
**“DEMOCRÁTICOS Y EFICIENTES”:
RADICALISMO, PROPAGANDA POLÍTICA Y ESTADO INTERVENCIONISTA
EN LOS TEMPRANOS AÑOS 1940**

**"Democratic and efficient":
radicalism, political propaganda, and the interventional state
in the early 1940s**

María José Ortiz Bergia

Universidad Nacional de Córdoba

Instituto de Estudios Históricos - Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas

Resumen

El propósito de este trabajo es analizar los rasgos de los avisos políticos que los gobiernos cordobeses hicieron circular en periódicos de distribución provincial y nacional entre 1939 y 1943. Nuestro supuesto es que los mismos implicaron novedades en las formas de comunicación política e introdujeron para la época asociaciones inéditas en los imaginarios sobre estado, obra pública, técnica y política. El trabajo se desarrolla a través de la descripción de los avisos de gobierno en los que identificamos sus características y las temáticas abordadas.

Palabras clave: Propaganda política; Estado intervencionista; Obra pública; Radicalismo; Democracia

Abstract

The purpose of this paper is to analyze the features of the political ads that the governments of Córdoba circulated in newspapers of provincial and national distribution between 1939 and 1943. Our assumption is that they implied news forms of political communication and introduced new associations in the imaginary of the state, the public work, the technique and the politics. The work is carried out through the description of the government ads in which we identify their characteristics and the topics addressed.

Keywords: Political propaganda - Interventional state - Public work - Radicalism - Democracy

Cita sugerida: Ortiz Bergia, M. (2020). "Democráticos y eficientes": radicalismo, propaganda política y estado intervencionista en los tempranos 1940. *Coordenadas*, (7) 2, pp. 213-242.

Recibido: 17/03/2020 - **Aceptado:** 23/04/2020

“DEMOCRÁTICOS Y EFICIENTES”: RADICALISMO, PROPAGANDA POLÍTICA Y ESTADO INTERVENCIONISTA EN LOS TEMPRANOS AÑOS 1940*

María José Ortiz Bergia

Universidad Nacional de Córdoba

Instituto de Estudios Históricos

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas

Introducción

En el transcurso del mes de mayo de 1939 dos gobiernos provinciales utilizaron el diario *Crítica*, periódico de tirada nacional, para difundir su obra administrativa. Manuel Fresco gobernador conservador de la provincia de Buenos Aires publicó a cuatro páginas un detallado recuento de todas las obras realizadas durante su gestión titulado “100.000.000 de pesos ha pagado el gobierno en concepto de obras públicas”. La información del aviso había sido organizada en una serie de tablas de factura administrativa con el monto pagado, a pagar y a certificar “Con el propósito de ofrecer al pueblo una información precisa y visión panorámica sobre todas y cada una de las obras públicas realizadas desde el 18 de febrero de 1936 hasta la fecha, tanto de las terminadas como de las actualmente en ejecución...”.¹ Algunos días después, el gobierno del radicalismo intransigente de Córdoba, a cargo de Amadeo Sabattini, llevó a cabo una operación semejante, pero dispuso una organización diferente de la información. Describió su obra de gobierno a través de imágenes y textos en donde se destacaban las figuras del mandatario, niños sonriendo y los edificios escolares que su gestión estaba construyendo. La página se titulaba “Garantías Cívicas y Ecuanimidad Judicial Dió el Dr. Sabattini a Córdoba”.²

Subyacente a sendos avisos existía la intención de legitimar gestiones gubernamentales al destacar su capacidad de hacer, edificar y regular el territorio y la sociedad. Pero si bien los mensajes de Fresco y Sabattini podían ser semejantes, el formato adoptado en cada caso permite intuir intencionalidades diferentes. Con su puesta en escena, un detalle exhaustivo y minucioso de su gestión, Fresco procuraba convencer a los lectores de la transparencia de su gobierno en un contexto en que era objeto de fuertes críticas.³ Al disponer de las imágenes y textos de manera atractiva, Amadeo Sabattini, en

* Para la realización de este trabajo agradezco la colaboración del personal de bibliotecas y hemerotecas en donde realicé la consulta de periódicos. En especial a los empleados de la sección de publicaciones antiguas de la Biblioteca Nacional que accedieron a proporcionarme digitalizaciones del periódico *Crítica*. También debo reconocer a Loreta Giannone por sus consejos en la búsqueda bibliográfica y a Rebeca Camaño Semprini por su lectura y comentarios.

¹ *Crítica*, 2/5/39, pp. 16-20; Imágenes 3.

² *Crítica*, 18/5/39, p. 10; Imágenes 6.

³ En el mensaje a la legislatura de ese año Manuel Fresco afirmó: “Habréis de excusarme, Honorable Asamblea, si paso a ocuparme de asuntos que acaso sería más propio enumerar en una memoria que en un mensaje, pero a mí me interesa establecer en cifras evidentes la magnitud de las tareas afrontadas y de los progresos obtenidos.

cambio, aspiraba a persuadir al electorado del país sobre la gestión exitosa que el radicalismo llevaba a cabo en el interior del país. En pocas palabras, en tiempos de gobiernos conservadores, los cordobeses buscaban convencer a los lectores de *Crítica* sobre que la oposición también era capaz de hacer de la técnica y la obra pública instrumentos de transformación territorial y social.⁴

En los siguientes años, los gobiernos de Amadeo Sabattini y su sucesor Santiago del Castillo publicaron en los diarios *La Voz del Interior*, *Córdoba*, *Crítica* y *El Día* propaganda sobre sus respectivos gobiernos con algunos rasgos novedosos. En su elaboración realizaron una selección de aquello que deseaban visibilizar de la administración cordobesa: sus prácticas democráticas y respetuosas de los derechos y libertades individuales, su promoción del bienestar infantil y sus intervenciones tendientes a transformar territorialmente la provincia mediante caminos, diques y actividad turística. En el contexto de los años 1930s, esa elección temática implicaba una asociación inédita entre democracia y eficiencia respecto de los imaginarios estatales que los gobiernos conservadores intentaban imponer. Al respecto, se ha señalado que estos últimos proponían “una figura del Estado no politizado, basado en la eficiencia y la razón técnica” (Ballent, 2016, p. 5); un procedimiento por el que intentaban sustituir su reducida legitimidad electoral por una legitimidad de gestión edificaba mediante obras públicas y políticas de bienestar (Piazzesi, 2009). La comunicación política del radicalismo sabattinista reutilizó los principales elementos de ese imaginario estatal difundido por el conservadurismo, pero subvirtió algunas de sus ideas centrales al vincular gobiernos democráticos y eficiencia burocrática.

La novedad de la propaganda sabattinista no solo residió en su contenido, sino también en sus formatos, a través de los medios que eligió para difundirla, los recursos gráficos utilizados y las estrategias de persuasión aplicadas. Respecto a esto último es necesario destacar que, en pos de alcanzar sus propósitos, los avisos fueron realizados a través de una selección y disposición de textos e imágenes que respondían a una intencionalidad tanto informativa y testimonial como estética, destinada a producir agrado y atracción entre los lectores. Los avisos de gobierno del sabattinismo antes que constituir informes de lo realizado fueron más bien instrumentos de persuasión expresiva del ciudadano. Este tipo de propaganda política de gestión implicó una innovación respecto a cómo las campañas electorales de la época construían la adhesión política.

Profundizando en las novedades introducidas por esos avisos de prensa, en este artículo nuestra intención es mostrar cómo la intervención del sabattinismo en la prensa comercial de los tempranos años 1940s puede comprenderse como un acontecimiento en distintos registros. Fue un acontecimiento partidario demostrativo de las tácticas

Lo que se niega o se calla, sin equidad y sin derecho, debemos proclamarlo nosotros mismos en defensa propia y para bien de la justicia. Conviene, entonces, mirar en torno y sumar lo que hemos hecho” (*Crítica*, 2/5/39, p. 9).

