup>71</sup> *Mundo Argentino*, Buenos Aires, 15/05/1929, p. 25; 27/11/1929, p. s/n.; 31/12/1930, p. s/n.; 07/01/1931, p. s/n.; 21/01/1931, p. s/n.; 18/02/1931, p. s/n.; 25/02/1931, p. s/n.; marzo de 1931, contratapa; 27/05/1931, p. s/n.; 01/07/1931, p. s/n.; 12/08/1931, p. s/n.; 10/10/1934, p. 44; 17/10/1934, p. 55; 28/11/1934, pp. 13 y 58; 05/12/1934, p. 45.

encuentros sociales y artísticos de los que participan jóvenes de clase media, de los sectores populares, en parroquias, centros deportivos, mutuales, municipalidades, de colectividades o clubes atléticos y escolares. A la hora de hacer mención a los deportes, la pelota al cesto o el fútbol ocupan el lugar del polo, del golf o del automovilismo que sí encuentran un espacio preferencial en las páginas de *El Hogar*. Las jóvenes de las sociedades provincianas son retratadas para dar muestras de su belleza y sus orígenes vinculados a las familias destacadas y más tradicionales del ámbito local.

La publicidad inducida por un fuerte espíritu nacionalista propio de los años '30, en ambas publicaciones periódicas, también guarda afinidad con el público al cual están dirigidas. Es sin dudas un recurso estratégico de las empresas productoras argentinas y el propio Estado hace uso frecuente de la publicidad con fines económico-políticos e ideológicos. La experiencia lograda en el período anterior a la crisis se emplea para aumentar el consumo de mercaderías nacionales, en un intento deliberado por superar los efectos de la crisis internacional y sus consecuencias.

La tarea está acompañada por constantes apelaciones al patriotismo, bajo la forma del nacionalismo económico, como parte de una preocupación explícita por formar consenso a favor del consumo de productos argentinos. Se refuerza el modo de hacer publicidad a través de técnicas eficientes, que propendan a los objetivos perseguidos y atendiendo a los estilos en que se seleccionan los sectores receptores de esa propaganda, como una forma renovada de hacer política<sup>72</sup>.

Es que la condición, influencia y finalidad de la publicidad reconoce tempranamente y desde los ámbitos más diversos, un valor social; «porque difunde la existencia de un producto o una marca; informa sobre medios, fines y cualidades; orienta en la selección de los productos; educa en el buen gusto y promueve hábitos de higiene, ahorro, seguridad, rapidez y confort, y porque conquista al consumidor vinculándolo al producto o a la idea. El valor social de la propaganda se descubre en su influencia decisiva sobre la formación del concepto público, al determinar los cauces del consumo, las corrientes comerciales, los hábitos, las preferencias, etc.», al promediar los años '30 cuando la radiotelefonía —más barata que los medios gráficos para anunciar—<sup>73</sup> suma su aporte positivo al valor económico de la propaganda.

<sup>72</sup> Noemi M. Girbal-Blecha y María Silvia Ospital, «Vivir con lo nuestro. Publicidad y política en la Argentina de los años 1930», en: *European Review of Latin American and Caribbean Studies*, 78, Ámsterdam, CEDLA, abril, 2005, pp. 49-66.

<sup>73</sup> Fernando Rocchi, «La americanización del consumo: las batallas por el consumo argentino, 1920-1945», en: María Inés Barbero y Andrés Regalsky (editores), *Americanización. Estados Unidos y América Latina en el siglo XX. Transferencias económicas, tecnológicas y culturales*, Buenos Aires, Eduntref, 2003, pp. 176-177.

