

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/343253791>

El sindicato de "canillitas" y el mosaico de lo público en la sociedad política peronista (1945-1955)

Chapter · January 2014

CITATIONS

0

READS

467

1 author:



Omar Acha

Universidad de Buenos Aires

65 PUBLICATIONS 200 CITATIONS

SEE PROFILE

El sindicato de “canillitas” y el mosaico de lo público en la sociedad política peronista (1945-1955)

Omar Acha

Universidad de Buenos Aires

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas

Introducción: la cuestión asociativa y la historiografía

Mi hipótesis sobre el asociacionismo obrero durante el primer peronismo sostiene que sus principales condiciones de posibilidad se dirimieron en el modo de situarse en la trama de vinculaciones interasociativas y en su performance pública. Dicha trama se configuró en múltiples y reformables lógicas de coagulación de poder social en contacto con el despliegue estatal peronista. Las asociaciones intermedias tuvieron un rol crucial en ese nexo. De allí que en el caso de los vendedores de diarios que estudiaré, la historia interna del sindicato es inseparable del contexto general del movimiento obrero, del peronismo y del Estado, sin olvidar su significación en la arena pública. El estudio de la performance sindical es incompleto sin la indagación de su institución simbólica en el escenario de las representaciones públicamente reconocibles.

En otro lugar he señalado lo inadecuado de entender la mutación política del peronismo como una corporativización unilateral de la sociedad o como la imposición del poder estatal sobre una “sociedad civil” ya dada (que por lo tanto se vería oprimida, controlada o maniatada).¹¹⁸ Aquí quisiera avanzar en una conceptualización más precisa y destacar, en un estudio de caso, la forja de una *publicidad* como vertiente comuni-

¹¹⁸ O. Acha, “Sociedad civil y sociedad política durante el primer peronismo”, en *Desarrollo Económico*, vol. 44, N.º 174, 2004.

cacional de la *sociedad política peronista*. De ese modo, se percibirán mejor aspectos de la hegemonía que el poder peronista se propuso construir, o más precisamente, aquellas prácticas en cuyo despliegue prosperó lo que comprendemos como lo político del peronismo.

Un equívoco simétrico al mencionado enfoque de una agresión de la política estatal o partidaria sobre la civilidad proviene de adoptar de forma empírica el ideal de la “comunidad organizada” sin el concepto de ideología. Ese imaginario de múltiples arraigos conceptuales aspiró a legitimar cuerpos orgánicos dentro de un paradigma societal regido por Juan Domingo Perón. Para esa imaginación social, compartida por peronistas y antiperonistas, no existía lo público como espacio de confrontación y diferencia. Tal molde teórico es insuficiente para capturar las dimensiones públicas de la hegemonía peronista, cuyo mosaico excedió extensamente los reducidos alcances del organicismo nacionalista con que Perón soñó neutralizar la conflictividad social y política. Pierde de vista su inestabilidad constitutiva y su raigal incumplimiento.

La historia del primer peronismo, en contra de lo que se ha creído durante mucho tiempo, requiere un concepto de publicidad. El concepto nos remite a sus horas inaugurales. Jamás fue completamente yugulada la dimensión radical del acontecimiento fundador del 17 de octubre de 1945, un *hecho público* y, en términos “rancièrianos”, *político*, pues indujo una “redistribución de lo sensible”: quienes no debían circular por el espacio *común* y ocuparlo, de repente, se hicieron presentes con sus cuerpos, sus consignas y sus demandas.¹¹⁹ La atención a la apertura propia de *lo público* pone en cuestión la imposición irrestricta de una contención (también en términos de Rancière) *policíaca* que caracterizó al indiscutible afán de las élites peronistas de apropiarse del acontecimiento.¹²⁰ Durante la década peronista iniciada en 1946, sin olvidar las vertientes estatales y “policiales” de la hegemonía populista, la diversidad de lo público persistió incluso contra el deseo peronista de unanimidad

¹¹⁹ Daniel James, “El 17 y 18 de Octubre de 1945: El peronismo, la protesta de masas y la clase obrera argentina”, en *Desarrollo Económico*, vol. 27, N.º 107, 1987. J. Rancière, *El desacuerdo. Política y filosofía*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1995; en escritos inéditos Patrick Dove analiza el acontecimiento empleando conceptos de Rancière.

¹²⁰ Mariano BenPlotkin, *El día que se inventó el peronismo. La construcción del 17 de octubre*, Buenos Aires, Sudamericana, 2007.

y también en colisión con una imagen compacta del “totalitarismo” difundida por el antiperonismo.

El análisis propuesto se inscribe en discusiones más amplias de la teoría social y la historiografía donde se cuestiona la tesis “tocquevilliana” de las asociaciones intermedias como contención ante la “tiranía de la mayoría” y la “habermasiana” que las estipula como precondition de la aparición de una subjetividad y racionalidad críticas hacia el poder estatal. Sin embargo, esto no deriva en una adscripción “koselleckiana” de las asociaciones intermedias como reductos liberales y egoístas sistemáticamente contrarios a la tradición o a lo común.¹²¹ Prefiero pensar más bien una *teoría histórica* adecuada a la refundación de las relaciones sociales capitalistas ensayadas por el peronismo bajo el lema de la “Nueva Argentina”, pero sobre todo, apropiada a las prácticas complejas de la sociabilidad que filtraron los sueños peronistas de una comunidad transclasista y exenta tanto de las prevenciones del ideario liberal como del igualitarismo comunista.

Quiero sugerir algunas ideas a propósito del gremio de vendedores de diarios con el objetivo de pensar una dimensión *pública*, o más exactamente una diversidad de instancias de *publicidad*, en la hegemonía peronista arraigada entre las mallas de una sociedad política donde sociedad civil, Estado e ideología se entrelazaron sin alcanzar jamás una síntesis. O más precisamente, dar cuenta de un plano de la acción en el cual el ánimo conservador del primer peronismo (su imaginario organicista) tuvo su contracara en la gestación de síntesis disyuntivas impulsadas por un igualitarismo tan proclamado como difícil de sostener en los marcos de una sociedad capitalista a la que Perón y sus huestes pretendieron corregir nacionalmente.¹²²

La reconstrucción propuesta buscar inscribirse en una faena más amplia de revisión de la historia. Diversos estudios han presentado en los últimos años evidencias que, con los matices de cada circunstancia, cuestionaron –en mi opinión de manera concluyente– la convicción

¹²¹ A. de Tocqueville, *La democracia en América*, México, Fondo de Cultura Económica, 1957 (1835); J. Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona, Gustavo Gili, 1981 (1962); R. Koselleck, *Crítica y crisis. Un estudio sobre la patogénesis del mundo burgués*, Madrid, Trotta, 2007 (1959).