⁴ La comparación entre los gobiernos de Manuel Fresco y Amadeo Sabattini fue un lugar común en los años 1930s. A inicios de sus períodos, la prensa conservadora y católica de Córdoba utilizó al gobierno bonaerense como contrapunto virtuoso, cuyo “orden y disciplina” y adherencia a los principios católicos, contrastaba respecto a un sabattinismo izquierdista y laicizante (Teach y Camaño Semprini, 2019, p. 139).

electorales que el radicalismo articuló en un contexto crítico caracterizado por su retracción partidaria en el escenario nacional; fue un acontecimiento político expresivo de la temprana instauración de nuevas modalidades de propaganda que utilizó la gestión de gobierno como recurso para captar adhesiones a través de distintos tipos de estrategias de persuasión del ciudadano; finalmente, fue un acontecimiento estatal, en la medida en que contribuyó a popularizar un imaginario del estado que enfatizó su capacidad de transformación territorial y social. Esos acontecimientos implicaron innovaciones en las modalidades y el contenido de las relaciones políticas entre representantes y representados en la Argentina del siglo XX

Para explorar las novedades introducidas en la comunicación política del radicalismo cordobés en este trabajo describimos los mensajes difundidos por sus gestiones, la forma de esos avisos oficiales y su tratamiento de los imaginarios sobre el estado intervencionista. Para llevar a cabo esa tarea realizamos una comparación de la información publicada por distintos niveles de gobierno a lo largo del país en prensa provincial y nacional. Para ello, seleccionamos para el análisis un mes significativo en la comunicación institucional en la Argentina: mayo. En ese mes, en casi todas las jurisdicciones del país se desarrollaba un acto en el que el Poder Ejecutivo concurría a las asambleas legislativas para exponer su gestión administrativa del año anterior.⁵ En esa ocasión, o en el transcurso de ese mes, solía también aparecer en la prensa una transcripción del mensaje del ejecutivo o algún tipo de resumen producido por las mismas oficinas estatales en las que se describía la gestión gubernamental. Nos interesa explorar el tratamiento gráfico que estos actos políticos recibieron y cómo se diferenciaron o asemejaron con los avisos sabattinistas. Con ese propósito elaboramos una serie construida a partir del registro periodístico y la propaganda oficial realizada durante el mes de mayo en distintos periódicos del país –Capital Federal, provincia de Buenos Aires, Santa Fe, Mendoza, Tucumán, Entre Ríos– entre 1930 y 1943.⁶ Si bien esa tarea inicialmente se pensó en pos de rastrear las innovaciones producidas en la comunicación política de distintas gestiones estatales, avanzada la pesquisa nos permitió reconocer la excepcionalidad de la intervención política del sabattinismo.

Los avisos de prensa del Poder Ejecutivo

La apertura de las cámaras legislativas y la presentación del mensaje de gestión del Poder Ejecutivo es uno de los principales eventos que anualmente se producen en la vida nacional y cordobesa. Ese discurso no constituye un mero informe de la actuación anual de los gobernantes, sino que año a año, los mandatarios se dan a la tarea de edificar un

⁵ En el caso de Tucumán encontramos que este evento transcurría en el mes de abril.

⁶ Para ello revisamos el mes de mayo de *La Voz del Interior* y *Los Principios* (1930-1943, Córdoba), *Córdoba* (1940, 1941, 1942 y 1943); *Crítica* (1932, 1935, 1938, 1939, 1940, 1941, 1942, 1943), *La Nación* (1935, 1937, 1940, 1943), *La Prensa* (1933, 1936, 1940, 1942); *El Día* (1930, 1934, 1937, 1939, 1942; La Plata); *El Diario* (1939, 1941; Paraná); *Santa Fe* (1930, 1933), *El Litoral* (1930, 1933, 1935, 1938 y 1943) y *El Orden* (1930, 1933, 1935, 1938, 1942); *La Gaceta* (abril y mayo de 1930, 1935, 1939, 1942; Tucumán); *Los Andes* (1930, 1933, 1937, 1940, 1942, 1943; Mendoza).

relato estilizado y selectivo de su gestión para leer frente al poder legislativo y luego difundir por medios escritos y audiovisuales entre una audiencia más amplia. Si bien en todos los mensajes hay puntos ineludibles, como el estado financiero y la situación de las diferentes ramas de la administración, salvados esos imperativos, quienes han estado y están a cargo del Poder Ejecutivo eligen el contenido, orden, extensión y detalle de la información transmitida en sus mensajes. En esos discursos, temas, problemas, soluciones y logros sontratados en forma asimétrica al ritmo del calendario electoral, el humor de la ciudadanía y el desempeño de la administración pública. En esos términos, desde su instauración estos mensajes han constituido un instrumento privilegiado de propaganda política.

Las formas de representación de este acto en la prensa de los años 1930 serán muy regulares con una descripción textual de la asamblea legislativa, el resumen o reproducción de fragmentos del discurso y la inserción de tres tomas fotográficas. La primera era la del estadista acercándose al recinto parlamentario, en la que aparecía caminando por las calles y recorriendo el espacio público acompañado por algún tipo de escolta. Rodeado de las fuerzas policiales, militares, civiles, compañeros políticos o proselitistas, el jefe de gobierno debía exhibir públicamente su respeto por el acto y por el poder legislativo. La segunda secuencia era la del estadista frente al micrófono leyendo. Podía variar la posición del gobernante y el ángulo de la fotografía. En general este último era contrapicado, lo que destacaba su liderazgo y capacidad de mando. La tercera captura fotográfica era la audiencia legislativa en donde se podía aprehender el resto del recinto y en donde los protagonistas eran los legisladores. Esta solía realizarse a través de una gran variedad de tomas y composiciones destinadas a mostrar la relación política entre los poderes del estado como el uso de lentes gran angular o de montajes fotográficos. El énfasis era colocado en la auditoría que los representantes del pueblo realizaban sobre el Poder Ejecutivo.

En los años 1930s persistió una determinada narrativa respecto a esta instancia de lectura del mensaje legislativo que enfatizaba el acto republicano y destacaba su carácter informativo. De todos modos, es necesario aclarar que no todos los periódicos de las distintas provincias hicieron una cobertura semejante de ese hecho político. En general fueron aquellos que respondían a los nuevos formatos de la prensa comercial siguiendo el modelo del diario *Crítica*, con una estética más cuidada, grandes titulares, resúmenes y un uso abundante de fotografías e imágenes (Saitta, 2000). Los periódicos que mantenían una estructura visual menos llamativa y más simple solían presentar la asamblea legislativa solamente a través de los textos presentados.

Las variaciones también dependían del posicionamiento político. En cada periódico, e incluso en la prensa comercial, variaba la extensión y las características de la difusión de ese evento. Respecto a esto último, la historiografía ha comenzado a enfatizar la necesidad de eludir dicotomías fuertes entre prensa comercial, preocupada por la información y los lectores, y prensa facciosa, dedicada a construir una postura política y centrada en la opinión. Por el contrario, se propone la existencia de límites borrosos entre unas y otras y se destaca que los compromisos políticos de la prensa se prolongaron a lo largo del siglo XX (Solís Carnicer, 2019). Esto incluso se comprende mejor a partir de los cambios introducidos en la prensa comercial por la conflictiva dinámica política de los años 1930s.

En ese sentido, Sylvia Saïtta (1998, p. 267) identifica a partir del golpe de estado un escenario periodístico en el que la prensa comercial como *Crítica* se instituyó en actor político.

Imágenes 1. Tomas fotográficas del mensaje a la legislatura



Fuente: fotografías extraídas de periódicos provinciales y nacionales entre 1930 y 1943.

El mensaje a la legislatura, sin embargo, no era la única modalidad de dar a conocer los actos de gobierno. En la prensa gráfica también solían difundirse solicitadas y publicaciones oficiales en las que se describían las obras realizadas. En esas ocasiones se organizaba la información de manera distinta. Con resúmenes, encabezamientos y distintos tipos de tipografías. En ocasiones eran las mismas autoridades las que enviaban esos "Avisos" a la prensa sin imágenes, solo sostenidos por la información escrita, resúmenes del mensaje o un detallado registro de lo que al Poder Ejecutivo le interesaba informar a la ciudadanía.

