

Prensa católica, sociedad y política de masas.
El caso del diario *El Pueblo* en la ciudad de Buenos Aires (1920-1946)

*Miranda Lida**

Resumen

El diario católico El Pueblo tuvo todo para ser una empresa periodística moderna: una rotativa moderna, no muy diferente de la de las demás publicaciones periódicas; presencia reiterada en la radio; importante número de avisos publicitarios destinados a un público de masas; juegos de lectores para captar público, entre otros rasgos. Sin embargo, esta aspiración convivió con un discurso de cruzada militante destinado a catolizar la sociedad y así convertirse en un actor de peso en la política argentina. Por ello, se requiere un enfoque complejo para abordar este diario en el que se contemple las transformaciones en su producción, circulación y consumo, así como también las características del catolicismo de masas al que interpelaba.

Palabras clave: prensa católica - integrista católico - entreguerras - Argentina

Abstract

The catholic journal El Pueblo, from Buenos Aires, had everything in order to become a modern editorial enterprise: a modern rotary, similar to the most important journals from Argentina; several spaces in the radio; great number of advertisements addressed to massive readers; attractive readers games. Nevertheless, this modern aspect got along with a pervasive rhetoric of catholic crusade intended to catholicize the whole society and by the way transform itself in a relevant actor in argentine politics. Thus, it is necessary to make use of a complex point of view to study this journal, considering transformations on its production, circulation and purchase, as well as the catholic movement of its time.

Key words: catholic press - catholic integrism - interwar years - Argentina

* Instituto de Investigaciones, Facultad de Ciencias Sociales, Pontificia Universidad Católica Argentina (UCA). Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Argentina. E-mail: lidamirand@gmail.com

Fecha de recepción: 10/10/2016

Fecha de aceptación: 28/12/2016

Introducción

Hacer de la prensa católica un tema de investigación legítimo puede tener su costado desafiante, si bien es necesario partir de la base de que el periodismo católico juega un papel en la historia del periodismo sin duda marginal. Se trata de publicaciones que cuentan con escasos recursos por lo general; se dirigen a un público cautivo y por tanto no se esfuerzan por atraer la atención del lector; no cumplen más que una función ideológica, por ello cualquier lector que desee permanecer informado acerca de los acontecimientos de la vida diaria debe forzosamente leer otra publicación a su vez: estas son sólo algunas de las razones por las que esta prensa ha sido relegada a un segundo plano. Mucho hay de cierto en todas estas prevenciones con las que el investigador se enfrenta a este objeto de estudio. No obstante, tomada seriamente, la prensa católica puede ser una fuente y objeto de estudio de provecho, pero para ello hay que situar cada publicación en su debido contexto, y analizar simultáneamente sus múltiples dimensiones, a fin de lograr explicar qué papel jugó en la sociedad de su tiempo y hasta qué punto pudo tal vez volverse influyente. Así, la prensa católica interpela no sólo la propia historia del periodismo, sino la del catolicismo, la sociedad, la cultura y la política y necesariamente dialoga con todas ellas al mismo tiempo.

La prensa católica es un artefacto de varios filos, puede tener aristas impredecibles y llegar a ser tan complejo su análisis como el de cualquier otra publicación de masas. Ello vale, en especial, para un diario de larga vida como *El Pueblo*, que aspiró desde sus inicios a convertirse en un diario popular, incluso de masas, aún con todas sus limitaciones. Sin embargo, en la historiografía es habitual encontrar la idea de que la prensa católica, que se desarrolló de manera más o menos acelerada, según los casos, desde fines del siglo XIX, era una prensa eminentemente política, destinada a propagar ideas políticas, religiosas y morales de tinte conservador, incluso autoritario o integrista, que servirían de arma de combate a la hora de disputar terreno frente a los avances del liberalismo y las transformaciones que traía aparejada la modernidad.¹ En este sentido,

¹ En este sentido, para el caso mexicano puede considerarse por ejemplo el trabajo de Manuel CEBALLOS RAMÍREZ, “Las lecturas católicas: cincuenta años de literatura paralela, 1867-1917”,

los estudios acerca de la prensa católica han puesto de relieve el carácter antiliberal del discurso político e ideológico que podía leerse, en especial, en las columnas editoriales de los periódicos católicos, un discurso que encontraba su principal fuente de inspiración en las encíclicas pontificias y en los principales intelectuales católicos.

No obstante, y de manera paradójica, desde la encíclica *Quanta cura* y el *Syllabus* de Pío IX que habían condenado a la prensa liberal y sus ideas, la prensa católica fue para la Iglesia una estrategia admitida, pese a su modernidad, como herramienta para la defensa de una institución que se sentía amenazada por el proceso de secularización.² En la Argentina, las décadas finales del siglo XIX fueron testigo, en efecto, de un crecimiento acelerado de la prensa católica en distintas regiones del país, así como de otras expresiones de la cultura de masas, reapropiadas en clave católica por la Iglesia, un proceso que se daba a la par a la expansión de la prensa, en un sentido amplio. En especial, fue en las regiones más estrechamente vinculadas al desarrollo socioeconómico agropecuario, que prosperaron gracias a la inserción de la Argentina en el mercado internacional, donde el desarrollo de la prensa católica se vivió con mayor intensidad: así ocurrió en las provincias de Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba.³

Lo que proponemos en este artículo es, pues, mostrar cómo la historia del periodismo católico puede iluminar la historia social y política, al igual que la historia del catolicismo, centrándonos en el estudio de un caso que creemos relevante puesto que constituye el principal diario católico de la Argentina de la primera mitad del siglo XX: el diario de Buenos Aires *El Pueblo*, desde los años veinte, cuando atravesó un importante proceso de modernización editorial, hasta cubrir algunos aspectos de su actuación política y social de las décadas de 1930 y 1940. Se trata de las décadas centrales en la historia de este periódico, no sólo en un sentido cronológico, sino también en su alcance, influencia y circulación social, puesto que esta etapa de la

Historia de la lectura en México, México, El Colegio de México, 1988, pp. 153-204; para un estudio de la prensa católica en Chile, véase: Ana María STUVEN, “Ser y deber ser femenino: *La Revista Católica*, 1843-1874”, Paula ALONSO (comps.), *Construcciones impresas. Panfletos, diarios y revistas en la formación de los estados nacionales en América Latina*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2003, pp. 243-271; para la Argentina puede por ejemplo considerarse a Néstor Tomás AUZA, *Católicos y liberales en la generación del ochenta*, Buenos Aires, Ediciones Culturales Argentinas, 1981.

² Christopher CLARK, “The New Catholicism and the European Culture Wars”, Christopher CLARK and Wolfram KAISER (eds.), *Culture Wars. Secular- Catholic Conflicts in Nineteenth Century Europe*, New York, Cambridge University Press, 2003, pp. 11-45.

³ Sobre la prensa católica en la provincia de Córdoba, véase: Silvia ROITENBURD, “Católicos, entre la política y la fe, 1862-1890”, Gardenia VIDAL y Pablo VAGLIENTE, *Por la señal de la cruz. Estudios sobre Iglesia católica y sociedad en Córdoba, siglos XVII-XX*, Córdoba, Ferreyra Editor, 2001; para Buenos Aires, Néstor Tomás AUZA, “Un indicador de la cultura bonaerense. El periodismo de 1877 a 1914”, *Investigaciones y Ensayos*, Buenos Aires, núm. 50, 2000, pp. 101-128.

historia del diario *El Pueblo* coincidió con el momento de mayor expansión del catolicismo de masas en el período de entreguerras, un fenómeno que el diario siguió de cerca y alentó por muy variadas estrategias.⁴ Y asimismo, participó de cerca en la vida política y cultural del período, ya sea alentando con espíritu de cruzada la politización de los católicos, como asimismo promoviendo su intervención en la esfera cultural a través de campañas moralizadoras sobre el cine y otras expresiones de la cultura de masas, que el diario llevaría adelante junto con la Acción Católica Argentina. *El Pueblo* es a la vez fuente, objeto y actor, y en todos los casos requiere de un análisis multidimensional. A pesar de que no están disponibles los archivos internos del diario, la colección de la publicación sí lo está, y se preserva casi en su totalidad en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno.