¹²² Sobre la síntesis disyuntiva: Gilles Deleuze, *Logique du sens*, París, Minuit, 1969, pp. 64, 84.

historiográfica de que el “Estado peronista” avanzó sobre una sociedad civil independiente en un proceso de “peronización”.¹²³ Por el contrario, sea en el ámbito de las articulaciones políticas del peronismo, en las prácticas asociativas de la cultura o en el mundo de las sociedades de “fomento”, la realidad histórica fue compleja, estuvo atravesada por numerosas dinámicas y condicionamientos cambiantes a lo largo del tiempo y las situaciones locales.¹²⁴

Numerosas investigaciones han mostrado una igual complejidad, *mutatis mutandis*, en el plano de la organización política del Partido Peronista. Es parte del pasado de las “políticas de la historia” la afirmación –con que se tortura la memoria historiográfica de los textos precursores de Félix Luna y Alberto Ciria– de la inexistencia de vida institucional en el seno del Partido Peronista. En cambio, se ha visto en ellos la difícil forja de un dispositivo partidario que a la vez que se despojó de las aspiraciones particulares (como la del Partido Laborista), domesticó las numerosas fuerzas orgánicas menores que se le agregaron ordenando una y otra vez las desavenencias internas en la definición de prelaiones institucionales y eleccionarias. Trató así de conciliar intereses en pugna, pero también decidió intervenciones sobre los diferentes espacios provinciales en que se constituyó su institucionalidad.¹²⁵

¹²³ Para la mencionada convicción: Luis Alberto Romero y Luciano de Privitello, “Organizaciones de la sociedad civil, tradiciones cívicas y cultura política democrática: el caso de Buenos Aires, 1912-1976”, en *Revista de Historia*, año 1, N.º 1, 2005; una visión general de este punto de vista sobre el asociacionismo en Roberto Di Stefano, Hilda Sabato, L. A. Romero y José Luis Moreno, *De las cofradías a las organizaciones de la sociedad civil. Historia de la iniciativa asociativa en la Argentina, 1776-1990*. Buenos Aires, Gadis, 2002.

¹²⁴ Para dar algunas referencias recientes: Oscar Chamosa, “El movimiento folclórico: de Perón a la Revolución Libertadora, 1945-1958”, en Florencia Gutiérrez y Gustavo Rubinstein, eds., *El primer peronismo en Tucumán. Avances y nuevas perspectivas*, Tucumán, EDUNT, 2012; José Marcilese, “La sociedad civil y el primer peronismo. El fomentismo de Bahía Blanca y su lugar dentro de la ‘comunidad organizada’”, en *Nuevos Mundos Mundo Nuevo*, 2009; Alejandra Salomón, *El peronismo en clave rural y local. Buenos Aires, 1945-1955*, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes, 2012.

¹²⁵ Moira MacKinnon, *Los años formativos del Partido Peronista*, Buenos Aires, Siglo Veintiuno, 2001; María Mercedes Prol, “El Partido Peronista en Santa Fe. Transformaciones internas y vínculos con las instituciones de gobierno, 1946-1955”, en *Desarrollo Económico*, N.º 194, 2009; Nicolás Quiroga, “La dimensión local del Partido Peronista. Las unidades básicas durante el primer peronismo, Mar del Plata (1945-1955)”, Tesis doctoral, Universidad Nacional de Mar del Plata, 2010; Caro-

Está igualmente poblada la bibliografía reciente de la historia del movimiento obrero. En ella se desplaza la noción de un movimiento obrero peronista como esquema inorgánico, mera correa de transmisión de la voluntad omnímoda del líder carismático. En revancha, los estudios contemporáneos—precedidos por las contribuciones pioneras de Walter Little, Louise Doyon y Daniel James—parten de otra convicción: el sindicalismo obrero fue una formación compleja irreductible a la unidad. Tampoco las decisiones del “Conductor” fueron materializadas sin contrariedades ni matices, y la propia (y pronta) crisis de la industrialización por sustitución de importaciones impuso exigencias para todos los órdenes dirigenciales, incluidos los sindicales. Como resultado de todo ello, la historia del movimiento obrero no exige negar las tendencias a la unificación de la cúpula cegetista ni la adhesión indiscutida al proyecto peronista o su burocratización para destacar una heterogénea e intensa vida sindical, así como los pliegues conflictivos de una historia de la clase trabajadora.¹²⁶

En este trabajo, me interesa avanzar en un diálogo entre la historia del asociacionismo según las perspectivas enunciadas y la historia del sindicalismo. Mi hipótesis general sostiene que el recorte “sindical” o “corporativo”—es decir, “civil”—es solo parcialmente adecuado para captar la peculiaridad del gremialismo obrero en las circunstancias peronistas. Varias investigaciones han señalado el crecimiento de la organización sindical, el incremento de su base societaria inducido por la previa industrialización y la inclinación estatal a favorecer su institucionalización. Dentro de ese panorama, los sindicatos y la CGT aparecen como actores de primer orden en la Argentina peronista. Después de 1955, serían los baluartes del movimiento dirigido por Perón una vez que el Partido Peronista fuera prohibido y su líder constreñido al exilio.¹²⁷ Me

lina Barry, *Evita capitana. El Partido Peronista Femenino*, Caseros, Eduntref, 2010; Oscar H. Aelo, *El peronismo en la provincia de Buenos Aires*, Caseros, Eduntref, 2012; Mariana Garzón Rogé, “Prácticas políticas en la construcción del Partido Peronista. Mendoza, 1946-1948”, en *Estudios Sociales*, N.º 42, 2012.

¹²⁶ Ver la bibliografía citada en los trabajos de Gustavo N. Contreras y Mariana Garzón Rogé incluidos en este volumen. También el *dossier* “Los trabajadores durante los años del primer gobierno peronista. Nuevas miradas sobre sus organizaciones, sus prácticas y sus ideas (1946-1955)”, en <http://historiapolitica.com/dossiers/trabajadores-peronismo/>.

¹²⁷ Steven Levitsky, *Las transformaciones del Justicialismo. Del partido sindical al partido clientelista, 1983-1999*, Buenos Aires, Siglo Veintiuno, 2005.

parece que esa relevancia social y política de los sindicatos fue anterior a 1955. Desde 1946, el alcance del movimiento obrero no se restringió a la demanda de reivindicaciones particulares. Avanzó sobre la dimensión política como tal, disputando también el *espacio público*. Esa “publicidad” tuvo numerosas vetas y cambió en el tiempo. Una de tales vetas fue la entonación de clase social, en modo alguno incompatible con la universalidad (lo “nacional” y “popular” del discurso populista) del proyecto hegemónico peronista.¹²⁸

Precisamente porque durante el peronismo coaguló una abigarrada sociedad política, las prácticas sindicales traccionaron un conjunto de otras prácticas (políticas, culturales, comunicacionales) que excedieron largamente su dimensión “social” o “civil”. Al respecto, quiero repensar las interpretaciones que dedujeron la declinación de las aspiraciones políticas del sindicalismo una vez eliminado el laborismo entre mayo y diciembre de 1946, pues fueron esas mismas miradas las que señalaron que la huella laborista continuaría como una “tensión irreductible” resurgida después de 1955.¹²⁹ Es que si bien el proyecto semiautónomo de Luis Gay y Cipriano Reyes fue anulado por decisión taxativa de Perón, la acelerada configuración del poder social y político peronista nutrió un amplio campo de acción para el quehacer político y público. Es cierto que ese quehacer estuvo subordinado a la adhesión al liderazgo de Perón. Pero antes que reducirlo al cercenamiento de una metafísica independencia de clase, parece más productivo situarlo en las relaciones de fuerza planteadas en cada coyuntura, las intenciones encontradas y las dinámicas específicas de las trayectorias asociativas. Desde este punto de vista, se puede observar una fluida y complicada realidad sindical, irreductible a una suerte de empobrecimiento infligido por una vocación peronista de unificación organizativa, por otra parte indiscutible.

¹²⁸ Por razones de espacio no puedo citar la amplia bibliografía revisionista sobre la “esfera pública”. Para una discusión teórica remito a Oskar Negt y Alexander Kluge, *Public Sphere and Experience. Toward an Analysis of Bourgeois and Proletarian Public Sphere*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1993; Nancy Fraser, “Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy”, en Craig Calhoun, ed., *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge y Londres, MIT Press, 1992; Nick Crossley y John Michael Roberts, eds., *After Habermas. New Perspectives on the Public Sphere*, Londres, Blackwell, 2004.

