

El empleo de la arquitectura en los medios de prensa. Precisiones sobre la propaganda política del primer peronismo en la provincia de Mendoza (Argentina)

Verónica Cremaschi*



49-68

Resumen

El presente trabajo aborda la relación de la fotografía y la arquitectura. Más precisamente, se centra en la circulación de imágenes de la disciplina que se sucedió en la prensa de la provincia de Mendoza, durante la primera mitad del siglo XX.

A partir de la lectura y seguimiento de las fotografías divulgadas en estos años en diarios y revistas locales, se evidencia un proceso de afianzamiento del empleo de las reproducciones de obras de arquitectura como una herramienta para exponer distintas ideas.

Durante el período estudiado podemos distinguir un desplazamiento del interés en la difusión de estas imágenes. Primeramente apreciamos la reproducción de edificaciones por parte de privados como muestra de su poder adquisitivo, luego a partir de que estos procedimientos técnicos se hacen más usuales, observamos cómo la fotografía de obras de arquitectura fue empleada como propaganda política por parte del gobierno. Esta utilización encontró su máxima expresión

Abstract

This paper addresses the relationship between photography and architecture. More precisely, it focuses on the circulation of images of works of architecture in the press of the province of Mendoza in the first half of the twentieth century.

Analyzing the photographs published in recent years in local newspapers and magazines, we observe that reproductions of works of architecture were steadily used as a tool to represent different ideas. During the studied period, we can distinguish a shift of interest in the dissemination of these images. First, we find these photographs were used by private owners as a sign of their purchasing power. Then, as photographic techniques became more common and widespread, architectural photography was used as propaganda by the government, especially during the Peronist administration on which we will focus more extensively due to its intensive use of architecture as political propaganda.

* CONICET – UNCuyo. Correo electrónico: vcremaschi@mendoza-conicet.gob.ar.

durante el peronismo, período en que nos centraremos más extensamente debido a su riqueza en lo que se refiere al empleo de la arquitectura como propaganda política.

Palabras Clave

Fotografía de prensa
Arquitectura
Mendoza

Key-words

Press photography
Architecture
Mendoza

Fecha de recepción

25 de agosto de 2014

Aceptado para su publicación

22 de diciembre de 2014

Introducción

Walter Benjamin ha destacado que las obras artísticas modernistas¹ tienen como característica primordial la factibilidad de ser reproducidas técnicamente. Como sucede con las reproducciones de las obras mediante la copia fotográfica en la prensa, esta característica posibilita que, si bien se deprecian el aquí y ahora, salgan al encuentro de su destinatario (Benjamin, 1989: 19). Así es que, a pesar de que con los sistemas de reproducción estas manifestaciones estéticas pierden su “autenticidad”, con los diversos métodos de reproductibilidad técnica, se incrementan fuertemente las posibilidades de exhibición de una obra (Benjamin, 1989: 30). Es decir, que aunque la obra difundida por medio de soportes que permitan su reproducción pierde su situación circunstancial, se le agrega el beneficio de que llega con efectividad a las masas consumidoras.

Si bien el problema de la reproductibilidad técnica abordado por Benjamin se adecua mayormente a la pintura, es interesante analizar lo que sucede cuando la arquitectura es difundida a través de estos medios tecnológicos. La clase política de la primera mitad del siglo XX empleó estas técnicas para difundir, por medio de fotografías y esquemas, la arquitectura pública como manifestación de la eficiencia y de las acciones estatales.

En la provincia de Mendoza, la relación arquitectura y prensa fue afianzándose lentamente durante las primeras décadas del siglo para llegar a su punto culminante con el primer peronismo (1946-1955), que empleó los beneficios de la reproductibilidad técnica de las obras de arquitectura en los medios, como forma de promoción sistemática de las obras estatales. Es por ello que este trabajo, si bien arranca a inicios del siglo XX, se detiene especialmente en el período peronista.

Esta difusión de imágenes y notas de la disciplina es importante debido a que la relación de la arquitectura con los medios masivos es, según algunos autores, una de las transformaciones más significativas operadas en la arquitectura modernista. Es así que por ejemplo se ha subrayado que “Lo que es moderno en arquitectura moderna no es el funcionalismo ni el uso de los materiales sino su relación con los medios de comunicación de masas” (Colominas, en Preciado, 2010: 17). Es decir que la condición de obra modernista estaría otorgada por aspectos extra estéticos y extra tecnológicos ya que se debería a su circulación y consumo a través de los medios.

En el siglo XX es posible acceder a la cultura arquitectónica no sólo a través de la palabra (libros), ésta y las imágenes se imbrican en una relación recíproca que es fundamental en el proceso de circulación de la arquitectura (Adagio y Schmidt, 2012:

¹ Siguiendo la postura de Berman, consideramos que la modernidad poseía dos dimensiones distintas. Por un lado se distinguía “la modernización” como la dimensión que era propia de la economía y política; la otra esfera era “el modernismo”, expresión que se canalizaba en el arte, la cultura y la sensibilidad (Berman, 1989: 82). Es trascendente destacar que estas dimensiones son categorías que facilitan su comprensión pero no son compartimentos estancos ya que ambas están imbricadas en relaciones complejas y dialógicas.

24). Durante esta etapa, la imagen impresa impacta con una fuerza que fascina aún más que el edificio mismo (Adagio y Schmidt, 2012: 24).

Según Méndez en Europa esta comunión de la fotografía con la arquitectura, encontró su mayor acento hacia los años 30 en las aulas de la Bauhaus (Méndez, 2009-2010: 170). Como ya mencionamos, localmente esta relación fue afianzándose de forma paulatina y encontró una acogida especial en el ámbito de la política.