Una modernización en clave de cruzada: la década de 1920

Cuando el diario *El Pueblo* vio la luz en 1900, se parecía más a un periódico faccioso que a uno moderno.⁵ En las dos primeras décadas del siglo, se vendió siempre por suscripción; sus tiradas eran muy bajas para la época —se estima que para 1913 alcanzaba los 18 mil ejemplares, aunque es probable que esta cifra estuviera exagerada—, se caracterizaba por la pobreza de su información, por contar con largas columnas editoriales y por su carencia de fotos y otros recursos típicos de la prensa moderna o popular. En el transcurso de poco menos de dos décadas, sin embargo, entrevió con nitidez, en buena medida por la avidez por la información que la Primera Guerra Mundial despertó en el público porteño, que necesitaba modernizarse para poder ofrecerles a los lectores las últimas novedades de lo que sucedía en el mundo. Este proceso fue emprendido a conciencia por los editores, como puede verse en la memoria anual de su directorio correspondiente a 1921: allí se consideró la incorporación de servicios de información telegráfica internacional, el crecimiento de la planta de redactores, la utilización de la electricidad —en reemplazo del gas— como fuente de

⁴ Para un cuadro general, véase: Miranda LIDA, *Historia del catolicismo en la Argentina. Entre el siglo XIX y el XX*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2015.

⁵ Para situarlo en un contexto más amplio de la historia del periodismo en su momento, véase: Sylvia SAÍTTA, “El periodismo popular en los años 20”, Ricardo FALCÓN (dir.), *Democracia, conflicto social y renovación de ideas 1920-1930*, Buenos Aires, Editorial Sudamericana, 2000, pp. 435-471.

energía y, fundamentalmente, un significativo crecimiento de los avisos publicitarios.⁶ Fue en 1921, en efecto, cuando las páginas del diario se poblaron con grandes avisos de las principales tiendas porteñas, tales como “Harrod’s”, “Gath & Chaves”, “Cabezas”, “Ciudad de México”, adonde solía asistir un público consumidor de masas. Durante la década del veinte, no faltarían tampoco los avisos de autos importados, de origen norteamericano. Si bien el diario católico se quejaría en reiteradas ocasiones de las perniciosas consecuencias de la "norteamericanización" de las costumbres que traía consigo la difusión popular del cine y –en menor medida– del jazz, que creía moralmente inasimilable, no dejó de publicar los avisos correspondientes a sus grandes firmas comerciales. Comenzó ahí la gran transformación del diario católico en pos de su modernización, que llevaría a mejorar el equipamiento periodístico y que a mediados de los años treinta convertiría a *El Pueblo* en un diario tabloide más en la nutrida escena de la prensa comercial porteña.

Nada diferente, en principio, de otros procesos de modernización que en las primeras décadas del siglo atravesarían los más importantes diarios de Buenos Aires, ya sea *La Prensa*, *La Razón* o *Crítica*. *El Pueblo* aspiraba a ser igual de moderno que los demás, para convertirse en un verdadero periódico popular, pero católico. Cualquier lector de un diario moderno se interesa por la moda, el cine, el consumo, los avances tecnológicos, los deportes, los espectáculos, el entretenimiento, las noticias policiales y los sucesos impactantes e imprevistos, como un gran accidente, por ejemplo.⁷ *El Pueblo* debía ofrecer exactamente lo mismo, pero en una versión edulcorada, depurada y católica. En la década del veinte, el mensaje que se transmitía era claro: *El Pueblo* debía presentarse como una perfecta antítesis del “tábano infernal”, epíteto bajo el que se conocía popularmente a *Crítica*, el diario de Helvio Botana. Si este último se concentraba en la crónica policial, sensacionalista, entonces el diario católico debía intentar captar la imaginación popular sin ensuciarse con macabras historias de sangre y crimen. En lugar de apelar –en los términos de Lila Caimari– a la pasión punitiva exacerbada a través de la “espuria” crónica del crimen, *El Pueblo* apostó por un

⁶ *El Pueblo*, 19 de agosto de 1921, p. 1.

⁷ Al respecto, Miranda LIDA, *La rotativa de Dios. Prensa católica y sociedad. El Pueblo 1900-1960*, Buenos Aires, Biblos, 2012; Miranda LIDA, “Dios no creó a la mujer para bibelot. Revistas católicas femeninas en los años veinte: el caso de *Noel*”, Ana M. RODRÍGUEZ (comp.), *Estudios de historia religiosa*, Rosario, Prohistoria, 2013, pp. 139-161; Diego MAURO, “La mujer católica y la sociedad de masas en la Argentina de entreguerras. Catolicismo social, consumo e industria cultural en la ciudad de Rosario”, *Hispania Sacra*, núm. 133, enero-junio 2014, pp. 235-262.

periodismo popular no amarillista, “sano” y católico.⁸ El desdén hacia *Crítica*, diario que *El Pueblo* reputaba de mentiroso, era flagrante.⁹ Las páginas del diario católico servirían de garantía de moralidad, de ahí que se presentara como el mejor lugar donde consultar, por ejemplo, un aviso clasificado en busca de personal doméstico: “Lógicamente hallará Ud. personal más honesto y trabajador en *El Pueblo*, que por medio de los diarios liberales.”¹⁰ Moralidad y decencia se podían combinar con los avisos comerciales para ofrecer un diario que podía ser leído por toda la familia sin despertar suspicacias. Así entendido, adquirió connotaciones que excedieron su dimensión puramente religiosa y militante. Ser católico podrá asociarse, también, con los valores de la decencia, la vida familiar, las buenas costumbres, la urbanidad, el sano esparcimiento y la aspiración por la seguridad burguesa, en contraste con el malevaje, la delincuencia y el submundo del crimen y los bajos fondos. De todos estos insumos se nutrió *El Pueblo*.

Esto mismo se hacía extensivo a su vez a las demás manifestaciones de la sociedad de consumo que aparecían reflejadas en el diario; cine, mercado, ocio y modas se presentaban en *El Pueblo* bajo una faz edulcorada, dado que el periódico católico procuró ejercer un tutelaje moral sobre la sociedad, tarea en la que acompañaría, en los años treinta, al así llamado Secretariado de Moralidad de la Acción Católica. En este sentido, cabe destacar que *El Pueblo* se inició tempranamente, en 1913, en la crítica de espectáculos, un rubro que ya nunca abandonaría. La escala de las calificaciones utilizada por el diario contemplaba distintas categorías: obra aceptable para la “gente de bien”; obra “aceptable, aunque vulgar [...] para personas de educación no muy refinada”; obra recomendable, escabrosa, mala o pornográfica. El juicio cinematográfico de *El Pueblo* quería convertirse en el termómetro al cual debía recurrir el espectador a la hora de elegir uno de los tantos espectáculos que se desarrollaban en la ciudad: aspiraba a ser una verdadera guía para el lector.¹¹

Desde esta posición militante, el diario vivió a lo largo de la década de 1920 una radicalización cada vez más exacerbada por la cual ya no solamente defendería los derechos de la Iglesia avasallados por sus potenciales enemigos (masones, liberales,

⁸ Lila CAIMARI, *Apenas un delincuente. Crimen, castigo y cultura en la Argentina, 1880-1955*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2004.

⁹ Sylvia SAÍTTA, *Regueros de tinta. El diario “Crítica” en la década de 1920*, Buenos Aires, Editorial Sudamericana, 1998.

¹⁰ *El Pueblo*, 24 de abril de 1930, p. 12.