¹²⁹ Juan Carlos Torre, *La vieja guardia sindical y Perón*, Buenos Aires, Sudamericana, 1990, pp. 260-261.

La hegemonía supone la capacidad que ejerce un sector social (una clase, una fracción de clase, un partido político, una asociación, un dirigente) de convencer a otros sectores sobre su representatividad intersectorial, fundamento de una preeminencia en las alianzas que en consecuencia pretende tutelar. Un sector dirigente es tal no tanto, o no tan solo, porque se imponga violentamente sobre los grupos a los que “representa”, sino más bien por exceder sus fines particulares. De tal manera se configura una dirección política o social. El peronismo fue una formación política plural y cambiante que reconoció en Perón al líder indiscutido en un “movimiento” donde no había una unidad social y política ya dada, más allá de la reiterada sumisión al “líder”. La unificación del mandato de Perón siguió un prolongado itinerario a través de formaciones institucionales donde hubo un tránsito, jamás concluido del todo, de la heterogeneidad a una conflictiva homogeneidad. El carácter de *mosaico* de la sociedad política peronista, y no de vector modernizador, también caracterizó a su vertiente sindical.

Justamente, una peculiaridad del Sindicato de Vendedores de Diarios, o de “canillitas”, consistió en que se inscribió en el plexo de una sociedad política en la que se entrecruzaron la historia del asociacionismo obrero, la transformación de la relación entre medios de comunicación y política, la reconfiguración del espacio público y las interrelaciones con un Estado articulado con la institucionalidad política peronista. Por eso, provee noticias sobre las peripecias de la hegemonía en el primer peronismo, a la que contribuyó su dirigencia en manos de Napoleón Sollaizzo.

El Sindicato de Vendedores de Diarios en la política peronista

El primer peronismo constituyó, antes que un cercenamiento de lo público por el Estado, una expansión disyuntiva y politizada de la publicidad. Imprimió rasgos novedosos a una forja secular y discontinua de lo público. Construyó el hecho mismo de cómo se comprendían hasta entonces las diversas instancias de la circulación de significados colectivamente relevantes. En esa expansión, convergieron diversos procesos objetivos y se enhebraron varias operaciones discursivas. A pesar de las restricciones de papel que afectaron a la Argentina durante el período, los órganos de difusión más populares, los diarios y las revistas,

mantuvieron –junto a la radiodifusión– una continuada presencia. La movilización de masas que integró el repertorio peronista de prácticas hegemónicas –que por cierto cuenta con antecedentes– añadió a ello la presencia callejera como ejercicio de apropiación de la publicidad.

El lugar cardinal de los vendedores en la distribución de la prensa –esto es, la mediación en la circulación de publicaciones– situó a su sindicato en una instancia medular de la reconfiguración de lo público durante el primer peronismo. Los vendedores eran protagonistas de veredas y calles, bisagras en las que se producía el encuentro de los impresos con sus lectores. El “kiosko” apenas comenzaba a desplazar al “canillita” voceador de las esquinas. Pero los vendedores no fueron solo portadores de mensajes ajenos; también, incidieron en la definición de su propia posición en la forja antagónica del quehacer público. La actuación del sector en la publicidad encontró uno de sus impulsos en la propia política sindical.

Al producirse el golpe militar-civil de 1955, el Sindicato de Vendedores de Diarios y Revistas detentaba un lugar conspicuo en la esfera pública, lugar inimaginable en los tiempos anteriores a la emergencia del peronismo, y jamás reconstruido luego, debido en parte a la preeminencia lograda por la televisión. En 1955 ya no era una endeble organización de “canillitas”, sino un actor social con capacidad de acción en el ámbito público. Antes de contar cómo se conquistó ese rol, veamos la historia asociativa del gremio en el sentido más institucional.

Al respecto conviene replantear una imagen de la organización forjada en el período de la “desperonización” (1955-1957) y luego proyectada retrospectivamente hacia toda la primera década del peronismo. La expropiación del diario *La Prensa* en 1951, atizada por el Sindicato de Vendedores de Diarios, y la imagen de Napoleón Sollazzo como ejemplar de un sindicalismo corrompido y atenido a las directivas indiscutibles de Perón animaron el imaginario de una organización compacta, unidimensional y burocratizada. La naturaleza y alcance de su experiencia sindical fue sin embargo distinta.

A diferencia de otras organizaciones gremiales estructuralmente inducidas a la cohesión sindical (sobre todo en las ramas fabriles de la producción), la de vendedores de diarios tuvo una difícil gestación. Esa dificultad provenía de las condiciones sociales de su base trabajadora desde hacía décadas, una importante composición infantil y de casi

absoluta informalidad. Constituyó un dato fundamental que los vendedores no fueran en general considerados empleados de los diarios y revistas o de las empresas distribuidoras. La ausencia de un claro interlocutor patronal neutralizó la existencia de un Otro contra el cual amoldar un Nosotros corporativo. Así, sucedió que la figura social del “canillita” perduró sin constituirse en colectividad de clase hasta que el Estado le reconoció “derechos”.

La ausencia de una estabilidad de “paradas” donde vender publicaciones periódicas favoreció la competencia y el antagonismo entre los trabajadores. Un vendedor con veinticinco años en el momento de aparición del peronismo describió así la puja entre trabajadores: “De pronto desaparecía un vendedor y no aparecía por un tiempo en la parada. Después, cuando volvía, uno le preguntaba qué le había pasado, y él contestaba ‘El comisario quiere poner a un amigo suyo en la parada’. También, ocurría que aparecía por la esquina uno más fuerte y desplazaba al que estaba en la parada”.¹³⁰

La formación del sindicato en el sector vino de la mano de la política reformista del coronel Perón. El sindicato, en la Capital Federal, fue constituido en una reunión llevada a cabo el 28 de octubre de 1944 con la anuencia de la Secretaría de Trabajo y Previsión. Su primera sede fue un modesto sótano en la calle Paraguay 2080.¹³¹ La novedad fue seguida un año más tarde por otra de similar importancia. El decreto 24.095 dictado el 5 de octubre de 1945 fijó el 31 de enero de 1947 como plazo límite para el registro de los vendedores, tarea a la que se abocó el novel sindicato como parte de una comisión *ad hoc* también integrada por representantes de las empresas; el decreto estableció la autorización de realizar la actividad de venta y la distribución en “paradas” asignadas.¹³² Otra definición crucial fue la obligación de las empresas de diarios y revistas de aceptar la “devolución” de los ejemplares remanentes, los que hasta entonces habían sido asumidos por los vendedores. La medida

¹³⁰ Testimonio de Martín Apicella en “El pasado y el futuro en el Día del Canillita”, en *Clarín*, 7-11-99. Apicella fue un hombre de confianza de Napoleón Sollazzo, quien entre otras tareas le encomendó la intervención de la seccional tucumana del sindicato en abril de 1955.

¹³¹ “El canillita: lazo de unión entre el público y el periodista”, en *Esto Es*, N.º 29, 15-6-54.

¹³² “Reglamento sobre paradas de venta para canillitas”, *El Líder*, 11-1-47. El decreto fue confirmado por la Ley 12.921 de 1947: *Boletín Oficial*, 27-6-47.

reguladora –conocida como el “Estatuto del canillita”– fue decisiva para incentivar la afiliación sindical pues devino precondition de acceso a un sitio de venta, pero a más que eso: aferró al vendedor en una espacialidad menos nómada y arbitraria. El ámbito de la comercialización de diarios y revistas adquirió una trama “estriada” (según el término de *Mil mesetas*) fiscalizada por el Estado a través de la acción sindical. Con todo, no habría que exagerar hasta dónde este esquema de regulación se impuso durante el primer peronismo. Justamente, buena parte de la historia de la intervención del sindicato sectorial en lo público tuvo la meta de avanzar en una mediación institucional en esa normativa.