Basándonos en diarios y revistas que salieron publicados durante el período analizado en este artículo, intentaremos evidenciar las transformaciones en la relación prensa- arquitectura durante la etapa definida. Los periódicos abordados son Los Andes (1882- actualidad) y La Libertad (1924- 1956) y la revista La Quincena Social. A pesar de que no existen datos sobre el tiraje de los mismos ni sobre el público que consumía estas publicaciones, estos datos pueden inferirse por las características de las fuentes citadas.

Si bien el diario La Libertad surgió como “órgano de la Unión Industrial, Comercio y Producción” (Oviedo, 2010: 186), ambos pertenecían a lo que se denomina “periodismo de empresa”, es decir que no manifestaban una filiación política explícita, tampoco dependían de algún organismo, institución o gremio, como es el caso de algunos periódicos que eran herramienta de difusión de distintos organismos.

La Libertad, mantuvo una posición discreta durante el período de la restauración conservadora (1930-43). Luego apoyó al peronismo de forma bastante evidente. Debido a ello es que cuando derrocaron al presidente Perón, en 1955, simpatizantes del movimiento golpista irrumpieron en la redacción y en los talleres del periódico y arrojaron las máquinas de escribir a la calle por las ventanas (Bustelo y Rossignoli, 2004: 446).

El diario Los Andes, tuvo la capacidad de adaptarse con facilidad a los cambios tecnológicos y culturales como así también a las condiciones del mercado, lo que es característico de esta época en que, como se ha hecho mención, los periódicos militantes se transformaron en de “empresas” (Bustelo y Rossignoli, 2004: 447). Sin embargo podemos detectar un apoyo a los gobiernos de la etapa de la restauración conservadora. Ambos periódicos consignados tuvieron amplio tiraje y difusión en relación con las revistas que fueron productos que por su costo de impresión fueron de circulación más reducida.

La Quincena Social surgió en 1919. Su director, Leonardo Napolitano, se había trasladado a la provincia por razones de salud, sin embargo, mantenía sus contactos editoriales en Buenos Aires, lo que posibilitó la extraordinaria calidad de impresión de la revista. De periodicidad quincenal o mensual, esta publicación mantuvo durante toda su larga existencia una importante cantidad de imágenes. Consideramos que esta característica, sumada a la excelente calidad del papel y a su gran formato, hizo que su costo fuera elevado. De ello daba cuenta otra revista, Mundo Cuyano, que destacaba que en la provincia “(...) sólo existía una publicación quincenal, la que por su elevado costo (bien merecido por cierto) se hacía imposible

que estuviera al alcance de todo lector [...]” (*Mundo Cuyano*, julio de 1923: s/p). Esto habría limitado su circulación en un cierto sector de la sociedad mendocina cuyo poder adquisitivo era alto.

Si bien en este trabajo consideramos fundamental la observación y análisis de las fotografías aparecidas en la prensa del período, hemos tomado en cuenta que las condicionan múltiples filtros de selección y transformación: desde el fotógrafo hasta el editor (Braojos en Ramírez, 2004: 7) e incluso la recepción y circulación. No debemos olvidar que aquello que se nos muestra no es nunca “inocente”, pues tiene un impulso histórico y un propósito político (Meyer en Ramírez, 2004: 7). Como todo producto cultural, la fotografía es la resultante de la acción del hombre en un determinado tiempo y espacio que opta por un asunto especial y emplea los medios técnicos para realizarla (Kossoy, 2001: 31). En este sentido es una representación sobre algún tema de la realidad, ya que resulta un recorte realizado por un sujeto social determinado que, con su acción, influye en modelar otras representaciones. Como ocurre con el periódico existe un “contrato de lectura” en la fotografía, debido a que es una práctica de comunicación. Este contrato subyacente se establece entre la instancia enunciativa y la instancia receptiva, entre emisor y receptor de la imagen (Vilches, 1997: 44), quienes son partícipes activos de este circuito constante del fluir de las ilustraciones.

Sin embargo estimamos que, a pesar de la subjetividad que implican como representaciones, resultan documentos valiosos que ayudan a reconstruir parte de las representaciones que se tenían en la época tratada en relación con la arquitectura.

Los inicios (1900-1930)

Ángel Rama en su libro *La ciudad letrada* afirma que de todas las ampliaciones letradas de la modernización la más notoria fue la de la prensa. En esta expansión, que se sucedió al iniciarse el siglo XX, tuvieron protagonismo los nuevos lectores surgidos de las leyes de educación común, los que no robustecieron el consumo de libros sino que se inclinaron por el de diarios y revistas (Rama, 1998: 66).

La prensa escrita surgió en Mendoza en 1820 con la Ilustración y comenzó su proceso de normalización y crecimiento hacia 1852 (Roig, 1966: 14). Durante las primeras décadas del siglo XX se sucedieron una serie de cambios trascendentes a nivel de estructura, formato y contenido en la prensa local. Del diario de inicios de siglo, cuya información estaba condensada en pocas hojas y que carecía de imágenes, se ocasionó una transformación que culminó, hacia el final de la década de 1920, con un formato de periódico cercano al que conocemos en la actualidad (dividido en secciones, con noticias con copete, jerarquizado, ilustrado profusamente, etc.).

A inicios de 1900 se produjo la aparición de la prensa asociada. En tal sentido Los Andes fue el primer diario del interior del país que ingresó en la Associated Press a fines de 1919 (Roig, 1966: 79). Esto condujo a que se publicaran en sus páginas noticias de repercusión internacional con celeridad y frecuencia periódica.

