

Diarios, política y vitivinicultura en San Juan en la década de 1960

Juan Jesús Hernández

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN JUAN / ESTACIÓN EXPERIMENTAL AGROPECUARIA
SAN JUAN DEL INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGÍA AGROPECUARIA

juan.j.hernandez@inta.gob.ar

Resumen

En la década de 1960 en San Juan los dos únicos diarios fueron *Tribuna* y *Diario de Cuyo*. El presente artículo analiza el origen de esos dos medios de comunicación, sus propietarios, sus directores y su posición política en aquella década

Las posiciones políticas y el perfil ideológico de tales medios estuvieron vinculados a sus relaciones con los gobiernos y los empresarios locales. La vitivinicultura fue la principal actividad productiva de la provincia y la región de Cuyo durante esos años. Algunos de sus empresarios fueron funcionarios del Estado y también directores o propietarios de los diarios.

De manera que las disputas por las políticas públicas se plasmaron en las páginas de los diarios a la vez que la ideología de sus directores estuvo signada por sus relaciones con la principal agroindustria de la provincia.

Palabras clave: Diarios, Ideología, Política, Vitivinicultura

Introducción

El presente artículo tiene como objetivo analizar el origen de dos diarios de la provincia de San Juan, *Diario de Cuyo* y *Tribuna*, su perfil ideológico y su vinculación con el poder político y económico local en la década de 1960.

El primer apartado presenta el contexto nacional y provincial durante los años mencionados, destacando el papel de la vitivinicultura como principal actividad económica sanjuanina.

Los dos siguientes apartados se refieren a *Diario de Cuyo* y *Tribuna*. Se analiza allí, su ideología expresada en notas editoriales seleccionadas y la participación de sus dueños o

directores como empresarios y dirigentes en la vitivinicultura provincial y el gobierno local.

Durante la década de 1960 la actividad vitivinícola fue primordial en San Juan y por lo tanto es importante analizar el papel que jugaron los diarios que construyeron sus discursos en relación con los diferentes sectores o grupos económicos locales.

En las conclusiones se relaciona el devenir de cada medio con la situación de la principal actividad económica provincial, con los cambios en los gobiernos y en sus políticas. Se sostiene la idea de que la historia, el desarrollo y la posición ideológica de estos medios estuvo vinculada a la vitivinicultura local, sus crisis y cambios.

La metodología empleada es cualitativa, basada en la revisión de diarios y el análisis de las relaciones entre sus posiciones ideológicas, las políticas públicas y la estructura económica provincial.

El artículo aporta la comprensión del papel que juegan los medios de comunicación como actores en el escenario político. Ellos ocupan un lugar central en la modelación del espacio público y en la formación de la opinión pública.

El peso relativo de un medio dentro del conjunto del sistema social determina la incidencia de su propia agenda en la agenda pública. En algunas ocasiones, los actores sociales establecen un comportamiento estratégico que tiene como objetivo instalar un tema en la agenda pública a partir de su previa inclusión en la agenda de los medios de mayor influencia (Zalba, 2007).

En una provincia pequeña, donde la televisión recién estaba surgiendo, es importante el peso social de la prensa escrita.

Para entender la estrategia que desarrolla un medio de comunicación, uno de los puntos centrales consiste en observar quiénes son sus propietarios y cuál es la vinculación de éstos con el poder político y económico (Córdoba, 2008).

Las producciones periodísticas siempre son parciales en el sentido que reflejan tomas de posición a favor o en contra de determinados intereses de clase o de grupos.

Para todas las fuerzas sociales (empresas, sindicatos, gobierno, etc.) es fundamental que desde los medios se transmita una imagen positiva de ellos. Los medios además sirven para difundir una determinada opinión sobre cada acontecimiento e incluso para sostener una determinada ideología, visión del mundo o sentido común. (Zalba, 2007).

La "ideología" de un actor social (como son los diarios) puede ser definida como un conjunto de creencias específicas fundamentales de un grupo de personas que se constituyen en fundamento de sus representaciones sociales. Bajo esta concepción, todos los grupos

tienen ideologías. Ellas se ponen en juego y se vuelven relevantes especialmente en situaciones de competición, conflicto, dominación o cualquier tipo de relación con otros grupos. (Van Dijk, 2005: 17,19).

La ideología organiza las representaciones mentales que las personas se hacen sobre hechos sociales y se formula a través de los discursos que pueden servir para justificar el ejercicio del poder y la existencia de desigualdades, pero también para promover la resistencia y el cambio (Van Dijk, 1999; Egüen Guevara, 2003).