Imágenes 2. Avisos del Poder Ejecutivo



Critica 1942

Los Andes 1940

La Gaceta 1942

El Mundo 1940

En esos avisos también fue habitual el uso de distintos recursos visuales como tablas, gráficos e imágenes de diverso tipo como fotografías, dibujos, planos y caricaturas. Una expresión de ello fue el formato elegido por Manuel Fresco para presentar su memoria de gestión en el diario *Critica*, en 1939, a través de la publicación de un detallado registro de todas las obras realizadas volcado en tablas de formato contable.

Imágenes 3. Aviso de gestión del gobierno de Manuel Fresco



Fuente: *Critica*, 2/5/39, pp. 16-20.

De todos modos, en el período bajo análisis la principal asociación entre imágenes y mensaje político fue aquella relacionada con los retratos personales. En el caso de los mensajes de gobernador, la utilización del retrato parecía tener como finalidad asegurar

una adecuada atribución de responsabilidades por la acción gubernamental.⁷ De tal modo, algunos avisos oficiales solían estar encabezados por una fotografía del gobernador y luego seguidas por los ministros y funcionarios de menor rango. Los retratos solían ser comerciales o podían ser sustituidos por dibujos o retratos tomados en situaciones de la vida administrativa.

Imágenes 4. Avisos oficiales y retratos políticos



Los avisos oficiales también podían estar acompañados por imágenes como diseños y fotografías de obras en edificación, inauguradas o remodeladas. En este caso, la función de la imagen era tanto testimonial, demostrar la realización de obra pública, como informativa, transmitir las prioridades políticas y los lenguajes arquitectónicos adoptados.

Imágenes 5. Avisos oficiales e imágenes



⁷ De acuerdo a los análisis realizados sobre la revista *Caras y Caretas*, los retratos comenzaron a generalizarse en las campañas políticas argentinas a partir de la reforma electoral (Gómez, 2019).

El recorrido por el registro periodístico del mensaje a la legislatura y los avisos oficiales de los años 1930s y los tempranos 1940s permite aseverar que la propaganda constituyó una práctica política bastante extendida en la prensa argentina. En general en este tipo de propaganda de gestión solía predominar la información textual mediante una descripción de la labor realizada o la reproducción de fragmentos del mensaje a las cámaras. Algunos textos eran publicados con elementos visuales como tablas, gráficos, dibujos y fotografías destinados a proporcionar detalles más exhaustivos y testimonios de la labor realizada. Es posible afirmar que estos avisos, a través de una descripción extensa de la labor realizada, intentaban apelar al ciudadano informado con argumentos racionales sobre la tarea efectuada.

Novedades en la propaganda política

En 1939 aparece publicado en el diario *Crítica* de Buenos Aires una nota sobre Amadeo Sabattini que se titula “Garantías Cívicas y Ecuanimidad Judicial Dió el Dr. Sabattini en Córdoba”. Bajo el título “Gobernante Austero y Democrático” se insertaba un retrato dibujado del gobernador. El aviso era acompañado con información sobre la obra hidráulica y educativa junto a dibujos de la arquitectura pública llevada a cabo por su gobierno, parques y escuelas. Para el 25 de mayo de 1939 en el periódico *La Voz del Interior* apareció un aviso político más disruptivo en el que se destacaba el cuidado estético de las imágenes y el relato construido sobre las obras públicas realizadas, con especial énfasis en la política educativa a través de arquitectura escolar y las políticas de asistencia a la infancia.

Imágenes 6. Avisos de prensa del sabattinismo 1939-1943⁸



Crítica 1939



LVI 1939

Al concluir su mandato, Sabattini volvió a introducir un aviso político durante el mes de mayo en *La Voz del Interior* (1940). El mismo estaba dedicado a la política educativa y se reiteraban los motivos visuales del año anterior con imágenes de arquitectura pública. Para finales de abril 1941 se publicaba una nueva hoja de prensa en el diario *Crítica* con los retratos de las autoridades de la provincia e información textual sobre la gestión financiera, educativa e hidráulica del gobierno de Santiago del Castillo.

⁸ Las hojas de prensa corresponden a los siguientes periódicos, fechas y páginas: *Crítica*, 18/5/39, p. 10; 30/4/41, p. 14; 18/5/42, p. 6; 17/5/43, s/p; *La Voz del Interior*, 25/5/39, pp. 10-11; 17/5/40, p. 10; 1/1/42, p. 13; 17/5/43, pp. 10-11; *Córdoba*, 16/5/40, p. 9; 6/1/42, p. 4; 17/5/43, pp. 4-5; *El Día*, 17/5/42, p. 8.



LVI 1940



Critica 1941

En 1942 la obra de difusión nacional de las gestiones sabattinistas alcanzó un nuevo espacio. En las páginas de *El Día* de La Plata apareció una editorial destacando el perfil democrático del gobierno cordobés (11/5/42, p. 3) y días después se publicó un aviso que incluía información sobre la gestión educativa, vial, hidráulica, financiera y judicial con una fotografía del gobernador e imágenes de la obra pública realizada como diques, edificios administrativos y educativos. Al día siguiente, la propaganda aparecía en el diario *Critica* con el mismo tipo de información textual, pero destinando un lugar preferente a imágenes de las sierras cordobesas, el retrato del líder político y la obra edificada. En ambos periódicos se reiteraban algunas imágenes: la fotografía del gobernador, los diques y algunos edificios administrativos; en cambio, variaban los títulos, los textos y los pies de las imágenes.⁹

⁹ Bajo la misma imagen de los que sería el Instituto Normal Superior mientras en *El Día* de La Plata se afirmaba: "Proyecto de la Escuela Normal Superior de la Provincia, cuya edificación se realiza con gran celeridad, estando

En la prensa cordobesa este tipo de aviso de gobierno se había publicado en el mes de enero. En *La Voz del Interior* y *Córdoba* había aparecido propaganda con información sobre la política educativa, las obras públicas y la gestión financiera con imágenes de paisajes serranos, obra hidráulica, vial y educativa.



Crítica 1942



El Día 1942



Córdoba 1942



LVI 1942

llamado a ser uno de los edificios más hermosos e importantes de la ciudad Córdoba”; en *Crítica* decía: “La edificación oficial de la provincia de Córdoba tiene un espléndido modelo en esta gran construcción: la Escuela Normal Provincial levantada en la capital por la Dirección de Trabajos Públicos del Ministerio de Obras Públicas de la progresista provincia” (*El Día*, 17/5/42, p. 8; *Crítica*, 18/5/42, p. 6).



Crítica 1943



Córdoba 1943

En 1943 en el diario *Crítica*, *Córdoba* y *La Voz del Interior* se volvió a editar propaganda con las mismas características.



LVI 1943

Sin embargo, para entonces ya no era un aviso tan novedoso, otros gobiernos provinciales también estaban difundiendo su labor administrativa en la prensa nacional mediante información textual e icónica con un tratamiento semejante al que había caracterizado al sabattinismo. De todos modos, de la propaganda política introducida en la prensa comercial durante el transcurso del mes de mayo, el gobierno cordobés es el primero que identificamos llevando a cabo una campaña de propaganda política en los periódicos de tirada nacional y provincial tan tempranamente en forma tan persistente. Pero además es la primera fuerza política que desarrolló una labor sistemática de difusión de su obra de gobierno a través de la utilización de propaganda con características novedosas en los tempranos años 1940s.