¹¹ Miranda LIDA, “La nación católica y la historia argentina contemporánea”, *Corpus. Archivos virtuales de la alteridad americana*, vol. 3, núm. 2, 2013, disponible en: <https://corpusarchivos.revues.org/579>

socialistas, anarquistas u otros tantos), sino que haría de esa lucha una cruzada, en la que no dejaría de lado costados incluso de los más virulentos. Así, en franca modernización editorial, este proceso coincidió con su tendencia a la nacionalización en lo que hace a su alcance, sus lectores, su cobertura, y derivó en una radicalización de su retórica. Basta ver lo que ocurre con el juego de lectores propuesto por el diario católico en la década de 1920. De gran éxito en la prensa de masas de la época, el juego preparó el terreno para que el diario lanzara campañas, entre lúdicas y militantes, que no tendrían problemas en superponerse con el discurso político más exacerbado. Así, el “gran concurso Difusión” que se celebró en *El Pueblo* desde 1928 en adelante fue presentado como una verdadera cruzada. Se procuraba reunir fondos para comprar una rotativa, linotipos y otras máquinas, para lo cual se invitó a que los lectores acumularan puntaje en sucesivos concursos y obtuvieran premios, al mismo tiempo que también cosecharían suscriptores para el diario. A esta campaña se la denominó la “*Gran Cruzada Pro Diario Católico*”:

“Nos lanzamos a esta campaña llenos de confianza [...] *La palabra sagrada con que los cruzados se armaban de un escudo invencible “¡Dios lo quiere!” no nos ha parecido excesiva para nuestra cruzada. ¡Triunfaremos!*

¡Católicos! Hay en la metrópoli de la República un valiente diario católico, *El Pueblo*. [...] ¡Católicos! Queremos que dentro de algunos meses salga [el diario] ya transformado en ediciones de 12, 16 y 20 páginas bien nutridas de material informativo y educativo de primer orden. Pero para ello hace falta la compra de una gran rotativa.”¹²

La invocación a todos los católicos, el tono grandilocuente, el discurso triunfalista, el lenguaje ardoroso que enfatiza la valentía y las armas (simbólicas) con los que contaban los “cruzados” formaron parte de los recursos –retóricos, sin duda– a los que el periódico apelaba para lanzar una colecta que no se proponía sino un verdadero proceso de modernización de la empresa periodística. El discurso triunfalista y militante tiñó de espíritu de cruzada toda la historia de *El Pueblo*, de ahí en adelante. Y a su vez, este mismo discurso se halló replicado en muchas otras publicaciones del país, puesto que gran número de boletines parroquiales imitaban al diario de Buenos Aires –incluso se

¹² “Gran Cruzada Pro Diario Católico”, *El Pueblo*, 5 de agosto de 1928, p.1.

imprimían en los talleres gráficos del diario porteño—. Esta virulencia se manifestará con especial énfasis todos los años al momento del lanzamiento del concurso de lectores del periódico, concurso anual que se celebró sin interrupciones, aunque con variable éxito. Así, los lectores de *El Pueblo* se familiarizaron con un lenguaje radicalizado y exacerbado, expresado en clave de cruzada pero lo hicieron a través de algo que en principio no era más que un concurso, es decir, un simple juego... un juego más, entre los muchos que existían en Buenos Aires, lanzados por otras tantas publicaciones periódicas. El discurso integrista de entreguerras no sólo se dejó oír en el clero más extremista y en los cuarteles militares; más importante aún, tuvo una fuerte presencia mediática, en la prensa y en la radio, y procuró de esta manera alcanzar un vasto eco en la sociedad. Era una retórica de batalla de aspecto simplón, donde se delineaban amigos y enemigos, sin mayor debate al respecto; así, *El Pueblo* proporcionó a sus lectores una versión degradada, bien rumiada, del integrismo católico de barricada.

Sumido en el entusiasmo que el proceso de modernización traía consigo, *El Pueblo* comenzó a otorgarle un gran espacio a las transformaciones que tenían lugar en su propia empresa. Cada nueva máquina adquirida fue presentada bajo grandes titulares en primera plana: la rotativa cuádruple de origen francés, marca “Marinoni” capaz de editar diarios de hasta 32 páginas a 24.000 ejemplares por hora; otras maquinarias más, tales como un molde para fundir estereotipos y una laminadora. Se compraron además cinco linotipos marca “Mergenthater”, de origen norteamericano, que llevarían los nombres de las provincias que las apadrinaron. *El Pueblo* les ofreció a las provincias un lugar preferencial: a fin de evitar que la capital prevaleciera por sobre el resto del país, dispuso que los donativos se computarían según diócesis, y que las linotipos llevarían su nombre; la gran rotativa en cambio sería costeadada por el arzobispado de Buenos Aires. Inspirado en un espíritu federal, el diario católico podía declararse un “testimonio vivo de la fraternidad católica y la solidaridad nacional.”¹³

Se anunció a continuación que *El Pueblo* se mudaría a un nuevo local en la calle Piedras 567, de 800 metros cuadrados, con local a la calle, talleres a la vista del público y sala de reunión y conferencias, que se convertiría en la sede definitiva de la imprenta y los talleres del periódico. Una guía periodística de los años treinta –cuyos principales destinatarios eran las agencias publicitarias y los potenciales anunciantes– reconoció las

¹³ *El Pueblo*, 19 de agosto de 1928, p. 12.

mejoras y le confirió un lugar destacado en sus páginas.¹⁴ Todos estos progresos se celebraron con grandilocuencia, aún cuando el periódico no pudo mudarse de momento a la Avenida de Mayo, sede de los principales diarios porteños. La significación del evento fue magnificada, ocultando la distancia que existía entre sus aspiraciones y la realidad: no se instaló en la Avenida de Mayo, como había prometido, ni ocupó un edificio de dimensiones palaciegas, sino que lo hizo en una casona baja y de antiguo estilo, de apenas dos plantas y modesta fachada, que había pertenecido antaño al Club Católico.

Sin embargo, las novedades llegaron de todas formas a la edición diaria. Sus páginas treparon a doce, con buen número suplementos especiales y una cantidad creciente de secciones que cubría todos los rubros que se podía esperar de cualquier diario moderno: información general nacional e internacional, política, economía, deportes y columna de turf incluida, espectáculos, agenda de programas de radio, sociales, información del interior del país –algunas localidades llegaron a tener columna fija–, columna de información rural, opinión, crítica literaria y cinematográfica, un página infantil y otra de la mujer, folletín, juegos (sobre todo, ajedrez) e historieta. Estas fueron las primeras innovaciones. A continuación, en los años treinta, el periódico atravesó un período de crecimiento exponencial cuando pasó a autodenominarse “Editorial *El Pueblo*” y logró diversificar su producción a un ritmo vertiginoso. En el plano editorial, la década del 30 fue la época dorada del periódico, cuando logró establecerse finalmente en la Avenida de Mayo, donde fijó su oficina comercial. La “Editorial *El Pueblo*” contó entre sus productos: varios espacios fijos en la radio (noticieros básicamente); una multiplicidad de revistas, folletos, volantes y libros; una edición regional con sede propia en la ciudad de Salta; una agencia informativa internacional de su propiedad, fortalecida por la participación del periódico en diversas muestras en el exterior; la presencia de colaboradores extranjeros y nacionales; una distribución que alcanzaba a los países limítrofes. Se convirtió en toda una empresa editorial. La edición diaria también logró crecer: hacia mediados de la década del treinta, las páginas treparon a 24 como mínimo (en ocasiones, subía a 32), a lo que debe sumársele un suplemento dominical de entre 8 y 12 páginas más. Ellas se poblaron –como nunca antes– con profusión de fotografías, que solían reemplazar al texto a la hora de informar; fue entonces cuando *El Pueblo*

¹⁴ Antonio LE ROSE, *Guía periodística argentina y de las repúblicas latinoamericanas. Edición 1930-1931*, Buenos Aires, 1931, p. 20.

adoptaría el popular formato tabloide y sus secciones se multiplicaron todavía más: automovilismo, bibliografía, boxeo, colombofilia, comentarios de actualidad, filatelia, folletín, historieta, turf, comentarios sobre el idioma (en la columna “Para el buen decir”, de Rodolfo Ragucci), teatro, sociología y otras tantas más. Y a medida que la empresa crecía, no menos importante fue la incorporación del lenguaje y las técnicas publicitarias para poner en circulación cada una de las novedades editoriales que daba a luz.

Esta modernización convivió con la exaltación de la retórica de cruzada católica, que fue radicalizándose conforme el escenario político internacional y nacional se enrareció a lo largo de la década de 1930. La “Gran cruzada” de 1928, y los concursos de lectores que se reiteraron a continuación, instalaron la retórica intransigente en el centro de la escena, teñida de connotaciones bélicas y de nacionalismo. A través de un juego de apariencia inocente, y de la manera más cándida, los lectores se familiarizaron con aquel lenguaje exacerbado¹⁵. A través del juego, el lector se identificaría con el diario y trabajaría por él, y a los más comprometidos se los denominó sus “cruzados.” Todos los años, entre los meses de octubre y enero –momento clave para el diario, dado que se renovaban las suscripciones anuales–, se premiaría el esfuerzo que cada lector hiciera por convertirse en un “cruzado”, vale decir, un propagandista del periódico dispuesto a conseguir nuevos suscriptores. Ahora bien, al juego y la competencia, *El Pueblo* le añadió una agresiva retórica militante. Véase cómo se invitaba a participar en 1928 con avisos publicados a veces en primera plana:

“Prepare sus armas. Una noble batalla lo espera. ¡Propóngaselo y triunfará!
¡Adelante! ¡Dios lo quiere! [...] Sea usted dentro de este siglo paganizado un
valiente heraldo de Cristo Rey. Consiga nuevos lectores para el diario católico.