Durante las primeras décadas la estructura del diario tenía una apariencia uniforme tanto en lo gráfico como en el contenido. No había una distinción clara entre

lo que Verón define como Géneros L, en los que se diferencian una entrevista de una mesa redonda, una alocución de un reportaje (Verón, 2004: 196- 197). Sino que, como también ocurre con el esquema visual antes mencionado, se presenta cierta uniformidad en el tratamiento de las noticias, notas sociales o policiales. Tampoco es tan clara la clasificación que el autor establece sobre a los Géneros P, que definen los periódicos de información, las revistas femeninas, las de divulgación científica, etc. (Verón, 2004: 196-197). La diferenciación de ambos géneros va a sucederse a principios de la década de 1920 con mayor claridad.

Durante los primeros 10 años de la etapa que nos compete se observa un escaso material gráfico. En los matutinos las fotografías se emplean sólo para ilustrar casos especialmente trascendentes. Así es que aparecen de forma esporádica y aislada como soporte gráfico de un hecho destacado, un ejemplo de ello es la fotografía del cuerpo de Jorge Newbery, piloto fallecido al caer su avioneta en marzo de 1914, o del gobernador José Néstor Lencinas cuyo deceso se produjo en 1920 y se reprodujeron algunas vistas de su pompa fúnebre.

La Quincena Social, se presenta como una excepción frente a las otras debido a la gran cantidad de imágenes en blanco y negro y color desde su fundación. De periodicidad quincenal o mensual, esta publicación mantuvo durante toda su larga existencia una importante cantidad y calidad de imágenes.

La impronta austera que presentaba la mayoría de las publicaciones periódicas fue cambiando paulatinamente, a partir de la década de 1920 se observa un incremento en el número, calidad y tamaño de las imágenes publicadas. Esto es importante debido a que la fotografía resulta un elemento de neta carga “contemporánea”, consustancial a la propaganda e intrínseco a la profunda y fascinante complejidad de los nuevos tiempos (Braojos Garrido, 1996: 72).

La aparición de la cámara Leica en 1926 modificó el mundo de la fotografía periodística y por ende la apariencia de los periódicos, debido a que, por ser transportable y liviana, fue sinónimo de acción y rapidez (Facio, 2009: 68). A partir de este momento los estudios de fotografía, que esperaban a que los clientes llegaran a sus puertas, se convirtieron en agencias de fotos de noticias que enviaban a sus operadores a distintos puntos del país para registrar los hechos (Facio, 2009: 68). Estos cambios permitieron que las características “estáticas” y descontextualizadas de las fotografías de estudio se transformaran. Salir en búsqueda de las imágenes en el exterior otorgó un dinamismo y una rapidez que no eran evidentes en las fotos en interiores.

Fue durante esta etapa que comenzaron a aparecer fotografías de la arquitectura en la prensa. Mayormente el móvil era la exposición pública de la arquitectura privada. Esta iniciativa era apoyada por la prensa que incentivaba a las clases con mayores recursos económicos a publicar la concreción de obras arquitectónicas valiosas ya que “(...) todos los propietarios que han destinado sumas apreciables en construcción de acuerdo con las exigencias de la época, deben por espíritu patriótico y por homenaje al terruño alentar y facilitar en porfías gentiles este pensamiento (...)” (*La Quincena Social*, 15 y 30 de abril de 1926: s/p). Una forma de

que otras personas emularan estas acciones, era promocionada por la revista por medio de un espacio en que los propietarios podían difundir fotografías de sus mansiones como parte de un compromiso con la comunidad y como un deber moral. Estas afirmaciones encubrían cualquier viso de alarde por parte de los dueños cuando decidían difundir sus casas en la prensa. Por ello es que en general durante este periodo observamos la difusión de viviendas privadas, aunque también se destacan algunas fotografías de las obras arquitectónicas de uso público que estaban transformando la fisonomía “anticuada” de la ciudad.

Las fotografías de estos edificios figuraron de forma reiterada en páginas de diarios y revistas no especializadas en la disciplina de la arquitectura como exponentes del progreso material de la ciudad. Obras monumentales que, aunque habían sido realizadas con cuños estilísticos diversos, eran categorizadas como “modernas”.

Observamos que el empleo político de las imágenes de arquitectura se dio de forma incipiente. A lo largo del período encontramos algunos proyectos que circularon en las páginas de los matutinos, muchos de los cuales no se concretaron, como por ejemplo un proyecto de barrio obrero en la zona este de la ciudad (*Los Andes*, 8 de junio 1926: s/p.), el proyecto de edificio para la asistencia Pública (*La Libertad*, 11 de febrero de 1927: s/p.), entre otros. También existió el empleo de algunas fotografías de las inauguraciones de edificios públicos como el Hospital Lencinas (*Los Andes*, 25 de mayo de 1924: s/p). Sin embargo, como veremos en las etapas siguientes, esta relación se hizo más fluida y fue mejor “aprovechada” por la clase política en años posteriores.

La etapa de la restauración conservadora (1930-43)

Durante esta etapa observamos cambios cuantitativos trascendentes en lo que se refiere a la prensa. Se amplió el número de temas, incluyéndose más cantidad no solo las noticias policiales y los clasificados, sino también del ambiente cultural. Además observamos la aceleración de la circulación de las noticias, debido a que las grandes empresas ampliaron sus áreas de influencia en función de la celeridad y regularidad de las comunicaciones, esto se visualiza a partir de 1930 en que en el diario empezaron a existir páginas destinadas a otros lugares de influencia, como San Juan y San Rafael (Roig, 1965: 61).