Imágenes 7. Avisos de gobierno de la Intervención Federal a Santiago del Estero y los gobiernos provinciales de Salta y Santiago del Estero



La Nación 1940



La Nación 1943



La Nación 1943

Es muy difícil conocer cómo se producían estos avisos, pero distintos indicios nos permiten entrever que textos e imágenes fueron proporcionados por el gobierno provincial y la decisión final sobre qué información incluir y cómo disponerla sobre la hoja de prensa debió ser una decisión editorial. Así pues, se daban situaciones en que en un mismo año toda la información podía cambiar o solo variaban algunas imágenes, la redacción y los vocablos utilizados. Al respecto, resulta significativo que el gobierno sabattinista estableciera durante esos años una entidad administrativa específica para procesar la comunicación institucional. En 1940 se creó la Oficina de Prensa y fue inaugurada una Estación de Radiodifusión oficial.¹⁰

Ahora bien, más allá de los estilos diferentes generados por cada empresa periodística,¹¹ la unidad de la comunicación sabattinista estuvo dada por la recurrencia en el uso de imágenes y en el tipo de argumento elaborado. De tal modo, del análisis llevado a cabo se desprende el lugar preferencial que tuvo la imagen. En algunas de esas intervenciones tres cuartas partes de los avisos son imágenes de diferente tipo mediante las que se describe visualmente la obra pública realizada por el gobierno. Podemos construir algunos supuestos respecto a las razones que llevaron a privilegiar la imagen. La propaganda visual construye un mensaje más veloz, directo y fácil de interpretar para el público; pero además, la naturaleza indicial de la imagen fotográfica permite generar certezas respecto a la existencia de un hecho o de un estado de cosas, lo que la erige tanto en medio de información como en evidencia de la labor gubernamental. Como señaló Marcela Gené para el período peronista “hacer visibles tales logros revestía una importancia análoga a la realización efectiva de los proyectos” (2005, p. 102).

Esa posibilidad de familiarizar a la población con la obra ejecutada resultó medular para la administración cordobesa porque buena parte de su inversión fue destinada a fines productivos como diques y caminos en puntos del interior provincial de difícil acceso. Esto la contrapuso a otras experiencias contemporáneas como la de Fresco, que priorizó la inversión en servicios sociales fuertemente visibles para el público y útiles a la construcción de legitimidad política (Fernández, 2013, p. 21). El registro visual de la obra pública cordobesa habría permitido entonces a un público urbano visibilizar las intervenciones que transformaban el territorio cordobés.

De todos modos, el uso de imágenes no implicó la eliminación de la información escrita sobre las características de la obra realizada. En los avisos, las descripciones sobre la obra vial proporcionaban datos precisos de cada tramo de camino ejecutado, intentando mostrar la capacidad de integración y control territorial de la que era capaz la administración cordobesa. Este tipo de información también era habitual al reseñar la obra hidráulica, mediante textos que incluían detalles cargados de tecnicismos destinados a

¹⁰ Información proporcionada por la archivera Carolina Chaij responsable del fondo de la Oficina de Prensa del Archivo Histórico de la Provincia de Córdoba.

¹¹ Es necesario tener en cuenta que los avisos de gobierno al estar soportados por distintos periódicos con estilos gráficos diferentes suelen adoptar una presentación variada (Koldobsky y Sznajder, 2005).

testimoniar la experticia aplicada en la ejecución de la obra pública.¹² Esa propaganda con un fuerte énfasis en el hacer y referencias constantes a la técnica intentaba apelar a un individuo racional y moderno.

Empero, la novedad del sabattinismo residió en que la adhesión política se intentó construir tanto a través de razonamientos lógicos-rationales, el sabattinismo hace más y mejor, como mediante técnicas de persuasión emocional. La selección de dibujos y fotografías estuvo regido por criterios expresivos destinados a agradar, estimular e interesar a los lectores ocasionales. Así pues, uno de los elementos recurrentes en la propaganda sabattinista fue la fotografía de niños en distintos espacios institucionales de la provincia como escuelas y comedores escolares. Pero en contraposición a la típica imagen institucional de escuelas, hospitales y asilos, en las que predominaba una estética dirigida a expresar orden, higiene y control; las fotografías utilizadas en los avisos cordobeses retrataban la felicidad infantil a través de imágenes de niños sonriendo divertidos o en poses naturales que eran agradables. Esto se lograba además a través del tipo de captura realizada en que se privilegiaban los planos medios y cortos, con imágenes claras e iluminación blanda. La profusión de imágenes infantiles y el estilo adoptado en su composición permite intuir la intencionalidad de captar la atención y atraer al lector. Esas imágenes también permitían enlazar la gestión de gobierno con algunas nociones asociadas a la infancia como inocencia, alegría, sinceridad y optimismo (Pedrini, 2017, p. 43).

¹² Ese tipo de información fue común en la prensa cordobesa, en cambio, no fue muy habitual en los avisos difundidos en la provincia y la ciudad de Buenos Aires. En estos últimos, no abundaban los detalles técnicos ni las descripciones exhaustivas. Probablemente para los autores de esos avisos, los lectores de *Crítica* y *El Día* no necesitaban ahondar en detalles, en cambio, solo podía interesarles la corrección política y administrativa del gobierno y su adecuación a los planes de “progreso” y “modernidad” de la Argentina.

Imágenes 8. Fotografías de niños en servicios escolares y asistenciales de la Provincia de Córdoba



Epígrafe: “A simple vista se aprecia en la faz de los niños el beneficio de la alimentación que se distribuye en los comedores escolares” (*La Voz del Interior*, 25/5/39, p. 10).

Título: “TODAS MUY ALEGRES EN LA MESA”



Epígrafe: “En el terreno de la biblioteca de Alto Alberdi, se ha construido el edificio del comedor escolar, donde se obtuvo esta magnífica expresión de alegría infantil.” (*La Voz del Interior*, 25/5/39, p. 11).

Título: “SE DIO SENTIDO SOCIAL A LA ENSEÑANZA”



Epígrafe: “el gobierno provincial se ha preocupado de la educación de la niñez e implantado nuevas y modernas colonias de vacaciones”, (*Córdoba* 17/5/43, p. 4).

También los textos de la propaganda sabattinista proporcionaban contenidos estéticos como aquellos que ligaban a las obras públicas con hipérboles modernistas y nacionalistas. Las imágenes de la obra hidráulica eran acompañados por mensajes que enfatizaban el carácter radical, rupturista y monumental de la obra emprendida. Esa obra “gigantesca” y “portentosa” orientada al porvenir mediante la utilización de la “planificación” y de “mentalidades capaces” instauraría “una nueva etapa de proyecciones históricas” que permitirían alcanzar la “grandeza nacional”, “un lugar de privilegio” y “la independencia económica”.¹³

El carácter innovador de la propaganda política sabattinista también se plasmó en la elección de su medio de difusión. Por la misma época otros gobiernos como el de Manuel Fresco publicitaron su gestión mediante libros voluminosos, de varios tomos y costosa edición con una circulación restringida dirigida a un público culto o educativo (Fernández, 2018).¹⁴ El sabattinismo en cambio eligió como plataforma prensa comercial y popular como *La Voz del Interior*, *Córdoba* y *Crítica*, empresas periodísticas que dependían de la venta de periódicos y publicidad orientados a un público diverso.¹⁵

El medio, los recursos y las estrategias de persuasión utilizadas fueron entonces algunos de los elementos novedosos que introdujo la propaganda sabattinista en la comunicación política del período de entreguerras. El hecho de que esas innovaciones fueran impulsadas por el radicalismo puede explicarse en parte en las transformaciones introducidas en las dinámicas políticas de esa época. Con la emergencia de la sociedad de masas y la sanción de la ley Sáenz Peña se generaron cambios en las formas de contacto político que incidieron en las modalidades que adoptaron paulatinamente las campañas electorales. Para realizar una campaña exitosa no habrían bastado el proselitismo de comité, el clientelismo político y los encuentros directos, sino que también comenzó a ser necesario instrumentar estrategias como los viajes, los mítines y la propaganda audiovisual y gráfica (Valdez, 2012; Gayol, 2013). En la Argentina de esos años, la estrategia de comunicación sabattinista constituyó un mecanismo que redujo las distancias con sus adherentes y amplió sus posibles electores.