## CONCLUSIONES SOBRE LA LECTURA DE LOS LENGUAJES DE LA CRISIS

Las revistas –como casi todas las publicaciones periódicas de alcance masivo– registran el acontecer cotidiano y lo hacen para fidelizar a un público que creen les pertenece. La perspicacia de editores como Alberto Haynes para comprender rápidamente la fragmentación del público de lectores desde los inicios del siglo XX, auspicia la aparición de revistas como las que se han analizado en este trabajo. Las características formales y del discurso de estas publicaciones periódicas, generan posibilidades de circulación y lenguajes específicos que las convierten en «un espacio de articulación entre alta cultura y cultura popular»<sup>74</sup> en virtud de quienes escriben en ellas y de los temas que difunden. En la Argentina de los años '30 sus páginas se hacen eco –con miradas diversas– de los efectos de la crisis. En algunas revistas, como ocurre con *El Hogar*, el público al que van dirigidas sus informaciones aprecian en la crisis y la ruptura del orden institucional en el país, el punto de partida para consolidar una Argentina preocupada por recuperar su pujanza, atendiendo a las producciones del campo y también a la industria sustitutiva de importaciones. Sus páginas celebran la revolución del 6 de septiembre de 1930 como el fin del desgobierno y la inoperancia yrigoyenista. El neoconservadorismo de la mano del ejército, encabezado por el General José Félix Uriburu, se colocan –para usar su lenguaje– a la cabeza de «la reconstrucción» nacional, para restablecer «el orden». En esa particular mirada editorial, las consecuencias negativas de la crisis que afectan esencialmente a los sectores populares, no se registran, no se comentan, no son noticia.

El otro semanario creado por Alberto Haynes, *Mundo Argentino*, si bien reflexiona sobre la crisis y sus efectos para la sociedad argentina, propone decididamente el ejercicio de un control social que se respalda en la educación y el trabajo, como instrumentos para contrarrestar las secuelas negativas de ese proceso que trasciende el escenario nacional y para promover el ascenso y la seguridad social; vale decir, para corregir rápidamente las derivaciones negativas de la crisis visualizada como de origen externo. Su cruzada contra el analfabetismo recoge las banderas oficiales sobre el tema, las impulsa, y promueve entonces la «educación profesional y práctica», marcando notorias diferencias entre la «gente humilde» y sus tragedias, en oposición a aquellos que mediante el esfuerzo, el trabajo y la educación alcanzan una posición social destacada, más allá de sus orígenes modestos. Aun los anuncios publicitarios llaman al consumo de artículos nacio-

<sup>74</sup> Alejandro C. Eujanian, *Historia de las revistas...*, op. cit., p. 166.

nales, a la promoción del ahorro y a la urgencia de «asegurarse el porvenir» sin sobresaltos. El ambiente que genera la crisis resulta propicio para influir en la opinión pública.

Como demuestra este estudio, hay un tiempo político y un tiempo cultural no siempre coincidentes. Es evidente que cuando el tiempo político se trunca y la economía fluctúa, la cultura asume una misión tutelar de las diversas tradiciones políticas y sociales para la sociedad en su conjunto. La estrecha vinculación entre tradición política y empresa cultural, se establece a partir de una tribuna que pretende captar adeptos, pero que también se propone perdurar en la memoria colectiva. Las revistas contribuyen a plasmar este proceso diverso y complejo. Mientras los diarios y las revistas universitarias, políticas, literarias o culturales de elite, reflexionan sobre la crisis económica y sus repercusiones sociales, financieras y productivas, efectuando diagnósticos y apelando a estadísticas y estudios más o menos específicos, estos semanarios alientan una visión más optimista, o por lo menos superadora, de la crisis e invitan a la reflexión sobre las alternativas que se pueden instrumentar para retomar el camino de la prosperidad y el orden sin renunciar a la conducción elitista de «los notables». Lo hacen a través de un lenguaje y un mensaje distinto, conciliador y hasta bucólico y lúdico a la hora de valorar los deportes y pasatiempos, las modas y los consejos dirigidos al conjunto familiar, a las mujeres, a los niños, de una sociedad—que si bien no cuenta con un fuerte partido conservador— es profundamente conservadora de sus valores, sus principios y sus tradiciones.

Estas revistas son espacios de sociabilidad, aun en tiempos de competencia con la aparición del cine sonoro (1933), porque trascienden la atomización política. Las vidas ejemplares, los sucesos históricos fundacionales, la educación y el trabajo como instrumentos para el ascenso social, la valoración política más o menos encubierta, y la afirmación de la identidad nacional, son algunos de los temas que pretenden articularse mediante un lenguaje y una lectura ágil, diversa, en tiempos de crisis, para la Argentina de los años '30.

### Registro bibliográfico

GIRBAL-BLACHA, NOEMÍ M.

«Los lenguajes de la crisis en la Argentina de los años '30»,  
ESTUDIOS SOCIALES. *Revista Universitaria Semestral*, año XVI,  
Nº 30, Santa Fe, Argentina, Universidad Nacional del Lito-  
ral, primer semestre de 2006 (pp. 43-68 ).

### Descriptorios · Describers

crisis / Argentina / discurso / revistas

crisis / Argentina / discourse / reviews