La importancia que habían comenzado a adquirir los medios escritos se manifiesta en la especialización periodística que se acentuó notablemente en esta etapa. El interés por tener un órgano portavoz se extendió a todos los sectores sociales: aparecieron periódicos de barrios, escolares, etc. (Roig, 1965: 80). Algunos de estos asumieron el estilo oral predominante en algunas revistas de cinematógrafo o radiotelefonía (Roig, 1965: 80). Como ejemplo de la especialización, surgieron algunas páginas específicas dedicadas a difundir los adelantos edilicios de la provincia. Esto es percibido en periódicos como *La Libertad*, con su sección de “Edificación moderna” y en revistas como *La Quincena Social*. A su vez, esto nos da la pauta de la diferenciación por secciones y temáticas, de la especialización que habían tomado los géneros L definidos por Verón (Verón, 2004: 196- 197) y que es un fenómeno que se distingue claramente durante el período.

Un cambio destacable respecto a la etapa anterior, fue la trascendencia que adquirió la prensa como herramienta política. En este sentido, su empleo como vehículo de la propaganda gubernamental se incrementó notablemente. Por medio de la fotografía y de las notas periodísticas observamos la divulgación de proyectos, acciones y leyes llevados a cabo por los gobiernos demócratas.

También la obra pública fue promocionada por medio de los diarios y revistas. Esto se debe a que la arquitectura fue un bastión en que se apoyó fuertemente esta tendencia política como instrumento de legitimación y como forma de promoción de sus ideas. Estos gobiernos la transformaron en la concreción material de las políticas de Estado y la emplearon como elemento de difusión de sus gestiones (Fiorito, 2012 a: 2).

Esto queda evidenciado en las reiteradas notas y dibujos que se publicaron de las obras llevadas a cabo por la Dirección Nacional de Arquitectura. Este organismo se destacó en la etapa de la restauración conservadora por la construcción de edificios para correos y telégrafos, maternidades y hospitales, facultades, aduanas, cárceles y juzgados de paz y, en forma especial, numerosas escuelas de enseñanza media (Fiorito, 2012b: 5). Además se encargó de difundir sus proyectos en medios de las provincias.

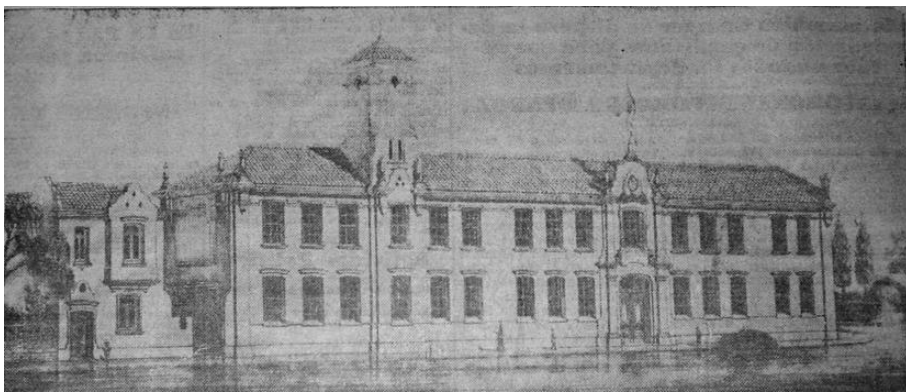


Figura 1 Escuela de Artes y Oficios en Santiago del Estero. Dirección nacional de Arquitectura. Los Andes, 30 de octubre de 1938: 3.

En el ámbito de la provincia fue muy importante el papel del diario Los Andes, que fue el medio que más difundió la obra pública local de los gobiernos demócratas. Un ejemplo interesante de la relación de la reproducción gráfica de la arquitectura con fines políticos, apareció en las páginas del citado diario cuando se preparaban las elecciones de 1946.



Figura II. Detalle de propaganda del Partido Demócrata en que se aprecia parte de la obra pública realizada. Los Andes, 10 de febrero de 1946: 7.

El mismo consistía en la presentación de fotos pequeñas, que en total sumaban 108, de obras monumentales realizadas por los gobiernos demócratas entre las que se destacaban puentes, caminos, hoteles, usinas hidroeléctricas. La publicidad ocupaba dos páginas completas y casi no presentaba texto. La estrategia de la repetición de las fotografías en formato pequeño aumenta la sensación de vastedad de la obra pública llevada a cabo, esto no hubiese sucedido si se hubieran presentado de forma aislada, el efecto de conjunto refuerza la idea de multiplicidad. Esta propaganda, como muchas que salieron en el diario, indica el apoyo brindado por Los Andes a esta facción política. No observamos lo mismo en el periódico La Libertad, que se mostró mucho más discreto.

Además de evidenciar la importancia de los medios de comunicación en la vida política, esta circulación colaboró con la propagación de los distintos modelos arquitectónicos existentes, ya que se divulgaban obras realizadas en las distintas tendencias estilísticas modernistas. Sumada a la prensa como difusora de las obras de arquitectura, es interesante recordar que distintos edificios públicos provinciales fueron reproducidos en estampillas, tarjetas postales y folletería que se distribuían mayormente en Buenos Aires

El peronismo (1946-55)

La trascendencia que hemos visto fue incrementándose desde el inicio del período abarcado en este artículo en relación con el empleo de la prensa como difusora de la arquitectura como herramienta de la política, llegó a su punto cúlmine en el período peronista. Esto se observa en el aumento significativo de la propaganda y la fotografías de la obra concretada por esta tendencia política.

La especificidad de los géneros de los que trata Verón logró una importante especialización durante esta etapa, el diario estaba claramente dividido en secciones y las noticias nacionales estaban separadas de las internacionales y locales. Es notable el incremento de páginas que se observa en los ejemplares de los periódicos. Todo ello nos indica que el público lector contaba ahora con mayores competencias para comprender y buscar noticias que no necesariamente tenían que tener la trascendencia de los hechos más destacados, sino que interesaban temas de economía, sociales, etc.