Pero para comprender por qué fue la administración radical cordobesa la primera que introdujo esas innovaciones probablemente sea útil revisar la coyuntura crítica en la que se desarrolló el partido hacia finales de los años 1930s e inicios de los 1940s. En la decisión de realizar esa novedosa campaña política en la prensa provincial y nacional debió

¹³ “Nada de lo realizado fué fruto de la improvisación. Ahí está la gigantesca obra hidráulica. Planes de gran envergadura y mentalidades capaces, puestas al servicio de esa planificación a acelerado ritmo de nuestra portentosa riqueza hidráulica y, en fin, una orientación permanente en dirección al porvenir, han configurado con relieves definitivos la totalidad de una obra cuya importancia, conviene destacarlo, va más allá del Estado, para convertirse en el símbolo de la grandeza nacional, sobre todo, en lo que a sus posibilidades industriales se refiera. La obra hidráulica es el comienzo de una nueva etapa de proyecciones históricas: la independencia económica de la nacionalidad, mediante un potencial de fuerza industrial prodigioso, ha comenzado ya. Córdoba ocupará en este aspecto de la vida argentina un lugar definitivo de privilegio.” (*El Día*, 17/5/42, p. 8).

¹⁴ El radicalismo realizó emprendimientos editoriales de este tipo para abordar políticas específicas, ver: Fernández (1939).

¹⁵ Para alcanzar su autosuficiencia estos periódicos dependían del incremento permanente de sus lectores a través de una propuesta atractiva, moderna y dinámica (Macor, 2014).

incidir la necesidad del radicalismo de mostrar la gestión exitosa que un gobierno partidario podía llevar a cabo luego de varios años de exclusión política. Así pues, la campaña política del sabattinismo se inició recién en 1939, momento caracterizado por el reformismo aperturista promovido por el presidente Roberto Ortiz. Ese contexto de reformismo democrático probablemente alentó las ambiciones electorales del radicalismo e incentivó la circulación de sus avisos de gobierno en la prensa local y nacional. En ese contexto, para el radicalismo la gobernación de Amadeo Sabattini constituyó una vidriera para sus futuras gestiones. Marcelo T. de Alvear, en ocasión del cambio de mando de 1940, afirmó explícitamente:

Córdoba, con el gobierno admirable del Dr. Sabattini, ha contribuido inmensamente a este triunfo radical en la República, y es más, ha demostrado que son calumnias aquello de que el Partido Radical no sabe gobernarse ni gobernar. Ha demostrado que los radicales con un espíritu superior de bien público, posponen las pasiones y los intereses subalternos al bien público del país (*Córdoba*, 17/5/40, p. 7).

La necesidad del radicalismo cordobés de salir del aislamiento político sin renunciar a su “predicamento beligerante” contra las autoridades nacionales (Giménez, 2017; Philp, 1998), también permite entender la profundización de este tipo de campaña política. Para 1943 los avisos circularon en un contexto caracterizado por el fracaso radical en las elecciones legislativas del año anterior y la sucesión de intervenciones federales impulsadas por Ramón Castillo para enfrentar las elecciones presidenciales (López, 2018). En ese escenario, el margen de maniobra del gobierno cordobés debió estar atado al impacto favorable que su gestión pudiera provocar en la opinión pública local y nacional.

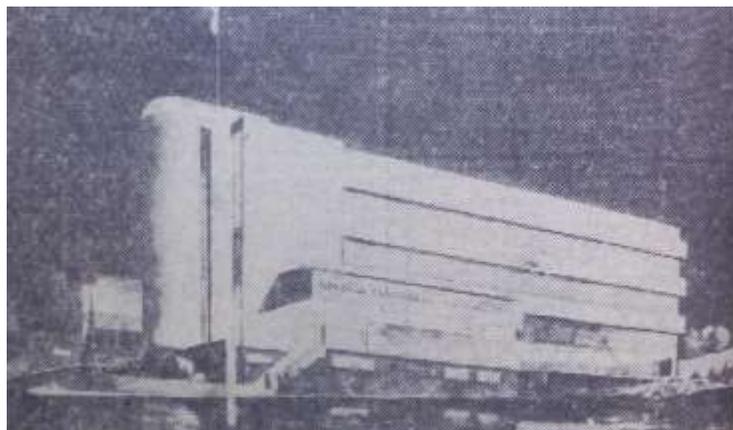
El imaginario estatal en la propaganda política de los años 1940s

En 1935 el lema de la campaña política de Amadeo Sabattini había sido “Agua para el norte, caminos para el sur y escuelas para toda la provincia”, un slogan que incluyó tres tópicos destinados a organizar buena parte del relato textual y visual de la gestión del radicalismo. Así pues, los sabattinistas recurrieron insistentemente a cinco motivos para describir su obra de gobierno: la educación, los edificios públicos, la gran infraestructura, el paisaje y el gobernante democrático. Esos motivos se conjugaron en relatos como los del gobernante democrático y popular, la Córdoba turística y el bienestar y la modernidad provinciana. Algunos de esos relatos no fueron del todo novedosos, sino que implicaron una actualización de los imaginarios que estaban circulando sobre el estado intervencionista en la Argentina de la época. Si en cambio fue innovadora la torsión democrática que el sabattinismo intentó imprimir sobre ese imaginario. Como veremos en las próximas páginas, en un esfuerzo por diferenciarse de los gobiernos conservadores, el sabattinismo generó una asociación inédita entre eficiencia burocrática y gobiernos democráticos.

Como ya hemos mencionado, uno de los motivos recurrentes en los avisos de prensa analizados fue la infancia través de fotos de niños capturadas en distintos escenarios como comedores escolares, colonias de vacaciones y escuelas. La imagen de la niñez feliz en guardapolvo blanco funcionó como una *sinédoque* de la política educativa impulsada por el gobierno. El sabattinismo promovió la modernización política, técnica y social de la educación provincial a través de su adhesión a los principios de la Escuela Nueva y la creación de dispositivos asistenciales como comedores, cantinas, colonias escolares y hogares infantiles (Ortiz Bergia, 2015). Ese proyecto modernizador se plasmó también en los estilos arquitectónicos. La arquitectura escolar predominante en la gestión sabattinista fue el modernismo y un símbolo de su administración fueron las “escuelas monumentales” que salpicaron la ciudad de Córdoba y las principales localidades. Para Daniela Cattaneo (2010, pp. 9, 126), las escuelas monumentales de Sabattini se “transformaron en un recurso simbólico para producir identificaciones precisas dentro de un marco amplio de impulso a la modernización.” Asimismo, la adopción de la arquitectura modernista habría sido un vehículo para instalar un imaginario “de una administración eficiente y transparente”.

La importancia de la elección de la arquitectura modernista en la edificación escolar se desprende de la forma de presentar a las escuelas en la propaganda política. En 1939 a pesar de que algunas de las escuelas monumentales estaban inauguradas, quienes diseñaron el aviso publicado en *La Voz del Interior* optaron por insertar dibujos de los edificios (Imágenes 6). Esto permitió mostrar el conjunto del proyecto educativo, eliminar todos los elementos del entorno y apreciar mejor la forma arquitectónica. Por otra parte, es interesante que en ese anuncio, las imágenes de las escuelas estuvieran intercaladas con fotografías de niños en los comedores escolares, esto último proporcionó una noción de futuro prometido, al enlazar las obras con quienes serían sus beneficiarios y describir algunos de los efectos que provocarían una vez inauguradas.

Imágenes 9. Dibujos de escuelas



Epígrafe: “ESCUELA Presidente Sarmiento, ubicada en la Avenida Roque Sáenz Peña (Alta Córdoba). Consta de 23 aulas con una capacidad de 960 alumnos por turno. Contiene todas las dependencias modernas, distribuidas en cuatro plantas y una “Rez de Chaussé”. El costo de esta escuela es de 241.000 pesos, por licitación.” (*Crítica*, 18/5/39, p. 10).