Para captar la ruptura posterior a 1945 quizá convenga recordar la historia previa del sector. Se ha estimado que los “canillitas” surgieron en la década de 1860, momento en que además de la suscripción, los diarios comenzaron a comercializarse en la calle.¹³³ Respecto de su presencia social en las décadas finales del siglo diecinueve es célebre un artículo dedicado por el criminólogo José Ingenieros a los niños vendedores de diarios como peligro social en la urbe, aunque ciertamente no fue la única mirada al respecto.¹³⁴ Hasta donde sabemos, el antecedente más remoto en la organización de los “canillitas” fue un “Club de Vendedores de Diarios” promovido por el Club Femenino Socialista en 1904, cuya suerte no es por el momento conocida.¹³⁵ Como en sectores bajos de la estratificación obrera (pienso en las empleadas domésticas), los “canillitas” del período preperonista fueron objeto de competencia entre un asociacionismo impulsado por la izquierda y un asociacionismo de orientación católica y preocupaciones caritativas de las mujeres de las más enriquecidas clases dominantes. La obra más perdurable del asociacionismo oligárquico fue la “Casa del Canillita” fundada en 1929. Su primera comisión directiva

¹³³ Eduardo Ciarfardo, *Los niños en la ciudad de Buenos Aires, 1890-1910*, Buenos Aires, CEAL, 1992.

¹³⁴ J. Ingenieros, “Los niños vendedores de diarios y la delincuencia precoz (Notas sobre una encuesta efectuada en 1901)”, en *Archivos de Psiquiatría, Criminología y Ciencias Afines*, VII, 1908; María Carolina Zapiola, “Niños en las calles: imágenes literarias y representaciones oficiales en la Argentina del Centenario”, en Sandra Gayol y Marta Madero, eds., *Formas de historia cultural*, Buenos Aires, Prometeo Libros-UNGS, 2007.

¹³⁵ Ver el anuncio tomado de *La Vanguardia* en 1904, reproducido en Mónica Deleis, Ricardo de Titto y Diego L. Arguindeguy, *Mujeres de la política argentina*, Buenos Aires, Aguilar, 2001, p. 257.

estuvo presidida por Adela Ayerza de Elortondo, acompañada por Estela Zuberbühler de Acebal, Elvira Lezica Alvear de Bullrich, entre otras. El objetivo de la Casa consistió en auspiciar una “obra de mejoramiento moral y material de la vida de los menores vendedores de diarios”. Implementó un servicio de consulta médica, odontológica, instrucción de diversas materias como mecanografía y guitarra, así como la posibilidad de bañarse pues parece –o eso interesó a las damas filantrópicas– que una de las circunstancias de los “canillitas” era “la absoluta falta de higiene en la que viven”.¹³⁶

Ya iniciada la primera gestión presidencial de Perón, la Casa del Canillita continuaba con las mismas orientaciones de 1930. Durante la primera semana de agosto de 1946, organizó un desfile de modelos en el Plaza Hotel con el fin de reunir fondos para la “obra social”. Se anunció el “té bridge” y el “rummy”, esperaban lograr un “singular éxito”. Aceptaron modelar sombreros en la ocasión, jóvenes de apellidos selectos: María Demarchi Cranwell de Alemán, Amalia Lacroze Reyes de Lafuente Sáenz Valiente, y otras. El precio de las entradas con opción al té se fijó en ocho pesos, una suma equivalente a unos cuarenta ejemplares de un diario.¹³⁷

Gracias al mencionado decreto número 24.095, la situación se modificó en favor de la sindicalización, y la Casa del Canillita perdió relevancia. No obstante, con el desarrollo del sindicato se crearon entidades de servicios a los trabajadores del ramo que tomaron el nombre de “Casa del Canillita”. Dichas Casas alcanzaron mayor visibilidad que la gestionada por las mujeres de la clase dominante.¹³⁸ La organización se difundió a partir del Sindicato de Vendedores de Diarios, Revistas y Afines de la Capital Federal constituido, como vimos, en 1944. Hacia mediados del decenio peronista, otras filiales fueron creadas, y el organismo porteño confluyó con cuerpos similares independientemente surgidos en ciudades importantes como Rosario, Córdoba y Mar del Plata. Sin embargo, la mutación no fue radical ni aconteció sin diferencias temporales. La

¹³⁶ Casa del Canillita, *Memoria y balance del ejercicio 1929-1930*, Buenos Aires, Tall. Gráf. Colón, 1930.

¹³⁷ “A beneficio de la Casa del Canillita”, en *Democracia*, 9-8-46.

¹³⁸ Por ejemplo, en la ciudad de Santa Fe en 1946: “Una obra social de gran importancia cumplirá la ‘Casa del Canillita’ a inaugurarse mañana”, en *El Litoral*, Santa Fe, 8-11-46. Seis años más tarde la “Casa” proyectó la adquisición de un terreno para la construcción de un local recreativo en las afueras de la ciudad. Ver *El Líder*, 17-1-52.

situación fue distinta durante algunos años en una ciudad como San Salvador de Jujuy, donde vendedores de diarios y lustrabotas compartieron una misma asociación, asesorados por el sacerdote católico que ejercía la misma función en el salteño Centro de Canillitas y Lustrabotas.¹³⁹

La asignación de la personería gremial al Sindicato sufrió cierta demora, signo inequívoco de las dificultades para consolidar una organización adecuada a los criterios de reconocimiento estatal en el gremialismo obrero. Para ello debía lograr una jerarquía nacional y una estructura de jerarquización efectiva. La personería fue confirmada en julio de 1950, momento en que su alcance se extendió a buena parte del país y en el que se modificó su nombre por el de Sindicato de Vendedores de Diarios y Revistas *de la República Argentina*. De allí no debería deducirse una presencia en todas las provincias. Por ejemplo, en Mendoza el Sindicato fue creado recién en abril de 1952.¹⁴⁰ En todo caso, hacia 1950 se había transformado la imagen social del sector. Al sancionar la nueva condición jurídica, el secretario de Trabajo y Previsión dejó en claro cuál era el rango de los trabajadores: los “canillitas” de antaño pasaron a constituirse en obreros organizados con derechos.¹⁴¹

Un problema fundamental en la historiografía del movimiento obrero en el período consiste en la reducción institucionalista de la trayectoria organizacional de los sindicatos. Los por otra parte informativos estudios monográficos sobre sindicatos particulares, orientaciones ideológicas y huelgas tienden a descomponer una realidad gremial entretrejida con la historia total del período. Con la concepción empirista, se disgregan sus afinidades en el seno de la sociedad política peronista, una red flexible y discontinua, pero bien eficaz en la configuración de formas hegemónicas. En nuestro caso, son numerosas las huellas de la articulación de los “canillitas” en el plexo asociativo de adhesión peronista. Esa articulación fue más allá de los abrazos fotográficos de Napoleón Sollazzo que referiré más tarde. Superó también las solidaridades con órganos de prensa donde los vendedores fueron invitados a expresarse.¹⁴²

¹³⁹ *Jujuy*, San Salvador de Jujuy, 3-1-47.

¹⁴⁰ *El Líder*, 18-4-52.

¹⁴¹ *Democracia*, 30-7-50.