Desde el comienzo de la revolución se dio importancia al tema de la transmisión de las ideas partidarias, se promovió la reorganización de la Sección de Informaciones y Prensa de la Presidencia, la que fue elevada al rango de Subsecretaría de Información, Prensa y Propaganda del Estado en noviembre de 1943 (SIPP) (Vázquez, 2008: 11).

Tras la asunción de Perón como presidente en 1946, se pretendió centralizar toda comunicación política desde dicha Subsecretaría, lo que condujo a que se coordinaran acciones entre el Estado, el Partido Peronista (Masculino y Femenino), la Fundación Eva Perón y los medios de difusión masivos privados (Vázquez, 2008: 11-12). Esto significó una gran tarea de organización y trabajo conjunto. La SIPP, nucleaba y ejecutaba la propaganda y publicidad de todas las dependencias del Estado, lo cual significaba contar con muchos recursos pero también implicaba una importante tarea de organización interna (Rosa, 2008: 13).

La trascendencia que había adquirido el manejo de la información como herramienta política se constata en distintos hechos. Esto es observable, por ejemplo, en la campaña política de 1946 en que La Prensa, La Nación, El Mundo, La Razón, Crítica y Noticias Gráficas, no perdían ocasión en destacar las virtudes de la Unión Democrática, pero esto, lejos de amilanar al candidato Laborista, lo llevó a utilizar el micrófono más que el papel y a tratar de neutralizar a estos diarios opositores con la creación y captación de otros, así surgieron La Época, El Laborista y Democracia (Sirvén en De Jorge, s/f: 7).

El Estado intentó controlar la prensa de otras tendencias, lo que se verifica en el hecho de que desde 1947 los periódicos de la oposición fueron clausurados y comenzó la compra sistemática de las emisoras radiales por grupos económicos cercanos al régimen (Torre, 2002: 43).

Si bien, como observamos en el apartado anterior, la arquitectura fue empleada como estrategia propagandística política por los demócratas, durante el

peronismo este instrumento se utilizó en forma incesante y no sólo en los momentos previos a las elecciones para garantizar la continuidad política en los comicios, sino también como parte de un programa de difusión de los ideales del partido y el movimiento. El peronismo entendía que los diversos actores que constituían la nueva democracia de masas conformaban un todo indiferenciado, cuya expresión debía ser moldeada inculcándosele la doctrina por medio de la propaganda y la escuela, lo que llevó a peronizar las instituciones y transformarlas en instrumentos de adoctrinamiento (Romero, 2005: 114-113). Según Gené se buscó en muy poco tiempo, desde los sucesos del 17 de octubre hasta las elecciones, "(...) dar forma a un repertorio emblemático capaz de caracterizar a la nueva fuerza política" (2001: 1).

Si bien el repertorio iconográfico fue transformándose a lo largo del primer peronismo, existieron ciertas fórmulas que caracterizaron plásticamente al período. Un rasgo distintivo de la propaganda de este período estaba dado por su espesor sinónimo, es decir, que existió una acumulación de significantes con un mismo significado en los mensajes propagandísticos, debido a la voluntad de expresar unos pocos significados a través de varios significantes (Rosa, 2008: 13). Así es que observamos distintos creativos trabajando con códigos plásticos y comunicacionales diversos pero con la finalidad de transmitir unas ideas claras respecto a las concepciones fundamentales del movimiento. La exageración y reiteración en las imágenes tenía por finalidad desarrollar y construir la identidad peronista que mostraba la Argentina de antes en contraposición con esta Nueva Argentina: justa, libre y soberana (Barrios y Fernández, s/f: 14).

El corpus temático estaba constituido por aquellas imágenes que, exceptuando las de Juan y Eva Perón, identificaban más plenamente el ethos del peronismo: las representaciones del trabajador, de la familia y de la mujer (Gené, 2001: 2). Las imágenes de carteles, folletos, libros escolares, estampas, publicidades cinematográficas manifestaban: "(...) la grandeza de la patria y la felicidad del pueblo" (Barrios y Fernández, s/f: 14).

La relación que encontramos en la etapa anterior entre la política y la arquitectura continuó y se reforzó durante esta etapa. La difusión de las obras estatales fue constante durante los gobiernos peronistas.

Es importante notar que, a diferencia del período anterior en que Los Andes publicaba la mayoría de los anuncios políticos, durante esta etapa La Libertad llevó la punta en este tipo de propagandas. Esto podría deberse a la tendencia del mismo, ya que, según señala Garzón Rogé, este periódico era peronista (2010: 199). Si bien existieron algunas propagandas con el mismo contenido político en Los Andes, se encuentran en mucha menor medida.

La originalidad del régimen no consistió, en muchos casos, en la creación de elementos nuevos sino en la manera de hacer uso de los ya existentes y combinarlos de forma novedosa (Ballent, 2009: 28). En este sentido Gené afirma que "(...) el peronismo apropió y reformuló tradiciones ya existentes también en la esfera de la visualidad" (2001: 11). Los medios de propaganda elaboraron un discurso plagado de

yuxtaposiciones y deslizamientos, la prédica oficial supo apropiarse y reelaborar enunciados de legitimación para todo tipo de intervenciones incorporando los postulados de ascenso social (Aboy, 2005: 113 y 114).

Como ejemplo de estas apropiaciones citamos dos propagandas en que la arquitectura fue empleada con fines políticos y que presentaban una estructura visual similar: La primera, aparecida en *Los Andes* en 1942 corresponde a la etapa de la restauración conservadora y la segunda, publicada en *La Libertad* en 1945, al período peronista. Las similitudes compositivas son evidentes, presentan dos imágenes que ocupan la mayor superficie de la página y están dispuestas en el centro. En la parte inferior con una importancia secundaria se encuentra el texto que refiere a las dos formas distintas de habitar posibles en la nación.