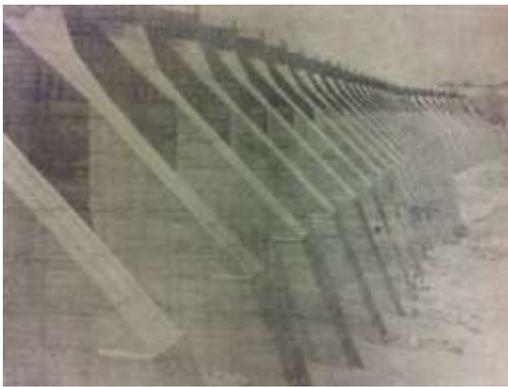
Título: “Vistas de los Frentes de la Escuela Roque Sáenz Peña”



Epígrafe: “Frente principal y de los costados, del gran edificio para la escuela “Presidente Roque Sáenz Peña”, licitada recientemente y que se construirá en la avenida Vélez Sarsfield esquina Peredo de esta capital. Su costo ha sido calculado en la suma de 188.000 pesos.” (*La Voz del Interior*, 25/5/39, p. 10).

Para 1942 en los anuncios del sabattinismo comenzaron a ocupar mayor protagonismo las imágenes de la obra hidráulica, caminera y la arquitectura pública como edificios administrativos, novedades productivas como un Instituto de Sericultura, la escuela normal de Educación y los edificios policiales "Muchas de estas Diseminadas por la provincia". La demora en la inclusión de estas obras en el aviso político se debe pensar en relación con los tiempos que insumieron en términos administrativos, financieros, técnicos y materiales. Esto hizo que recién fueran visibles durante la segunda administración radical.

Imágenes 10. Fotografías de la obra hidráulica y caminera provincial



Epígrafe: "SE ESTÁ TERMINANDO EL DIQUE DE CRUZ DEL EJE
"Entre las grandes obras monumentales iniciadas por el anterior gobierno y que el actual P. E. ha continuado realizando con gran visión del futuro, figura el dique de Cruz del Eje, cuyas obras están por terminarse y se presume que será inaugurado a principios del año entrante." (Córdoba, 17/5/43, p. 5)



Epígrafe: "El gobierno de la provincia ha sido un celoso ejecutor de la política del camino y la realización de esta fase de la administración pública se viene desarrollando por intermedio de la Dirección Provincial de Vialidad..." (La Voz del Interior, 17/5/43, p. 11).

Las obras de provisión de agua y energía fueron uno de los elementos centrales del programa del radicalismo. Este proyectaba industrializar la provincia a través de complejos hidroeléctricos que simultáneamente permitirían mediante la expansión del riego crear una nueva región agropecuaria en el noroeste cordobés. La obra hidráulica cordobesa se llevó a cabo a través de un modelo semejante al de vialidad, con un organismo específico creado *ex profeso*, la Dirección General de Hidráulica, con autarquía en el manejo de sus fondos. Cuatro diques fueron diseñados y ejecutados a través de esa agencia: el Nuevo dique San Roque, La Viña, Cruz del Eje y los Alazanes. Según lo planificado, el dique La Viña, San Roque y Cruz del Eje "crearán una zona de riego efectiva de 84.000 hectáreas y una potencia hidroeléctrica de 24.000 HP, que mediante obras complementarias podrá llegar a 52.000

HP, cifras que hablan elocuentemente de la trascendencia de las misma” (Mensaje 1940, Secretaría Técnica, 1992, p. 191). Es necesario mencionar que el relato épico de la tarea hidráulica provincial implicó una selección intencionada de las obras ejecutadas por esos años. Para 1934, luego de casi dos décadas de gestiones, el estado nacional había inaugurado el mayor y más importante dique de la provincia hasta la actualidad, el Embalse de Río Tercero. No obstante, el sabattinismo insistió en asociar su gestión con la transformación de la obra hidráulica provincial.

Junto a imágenes de la infancia cordobesa, la arquitectura escolar y la gran infraestructura, en la propaganda relevada se destacó el relato de la Córdoba turística. Las fotografías de edificios históricos, paisajes lacustres, sierras y actividades de ocio fueron publicadas en los avisos de prensa junto a textos que enfatizaban el atractivo de las escenas capturadas. La construcción de los paisajes serranos como atractivos turísticos no constituyó una novedad de los años 1930s ni el resultado excluyente del accionar estatal. Desde comienzos del siglo XX fue el resultado de emprendimientos llevados a cabo por empresas ferroviarias, empresarios hoteleros y entidades civiles favorables al desarrollo del área. Para los años 1920s, el turismo había comenzado a institucionalizarse como problema público al ser evaluado por distintos actores como “industria, como fuente de civilización para los pueblos atrasados y como agente de fomento de la salud pública, la armonía social y el patriotismo” (Piglia, 2008, p.51). La administración cordobesa no había estado al margen de ese fenómeno. La construcción de una gran obra de infraestructura como el camino que atravesaba las Altas Cumbres había sido pensada durante la primera posguerra como instrumento de comunicación económica y promoción turística (Cárcano, 1916). No obstante, para los años 1930s, lo que habían sido iniciativas inorgánicas se articuló en una competencia provincial a través de la generación de políticas sistemáticas como la creación de una Dirección Provincial de Turismo con oficinas de publicidad en Buenos Aires y Rosario (Mensaje 1940, Secretaría Técnica, 1992, p. 176). De acuerdo a los mensajes del gobernador, la Dirección de Turismo tenía como finalidad contribuir activamente a la construcción de la imagen turística de Córdoba al controlar la actividad hotelera y los transportes, generar eventos atractivos y difundir los paisajes cordobeses entre la población nacional e internacional. La inclusión de imágenes de paisajes serranos en la propaganda sabattinista estaba entonces a tono con las nuevas políticas que el gobierno intentaba impulsar en el área turística. De todos modos, resulta difícil pasar por alto que el uso de este tipo de imagen en los avisos políticos podía generar deseo, atracción e interés entre los lectores y estimular asociaciones positivas entre el gobierno de Córdoba y sus escenarios serranos.

Imágenes 11. Fotografías de promoción turística

Título: **“Perspectivas Turísticas - Dique Mollet y Capilla de Candonga”**



Epígrafe: “DOS LUGARES QUE OFRECEN HERMOSOS PAISAJES PARA LOS TURISTAS”

“El Gobierno ha dedicado interés especial para fomentar el turismo en Córdoba. Nuestra Provincia ofrece perspectivas maravillosas en este aspecto y las presentes notas gráficas obtenidas del dique Mollet y de la Capillita de Candonga, son una muestra de la belleza que encierran nuestros pintorescos lugares serranos.” (*Córdoba*, 6/1/42, p. 4).



Epígrafe: “LOS AFICIONADOS al tranquilo deporte de la pesca, más reposado que la equitación o la caza, también practicados por los turistas atraídos por Córdoba, pueden probar la eficacia de sus líneas y sus cañas, contra los abundantes peces que pueblan las aguas cordobesas. En esta foto vemos a un aficionado pescando en el S. Roque.” (*Crítica*, 18/5/42, p. 6).

El último relato recurrente en los avisos de prensa fue el del líder democrático y popular. Desde su primera etapa de gobierno, el sabattinismo intentó instalar su perfil democrático como un elemento diferenciador respecto a la elite conservadora del momento. En los avisos aparecen referencias reiteradas al carácter legalista del gobierno cordobés. En uno de ellos se aseveraba que “EN EL PERÍODO 1935-40 SE REAFIRMARON LAS INSTITUCIONES DE LA DEMOCRACIA” (*Córdoba*, 16/5/40, p. 8). Dos años después, en *La Voz del Interior* el principal título era “LOS ACTOS DE GOBIERNO TIENEN QUE

AFIRMARSE SOBRE SOLIDOS PRINCIPIOS” y más abajo que “La Expresión Mayoritaria del Pueblo Debe Aceptarse por ser la Suprema Verdad” (LVI, 3/5/41, p. 11). Dos años después se aseveraba “El Gobierno de Córdoba es un Ejemplo de Auténtica Democracia” (*Crítica*, 17/5/43, s/p).