¹⁴² “Visitó La Libertad un dirigente del sindicato de vendedores de diarios”, en *La Libertad*, Mendoza, 25-2-55; también para otro diario, *La Gaceta*, Tucumán, 14-8-51.

La búsqueda de una repercusión pública practicó un accionar performativo de intervención en los escenarios colectivos. Toda oportunidad era pertinente para acceder al *ser visto*, pues el ser reconocido es condición de posibilidad del reconocerse.¹⁴³ Así las cosas, los resultados de un sorteo organizado por la filial correntina del Sindicato estimularon una visibilización, menor pero perceptible, en la prensa local.¹⁴⁴ En Tucumán las elecciones de una seccional local llegaron a las páginas de *La Gaceta*.¹⁴⁵ Solo para detallar una conexión reticular intensa, aunque contingente, menciono que el intendente de La Plata, Vital M. Bertoldi, el secretario de Cultura y el subsecretario de Obras Públicas participaron de un evento en homenaje a Florencio Sánchez. El artista platense Ricardo Sánchez diseñó un mosaico en honor al autor del poema “Canillita”. En el acto, además del intendente, tomaron la palabra el secretario del sindicato local, Marcelino Real, y el director de la Comisión de Bibliotecas Populares, Juan José de Soiza Reilly.¹⁴⁶ Incluso en Santiago del Estero, los “canillitas” organizaron un agasajo al gobernador electo Francisco Javier González.¹⁴⁷

El nexo con instancias estatales operaba en diversos niveles tales como la decisión del ministro de Transporte Juan F. Castro de conceder al sindicato la autorización para la venta en los trenes y en las estaciones ferroviarias urbanas, para inhibir a otros intermediarios.¹⁴⁸ En un andarivel distinto, el sindicato se sumó al sistema de servicio mutual extendido en los gremios durante la década peronista. Así, inauguró una sede social en Belgrano 2422, donde funcionaron seis consultorios médicos. La Fundación “Eva Perón” donó instrumentales y corroboró así la inserción en la primera línea de la retícula asociativa peronista.¹⁴⁹ La cesión, naturalmente, no circuló sin contraprestaciones. Una asamblea

¹⁴³ Para un estudio empírico relativo al “ser visto” en la realidad brasileña reciente: John A. Guidry, “The Struggle to Be Seen: Social Movements and the Public Sphere in Brazil”, en *International Journal of Politics, Culture, and Society*, vol. 16, N.º 4, 2003.

¹⁴⁴ *La Mañana*, Corrientes, 13-1-54.

¹⁴⁵ *La Gaceta*, Tucumán, 13-8-55.

¹⁴⁶ *El Día*, La Plata, 18-1-49.

¹⁴⁷ *El Líder*, 7-3-52.

¹⁴⁸ “Por una resolución se favorece a canillitas”, en *Democracia*, 15-5-49.

¹⁴⁹ “Celebran su fecha en plena labor mutual los canillitas”, en *Democracia*, 5-11-49. Tres años más tarde el Estado nacional proveyó un préstamo de medio millón de pesos para concluir la construcción de la avenida Belgrano. *El Líder*, 20-3-52.

del Sindicato de Vendedores de Diarios realizada a comienzos de 1951 acordó con la anuencia del delegado cegetista Luis F. Suárez que una fracción de los beneficios logrados por la Cooperativa Sindical dedicada a la venta de diarios fuera donada a la Fundación evitista.¹⁵⁰ Como indiqué previamente, la mayor facultad con que contaron los vendedores de diarios consistió en hallarse organizados en un segmento crítico de la circulación de publicaciones periódicas en una época en que todavía imperaba lo que Benedict Anderson llamó el “capitalismo impreso”.

La mutación del sitio de los vendedores de diarios en la sociedad política peronista tuvo secuelas en la configuración de los trabajadores como subjetividad colectiva. En sintonía con la ya indicada mutación de su imagen social, la denominación de “canillita” fue reevaluada. En la próxima sección, estudiaré esa modificación como parte de la construcción de su lugar en lo público. Desde *Democracia*, incluso, se contextualizó la imagen consagrada por Florencio Sánchez como parte de “un ciclo social en el que el romanticismo confraternizaba con la más espuria oligarquía”.¹⁵¹ Esto no entraña que la figura tradicional fuera abandonada. En realidad, la denominación continuó vigente en el lenguaje cotidiano y en las propias identidades sectoriales. Cuando en 1954 se organizó una colecta de oro en alhajas para obsequiar al presidente Perón una estatua distintiva del gremio, se diseñó un “canillita de oro” que representaba a un niño con la imagen tradicional.



Fuente: *El Canillita*, enero de 1954.

¹⁵⁰ *El Día*, La Plata, 16-1-51.

¹⁵¹ “Celebran su fecha en plena labor mutual los canillitas”, art. cit.

Estudios como los de Louise Doyon han destacado que, hacia 1951, se había consolidado la conversión de los sindicatos en “agentes políticos del régimen”, pues desde entonces esas organizaciones “encontraron frente a sí una lista de deberes específicamente partidarios destinados a reforzar el poder del presidente en su intento por reorganizar el sistema institucional e imponer dosis crecientes de conformismo ideológico dentro y fuera de los límites de la alianza oficialista”.¹⁵² Como expresión de esa torsión, Doyon destacó la inserción de la CGT dentro del movimiento peronista y su apoyo incondicional a la candidatura de Perón para las elecciones presidenciales. En lo relativo al Sindicato de Vendedores de Diarios y con vistas a los futuros comicios, la expropiación del diario *La Prensa* parece proveer un momento significativo de esa tendencia.

Los pormenores de la expropiación han sido objeto de estudios desde ópticas distintas.¹⁵³ Esos trabajos mostraron la convergencia de la sociedad política peronista en la expropiación finalmente consumada por el Estado. Sin embargo, es conveniente reparar en que la empresa fue cedida a los sindicatos, no tanto porque así regresaría al orden “civil”, donde pertenecería la gestión autónoma del quehacer periodístico, sino más bien porque el acontecimiento tuvo un sentido solo accesible si lo introducimos entre los pliegues de una hegemonía peronista irreductible a la antinomia Estado/sociedad civil.

Veamos brevemente los hechos. El 23 de enero de 1951, el Sindicato de Vendedores de Diarios solicitó el reconocimiento del organismo gremial como interlocutor de la empresa, la supresión de las sucursales de venta de *La Prensa*, la eliminación del sistema de suscriptores y una participación en el veinte por ciento de las ganancias originadas por los avisos clasificados con el objeto de destinarlo a la obra social del sector. Al ser rechazado el pliego de demandas, el sindicato declaró una huelga contra el diario. Adhirieron a la medida la Federación Gráfica Argentina y el Sindicato Argentino de Prensa.

¹⁵² L. Doyon, *Perón y los trabajadores*, Buenos Aires, Siglo Veintiuno, 2006, p. 353.

¹⁵³ Pablo Sirvén, *Perón y los medios de comunicación*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina, 1985; James Cane, “Shattering the Ink Mirror. State, Ideology and the Transformation of the Press in Peronist Argentina”, tesis doctoral, University of California at Berkeley, 2000; Claudio Panella, “La expropiación del diario *La Prensa* ¿Ataque a la libertad de prensa o acto revolucionario?”, en Raanan Rein y C. Panella, comps., *Peronismo y prensa escrita. Abordajes, miradas e interpretaciones nacionales y extranjeras*, La Plata, Editorial de la Universidad Nacional de La Plata, 2008.