[...] Aliste su armamento. Recorra su campo de acción. Reclute cooperadores.
Hágase ayudar por sus amigos y conquistará un lugar en la vanguardia de los
Cruzados de la buena prensa. [...] Enrólese en este santo apostolado seglar.¹⁶

Nuestra verdad no debe mantenerse escondida ni debe solamente predicarse en los
templos a donde acuden los que ya están encaminados [...] sino que debe salir a la
luz profana del día [...] Nuestra verdad puede vocearse en las calles, en los cafés,

¹⁵ Puede compararse con el caso de *Crítica*. Véase: Sylvia SAÍTTA, *Regueros de tinta...* cit., pp. 144-152.

¹⁶ *El Pueblo*, 28 de octubre de 1928, p. 1; *El Pueblo*, 3 de noviembre de 1928, p. 1; *El Pueblo*, 18 de noviembre de 1928, p. 7.

en los trenes, en los tranvías y en las plazas [...] Si Ud. está suscripto a *El Pueblo* sólo ha cumplido a medias su deber de católico. Lo cumplirá *íntegramente* el día en que todas sus relaciones se suscriban por su intermedio. Apresure el advenimiento de ese día.”¹⁷

A la retórica militarizada del cruzado se le añadiría una recurrente exhortación formulada en el lenguaje del catolicismo integral. El integrismo era llevado al diario católico a través de consignas simples, dejando a un lado las reflexiones teológicas más abstractas, que demandaban otro tipo de público. Para comprender ese tipo de consignas no era necesario que el lector estuviera al tanto de los debates intelectuales más sutiles, con los que sí se esperaba que estuviera familiarizado, en cambio, el *habitué* de los Cursos de Cultura Católica –que habían sido establecidos en 1922– o el lector de la revista *Criterio*, fundada en 1928.¹⁸ Las discusiones teológicas del integrismo católico escapaban al seguidor de los Concursos Difusión. En *El Pueblo*, el lenguaje intransigente se trivializaba, y todo el debate sobre la relación entre el catolicismo y la modernidad, que había llegado a adquirir tanto vuelo en intelectuales como Jacques Maritain, quedaba reducido a mera propaganda: “la salvación de la sociedad, el reinado social de Cristo depende en los tiempos modernos de la buena prensa.”¹⁹ Por más vulgar que resulte esta retórica, no se puede pasar por alto que fue el modo en que el integrismo católico se propagó popularmente, más allá del círculo relativamente estrecho de los intelectuales católicos de entreguerras. *El Pueblo* le ofrecía a sus lectores –de un perfil bien distinto de los de *Criterio*– un integrismo católico ramplón, como puede leerse en la pluma acerba de Luis Barrantes Molina, uno de sus columnistas destacados, “de fácil lectura y asimilación.”²⁰ Durante un cuarto de siglo, *El Pueblo* se caracterizó por su tónica militante y agresiva.

Y a medida que la empresa crecía, no menos importante fue la incorporación del lenguaje y las técnicas publicitarias para poner en circulación cada una de las novedades editoriales que daba a luz. Véase un ejemplo, de tono por demás exaltado: La editorial *El Pueblo* [es] capaz de producir en sus modernos talleres propios dotados de dos

¹⁷ *El Pueblo*, 20 de abril de 1929 y *El Pueblo*, 7 de noviembre de 1929, p. 3.

¹⁸ Acerca de los Cursos de Cultura véase: José ZANCA, “Intelectuales, curas y conversos. La sociabilidad de los Cursos de Cultura Católica en los años veinte”, Paula BRUNO, *Sociabilidades y vida cultural: Buenos Aires, 1860-1930*, Bernal, UNQ, 2014, pp. 281-311.

¹⁹ *El Pueblo*, 26 de mayo de 1929, p. 3.

²⁰ *El Pueblo*, 4 de marzo de 1928, p. 12.

rotativas y diez máquinas de componer toda clase de folletos, volantes y carteles en tirajes fabulosos y a precios fuera de toda competencia. [...] ¡Haga marchar las rotativas al servicio de Dios!”²¹

Que los párrocos utilizaran a su vez este mismo lenguaje a la hora de lanzarse a las tareas pastorales no será de extrañar. La (re)conquista de la sociedad para el cristianismo, fórmula cara al catolicismo integrista de los años treinta, es necesario pensarla en relación con la existencia de una industria cultural católica que no hacía sino diversificarse y crecer en todas sus dimensiones: prensa, radio, editoriales, folletos de propaganda, editados a través de la Acción Católica o de cualquier otra editorial menor.²² En Buenos Aires, su mejor exponente fue el diario *El Pueblo* que, además, constituía la expresión más popular y masiva de la cultura católica de los años treinta, y al mismo tiempo la más eficaz para difundir ese tipo de discurso, dado que su retórica era sencilla, directa y de amplia llegada. Fue más popular y asequible que la revista *Criterio*, dirigida por Monseñor Gustavo Franceschi. De hecho, si se lo compara con *Criterio*, salta a la vista que sus perfiles y sus públicos eran diferentes, sin competencia entre sí. Mientras que *Criterio* participó como protagonista de primer nivel –actor y tribuna a un tiempo– en el debate que desencadenó la visita de Jacques Maritain a la Argentina en 1936, en un contexto polarizado, debido al estallido de la guerra civil en España, y se convertía en un interlocutor que la revista *Sur* no podía ignorar, *El Pueblo* tan sólo recibía los ecos lejanos de estos debates de alto vuelo. Su posición ante la guerra española se definió de manera simple y binaria: o se estaba con los comunistas o contra ellos, puesto que no había más opción. No había lugar para debates, matices o ambigüedades en el diario católico, a diferencia de *Criterio* donde el lector atento podía captar las sutilezas que separaban a Franceschi de Julio Meinvielle.

No es casual pues que el diario siguiera de cerca las transformaciones que se estaban dando en el catolicismo entre los años veinte y treinta, que apuntaban hacia un movimiento compacto y de masas. Así, apoyó y acompañó los debates que se desarrollaron en torno del proyecto de establecer la Acción Católica (ACA) en la Argentina, que terminó por ser fundada en 1931, con el respaldo de la Santa Sede. Y años más tarde, al celebrarse el décimo aniversario de la ACA, pudo jactarse –muy

²¹ *El Pueblo*, 10 de junio de 1937, p. 21; *El Pueblo*, 15 de mayo de 1938, p. 7.

²² Para una discusión acerca del papel del catolicismo en la década de 1930, véase: Miranda LIDA, “Los orígenes del catolicismo de masas en la Argentina, 1900-1934”, *Jahrbuch für Geschichte Lateinamerikas*, núm. 46, 2009, pp. 346-370.

exageradamente— de haber sido su primer impulsor: “fue el precursor primero, el pregonero después y más tarde el órgano diario de expansión de la ACA, según lo manifestado por celosos asesores generales y dirigentes de la misma.”²³ Asimismo, *El Pueblo* siguió los proyectos de creación de nuevas diócesis que desde la primera presidencia de Yrigoyen se venían conversando. Y cuando en 1932 se tomó la decisión de crear diez nuevas diócesis, una delegación de “caballeros católicos” integrada, entre otros, por José Sanguinetti, director de *El Pueblo*, se entrevistó con el presidente José F. Uriburu para discutir los últimos detalles. Puede verse que no sólo el diario obraba como actor político que interpelaba a las autoridades públicas, sino que además hacía lobby para defender los intereses de la Iglesia, en trato directo con las autoridades de facto emanadas del golpe militar del 6 de septiembre de 1930.²⁴ Más todavía: el diario se encargó de seguir paso a paso la creación de las nuevas parroquias porteñas que el arzobispo fray José María Bottaro impulsó desde 1928, y que más tarde retomaría Santiago Copello, de establecer 74 nuevas jurisdicciones para Buenos Aires. Y celebró la noticia, hecha pública en 1930, de que la Argentina sería la sede del XXXII Congreso Eucarístico Internacional cuatro años después.²⁵

El congreso religioso internacional puso a prueba, al mismo tiempo que exhibió, la modernización editorial que transitó el diario católico, y su más virulenta radicalización ideológica al mismo tiempo. Desde que se anunció su celebración en Buenos Aires *El Pueblo* se preparó para ese gran evento: no estaba dispuesto a dejar pasar esa oportunidad para dar un salto cualitativo y cuantitativo. Ya en 1933, en ocasión del Congreso Eucarístico celebrado en Córdoba, envió corresponsales, preparó una transmisión por radio y celebró la culminación del congreso con un titular que proclamaba “¡*Christus vincit!*”²⁶ El tono triunfalista no podía faltar. En 1934, pues, siguió los preparativos, publicó todas las circulares que redactó la comisión organizadora y prestó sus páginas para la realización de un concurso del que habría de emanar el himno del Congreso Eucarístico, cuya ganadora resultó, a la sazón, una frecuente colaboradora del periódico.²⁷ Fue, además, en el marco del Congreso, la única

²³ *El Pueblo*, 4 de septiembre de 1943, p. 11.