Como en este artículo no se pretende definir la totalidad de los elementos que constituyen las representaciones sociales o conjunto de creencias de los grupos, se prefiere hablar de “perfil ideológico” para referirse a aquellos rasgos que constituyen las posiciones básicas de los diarios en relación a la política en general y a la vitivinicultura en particular. Más que ideología entonces se identifican rasgos, posiciones y representaciones sociales específicas que se formulan en discursos (por ejemplo las notas editoriales) y que forman parte del juego de las relaciones de poder en la sociedad y de los conflictos en torno a las políticas públicas.

1. El contexto político y económico de la década de 1960

Durante la década de 1960, el Estado nacional jugó un papel fundamental en la economía a través de políticas públicas activas que impulsaron la industrialización del país, especialmente en aquellos sectores cuyo desarrollo permitía la sustitución de importaciones. Este proceso reforzó los históricos desequilibrios entre la Pampa Húmeda y las otras regiones que se especializaron en algunos cultivos destinados al mercado interno como medio para lograr su integración.

La sucesión de presidentes durante la década (Frondizi, Guido, Illia, Onganía) en el marco de la proscripción del peronismo y los golpes de Estado marcó un contexto de gran inestabilidad.

Dos modelos económicos se presentaban como alternativas para el país.

Por un lado el planteo desarrollista de Arturo Frondizi que proponía la profundización en el proceso de sustitución de importaciones y promovía un desarrollo acelerado del país basado en las industrias pesadas y proveedoras de energía, impulsado por las inversiones estatales y privadas (nacionales y extranjeras).

Por otro lado estaba el planteo liberal que criticaba el proceso de industrialización y sus prácticas políticas y sociales, proponiendo la apertura de la economía argentina, el impulso de

las actividades agropecuarias y una drástica disminución de la intervención estatal. (Rapoport, M. y otros, 2005)

La política de San Juan de los años '60 estuvo condicionada por la realidad nacional. La permanencia de un gobierno dependía más de los cambios producidos a nivel nacional que de los resultados económicos, de los apoyos políticos o de la duración de su mandato constitucional.

Durante la década de 1960 fueron gobernadores de San Juan sucesivamente:

- Dr. Américo García (Unión Cívica Radical Intransigente, 1958 – 1962);
- Coronel Fernando Pérez Méndez (Gobierno de facto, 1962);
- Vice Almirante Miguel A. Pedrozo (Gobierno de facto, 1962 - 1963);
- Coronel Pedro Avalía (Gobierno de facto, 1963);
- Dr. Leopoldo Bravo (Bloquismo, 1963 – 1966);
- Comodoro A. Cordón Aguirre (Gobierno de facto, 1966);
- Dr. Edgardo Gómez (Gobierno de facto, 1966 – 1969);
- Ing. José Augusto López (Gobierno de facto, 1969 – 1971).

Los ministerios durante los gobiernos civiles o de facto fueron ocupados por militares e integrantes de los partidos, sindicatos y cámaras empresariales. Así se fue conformando un complejo entrelazamiento de nombres de funcionarios e influencias políticas.

La evolución del Producto Bruto Geográfico (PBG) provincial estuvo marcada también por los ciclos económicos nacionales.

La economía de la provincia de San Juan creció entre 1961 y 1970. En ese periodo hay dos momentos de crisis y retracción en el PBG: en 1963 y en el bienio 1967 – 1968. Estos años coinciden con los momentos de recesión en la agroindustria vitivinícola. (Banco de San Juan, 1973)

El cultivo predominante fue la vid, cuya participación porcentual en el total de la superficie cultivada fue siempre superior al 60% y tuvo una tendencia ascendente.

La mayor parte de la uva se empleó para la vinificación (vinos y mostos), en especial a la elaboración de vinos comunes. El resto se destinaba a consumo en fresco, pasas y otros usos (De La Torre, 2009: 10).

La década de 1960 fue un momento de auge en la industria vitivinícola nacional, impulsado por el alto nivel de consumo per cápita de vinos, que se encontraba en 85,4 litros promedio por persona en el país en 1967, según el Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV).

En San Juan las explotaciones vitícolas en su gran mayoría fueron minifundios. De las

9.978 que existían en 1969, el 96,3% no superaban las 25 hectáreas. El número de bodegas ascendía a 379. Entonces los pequeños viñateros debían negociar la venta de la uva con un número muy inferior de bodegueros quienes estaban en mejores condiciones para determinar precios y plazos de pago.

En la década del '60 se expresó claramente esa relación asimétrica entre oferentes y demandantes en el mercado vitícola. Por ello los viñateros reclamaron en muchas oportunidades la intervención del Estado a través de políticas estatales que, por ejemplo, fijaran el precio de la uva, establecieran condiciones de compra o crearan bodegas de propiedad estatal o de cooperativas de viñateros.

