

**Miranda Lida, *La rotativa de Dios: prensa católica y sociedad en Buenos Aires: El Pueblo, 1900-1960*, 1era. ed., Buenos Aires: Biblos, 2012. 182 páginas. ISBN: 978-987-691-022-4**

Eric Morales Schmuker<sup>1</sup>

*La rotativa de Dios* indaga el universo de la prensa católica argentina a partir del estudio del periódico de más larga trayectoria en el medio porteño, *El Pueblo*. A través de 182 páginas que abarcan los años transcurridos entre su fundación en 1900 y su cierre definitivo en la década de 1960, analiza las transformaciones de un diario nacido en el crepúsculo de la prensa decimonónica y su alzamiento como un empresa moderna -con una rotativa comparable a la de los diarios comerciales- y un actor político dispuesto a intervenir en la esfera pública. La propuesta no sólo detiene la atención en los discursos, los entramados políticos y los nexos con otros actores sociales como el Episcopado y la Acción Católica Argentina sino que, además, considera cuestiones centrales para una historia cultural de la prensa gráfica (y de los medios, en general): la circulación, los usos y la apropiación del diario por parte del público lector, los modos de producción, el mercado gráfico y la industria editorial.

Su autora, Miranda Lida, es historiadora e investigadora de carrera en el CONICET. Sumada a su labor como docente en la Universidad Torcuato Di Tella y en la Universidad Católica Argentina, ha publicado decenas de artículos científicos y los libros *Dos ciudades y un deán. Biografía de Gregorio Funes 1749-1829* (2006); *Catolicismo y sociedad de masas en Argentina 1900-1950* (2009), en coedición con Diego Maura; y, recientemente, *Monseñor Miguel De Andrea. Obispo y hombre de mundo (1877-1960)* (2013). *La rotativa de Dios* se inscribe dentro de su área de especialización, la historia del catolicismo argentino, desde un abordaje multidimensional -social y culturalista- que indaga la emergencia de identidades sociales y la construcción de imaginarios colectivos en la era del catolicismo de masas.

La obra está estructurada en doce apartados: una introducción, diez capítulos y una sección destinada a reflexiones finales. En el primer capítulo, Lida repasa los rasgos generales de la prensa católica porteña a fines del siglo XIX y cuestiona aquellas perspectivas que ven su debilitamiento después de los combates por las “leyes laicas” (como en el caso de *La Unión* de José M. Estrada). Esta imagen, en parte consecuencia de una historiografía que ha priorizado los años treinta como un momento bisagra, así como ha resaltado el lugar que adquirieron ciertas publicaciones -particularmente, la revista *Criterio*-; condujo a una visión más bien rupturista, descuidando las décadas previas y las continuidades. Contrariamente, la propuesta de la autora apunta a de-construir dichas periodizaciones y observar los cambios y permanencias en la prensa gráfica católica.

El segundo capítulo aborda los años iniciales de *El Pueblo*, cuando apenas era un diario poco atractivo, con una edición simple, aunque favorecido por su perfil popular y la distribución de libros baratos. La investigadora observa que la empresa gráfica trató de apelar a un público interclasista desde sus orígenes, sin identificarse directamente con el mundo católico, al menos desde el título, y menos todavía con la jerarquía eclesiástica, como podría suponerse de medios como *La Voz de la Iglesia*. A diferencia de este último, *El Pueblo* no fue fundado por ningún obispo o intelectual de la Iglesia. Dentro de sus impulsores se encontraban el fundador de los Círculos de Obreros, el sacerdote redentorista Federico Grote, y un laico, Isaac Pearson, quien fuera director del diario durante dos

décadas. Frente a ello, Lida subraya el hecho de que la empresa no fue la voz del episcopado, si bien contó con su apoyo, y tuvo sus propios intereses.

A la luz de la renovación historiográfica de las últimas décadas, la autora retoma los cuestionamientos a las concepciones monolíticas de la Iglesia para analizar la empresa periodística en su proceso de modernización. Así, luego de abordar en un tercer capítulo la resignificación de *El Pueblo* en torno a la primera guerra mundial, Lida destina la cuarta sección al período inmediatamente posterior, caracterizado por la expansión del público lector y la modernización editorial y tecnológica. Los años '20 significaron tiempos de transformaciones a partir de la introducción de una nueva rotativa y la adopción del lenguaje de “cruzada” que llevarían a la expansión del diario más allá de los límites de la ciudad de Buenos Aires.

El discurso integrista del período de entreguerras caló en las páginas de *El Pueblo*, especialmente durante el transcurso del conflicto cristero en México. Desde entonces, el diario pasó a autoproclamarse como representante del “catolicismo nacional” y expandió sus estrategias con el fin de consolidar su posición en el espacio social. Una de ellas fue el concurso de lectores, tema desarrollado en el quinto apartado. Dicha iniciativa editorial fue una de las más redituables, sobre todo en torno al XXXII Congreso Eucarístico Internacional. En esos años, como evidencia Lida en el capítulo sexto, el diario alcanzó su mayor diversificación con filiales en todo el país, revistas, libros, folletos, volantes, dos rotativas y el traslado de su local a la emblemática Avenida de Mayo. Asimismo, el éxito del concurso cristalizó la “mística” entre el diario y su público lector pues, además de lectores asiduos, sus participantes - los “cruzados de la buena prensa”-, devinieron en agentes de distribución, propagandistas y corresponsables ocasionales.

En el capítulo séptimo Lida prosigue su análisis sobre la relación de la empresa periodística con la sociedad, sus redes informales de distribución y los nexos con la Acción Católica Argentina. De este modo, en el apartado siguiente da cuenta del creciente protagonismo que adquirió *El Pueblo* en la esfera pública. A la activa participación de los “cruzados” se sumaron campañas moralizadoras y posicionamientos políticos concretos que convirtieron al diario en un actor social de relevancia nacional. La autora sostiene la hipótesis de que la radicalización de su discurso, tendiente a la “recristianización” de la sociedad, se vinculó con las sucesivas oleadas de modernización de la empresa. Su accionar -sobre todo en el ámbito porteño- culminaría con la intervención del diario en 1954, en medio de la crisis entre Perón y la cúpula eclesiástica. En los últimos capítulos Lida analiza el desarrollo del conflicto con el peronismo, destinando una última sección a las iniciativas editoriales posteriores a la “Revolución Libertadora” que llevaron al cierre definitivo de la empresa al no lograr repuntarla en el nuevo contexto.

En síntesis, la propuesta de Lida resulta una preciada contribución al entendimiento de la prensa católica argentina y el mundo católico del siglo XX. A partir del paradigmático caso de *El Pueblo* reflexiona sobre el desarrollo de una iniciativa editorial moderna, distinta a la “prensa política” que la precedió. Con un enfoque social-culturalista y una escritura ágil, la historiadora aporta una serie de claves teórico-metodológicas para una historiografía de la prensa y la Iglesia en general, al estudiar un diario con una diversificada producción editorial, que fue promotor de una particular sociabilidad con su público lector -una “mística” que daba cuenta de que era un “diario vivo”- y que se constituyó en un actor político de su época.

---

<sup>1</sup> Conicet/ Instituto de Estudios Socio Históricos -Universidad Nacional de La Pampa.