El conflicto del Sindicato de “canillitas” con el diario *La Prensa* retomaba así desavenencias rastreables hasta marzo de 1947, momento en que Sollazzo había demandado eliminar las suscripciones del diario y reducir el precio del ejemplar dominical.¹⁵⁴ El desacuerdo estuvo teñido, sin dudas, por la ostensible distancia del órgano periodístico con el gobierno peronista. Pero también, y sobre todo, estuvo condicionado por las pujas que sin solución de continuidad siguieron a la difícil implementación del “Estatuto del canillita”. El conflicto fue zanjado con la expropiación por una disposición legal del parlamento el 12 de abril de 1951 (Ley 14.021). El título pasó a ser regido por la CGT y especialmente por el Sindicato de Vendedores de Diarios. Desde las afueras del entramado político-asociativo peronista, el evento fue visto, entonces y más tarde, como una evidencia del avance del totalitarismo sobre la “prensa libre”. Los “canillitas” y su dirigente Napoleón Sollazzo fueron caracterizados como títeres de la voluntad autoritaria de Perón y del subsecretario de Informaciones y Prensa, Raúl A. Apold. Desde el peronismo, la visión fue otra. Eva Perón, por ejemplo, representó la expropiación como una derivación conjunta de la decisión de Perón y la acción de los obreros, en una nueva época en que los trabajadores discuten “libremente y de igual a igual” con los empleadores.¹⁵⁵

No es mi objetivo ingresar al tema, ya investigado, de la expropiación, sino subrayar en él un aspecto insuficientemente destacado: este evento señero de la memoria social del primer peronismo como índice de la relevancia “pública” lograda por los vendedores de diarios. No solo fueron objeto de representación literaria o iconográfica. Además de tomar la palabra propia en la circulación de imágenes concernientes al sector laboral a través de la obra asociativa del Sindicato, los “canillitas” fueron actores de una forja de sociabilidad pública donde el movimiento obrero logró visibilidad y aspiró al reconocimiento.

El reconocimiento supone un otro pues se tramita en la interacción, y la relación con una norma que requiere una instancia simbólica de mediación.¹⁵⁶

¹⁵⁴ *La Nación*, 19-3-47.

¹⁵⁵ E. Perón, *Discursos completos*, Buenos Aires, Megafón, 1985, vol. 2. Como retribución a la acción sindical, Eva Perón instruyó que el día 25 de diciembre fuera declarado no laborable para el sector. *Jujuy*, San Salvador de Jujuy, 19-12-51.

¹⁵⁶ Axel Honneth, *Kampf um Anerkennung. Zur moralischen Grammatik sozialer Konflikte*, Francfort del Meno, Suhrkamp, 1992.

Entraña entonces los intereses sociales, las subjetividades, el vínculo inter-subjetivo y una instancia del derecho, y por ende del Estado. Tal conjunción se constituyó en el tejido de la sociedad política en la que se insertaron las prácticas asociativas del Sindicato. Esa inserción tuvo incentivos culturales y políticos, pero también económicos como los provistos por la ley nacional número 14.397 que habilitó cajas jubilatarias para el sector.¹⁵⁷

El espacio público de la sociedad política peronista y los vendedores de diarios

El gremio de vendedores –representante de una masa laboral cercana a los 25 mil trabajadores– intervino en la definición de la publicidad o lo público de la circulación periódica. Al reclamar la participación en los aumentos del precio de los medios en circulación, lo hizo aduciendo que los “canillitas” eran “el principal y verdadero gestor de su difusión”.¹⁵⁸

Tan temprano como febrero de 1947, la palabra institucional de los vendedores alcanzó coherencia política en la naciente “publicidad” del sindicalismo obrero dentro de la red todavía vacilante del movimiento peronista.¹⁵⁹ El gremio dio a conocer una “carta abierta” en la que impugnó la actitud de dos diputados opositores que habían exigido la revisión de una medida del “Estatuto del canillita”. En la misiva el sindicato tomó la palabra para intervenir en lo público. Señaló que a pesar de las reformas introducidas, el salario del sector era todavía insuficiente. La “carta” no se plegó inermemente a las exigencias de una identidad política, o en todo caso mantuvo ambas adscripciones, la política y la corporativa, sin supeditar una a la otra.¹⁶⁰ Una huella inequívoca de la vocación de visibilización fue la instauración por vez primera de la celebración del “Día del Canillita”, el 7 de noviembre de 1947. Hacia mediados de 1949, el gremio estaba inserto en la visibilidad mediática peronista. El diario

¹⁵⁷ *Boletín Oficial*, 21-1-55; “Por primera vez los ‘canillitas’ tienen ley de amparo social”, en *Critica*, 18-5-55.

¹⁵⁸ “Se dirige a las editoriales el sindicato de canillitas”, en *El Líder*, 22-1-47.

¹⁵⁹ La cuestión de la “publicidad” obrera es un ámbito de estudios en construcción. Ver algunas aperturas historiográficas en Geoff Eley, “E. P. Thompson y la formación de la ‘esfera pública’ de la clase obrera, 1780-1850”, en *Entrepasados*, N.º 6, 1994.

¹⁶⁰ “Repudian los canillitas la actitud de dos legisladores: ‘Carta abierta’”, en *El Líder*, 21-2-47.

Democracia dedicó así un dossier al sector donde se observaban diversas escenas de su vida cotidiana, de su trabajo y su organización.

El sindicato excedió las incumbencias sociales asignadas a su particularidad. Intervino en el espacio público peronista y también en el espacio público nacional con el cual aquel interactuó. Esto puede ser visto en la revista *El Canillita*, el órgano oficial del Sindicato.¹⁶¹ Lejos de restringirse a un alcance “gremial”, aspiró a una circulación nacional. No solo lo hizo con el esfuerzo por difundir novedades, incluyendo fotografías de eventos ligados a seccionales sindicales en las provincias y ciudades como Rosario, Santa Fe, Córdoba y Mar del Plata, sino en el reconocimiento expresado en mensajes enviados a la publicación por directivos de diarios como *Noticias Gráficas* y *La Capital* (Rosario), la CGT y dirigentes políticos (Perón, Teisaire, Aloé). La salida de sus nuevos fascículos fue informada en los diarios peronistas. Por ejemplo, sobre el número de marzo de 1952 en *El Líder* se describía así su contenido: “Junto a un abundante material informativo gremial, presenta, con la firma de prestigiosas figuras de nuestras letras, interesantes y amenas colaboraciones, como así notas gráficas de actualidad”.¹⁶² Al respecto, cabe señalar que esa inserción en el reconocimiento de otras publicaciones solo desde un punto de vista puede ser agotada como expresión de una unificación de la palabra pública guiada por la vocación autoritaria del subsecretario de Prensa y Difusión Apold.¹⁶³ Desde otro punto de vista, puede percibirse no solo el estrangulamiento de la palabra “libre” (es decir, no peronista), sino también la construcción de una nueva publicidad. No se trata entonces de una obra represiva unívoca, sino a la vez de la configuración de una alternativa en la generación y dominio de un espacio público en creación antagonica. Fue así que el frente del local sindical fue convertido en una vidriera de la propaganda oficial, en la que se mostraban banderas argentinas, lemas peronistas y retratos de Perón.

¹⁶¹ La revista sucedió a un periódico más modesto y de escasa circulación.

¹⁶² *El Líder*, 18-4-52.

¹⁶³ Esta concepción ha devenido sentido común y se ha reiterado recientemente en escritos periodísticos: Silvia D. Mercado, *El inventor del peronismo. Raúl Apold, el cerebro oculto que cambió la política argentina*, Buenos Aires, Planeta, 2013.