En la parte superior se observa un rancho, que estaba asociado a representaciones negativas, mientras que los pulcros chalecitos del “hoy”, estaban en el extremo opuesto y representaban las maneras de vivir propiciadas por las políticas habitacionales.

Las dos propagandas presentan un episodio arquitectónico del pasado contrapuesto a una situación contemporánea. Como destaca Gené la contraposición planteada a nivel discursivo se trasladó a la gráfica en uno de los más clásicos clichés: la antinomia “ayer/hoy” (Gené, 2001: 40). En ambas se exhibe el rancho, como forma de habitar indigna, en oposición con las nuevas viviendas, lujosas, higiénicas y seguras. Estas temporalidades se potenciaban en un contrapunto donde cuanto más negativamente se connotaba el pasado, mayor plenitud y armonía se percibía en el presente: la victoria de la justicia social sobre el pasado de iniquidad (Gené, 2001: 40). Como ya se adelantó anteriormente, se empleaba la arquitectura para hacer evidente los cambios sucedidos con los programas del peronismo, el contraste con el pasado era propicio para ello. Lo paradójico aquí es que este recurso ya había sido empleado por una tendencia política anterior de la que intentaban distinguirse.



Figura III. Los Andes, 1942 5 de julio: 12 y La Libertad, 24 de enero de 1950: 6.

En muchas de las propagandas manejadas en el orden nacional se evidencia, a nivel discursivo, el contraste entre los tiempos pasados y la Nueva Argentina justicialista por medio de la mención de la opresión, la desigualdad, la pobreza y la indiferencia de los regímenes anteriores en contraste con la justicia social, la inclusión, etc. del país actual.

Otro de los ejemplos que seleccionamos que evidencia el uso de la arquitectura con fines políticos propagandísticos, refiere al plan de vivienda impulsado por el segundo Plan Quinquenal.



Figura IV. Propaganda sobre el plan de viviendas impulsado por el segundo Plan Quinquenal. La Libertad, 1953 16 de abril: 8.

La temática de la vivienda fue ampliamente retomada como repertorio de los anuncios peronistas. Esto es así debido a que la arquitectura privada, a la que se accedía por medio de los planes de habitación, era tratada como la representación simbólica del acceso al confort y al bienestar que las clases de menores ingresos tenían como consecuencia de la implementación de la doctrina peronista. Es notable que, como se ha destacado anteriormente, desde los inicios existiera una difusión de las fotografías de las unidades habitacionales privadas, a pesar de ello los fines y propósitos eran diferentes. Mientras en las primeras décadas su empleo se relacionó con la intención por parte de la burguesía de exhibir los bienes que poseían, durante el peronismo la vivienda confortable y moderna representaba el éxito de las reformas sociales.

Como destaca Ballent, existieron al menos cuatro estéticas manejadas por el peronismo para concretar la obra pública: la arquitectura rústica o pintoresca (llevada a cabo por la Fundación Eva Perón, chalets del Ministerio de Obras Públicas, Plan Eva Perón del Banco Hipotecario Nacional), el modernismo atenuado (diversos edificios

públicos como el aeropuerto de Ezeiza), el neoclasicismo, (sede central de la Fundación Eva Perón) y el modernismo radical (2009: 24). En el caso específico de la habitación popular es interesante destacar que si bien se emplearon tipologías arquitectónicas diversas (Aboy, 2005: 12), en general se utilizó como imagen de los planes de vivienda, el prototipo de chalecito suburbano, cuyo origen es la etapa de la restauración conservadora pero que se popularizó ampliamente durante los mandatos peronistas.

Como habitantes de estos tipos de viviendas se representaba a una familia o un matrimonio joven que aún no tenía hijos. En continuidad con las imágenes de décadas anteriores, la familia tuvo un lugar central en la propaganda de los planes de construcción para obreros (Barrios y Fernández, s/f: 13). Gené ha destacado que el hogar-familia tuvo una gran importancia en distintos discursos políticos y halló su más clara expresión en las imágenes metafóricas de aquél “nido” o “santuario del amor” que se publicaba en las revistas femeninas de la década de 1920 (2001: 46).

Como se observa en esta imagen, se recurre a este imaginario sobre la familia empleado en la etapa precedente, inclusive se alude específicamente al nido mediante la analogía con el hornero, que además era el pájaro nacional desde 1927. De fondo observamos la casa tipo chalet californiano de 2 pisos, confortable, higiénica. Destacamos la representación de una capilla colonial, tal vez como una forma sutil de apaciguar a los espíritus antiperonistas, debido a la tensión que ya existía, para la fecha, con la iglesia.

La figura de la pareja, junto al hijo y a veces acompañados por un anciano, retratados en los confortables y bien equipados interiores del chalet suburbano y de la vivienda rural, mostraba la contracara de la miseria que signaba a los desamparados del pasado (Gené, 2001: 47).

Por último abordaremos una propaganda de La Fundación Eva Perón, institución que operó desde el año 1948 paralelamente al Estado, comandada por Eva Perón. Según Stawski, además de su función asistencial, la Fundación era una de las principales herramientas del gobierno para lograr consenso social, por ello servía en sí misma como un órgano de propaganda (2004: 194). Esta función era reforzada con una fuerte campaña que difundía las obras realizadas en distintos puntos del país, lo que también demostraba el carácter federal que se pretendía infundir a esta institución. Por ello, si bien sus acciones estaban destinadas a la ayuda social, siempre fue un órgano politizado y sus acciones sobrepasaron el mero asistencialismo (Stawski, 2004: 222).