²⁴ *El Pueblo*, 17 de febrero de 1932, p. 9; *El Pueblo*, 19 de febrero de 1932, p. 1.

²⁵ Sobre las transformaciones en el catolicismo argentino en esta década, véase: Loris ZANATTA, *Del Estado liberal a la nación católica. Iglesia y Ejército en los orígenes del peronismo 1930-1943*, Bernal, UNQ, 1996. Y acerca del Congreso Eucarístico, véase: Miranda LIDA, “Los Congresos Eucarísticos en la Argentina del siglo XX”, *Investigaciones y Ensayos*, núm. 58, 2009, pp. 285-324.

²⁶ *El Pueblo*, 31 de octubre de 1933.

²⁷ *El Pueblo*, 18 de mayo de 1933, p. 6.

vez que *El Pueblo* lanzó una edición vespertina que salió a la luz el día 14 de octubre, fecha de la procesión de clausura del Congreso, que se distribuyó en las inmediaciones de la procesión. Por otro lado, apostó a afianzarse en el mercado del interior, al que ya había comenzado a apuntar, de tal modo que para 1943 *El Pueblo* ya podrá ostentar un total de casi 300 agentes en todo el país.²⁸ Fruto de esta apertura hacia el interior fue el lanzamiento, también en 1934, de una edición regional de *El Pueblo*, que funcionó en la ciudad de Salta, a instancias del arzobispo salesiano Roberto Tavella. En este mismo sentido podrán considerarse también las primeras incursiones de *El Pueblo* en el mundo radiofónico; ya otras publicaciones como *Crítica* habían ingresado en este camino y *El Pueblo*, que se consideraba a sí mismo un diario moderno, ni más ni menos que los demás, no estaba dispuesto a quedarse atrás. El Congreso de 1934 le abrió el camino para tener un espacio fijo en la radio, la “Cátedra radial de *El Pueblo*”, transmitida por LR10, Radio Cultura, cuyas transmisiones se anunciaban día a día en la sección correspondiente del periódico.

La radio contribuyó a alimentar la ilusión de que tanto la misa como la religión podrían ser llevadas hasta los últimos rincones del país, nacionalizándolo y catolizándolo al mismo tiempo. Las audiciones católicas se multiplicaron, comenzando por la de la misa, que despertaría la expectativa de extender "por el éter", y casi sin límites, la evangelización. Era sin embargo una apuesta riesgosa para el propio catolicismo intransigente, puesto que la misa radial no eximía al católico de la obligación de asistir al templo, confesarse y comulgar.²⁹ A través de los medios de comunicación, la religión corría el riesgo de banalizarse de una u otra manera: se oía cada vez más la misa, pero no se asistía al sacramento. De todas formas, las experiencias de radiofonía católica se multiplicaron. Importantes figuras del clero porteño circularon por estudios radiofónicos: algunos ya tenían un prestigio ganado antes de ingresar en ellos, como Gustavo Franceschi, De Andrea o Dionisio Napal; otros, en cambio, lo obtuvieron a través del micrófono, como Ludovico García de Loydi que se dedicaba a explicar la misa que todos los domingos se transmitía desde la parroquia de San Miguel, donde oficiaba monseñor De Andrea. Esta transmisión, que se inició en 1937 con la sola intención de acercar la misa a los enfermos que no podían

²⁸ *El Pueblo*, 22 de mayo de 1943, p. 4.

²⁹ *El Pueblo*, 25 de febrero de 1938.

acercarse al altar, terminó ocupando un espacio central en la programación de *LS 3 Radio Ultra*, la emisora católica, que ocupó el dial a fines de la década de 1930.

Es poco lo que se sabe sobre esta emisora católica. Habría comenzado a operar hacia fines de 1936, en estrecha relación con *El Pueblo*. De hecho, los informativos de la radio se emitían desde la propia redacción del diario, y más de un periodista de *El Pueblo* pasó por los estudios de la emisora. Pero la radio tuvo desde el comienzo un lugar independiente de los talleres del periódico, con su edificio ubicado en la avenida Córdoba 653. A partir de febrero de 1937, tuvo además su propia revista, titulada *Ultra*, a imitación de la ya popular *Radiolandia*: se trataba de un pequeño boletín de distribución gratuita donde se promocionaba la programación de la emisora. Esta última era variada. Existían programas de fines netamente recreativos o culturales, incluso para niños; se transmitió ópera en forma surtida, así como también estuvo presente la canción criolla, algún concierto de piano y el radioteatro “El extraño caso del murciélago” aparentemente con elenco propio —esto era al menos lo que se declaraba públicamente, aunque es probable que estuviera compuesto por aficionados—. La emisora católica tuvo también su propio concurso de oyentes (se lo llamó “Amistad”) que habría llegado a tener más de 90 mil participantes, según se informó.³⁰ No obstante, la palabra sacerdotal tenía un lugar central, junto con la difusión de los principales eventos católicos que ocurrían en la ciudad. También ocupaba un lugar importante la Acción Católica que difundía por radio las principales decisiones tomadas en sus asambleas y transmitía, en conjunto con el diario *El Pueblo*, las calificaciones cinematográficas en las que emitía su fallo acerca de la calidad moral de las películas en cartel en los cines argentinos. Estas calificaciones, que también se publicaban en el diario, solían ser difundidas a nivel parroquial en volantes y revistas. Así, pues, las industrias culturales y la militancia católica y política se hallaban fuertemente entrelazadas. Veamos cómo sigue esta historia, a la luz de las transformaciones sociales y políticas de la década del treinta, hasta el advenimiento del peronismo.

³⁰ *El Pueblo*, 2 de enero de 1937, p. 23; *El Pueblo*, 7 de febrero de 1937, p. 16; *El Pueblo*, 22 y 23 de febrero de 1937, p. 16; *El Pueblo*, 3 y 4 de mayo de 1937, p. 14; *El Pueblo*, 17 y 18 de mayo de 1937, p. 14.

Actor social y político

La expectativa del diario por influir en la sociedad, la cultura y la política estuvo siempre presente, y creció más todavía a partir de la década de 1930. Comencemos por su aspiración a moralizar la sociedad, típica de cualquier publicación católica. No se expresaba sólo a través de una prédica acerca de la necesidad de regenerar la corrupta sociedad moderna, sino que desembocó en iniciativas concretas a través de las cuales el diario pretendía encontrar eco en la sociedad de su tiempo a fin de modificar hábitos y conductas. Sin embargo, la prédica caía con facilidad en saco roto: repetida incansablemente cual arenga, ni siquiera la tomarían al pie de la letra muchos de los propios católicos. El más claro ejemplo en este sentido se encuentra en su intervención moralizadora en torno de la cultura de masas. Diarios, revistas y libros populares estuvieron desde sus primeros momentos en la mira, pero fueron sus intervenciones en torno de la radio y el cine las que le propiciarían mayor eco. El cine y la radio encarnaban la quintaesencia de la modernidad de los años treinta: no es difícil de imaginar que el catolicismo tuviera problemas para asimilarlos. La manera en la que *El Pueblo* afrontó esta cuestión fue diferente de la de cualquier otro actor que proviniera de su mismo arco ideológico. Los sacerdotes predicaban una moral tradicional y se sublevaban contra las costumbres modernas; la *Liga Patriótica*, por su parte, solicitaría en reiteradas ocasiones a los poderes públicos que se implementaran explícitas medidas de censura.