Frente de la sede sindical. Fuente: *Esto Es*, N.º 29, 15-6-54.

Además, la omnipresencia de Sollazzo en la revista oficial del Sindicato y el lugar asignado al dirigente en la prensa peronista no deberían sugerir que la visibilidad en la publicidad y la sociedad política peronistas se limitó al secretario general. Una crónica marplatense habilita pensar un panorama que reitera el esquema en otra escala: una delegación de vendedores encabezada por el representante local del gremio, Francisco Leuci, se entrevistó como el nuevo comisionado local, Eduardo Manuel Teisaire. La comitiva manifestó sus buenos augurios para la gestión de Teisaire, a quien obsequió un ejemplar de la revista *El Canillita* y una réplica de la “mascota” distintiva del gremio. A la declaración del comisionado de su seguro apoyo a las reivindicaciones sectoriales, los trabajadores respondieron que consideraban a la nueva administración como “auténticamente peronista y profundamente revolucionaria en beneficio de la ciudad”.¹⁶⁴

La relevancia pública del sector se vio confirmada cuando la serie del diario *Democracia* dedicada a los gremios en la divulgación del Segundo Plan Quinquenal convocó a Sollazzo para explicar la importancia de la planificación para su gremio.

¹⁶⁴ “Entrevistaron al comisionado municipal los vendedores de diarios y revistas”, en *La Capital*, Mar del Plata, 26-8-54.



Fuente: *Democracia*, 17-4-53.

En el mismo sentido de gestión de una publicidad que consideraba el accionar de los vendedores de diarios fue la disposición del intendente porteño Jorge Sabaté en enero de 1954 cuando incorporó a Sollazzo en la Comisión Asesora para la Calificación de Publicaciones.¹⁶⁵ Como sucedió con el dirigente de los bancarios José Emilio Visca, el gremio de vendedores de diarios tuvo su diputado con la elección del cordobés Jesús Leoncio Cuello.

Las modalidades de participación en el espacio público contaron con un capítulo destacado en la aparición de delegaciones de vendedores en actos como el del 1.º de mayo. *El Canillita* difundió imágenes de vendedores portando pancartas identificatorias para situar su particularidad en la generalidad pública de la manifestación obrera y peronista. En esa visibilidad, se manifestaba el lugar en la publicidad callejera del peronismo, la presencia nacional en el movimiento liderado por Perón tal como aparecía en la vía pública y el lugar de la organización dirigida por Sollazzo en el interior de la política gremial.

¹⁶⁵ *El Canillita*, N.º 57, febrero de 1954.



Delante a la sede social de nuestro Sindicato se organiza la columna para acudir a la Plaza de Mayo, encabezada por Napoleón Sollaizzo y los restantes miembros de la Comisión Directiva.

Fuente: *El Canillita*, mayo de 1952.

El Canillita contó con secciones de crítica teatral y cinematográfica, de comentarios futbolísticos y de consejos culinarios para proveerse de “menús variados, económicos y nutritivos”. Esa amplitud suponía que sus lectores accedieran a consumos habituales de la época, y no podría exagerarse hasta dónde en una sociedad capitalista como la argentina el acceso al consumo constituyó de manera plena una inserción en lo público pues este ámbito no fue ajeno al mercado.¹⁶⁶ No solo se ofrecía información sobre los rubros alimenticios. También, se divulgaron opiniones, calificaciones y recomendaciones de otros bienes culturales. El discurso sindical planteó así su derecho a emitir juicios sobre asuntos de alcance general y se reconoció como parte de una publicidad dirigida al “público lector” del gremio. Es difícil establecer hasta dónde esa publicidad estaba inscrita en el esquema de poder peronista y en qué medida la lectura de *El Canillita* estuvo mediada por su manifiesta adhesión al

¹⁶⁶ Estudios recientes sobre el consumo en Natalia Milanesio, “Food Politics and Consumption in Peronist Argentina”, en *Hispanic American Historical Review*, vol.90, N.º 1, 2010; Eduardo Elena, *Dignifying Argentina. Peronism, Citizenship, and Mass Consumption*, Pittsburgh, University of Pittsburgh Press, 2011.

peronismo y, por consiguiente, se supeditó más a la recepción por parte de la dirigencia política peronista que a las presuntas filas trabajadoras. Probablemente, obedeció a ambas orientaciones, en modo alguno inconciliables: cumplió con los requisitos del discurso peronista oficial en un lenguaje que se proclamó comprensible para los “canillitas”. Lo cierto es que careció de un lenguaje reivindicativo y protestatario como el que podía hallarse todavía en publicaciones de otras orientaciones políticas, como las anarquistas.¹⁶⁷

La diversidad de ámbitos de lo público legible en la revista fue compatible con su proyección en una publicidad siempre múltiple y compleja. Entre ellos estuvo presente la aproximación a las figuras de la industria cultural, especialmente, a través de sus estrellas femeninas. El empleo de imágenes femeninas cultivó una vía iconográfica de visibilización: el goce visual del cuerpo femenino fue una entrada al plano nacional de la representación. Desde su primer año, *El Canillita* publicó retratos autografiados de actrices locales (Malvina Pastorino, María Esther Gamas, Elda Desel, Isabel Lainer, entre otras) que felicitaban a la publicación.¹⁶⁸ Para su tercer aniversario, en 1954, la revista convocó a las actrices Carmen Idal, Nenina Fernández, Nélide Roca y Gloria Campos para posar en una tapa. La visibilidad de la industria cultural se cruzaba así con la autorepresentación sectorial y ponía en circulación el lugar de los vendedores en la “comunidad imaginada” nacional. Otra vez, esa inscripción en el orden público podía coexistir con un uso del cuerpo femenino más cercano al campo obrero, tal como ocurrió con la elección de las “reinas del trabajo”.¹⁶⁹

¹⁶⁷ Mirta Z. Lobato, *La prensa obrera*, Buenos Aires, Edhasa, 2009, *passim*.

¹⁶⁸ “Hermosas y populares artistas saludan a *El Canillita*”, en *El Canillita*, mayo de 1952.

¹⁶⁹ M. Z. Lobato, ed., *Cuando las mujeres reinaban. Belleza, virtud y poder en la Argentina del siglo XX*, Buenos Aires, Biblos, 2005.



Fuente: *El Canillita*, enero de 1954.

Así como lo público entraña una visibilización como inclusión y consagración, también tiene su vertiente de condena. El diseño de una publicidad exige el recorte de lo ilegítimo para ese espacio de reconocimiento. Esto puede ser analizado en la prensa obrera a través del vilipendio de los “traidores” dentro de las propias filas gremiales. Así ocurrió con un vendedor de diarios de la ciudad de Santa Fe, trabajador de adhesión política no peronista, quien fue atacado en un título que reclamó la capacidad condenatoria de la revista oficial del Sindicato: “Desenmascarando a un ser indigno”.¹⁷⁰

Por cierto, no es sencillo extraer conclusiones de *El Canillita* que vayan más allá de las conjeturas sobre sus efectos subjetivantes de lectura o incluso de la simple circulación, pues salvo la breve descripción citada de *El Líder*, carecemos de testimonios de cómo fue leído. En todo caso es interesante constatar que las veloces reminiscencias dedicadas por Roberto Juan Orfei en sus *Remembranzas de un viejo marplatense* a la preparación de la revista local *La Voz del Canillita* permiten entrever la importancia de una publicación propia en la constitución de una memoria sectorial.¹⁷¹

¹⁷⁰ *El Canillita*, N.º 67, diciembre de 1954.