El ejemplo seleccionado muestra distintas fotos de las obras de arquitectura de la fundación, se emplea el recuso de composición tipo collage lo que otorga cierto aspecto de multiplicidad y abundancia. En el centro encontramos la figura recortada de Evita saludando eufóricamente a los beneficiados. El texto, como en los anteriores ejemplos, tiene un papel secundario. Lo importante es el efecto visual y las fotos que dan testimonio de los lujos con que la fundación llevaba a cabo la obra que beneficiaba a los sectores menos favorecidos.



Figura V. Divulgación de la obra de la Fundación. La Libertad, 25 de noviembre de 1950: 5.

Con este esquema en que aparece un patchwork de fotografías en una página entera, en la que en el centro se dispone, en general, la figura de Eva Perón, se realizaron la mayoría de las publicidades que circularon en las páginas de diarios locales con la difusión de la obra de la Fundación. Las representaciones de Eva como benefactora de los humildes, *de los hombres argentinos del porvenir*, era reforzada con estas imágenes en la que su figura en el centro era la que posibilitaba la obra pública a la que accedían los más necesitados, parte de las fotos que componían el collage las protagonizaban los niños y jóvenes a los que acogía que eran representados en los lujosos escenarios de la arquitectura social.

Como queda de manifiesto en estos ejemplos, el mecanismo de la propaganda fue un canal de comunicación permanente entre los líderes y las masas que sirvió como herramienta generadora y orientadora de una serie de representaciones positivas sobre el régimen. Consideramos que su empleo se debe, como ha destacado Rein, a la relación compleja entre la apropiación autoritaria de la voluntad del pueblo y la

inclusión dentro de la comunidad política de grupos hasta entonces excluidos que existió con el peronismo (2008: 3). Estas tensiones, propias de los populismos, fueron, en parte, resueltas con el consenso social, y la publicidad fue uno de los recursos utilizados para diluir estas tensiones al contribuir a generar este consenso.

La magnitud y la importancia que tuvo la propaganda y el empleo de símbolos durante el peronismo pueden deducirse de su proscripción por el gobierno siguiente mediante el Decreto-Ley N° 4161/56 del 5 de Marzo de 1956. La “desperonización” buscaba erradicar toda la potencia icónica y significante del partido, lo que incluía los métodos de propaganda (Rosa, 2008: 5).

Conclusiones

Como hemos podido observar a lo largo de este trabajo en la prensa se sucedió una rica relación entre fotografía y arquitectura que se empleó en la propaganda con fines políticos. En esta conjunción: “Fotografía y arquitectura funcionan potenciándose mutuamente, intercambian sus capacidades técnicas, profesionales y artísticas” (Adagio y Schmidt, 2012:24).

Los problemas relativos a la reproductibilidad de las imágenes de la disciplina arquitectónica se presentan como conflictos propios de los tiempos modernos. Como hemos podido observar, a partir del empleo de este recurso tecnológico los objetos arquitectónicos in situ pierden su territorialidad y se convierten en signos y símbolos de otros procesos de significación (Adagio y Schmidt, 2012: 25). Por lo que posibilitan acercar espacial y humanamente las cosas a las masas actuales (Benjamin, 1989: 24). Estas características fueron empleadas por la clase política que utilizó las imágenes para convertirlas en símbolos de sus exitosas gestiones y, de esta manera, direccionar la opinión pública de las masas consumidoras.

Consideramos posible, así como lo señala Verón, que los cambios en la prensa gráfica local hayan tenido que ver con los producidos en los otros medios (2004: 198). La transformación que observamos en periódicos y revistas durante el período analizado se relacionaría con la incorporación de la radio y el cine a la vida de la provincia. Así es que la especialización de la prensa, surgió coincidentemente con la incorporación de otros medios de difusión. En este sentido es destacable que en 1923 Mendoza contó con la primera transmisión radiofónica y en 1921 una compañía cinematográfica proyectó el primer film realizado en la provincia que trataba sobre los desastres del temblor del 17 de diciembre y sus consecuencias en Lavalle (Roig, 1965: 11-12).

Como observamos en el caso de Mendoza el proceso de afianzamiento de la relación de arquitectura y fotografía fue sucediéndose de forma paulatina. La clase política supo aprovechar los beneficios de esta relación y empleó la tecnología para difundir sus acciones y logros.

Bibliografía

- Aboy, Rosa (2005), *Viviendas para el pueblo*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica Argentina.
- Adagio, Noemí y Schmidt, Claudia (2012), “La cultura arquitectónica en el mundo impreso en la era de la fotografía”, en *La biblioteca de la arquitectura moderna*, Rosario, Ed. Universidad Nacional de Rosario, pp. 23-27.
- Ballent, Anahí (2009), *Las huellas de la política. Vivienda, ciudad, peronismo*, en *Buenos Aires, 1943-1955*, Buenos Aires, Prometeo.
- Barrios, Romina y Fernández, Noelia (2010), *(Con) vivir con el peronismo. Vivienda y ciudad durante el primer peronismo*, [disponible en : redesperonismo.com.ar/archivos/CD1/EPP/barrios.pdf].
- Benjamin, Walter (1989), *Discursos ininterrumpidos*, Buenos Aires, Taurus.
- Berman, Marshall, (1989), *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Brajos Garrido, Alfoso (1996), “La fotografía de prensa como fuente histórica. Un modelo de referencia: la aportación sevillana”, *Ayer*, N° 24, pp. 69- 90.
- Bustelo, Gastón y Rossignoli, Alejandra (2004), “Los medios de comunicación: de la primera imprenta a los multimedios”, en Roig, Arturo, Lacoste, Pablo y Satlari, María Cristina (Comps.), *Mendoza, cultura y economía*, Mendoza, Caviar Bleu, pp. 435-473.
- De Jorge, Carlos (2010), *La visión del peronismo en el interior del país a través de los diarios capitalinos*, [disponible en : Red de estudios sobre el peronismo: redesperonismo.com.ar/archivos/CD2/DeJorge.pdf].
- Facio, Sara (2009), *La fotografía en la Argentina. Desde 1840 hasta nuestros días*, Buenos Aires, La Azotea.
- Fiorito, Mariana (2012a), “El diseño integral como política estatal: arquitectura en la enseñanza media del Estado argentino (1934-1944)”, en *actas del V Jornadas de Recuperación del Patrimonio Histórico Educativo: la arquitectura escolar*, Buenos Aires, MEDAR, pp. 1-6.
- Fiorito, Mariana (2012b), “El ejercicio del arquitecto en la administración pública: La Dirección General de Arquitectura (1933-1944)”, en *actas de las 2° JORNADAS DE INVESTIGADORES EN FORMACIÓN: Reflexiones en torno al proceso de investigación*, Buenos Aires, IDES, pp. 1- 13.