El Pueblo adoptó estrategias que resultarían algo más exitosas en la práctica, dado que trabajaban en varios frentes al mismo tiempo. Incorporó una importante columna de cine y de radio, con comentarios sobre todas las novedades; no rechazó las más modernas expresiones de la cultura de masas, pero confió en poder influir sobre ella a fin de prevenir sus “excesos”. La radio fue seguida de cerca, con recomendaciones cotidianas acerca de las audiciones más fiables, tanto desde un punto de vista moral como cultural. Pero el grueso de sus intervenciones se concentró en el cine. A partir de la década de 1930, la calificación moral de los espectáculos se presentó en una escala accesible y fácil de entender con cinco categorías: buenas (inclusive para niños); aceptables (para adultos); aceptables pero con reparos (se deja ver previa advertencia); escabrosas (tan sólo para personas con “criterio formado”) y malas (inadmisibles bajo todo punto de vista). Además, editó folletos de publicación periódica (primero

semestrales, luego trimestrales y por último, mensuales) con el conjunto de las calificaciones para que:

“Ud. sabrá a qué atenerse cuando deba ir al teatro o al cine porque *El Pueblo*, continuando una iniciativa única en el periodismo mundial, le ofrece su nuevo folleto conteniendo las calificaciones morales de todos los estrenos cinematográficos y teatrales realizados últimamente entre nosotros. No más sorpresas desagradables cuando lleve a su familia al cine o al teatro, o cuando organice un beneficio. Desde 1930 *El Pueblo* trabaja para evitarle disgustos y preocupaciones.”³¹

Estos folletos eran de uso corriente en las parroquias: las calificaciones se exhibían en los atrios de los templos y eran reeditadas por infinidad de publicaciones que recurrían al juicio del diario católico porteño –la Acción Católica, en especial, las haría suyas–. Además se las transmitía por radio, cosa a la que autorizaba la sencillez con la que el periódico las elaboraba y las presentaba al lector: Radio Excelsior –que también solía transmitir los resultados del Gran Concurso Difusión– junto con Radio Ultra las reproducían con frecuencia. Los lectores, a su vez, solían escribir para denunciar que en diversos escenarios se daban películas que habían sido calificadas como “malas” por el diario, ya sea en funciones auspiciadas por católicos como en salas comerciales que modificaban el programa sin previo aviso. No faltaron tampoco este tipo de denuncias en torno a programas de radio: así, en 1932 un radioteatro inspirado en Eugène Sue movilizó muchos lectores indignados. Las intervenciones del diario se hacían eco de las denuncias de la gente e instaban a las autoridades a intervenir. No faltaría la crítica subida de tono cuando la Comisión de Moralidad no obraba con la determinación que se esperaba. Si esta comisión no bastaba, los católicos tendrían que tomar medidas al respecto, amenazaba el periódico católico:

“¡Inadmisible! Por cuarta vez debemos ocuparnos de una obra grosera, chabacana e injuriosa que se viene representando en una sala desbordante de papanatas incultos, que ríen su risa imbécil de inconscientes, ante las bufonadas de un pseudo sacerdote. Es inadmisibile que la flamante Comisión de Moralidad de la

³¹ *El Pueblo*, 2 de abril de 1936, p. 3.

Intendencia Municipal no haya puesto aun coto a ese desborde zafio de grosería e incultura, que repugna a las personas decentes. No deseáramos que cansados de la ofensa torpe, tuviéramos los católicos argentinos que salir por los fueros de convicciones arriesgadas en lo más vital de las conciencias y en defensa del teatro limpio, elevado, inteligente y honesto.”³²

No faltaron episodios de este tipo en los cuales los católicos salieron “por sus fueros” en reacción a los espectáculos populares juzgados inmorales. En 1941, por ejemplo, en la parroquia de la Inmaculada Concepción de Belgrano, a cargo de Virgilio Filippo, una junta parroquial se dedicaba semana a semana a analizar los programas de los cines del barrio, cotejándolos con las calificaciones morales de *El Pueblo*, para luego salir a distribuir volantes que advertían acerca de las películas “malas” que se daban en ellos.³³ Se llegó al punto de promover el boicot de las películas “inmorales”, provocando incidentes violentos en los cines que redundarían en la suspensión de las funciones. Los círculos de la ACA, y en especial sus varones jóvenes, eran los más activos en este sentido. Pero ya para los primeros años cuarenta, *El Pueblo* había dejado atrás su cautela con este tipo de práctica: no se quedó atrás y alentó a los militantes católicos a que tomaran drásticas medidas para expresar su censura y boicot. En ocasión de unos incidentes que provocó un grupo de jóvenes de la parroquia de N. S. de las Victorias, con motivo del carnaval, censurado por los católicos, también escribiría:

“Vaya nuestro aplauso a esos jóvenes de las Victorias que se disponen a salir por sus fueros. Su ejemplo, no lo dudamos, ha de ser seguido por otros buenos soldados de la Iglesia, y ello asegurará la imposibilidad de que en adelante una osadía miserable pueda mezclar las sagradas creencias de la población sana del país con la farsesca locura de los carnavales. Si en todo se procediera con tanta decisión, los enemigos de la religión verdadera no se atreverían nunca a dar la cara en sus exteriorizaciones desvergonzadas.”³⁴

A comienzos de los años cuarenta, el diario alcanzaba su tono más beligerante. A pesar de las estrecheces provocadas por la guerra, que impuso limitaciones en torno al

³² *El Pueblo*, 21 de agosto de 1938, p. 3.

³³ *El Pueblo*, 9 de marzo de 1941, p. 10.

³⁴ *El Pueblo*, 1 de marzo de 1941, p. 9.

papel que afectaron a toda la prensa argentina –durante el conflicto la cantidad de páginas de *El Pueblo* se redujo a dieciséis y también se vio afectada la publicación de fotografías–, el diario católico pudo salir adelante a través de su inserción en la radio. En 1938 salió el programa “Cátedra radial de *El Pueblo*” y para 1940, la emisión se repetía tres veces por semana por Radio Municipal primero, y luego en Radio Porteña. En 1944, *El Pueblo* volvió nuevamente a Radio Municipal con tres boletines diarios que se emitían de lunes a viernes a las 12,30, 18 y 22 horas y para 1946, se transmitía a diario en Radio Rivadavia. Otras innovaciones fueron el lanzamiento de un concurso de arte en cuyo jurado se contó a fray Guillermo Butler y la instalación de consultorios gratuitos –también los tuvo *Crítica*– que atendían ya sea consultas médicas, odontológicas o jurídicas, con el respaldo de las asociaciones católicas de profesionales que habían crecido en los años treinta. Todo ello se completó con la adquisición de un nuevo local a la calle que funcionó a partir de 1940 en la Avenida de Mayo, donde *El Pueblo* tuvo su oficina comercial, bajo un cartel que podía ser apreciado desde la vía pública. Su presencia social había crecido pero su esfera de influencia por excelencia era –y seguiría siendo– la de la moral, en relación con las costumbres y la cultura de masas. Su actuación en torno a la “revolución de junio” de 1943 así lo demostraría. El diario apoyó el gobierno militar desde el primer momento (José Sanguinetti, el director, lo calificó de “renovación salvadora”) y depositó en él toda suerte de expectativas: permitiría dejar atrás la corrupción del sistema político; regeneraría las costumbres, la cultura de masas y los medios de comunicación; atendería cuestiones de política social, tales como la implementación del salario familiar y medidas de protección para la población rural puesto que las migraciones internas propias de la época ponían en peligro la tradicional familia numerosa y por consiguiente las tasas de natalidad. Y, lo más importante: la enseñanza religiosa obligatoria.