¹⁷¹ Ver el texto de Orfei en <http://www.historiamardelplata.com.ar/miscelanea/canillita1.html>. Consultado: 11-12-13.

Otra publicación del gremio con el mismo título se publicó en Rosario, y *El Canillita* intentó ampliar su circulación a las provincias.

Conclusiones: comuniones fraticidas de los hermanos Sollazzo

Según un suelto de *Democracia*, pocos minutos después de las 10 de la mañana del 6 de octubre de 1955, un grupo de 200 “canillitas” irrumpió y ocupó las instalaciones del local gremial de Belgrano 2422 con vivas a la “Revolución Libertadora”. Aparentemente, el lugar había sido abandonado por sus anteriores ocupantes. Se labró entonces un acta consagrando a la comisión provisoria designada con la secretaría general de José Antonio Sollazzo (hermano de Napoleón), acompañado por Ignacio Ayerbe, Miguel Hernández, Miguel Mujica, Armado Caro, Antonio Canuario, Mariano García, Carlos Farías, Germán Pérez, Valentín Arnaudo y Santiago Jorge Fernández. Sollazzo acusó a su hermano Napoleón y a sus colaboradores, entre los que destacó a Luis Calvette, de la explotación de los canillitas, contra quienes recordó que el 26 de setiembre pasado se había instruido una causa por defraudación y por el asesinato del trabajador Roberto Nuñez en ocasión de la ocupación de *La Prensa* en 1951.¹⁷²

Acciones similares ocurrieron en otras presencias institucionales y públicas del gremio. Por caso, la antes mencionada Casa del Canillita de la ciudad de Santa Fe fue intervenida por integrantes antiperonistas del sector con la venia de la versión provincial de la Comisión Investigadora de los ilícitos atribuidos a la dirigencia peronista.¹⁷³

No obstante, la ruptura política de 1955 el momento no podría ser ordenado, al menos en lo que aquí se reconstruye, en una límpida oposición peronismo/antiperonismo. En la entrevista que el nuevo diario *Democracia* realizó a José Antonio Sollazzo en octubre, se reprodujo la funcionalidad entre el medio de prensa y la orientación política del entrevistado, trato que su hermano había disfrutado pocos meses atrás. El discurso de la generalidad nacional fue subrayado por *Democracia*

¹⁷² “Las autoridades anteriores cometieron infinidad de abusos con los canillitas”, en *Democracia*, 7-10-55.

¹⁷³ “La C. Investigadora ha intervenido la Casa del Canillita”, en *El Litoral*, Santa Fe, 18-11-55.

al destacar un hecho simbólico de la ocupación del local gremial: un cartel acompañado por banderas argentinas explicaba “Este sindicato es libre”. Una lápida de autoritarismo y sumisión política al “régimen” fue así arrojado sobre el decenio precedente. La “libertad” conquistada, empuñada por Juan Antonio Sollazzo, se dispuso a detener los latrocinios y las ignominias consumados bajo el liderazgo de su hermano.



Fuente: *Democracia*, 7-10-55.

Sin embargo, la historia así reinaugurada no acababa de comenzar con el cielo radiante de la Revolución Libertadora. José Antonio Sollazzo había sido desplazado de su asiento platense del Sindicato de Vendedores de Diarios en la antes referida intervención de 1951. Después de esa expulsión, que fue llevada a cabo con los métodos habituales de anulación de las oposiciones gremiales durante la década abruptamente finalizada en 1955, José Antonio perdió los espacios que al ser de orientación radical, sin embargo, había conservado en las riberas de la sociedad política peronista. Al año siguiente, comenzó a publicar el órgano opositor

intitulado *Canillita Libre*. Previsiblemente, este denostó la ausencia de libertad gremial y la supeditación del Sindicato dirigido por su hermano a las directivas políticas del Partido Peronista.

La configuración periodística de *Canillita Libre*, sin embargo, tuvo rasgos más acusadamente políticos que la revista oficial *El Canillita*, cuyo inicio coincidió en el tiempo con la hoja opositora. Es sugestiva esa coincidencia, y no hay que descartar que se tratara de una pugna por la opinión en el sector. De hecho, el subtítulo del órgano dirigido por José Antonio fue “Una Voz Libre para Libres y Sometidos”, es decir, interpeló a propios y ajenos. También, reclamó su publicidad al negar que se trataba de una publicación “clandestina”.

Canillita Libre convocó a la “resistencia” frente la “dictadura”. Dio visibilidad a movimientos huelguísticos como el del gremio naval y reclamó la “independencia sindical”. Así como en *El Canillita* los dirigentes peronistas fueron retratados en numerosas ocasiones próximos a Napoleón Sollazzo (cuya imagen estaba presente en dos de cada tres apariciones fotográficas de líderes peronistas), las conexiones políticas fueron igualmente inmediatas en *Canillita Libre*. Por ejemplo, se publicó “La palabra de Arturo Frondizi”, e incluso un texto intitulado “El radicalismo refirma [sic] su fe en la democracia frente a los problemas que aquejan a la ciudadanía”. Su verba no fue menos partidista y facciosa que la deplorada en el oficialismo gremial de prédica peronista. Fue así que José Antonio Sollazzo escribió en una nota editorial, “Conducta, desinterés y sacrificio”:

CANILLITA LIBRE está al servicio de la Justicia, de la Democracia y de la Verdad; no apoya ni propugna precandidaturas de ineptos o “paracaidistas” de la política viciada o del gremialismo corrompido; está al servicio de una causa noble. Somos Radicales y apoyamos a los hombres decentes del partido sin interesarnos absolutamente en qué fracción interna militan; a los hombres decentes los apoyaremos con todas nuestras humildes fuerzas y a los ‘otros’ les haremos la guerra sin cuartel y a muerte.¹⁷⁴

El texto recién citado portó una triple disyunción. Intervino en la interna del radicalismo al alinearse explícitamente con la Intransigencia frondizista, a pesar de decirse indiferente a las “fracciones”. Agravió la declarada candidatura peronista de Alberto Teisaire para las inminentes

¹⁷⁴ *Canillita Libre*, año 2, N.º 5, febrero-marzo de 1954.

elecciones destinadas a cubrir el cargo vicepresidente. Y denunció la “corrupción” sindical. Por lo visto, todos estos ámbitos estuvieron interconectados tanto en las prácticas peronistas como en las radicales.

Los menesteres asociativos del Sindicato de Vendedores de Diarios conducido por Napoleón Sollazzo participaron, a su modo, de una “cultura política” en transformación. En su seno, imperfectamente previsible porque se hallaba en fluida constitución y recomposición, intervino en la sociedad política peronista y produjo novedades que interesaron cuatro ámbitos de publicidad: 1) la posición subjetiva de los “canillitas” como sujetos públicos y por ende también privados; 2) la naturaleza asociativa del Sindicato como tal, su lugar dentro de una esfera pública obrera y sobre todo su posición relativa dentro del esquema de poder cegetista; 3) contribuyó a la forja del ámbito público peronista, esa red de diarios, revistas, actos callejeros, campañas electorales y discursos donde se construyó la visibilidad de la hegemonía populista; 4) la publicidad en su extensión nacional. Dar cuenta de cada uno de esos ámbitos requeriría extensos desarrollos que aquí no puedo seguir pues instauraron un mosaico denso y complicado. Con todo, puede decirse que de conjunto estas indicaciones ofrecen un panorama de la singularidad de los “canillitas” en la publicidad de la Argentina peronista, cuya dilatada anatomía estimo no puede ser ya descripta como una cripta uniforme y silente.