Garzón Rogé, Mariana (2010), "La experiencia formativa del Partido Peronista en Mendoza 1946-1949" en Oscar Aelo (Comp.), *Las configuraciones provinciales del peronismo. Actores y prácticas políticas 1945- 1955*, La Plata, ICP Bs As, pp. 177- 206.

Gené, Marcela (2001), *Un mundo feliz. Las representaciones de los trabajadores en el primer peronismo (1946-1955)*. [disponible en :<http://www.rehime.com.ar/escritos/documentos/idexalfa/g/gene/Marcela%20Gene%20-%20Un%20Mundo%20Feliz.pdf>].

Kossov, Boris (2001), *Fotografía e historia*, Buenos Aires, La marca.

Méndez, Patricia (2009- 2010), "Fotografías en revistas de arquitectura: un discurso de la modernidad en Buenos Aires. 1930-1950", *Atrio*, núm.15-16, pp. 167-176.

Oviedo, Jorge Enrique (2010), *El periodismo en Mendoza*, Buenos Aires, Dunken.

Preciado, Beatriz (2010), *Pornotopía. Arquitectura y sexualidad en "Playboy" durante la guerra fría*, Barcelona, Anagrama.

Rama, Ángel (1998), *La ciudad letrada*, Montevideo, Arca.

Ramírez, Loma (2004), "Representación de la guerrilla en la fotografía de prensa: de las guerrillas liberales a las guerrillas comunistas", en *Revista chilena de antropología visual*, N°4, pp. 1-18.

Rein, Raanan (2008), "Los hombres detrás del Hombre: la segunda línea de liderazgo peronista", en *Araucaria. Revista iberoamericana de filosofía, política y humanidades*, núm.19, pp. 1-13.

Roig, Arturo (1965), *La literatura y el periodismo mendocinos entre los años 1915-1940. A través de las páginas del diario "Los Andes"*, Mendoza, UNCuyo.

---- (1966), *Breve historia intelectual de Mendoza*, Mendoza, Ediciones del Terruño.

Romero, Luis Alberto (2005), *Breve historia contemporánea de la Argentina*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

Rosa, Gabriel Hernán (2008), "Una aproximación al 'modelo de propaganda peronista'", en *Primer Congreso de estudios sobre el peronismo: la primera década* [disponible en: redesperonismo.com.ar/archivos/CD1/SC/rosa.pdf].

Stawski, Martín (2004), "El populismo paralelo: política social de la fundación Eva Perón", en Berrotarán, Patricia, Jáuregui, Marcelo y Rougier, Marcelo (Eds.), *Sueños de bienestar en la nueva Argentina*, Buenos Aires, Imago Mundi, pp. 193- 227.

Torre, Juan Carlos (2002), "Introducción a los años peronistas", en *Nueva Historia Argentina. Tomo 8. Los Años Peronistas (1943-1955)*, Buenos Aires, Sudamericana, pp. 11-77.

Vázquez, Pablo (2008), "El peronismo y la modernidad política. Nuevas formas de comunicación", en *Primer Congreso de estudios sobre el peronismo: la primera década* [disponible en: redesperonismo.com.ar/archivos/CD1/PP/vazquez.pdf].

Verón, Eliseo (2004), *Fragmentos de un tejido*, Barcelona, Gedisa.

Vilches, Lorenzo (1997), *La estructura de la imagen. Prensa, cine, televisión*, Barcelona, Paidós.

Fuentes

Los Andes:

"Hoy será inaugurado el hospital 'José Néstor Lencinas'", 25 de mayo de 1924, s/p.

"El ministro de gobierno proyecta la construcción de 160 viviendas destinadas a obreros", 8 de junio de 1926, s/p.

"Escuela de Artes y Oficios de Santiago del Estero", 30 de octubre de 1938, p. 3.

"Así trabajaron para Mendoza los demócratas nacionales", 10 de febrero de 1946, pp. 6 y 7.

La Libertad:

"El nuevo edificio de la asistencia pública costará \$600.000 aproximadamente", 11 de febrero de 1927, p. 6.

"A todo el país alcanza la noble obra de la fundación Eva Perón", 25 de noviembre de 1950, p. 5.

"Como el hornero: cada argentino en su casa", 16 de abril de 1953, p.8.

La Quincena Social:

"La arquitectura elegante en Mendoza", 15 y 30 de abril de 1926, n°167-168, p. s/p.

Mundo Cuyano:

"De cómo se fundó Mundo Cuyano", julio de 1923, n°44-46, s/p.