Más aún: la “revolución del 4 de junio” se produjo casi en el mismo momento en que José Sanguinetti cumplía dos décadas al frente de la dirección del diario. Durante los festejos, sin ningún prurito se afirmó que las últimas dos décadas en la historia del periódico, que coincidían con la gestión de Sanguinetti, no habían sido más que un preludio para el movimiento militar, de acuerdo con una visión teleológica según la cual existía una línea de continuidad entre las principales “cruzadas” emprendidas por *El Pueblo* en la década de 1920 hasta el golpe de 1943. En la memoria anual hizo difundir

un texto en el que expresaba su satisfacción con el nuevo gobierno y se presentaba como su más fiel impulsor:

“Hállase *El Pueblo* hondamente satisfecho por la coincidencia perfecta de su continuada prédica con el programa constructivo que está desarrollando el gobierno actual [...] El renacimiento argentino débese en buena parte a esa tarea formativa, orientadora y educativa de *El Pueblo*, y así lo reconocen lealmente personalidades de nuestra República que le han llamado el precursor ideológico del actual movimiento argentinista.”³⁵

El idilio, sin embargo, no persistió. Cuando en 1944 se produjo el impactante terremoto de San Juan, el diario católico, tal cual era su costumbre ante este tipo de sucesos, lanzó una colecta para reunir fondos a fin de colaborar con los damnificados. Se comportó, una vez más, como un actor social de relieve. Sin embargo, su iniciativa se vio rápidamente opacada por la campaña de fondos que emprendió el gobierno cuando resolvió que “todos los aportes concurren a una sola colecta nacional” que, a la sazón, quedaría en manos de la Secretaría de Trabajo y Previsión (STP), a cargo de Perón. A continuación, no vacilaría en denunciar que “la reconstrucción de San Juan está en evidente retardo”, en abierto reproche a la manera en la que la Secretaría de Trabajo y Previsión había obrado con la distribución de lo colectado.³⁶

Otro motivo de fricción fue la cuestión de la neutralidad en el conflicto bélico. Admitió resignadamente la decisión oficial de la ruptura de relaciones con el Eje en 1944, pero su resignación se tornó en lamento cuando el gobierno aceptó, a comienzos de 1945, llevar a la Argentina al terreno de la beligerancia. No simplemente porque quería conservar una posición lo más ajena posible a la idea de intervenir en un conflicto bélico en el que siempre se había pronunciado por la imparcialidad, sino también porque descubrió que sus propias opiniones acerca de esta materia no hallaban ningún eco en las decisiones oficiales. *El Pueblo* había intentado influir en el gobierno, pero éste le demostró con su indiferencia que su voz era poca cosa. Pocos días antes de que se tomara la decisión, *El Pueblo* había propuesto que lo mejor era convocar a un

³⁵ *El Pueblo*, 4 de septiembre de 1943, p. 11.

³⁶ *El Pueblo*, 7 de abril de 1945, p.1. Acerca de la actuación de la STP en el terremoto, Mark HEALEY, “The fragility of the Moment: Politics and Class in the Aftermath of the 1944 Argentine Earthquake”, *International Labor and Working Class History*, núm. 62, 2002, pp. 50-59.

plebiscito. La decisión oficial de participar en la guerra, sin previa consulta popular, significó para *El Pueblo* el amargo descubrimiento de que su voz poco valía ante el gobierno: éste ni siquiera se molestó en evaluar su propuesta. “No se nos oyó”, descubrió consternado.³⁷

Mientras tanto, no sólo crecía la figura de Juan Domingo Perón en el seno del gobierno de Farrell sino que, al mismo tiempo, se fue afirmando su estrecha relación con el movimiento obrero. En el catolicismo, de hecho, no faltaron acusaciones contra Perón, por sus inclinaciones obreristas. Pero no fue esto lo más grave para el diario católico, puesto que desde sus orígenes estuvo cerca de los Círculos de Obreros y se preocupó por las cuestiones sociales sino que, a medida que se fortalecía su anclaje en el movimiento obrero, se hacía evidente que Perón estaba dejando de lado su interés por el desarrollo rural, que permanecía desatendido. Inspirado en Alejandro Bunge, a quien se había invitado como columnista del diario en 1943, *El Pueblo* abogaba por proteger al campo, relegado por los avances de la ciudad y al mismo tiempo exaltaba el modelo de familia numerosa que veía cada vez más alejado de la vida urbana. Con este objeto, publicó una serie de notas de color que retrataban, a modo de ejemplo, la vida de familias numerosas del interior del país, con todo su pintoresquismo. Perón, por contraste, se concentró en trabar vínculos con los trabajadores urbanos del cordón industrial del Gran Buenos Aires y en este sentido su política social le resultaba decepcionante. Perón alentaba el modelo de familia nuclear típicamente urbana, con pocos hijos, antes que la tradicional familia numerosa, típicamente rural, a diferencia del diario católico. No era el izquierdismo de Perón lo que le inspiraba desconfianza sino más bien su anclaje en los trabajadores urbanos de los suburbios de la gran ciudad. El diario católico tuvo también sus reparos para con el Estatuto del Peón, una de las medidas más emblemáticas tomadas por Perón desde la Secretaría de Trabajo y Previsión. Sin rechazarlo plenamente, *El Pueblo* esgrimió una serie de consideraciones en las que reprochaba la falta de flexibilidad para con las chacras y pequeños propietarios rurales, a los que se les exigía las mismas condiciones que a los grandes terratenientes, incluso extranjeros, lo cual revelaba su fuerte sensibilidad y preocupación por el mundo rural, una vez más.³⁸

Pero el 17 de octubre hizo olvidar las suspicacias de *El Pueblo* hacia Perón, tal como demuestra el célebre artículo de Delfina Bunge de Gálvez “Una emoción nueva en

³⁷ *El Pueblo*, 23 de marzo de 1945, p. 8; *El Pueblo*, 28 de marzo de 1945, p. 8.

³⁸ “Para que sea más justo el Estatuto del Peón”, *El Pueblo*, 23 de noviembre de 1944, p. 8.

Buenos Aires” que, a diferencia de la prensa socialista o comunista, captó la fibra cuasireligiosa que los movía, que rememoraba –según la autora– las grandes jornadas de los congresos eucarísticos. La movilización había sido pacífica, se destacaba, pero al mismo tiempo había sido emocionante: tal como retrataría una célebre foto, el 17 de octubre encontró a las masas con los pies en la fuente en pleno júbilo, sin incidentes. La movilización popular había sido de una intensidad tal que el diario católico se empapó del entusiasmo febril y del estilo político de las multitudes del 17 de octubre, desenfadadas, juveniles, espontáneas y dispuestas a salir a ocupar la calle en todos los sentidos posible. Su influjo se traslució en el lenguaje en el que *El Pueblo* invitaba a participar en su habitual concurso de lectores, mostrándose juvenil y refrescante:

“Se buscan hombres jóvenes o jóvenes hombres capaces de esgrimir la espada trocada en pincel para que cual generales en jefes sepan y quieran organizar “UNA BUENA PEGATINA” de carteles de *El Pueblo*. Bastarán tres o cuatro soldados decididos, resueltos, trabajadores, que no tengan miedo de salpicarse con gotas de engrudo, si a cambio se les da la oportunidad de salir airosos, triunfales en la campaña mural de la verdad íntegra, de la verdad impresa, de la verdad hecha tinta de diario que se estereotipe en los cerebros de la multitud. En cada pueblo debe haber un “CAPITÁN ENGRUDO”, técnico táctico y estratégico que, armas al hombro, salga en estas noches primaverales a engalanar su pueblo o ciudad con los hermosos carteles del diario que aman los católicos argentinos. Usted puede ser un INTRÉPIDO CAPITÁN ENGRUDO. Le damos el espaldarazo que lo convierta en tal. A la lucha. Al combate. [...] Al trabajo, pues, SEÑOR CAPITÁN.”³⁹

La invitación parece haber tenido éxito, dado que las fotos de los grupos de jóvenes y aspirantes de Acción Católica que repartían el periódico en los atrios de las iglesias comenzaron nuevamente a poblar las páginas del periódico. “Aumentan de continuo los fervorosos propagandistas de *El Pueblo*”, se escribía en diciembre.⁴⁰ A esa altura, la Iglesia ya se había pronunciado en torno de las elecciones que se avecinaban y, como era habitual, recordó a los católicos su deber de no votar por quienes no respetaran los “derechos de la Iglesia.” Si bien este tipo de intervención se repetía sistemáticamente

³⁹ *El Pueblo*, 11 de diciembre de 1945, p. 17.

⁴⁰ *El Pueblo*, 2 de diciembre de 1945; *El Pueblo*, 25 de noviembre de 1945, p. 16.

desde que se implementó la Ley Sáenz Peña, en un contexto de alta politización como el que precedió a las elecciones de febrero de 1946, rápidamente despertó las sospechas de que por detrás de semejante declaración se escondía un rotundo apoyo de la Iglesia hacia Perón, dado que la Unión Democrática, que contaba con el apoyo del socialismo y del comunismo, hacía gala de sus credenciales laicistas. Las suspicacias no tardaron en recaer a su vez sobre el diario *El Pueblo*, al que se acusó de apoyar a Perón y, más grave todavía, de ser “nazi”: la aparición del *Blue Book* a comienzos de 1946 reafirmó el rumor de que el diario católico habría recibido apoyo de los alemanes durante la guerra. El diario sacó un comunicado para desmentir las acusaciones. El desenlace fue la renuncia de José Sanguinetti, el 23 de febrero de 1946, en vísperas de las elecciones.