La propaganda también intentaba instalar la idea del gobernante popular. En 1940 se publicó un aviso en el que uno de los títulos era “La Satisfacción de un Gobernante Democrático Aclamado por los Niños” bajo el cual se incluía una imagen de Sabattini rodeado por una multitud de niños de todas las edades. En la fotografía se podían distinguir muchos rostros infantiles y el del gobernador con una expresión paternalista.¹⁶ En un aviso de 1941 en el diario *Crítica* aparecía junto a retratos en grandes dimensiones del gobernador y algunos ministros, una imagen de Santiago del Castillo rodeado de personas titulada: “EL GOBERNADOR GOZA DE GRAN PRESTIGIO POPULAR”.

Los avisos del sabattinismo entonces vincularon sus gestiones a obras de arquitectura pública, infraestructura, políticas turísticas y gobiernos democráticos y populares. En 1939 en una de las intervenciones de propaganda que venimos analizando, uno de los titulares destacaba “Un Ambiente de Libertad, de Orden y de Trabajo se Respira en Córdoba” (LVI, 25/5/39, p. 11). Ese mismo año en *Crítica* se afirmaba que

“El actual gobierno de Córdoba es sin disputa alguna el exponente de la gran cultura administrativa política a que puede llegar el país por los caminos de la soberanía popular (...) Gobierno libre para un pueblo libre, que trata de elevar a la vez que su riqueza económica, su dignidad social y su cultura intelectual y política; tal ha sido en sus tres años de gobierno la obra administrativa del doctor Amadeo Sabattini (*Crítica*, 18/5/39, p. 10)”.

Poco después un aviso dedicado a la gestión de Del Castillo afirmaba: “Un gobierno de acción” (*Crítica*, 18/5/42, p. 6) y en otro de sus titulares postulaba “Legalidad, Obras y Democracia Integral” (*Crítica*, 17/5/43, s/p).

“...dentro del cuadro conjunto de esta gran construcción material, que el país entero ha valorado en sus justos términos, cabe destacarse el clima de legalidad, de libertad y de verdadera democracia en que este Gobierno ha trabajado aunando en su acción y en una especie de estrecha simbiosis, los dos elementos fundamentales de todo gobierno popular. Preocupación por los problemas del pueblo en lo social, y respeto por las libertades individuales, en lo político.” (*Crítica*, 18/5/42, p. 6).

¹⁶ El epígrafe de una de las fotos explicaba su contexto: “La fotografía que reproduce el grabado y en la que se destaca la gran satisfacción interior, en la expresiva sonrisa del Dr. Sabattini, fue obtenida hace pocos meses, en la rotonda del “coniferal” del Parque Sarmiento. El gobernador de la provincia, en aquella oportunidad, que le habrá dejado imborrables recuerdos, fué materialmente arrebatado del palco donde se encontraba presidiendo un reparto de juguetes y caramelos y llevado al centro de los millares de niños y madres, que le aclamaron cariñosamente, costándole grandes esfuerzos más tarde, poder escapar de aquel verdadero mar humano.” (LVI, 17/5/40, p. 10).

La presentación textual e icónica de líderes populares y democráticos que también eran eficaces promotores de obra pública permitía a los sabattinistas contrarrestar un lugar común de la política de los años 1930s, las críticas a la politiquería de los gobiernos radicales contrapuesta a la acción y la eficiencia de los gobiernos conservadores. La propaganda sabattinista permitía postular que los gobernantes democráticos y populares también podían desarrollar una administración exitosa.

Las relaciones entre política, estado intervencionista y obra pública en los años 1930s constituye una temática extensamente abordada por la historiografía que da cuenta de la conexión estrecha que en el ámbito estatal se produjo entre modernidad, técnica y transformación territorial (Gorelik y Ballent, 2001; Jauregui, 2012; Fernández, 2013; Raffa, 2018). No resulta extraño que Sabattini adoptara entonces motivos de arquitectura pública, infraestructura y turismo en su propaganda de gestión. La construcción de esas imágenes supuso la selección intencionada de residuos reutilizados a instancias de las pujas políticas de los tempranos años 1940s (Gené, 2005, p. 13). No obstante, contextualizado en ese proceso histórico, el sabattinismo reactualizó los imaginarios sobre obra pública y estado intervencionista, pero los tensó a través de la incorporación de asociaciones inéditas entre obra pública, eficiencia y gobernantes democráticos y populares.

Imágenes 12. Fotografías de los gobernadores en los avisos de prensa

Título: **“La Satisfacción de un Gobernante Democrático Aclamado por los Niños”**



Epígrafe: “La fotografía que reproduce el grabado y en la que se destaca la gran satisfacción interior, en la expresiva sonrisa del Dr. Sabbatini, fue obtenida hace pocos meses, en la rotonda del “coniferal” del parque Sarmiento. El gobernador de la provincia, en aquella oportunidad, que le habrá dejado imborrables recuerdos, fué materialmente arrebatado del palco donde se encontraba presidiendo un reparto de juguetes y caramelos y llevado al centro de los millares de niños y madres, que le aclamaron cariñosamente, costándole grandes esfuerzos más tarde, poder escapar de aquel verdadero mar humano.” (*La Voz del Interior*, 17/5/40, p. 10).

Título: **“EL GOBERNADOR GOZA DE GRAN PRESTIGIO POPULAR”**



Epígrafe: “COMO RESULTADO de su excelente obra de gobierno, el doctor del Castillo goza de extraordinario prestigio popular. Aquí lo vemos en el acto de la inauguración de la escuela “Presidente Yrigoyen” de la localidad de Devoto, donde fue calurosamente recibido por la población.” (*Crítica*, 30/4/41, p. 14).

A modo de cierre

Aunque muchos autores sitúan al peronismo como una nueva etapa en la asociación entre comunicación política y propaganda (Priamo, 2001; Gené, 2005;

Gamarnik, 2010; Cepero, 2016), las características de los avisos sabattinistas lleva a pensar en una sedimentación más gradual de innovaciones. A decir verdad, el lenguaje publicitario había comenzado a consolidarse en las primeras décadas del siglo XX (Rocchi, 1999) y las técnicas modernas de propaganda y persuasión se desarrollaron sistemáticamente a partir de la Primera Guerra Mundial. Para los años 1930s, esfuerzos propagandísticos sistemáticos fueron llevados a cabo por la Alemania Nazi, el New Deal norteamericano, la Rusia estalinista o los oponentes de la Guerra Civil Española (Rojas Mix, 2006; Cull, Culbert y Welch, 2003; Pizarroso Quintero, 2005; Gené, 2005). La iniciativa propagandística del sabattinismo entonces proporciona evidencia sobre la introducción de algunas modificaciones en las modalidades de construcción de la adhesión política en los tempranos años 1940s.

Ahora bien, aunque la forma de interpelación fue novedosa, su contenido no fue del todo original. La historiografía ha alcanzado consenso sobre la importancia que adquirió la obra pública en la política de los gobiernos conservadores de los años 1930s, gobiernos cuya *performance* se legitimó por su capacidad de hacer y administrar. A semejanza de sus pares provinciales y nacionales los políticos cordobeses hicieron hincapié en las nociones de progreso, modernidad, obras públicas, técnica y bienestar social instalados previamente. Sin embargo, introdujeron alrededor de los mismos una torsión democrática. Los gobiernos sabattinista no sustituyeron su legitimidad electoral por una legitimidad administrativa, sino que propusieron a los ciudadanos del país elegir gobernantes democráticos, populares y eficientes.