Los años 1946 y 1947 fueron para *El Pueblo* los más movidos de la era peronista. Coincidieron con las movilizaciones católicas por la legalización de la enseñanza religiosa, decidida por el gobierno peronista en sesión parlamentaria. En agosto de 1946, el semanario *Qué* registró el éxito inusitado de la movilización de los varones de la Juventud Obrera Católica (JOC) que tenía lugar en vísperas del Congreso de la Juventud, organizado por la Acción Católica. La enseñanza religiosa fue una consigna omnipresente en este congreso y en todas las movilizaciones que lo acompañaron. La envergadura de la movilización católica llamó la atención del gobierno y de la opinión pública, despertando por momentos algunas suspicacias. Tanto es así que *El Pueblo*, colocándose en el papel de vocero del catolicismo argentino, debió salir a desmentir el rumor de que en esa movilización hubiera habido alguna intención, como se dijo, de boicotear los festejos oficiales del 17 de agosto —efeméride sanmartiniana que pasaría a formar parte central de la liturgia peronista— puesto que la reunión de los jóvenes católicos había coincidido con esa fecha.⁴¹ En rigor de verdad, no hubo tal boicot. De hecho, el propio Perón se hizo presente en el acto de clausura del congreso de los jóvenes católicos, el 18 de agosto. Se habló de una presencia de 40.000 personas, en un acto que tuvo lugar en el Luna Park, acompañado a su vez por movilizaciones en las calles céntricas en las que los jóvenes católicos cantaban desenfadadamente.

El Pueblo aprovechó las movilizaciones para hacerse visible. En el acto de clausura hizo anunciar por la red de micrófonos que publicaría un suplemento especial dedicado al congreso. Y afirmó que habían sido sus propios periodistas quienes pusieron en boca de las multitudes el cántico que se escuchó con mayor insistencia: “el pueblo quiere una

⁴¹ *El Pueblo*, 17 de agosto de 1946, p. 3.

cosa, enseñanza religiosa.”⁴² Entonado por una multitud que se estimaba en cuarenta mil personas y transmitido a su vez por la radio, obtuvo el guiño favorable de Perón, que se dejó seducir por el canto popular. Los jóvenes se apropiaron del reclamo católico en pos de la enseñanza religiosa y lo convirtieron en consigna popular. Perón se hizo presente en el Luna Park, y su presencia fue aclamada por la multitud. Con un gesto de complicidad se ganó una ovación: tan sólo les guiñó el ojo dándoles su aprobación. El saldo fue una reacción embriagadora de los jóvenes.⁴³ Así, Perón se convirtió en la estrella más aclamada durante el Congreso de la Juventud católica. El acto terminó peronizándose, pues, gracias a la presencia del presidente y todo el magnetismo del que era capaz. El catolicismo, en especial sus grupos juveniles, se dejó empapar por el nuevo estilo político que el peronismo, también fuertemente juvenil en su perfil etario, había traído consigo en sus primeros años, los más febriles⁴⁴. La enseñanza religiosa se volvió aquí una consigna pegadiza, no muy diferente de otras. Así, la legalización de la enseñanza religiosa puede ser pensada como un neto producto de la política de masas. La ley de 1947 se nutrió del calor de la calle. Una de las consignas que se cantó en la Plaza del Congreso mientras se votaba la ley era “las escuelas son del pueblo / y el pueblo quiere a Dios.”

En cada una de estas movilizaciones, *El Pueblo* buscó un papel protagónico. Mientras continuaba aguardándose la sanción parlamentaria de la ley, más importancia cobraban las manifestaciones católicas en las calles, lo cual le brindaba a *El Pueblo* una oportunidad para hacerse notar. Véase un recuadro que se publicaba destacado en primera página:

“Es inminente la sanción legislativa de la enseñanza religiosa. [...] Los católicos debemos entonces estar prontos a acudir el día que se trate la enseñanza religiosa, a la Plaza del Congreso, para testimoniar con nuestra presencia el arraigo popular que tiene. [...] No deberán esperar indicaciones de ninguna naturaleza, pues el solo anuncio será suficiente convocatoria para que todos espontáneamente respondan al llamamiento de su deber y concurran frente al Congreso.”⁴⁵

⁴² *El Pueblo*, 25 de agosto de 1946, p. 7.

⁴³ *El Pueblo*, 19 de agosto de 1946, p. 16.

⁴⁴ Omar ACHA, *Los muchachos peronistas. Orígenes olvidados de la Juventud Peronista, 1946-55*, Buenos Aires, Planeta, 2011.

⁴⁵ *El Pueblo*, 11 de febrero de 1947, p. 1.

La invitación se reiteró en los días subsiguientes. El 13 de febrero la movilización concluyó con el grito de “¡volveremos!”⁴⁶ Y días después, en vísperas de una nueva marcha, *El Pueblo* reclamó: “Cumplamos la promesa de volveremos.”⁴⁷ Lo más digno de destacar de la actuación del diario fue su presencia *in situ*: asistió a la movilización ante el congreso como una columna más, con su propia bandera. El diario se volvió un actor de carne y hueso, que participaba en la vida pública en un papel que pretendía ser protagónico. Tanto es así que la Acción Católica debió aceptar que la actuación del periódico había empañado los esfuerzos de su propia organización. El presidente de la junta arquidiocesana admitió que “no había hallado en todas las juntas parroquiales [de la ACA] el mismo espíritu de colaboración. Que muchas no habían hecho nada.” Sin embargo, *El Pueblo* “no solamente dio lo que pudo, sino que lo dio todo, y tan poco lo han ayudado para que así fuera.”⁴⁸ Podrá argüirse que estas palabras, pronunciadas en ocasión de un nuevo aniversario del periódico, no eran más que un producto de las circunstancias y sólo fueron pronunciadas para adularlo. Pero eran significativas, puesto que reflejaban la relación cada vez más estrecha entre ambos el diario católico porteño y la ACA.

A lo largo de la era peronista, el diario decayó progresivamente en su calidad gráfica y editorial. Y si bien entre 1953 y 1954, la editorial católica Difusión intentó relanzar el diario con gran brío, la crisis entre Perón y la Iglesia que estalló con fuerza a fines de 1954, justo en un momento en que se lo acababa de relanzar con expectativa de alcanzar una cierta modernización editorial, llevaría a su clausura. El diario sólo con dificultades reapareció luego de la Revolución Libertadora, para acallarse definitivamente en 1960.

Conclusión

Un diario como *El Pueblo* que sin ambages dio pábulo a la más virulenta expresión del discurso de cruzada, y pretendió al mismo tiempo hacer del integrista católico algo atractivo para un lector común a través de todos los recursos disponibles para la prensa de masas, fue algo más que una correa de transmisión de los valores ideológicos, morales, teológicos y políticos del catolicismo argentino. Pretendió erigirse en un actor

⁴⁶ *El Pueblo*, 14 de febrero de 1947, p. 1.

⁴⁷ *El Pueblo*, 5 de marzo de 1947, p. 3.

⁴⁸ *El Pueblo*, 30 de marzo de 1947, p. 9.

de peso en la sociedad y en la política de entreguerras; emprendió campañas contra la prensa laica y otros tantos actores sociales provenientes ajenos al universo católico; tomó partido en la guerra civil española y en otros conflictos de su tiempo; procuró influir en la cultura y la sociedad de su tiempo con “cruzadas” moralizadoras. Incluso apoyó el derrocamiento del gobierno de Castillo en el golpe de junio de 1943, del cual llegó a postularse como su verdadero inspirador.

Por un lado, fue un diario moderno en lo que respecta a la concepción de la empresa periodística que lo sostenía; apuntaba a un público de masas y por tanto hablaba lenguajes comprensibles para un lector corriente, no necesariamente militante. Pero eran arcaicos sus valores y sus consignas como así “¡Dios lo quiere!”, tomada de las cruzadas medievales. Eran de carácter marcadamente antiliberal, antisocialista y anticomunista, rasgos que compartía con el catolicismo integrista propio de su tiempo; la novedad estaba dada en tal caso por el recurso a las retóricas de masas y las técnicas modernas de la propaganda, técnicas que el catolicismo argentino en su conjunto aprendió e hizo suyas tal como se hizo evidente en ocasión de la celebración del XXXII Congreso Eucarístico Internacional.