Referencias bibliográficas

- Ballent, A. (2016). El Estado como problema: El Ministerio de Obra Públicas y el centro de Buenos Aires durante la presidencia de Agustín P. Justo, 1932-1938. *Estudios del Hábitat*, 14 (2), 1-19.
- Ballent, A. (2005). Kilómetro 0: La construcción del universo simbólico del camino en la Argentina de los años treinta. *Boletín Instituto de Historia Argentina y Americana «Dr. Emilio Ravignani»*, 27, 107-137.
- Ballent, A. y Gorelik, A. (2001). País urbano o país rural: la modernización territorial y su crisis. En Cattaruzza, A. (dir.), *Nueva Historia Argentina, Crisis económica, avance del estado e incertidumbre política (1930-1943)*. Buenos Aires, Argentina: Sudamericana.
- Boixadós, M. C. (2010). Las imágenes de Córdoba publicadas en los Álbumes del Centenario. *Estudios Ibero-Americanos*, 36 (1), 28-47.
- Boixadós, C. (2011). Construcciones visuales para una ciudad: Entre la pampa y las sierras. En Giordano, M. y Reyero, A. (comps.), *Identidades en foco. Fotografía e investigación social* (pp. 211-230). Resistencia, Argentina: UNNE.
- Cárcano, R. (1916). *Mensajes leyes y decretos de carácter orgánico, 17 de mayo 1913 - 17 de mayo 1916*. Córdoba, Argentina: Tamburini.
- Solís Carnicer, M. del M. (2019). Prensa y política en América Latina. Aportes para el conocimiento de la Historia Regional. *Estudios del ISHIR*, 9 (23), 1-6.
- Cattaneo, D. A. (2010). *La arquitectura escolar como instrumento del estado. Contrapuntos Nación – provincias en la década de 1930* (Tesis de doctorado). Universidad Nacional de Rosario, Rosario, Argentina.
- Cepero, I. (2016). Photographic Propaganda under Peronism, 1946–55: Selections from the Archivo General de la Nación Argentina. *History of Photography*, 40(2), 193-214.
- Cull, N. J., Culbert, D. H., & Welch, D. (2003). *Propaganda and Mass Persuasion: A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present*. Santa Barbara, Estados Unidos: ABC-CLIO.

- Fernández, J., & Sznaider, B. (2013). Comunicación de Gobierno: Reflexiones en torno a un objeto. *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 6 (2), 489-515.
- Fernández, N. (2013). *Construir la provincia. Estado, Política y Obras Públicas en el gobierno de Manuel Fresco, 1936-1940* (Tesis de Maestría). Universidad Nacional de Luján, Luján, Argentina.
- Fernández, N. (2018). “Cuatro años de gobierno, 1936-1940.” Representaciones y difusión de la obra pública en la provincia de Buenos Aires. *PolHis*, 22, 83-115.
- Fernández, R. (1939). *Cómo se protege al escolar en la provincia de Córdoba*. Córdoba, Argentina: Litvack.
- Gamarnik, Cora (2010). La fotografía como instrumento político en Argentina: análisis de tres momentos clave. *VI Jornadas de Sociología de la UNLP*, La Plata, Argentina: Universidad Nacional de La Plata.
- Gayol, S. (2013). Ritual fúnebre y movilización política en la Argentina de los años treinta. *PolHis*, 12, 225-243.
- Gené, M. M. (2005). *Un mundo feliz: Imágenes de los trabajadores en el primer peronismo, 1946-1955*. Buenos Aires, Argentina: FCE.
- Giménez, S. R. (2017). Una década de transformaciones en el radicalismo. En Losada, L. (comp.), *Política y vida pública. Argentina (1930-1943)* (pp. 1-18). Buenos Aires, Argentina: Imago Mundi.
- Gómez, S. A. (2019). Construir la política con imágenes e instituir imágenes de lo político. Caras y Caretas, 1898-1916. *Anuario del Instituto de Historia Argentina*, 19 (2), e098, 1-21.
- Jauregui, A. (2012). Obras públicas y eficiencia burocrática (1932-1943). *Travesía: Revista de Historia económica y social*, 14-15, 79-106.
- Koldobsky, D. y Sznaider, B. (2005). Imágenes del Peronismo: La fotografía en un caso de comunicación institucional de gobierno. *Revista Virtual Question* 8.
- López, I. A. (2018). Los conservadores contraatacan. Repensando la política presidencial y las redes político-partidarias en tiempos de Ramón S. Castillo (Argentina, 1940-1943). *Historia (Santiago)*, 51(1), 79-112.
- Macor, D. (2014). Testigo y protagonista. Un diario de provincia en la construcción del campo de lo político. El litoral, Santa Fe, 1918-1966. *Estudios Sociales*, 46(1), 313-331.
- Moreyra, B. (1992). *La producción agropecuaria cordobesa: 1880-1930, cambios, transformaciones y permanencias*. Córdoba, Argentina: CEH Segreti.
- Ortiz Bergia, M. J. (2015). Asistencia social a la infancia escolarizada en espacios provinciales, Córdoba-Argentina 1930-1943. En Cerdá, J. M. et al. (comp.), *Ciudades, instituciones, actores y modelos de protección social. Argentina y México. Siglos XIX y XX* (pp. 365-390). México-Córdoba, México-Argentina: Colegio Mexiquense-CEH.
- Pedrini, P. P. (2017). *Propaganda, Persuasion and the Great War: Heredity in the Modern Sale of Products and Political Ideas*. Londres, Inglaterra: Routledge.
- Persello, A. V. (2007). *Historia del radicalismo*. Buenos Aires, Argentina: Edhasa.
- Philp, M. (1998). *En nombre de Córdoba. Sabatinistas y peronistas: Estrategias políticas en la construcción del Estado*. Córdoba, Argentina: Ferreyra.
- Piglia, M. (2008). La incidencia del Touring Club Argentino y del Automóvil Club Argentino en la construcción del turismo como cuestión pública (1918-1929). *Estudios y perspectivas en turismo*, 17(1-2), 51-70.
- Piazzesi, S. (2009). *Conservadores en provincia. El iriondismo santafesino. 1937-1943*. Santa Fe, Argentina: UNL.
- Pizarroso Quintero, A. (2005). La Guerra Civil española, un hito en la historia de la propaganda. *El Argonauta español*, 2, 7.
- Pratkanis, A., & Aronson, E. (1994). *La era de la propaganda: Uso y abuso de la persuasión*. Barcelona, España: Paidós.
- Priamo, L. (2004). Fotografía y estado moderno. *Ojos Cruces*, 1, 39-45.
- Raffa, C. (2018). El avance del Estado: Arquitectura y políticas públicas en el territorio (Mendoza - Argentina, 1932-1943). *Avances del Cesor*, 19, 25-47.
- Rocchi, F. (1999). Inventando la soberanía del consumidor: Publicidad, privacidad y revolución del mercado en Argentina, 1860-1940. En F. Devoto & M. Madero (dir.), *Historia de la vida privada en la Argentina: Vol. II* (pp. 312-332). Buenos Aires, Argentina: Taurus.
- Rojas-Mix, M. (2006). *El imaginario: Civilización y cultura del siglo XXI*. Buenos Aires, Argentina: Prometeo.
- Saitta, S. (1998). *Regueros de tinta. El diario CRÍTICA en la década de 1920*. Buenos Aires, Argentina: Sudamericana.

- Saitta, S. (2000). El periodismo popular en los años veinte. Ricardo Falcón (comp.), *Democracia, Conflicto Social y renovación de ideas (1916-1930)*. Nueva Historia Argentina, t. 6. Buenos Aires, Argentina: Sudamericana, pp. 435-471.
- Secretaría Técnica Parlamentaria (1992). *Mensajes a la Legislatura acerca del Estado de la Provincia. Gobernador de Amadeo Sabattini*. Córdoba.
- Tcach, C. (1999). *Amadeo Sabattini. Los hombres del poder*. Buenos Aires, Argentina: FCE.
- Tcach, C. (2007). Un radicalismo exitoso en la Argentina de los treinta. El caso del sabattinismo cordobés. *Boletín Americanista*, 57, 133-156.
- Tcach, C., y Camaño Semprini, R. (2019). Laicismo y clericalismo en Córdoba: La batalla por la educación (1923-1945). *Estudios*, 42, 131-150.
- Valdez, M. J. (2012). El “plebiscito” de Hipólito Yrigoyen: La campaña electoral de 1928 en la ciudad de Buenos Aires vista desde La Época. *Población & Sociedad*, 19 (1), 75-103.