Las dos principales políticas vitivinícolas sanjuaninas en la década del '60 fueron la fijación de precios mínimos para la uva por ley entre 1964 y 1968 y la creación de la Corporación Agro Vitícola Industria y Comercial (CAVIC)¹.

Los grandes bodegueros y viñateros, y las organizaciones que los representaban, contaron con grandes recursos: poder económico, prestigio social, posibilidades de acceso al poder político, influencia sobre los gobernantes y capacidad de expresar y defender sus posiciones a través de los medios de comunicación.

En la década de 1960 era escaso el número de medios de comunicación: los diarios en competencia en San Juan eran 2, eran pocas las radios y la televisión recién estaba surgiendo y pocas personas tenían acceso a los medios audiovisuales. El 2 de mayo de 1964, Jorge Estornell, miembro de una familia propietaria de una gran firma bodeguera y antiguo dirigente de la Bolsa de Comercio, creó Canal 8, el primer canal de televisión de San Juan.

Por lo tanto, los diarios tuvieron un gran poder para influir en la formación de las representaciones, el sentido común y la opinión pública en relación a las cuestiones políticas, económicas o sociales.

Tribuna y Diario de Cuyo se asemejaron en muchos aspectos: formato, cantidad de páginas, noticias nacionales e internacionales que publicaron, entre otras. Los productos que ofrecieron las empresas editoras fueron parecidos en sus formas. Sólo se diferenciaron en las

¹La Corporación fue creada en 1964 por ley como una entidad propiedad de los viñateros obligados a asociarse quienes todos los años debían aportar el 5% de su producción. Durante los primeros años CAVIC compró uva a mejores precios que el resto de las firmas para moler en varias bodegas (algunas de propiedad estatal cedidas y otras alquiladas). Sobre finales de la década del '60 comenzó a envasar parte de su producción. Cambios en su titularidad, problemas de corrupción interna, dificultades para vender el vino en un contexto de reducción del consumo, etc. provocaron su quiebra y cierre a principios de la década de 1990.

noticias locales que presentaban y en los editoriales o artículos de opinión. La diferencia básica estuvo en los matices ideológicos más que en el producto o el servicio que brindaron.

2. Diario *Tribuna*

2.1 Historia, presidentes y directores

El diario sanjuanino *Tribuna* fue fundado el 1 de mayo de 1931. Nació como órgano periodístico oficial de la Concentración Cívica, una alianza de partidos políticos que unió a radicales, socialistas y conservadores. En aquellos años, era una modalidad común que los partidos tuvieran su propio órgano periodístico (*Diario de Cuyo*, 30/04/2000).

El eslogan histórico de *Tribuna* fue “decano del periodismo sanjuanino”. Esta frase funcionaba como una especie de subtítulo del diario y fue cambiada en 1969 por otra frase: “Diario de la mañana”.

Alberto Luis Graffigna, miembro de una tradicional familia bodeguera local y presidente durante algunos años de Santiago Graffigna Limitada, pasó de socio a único dueño el 22 de agosto de 1937 al comprar todas las acciones (*Diario de Cuyo*, 30/04/2000). Fue propietario del diario hasta 1964, salvo entre el 1/2/56 y el 27/3/58, que por decreto del interventor militar a cargo del gobierno provincial, Juan Picca, el medio fue entregado al Partido Demócrata Popular por cuestiones políticas, ya que en sus páginas se había defendido la doctrina peronista en los años anteriores.

Durante el tiempo en que fue dominado por el Partido Demócrata Popular, *Tribuna* disminuyó sus ventas y su importancia en la provincia. Se convirtió en vocero de este partido minoritario, pidió un préstamo al Banco San Juan poniendo como garantía las maquinarias y se atrasó en los pagos a los proveedores.

Tras resolución de un juez, Alberto Graffigna recupera el diario que había perdido muchos lectores por la competencia de *Diario de Cuyo*.

En los primeros meses de 1960 el director era Juan José Montilla (perteneciente a una tradicional familia bodeguera, dueña de la firma Resero), quien dejó el cargo al año siguiente, debido a que el gobernador de la provincia, Américo García, lo nombró ministro en su gabinete.

Entre 1960 y 1964 el director fue Eduardo Santiago Graffigna Del Bono, hijo del propietario, quien antes se había desempeñado como subdirector y cronista del diario.

Además la familia Graffigna era propietaria de Colón, la principal radio provincial.

Ante la grave situación financiera en septiembre de 1964, *TRIBUNA* pasa a manos de la empresa Argentina Publicidad S.A. Si bien el cambio de dueños figuró como una venta, fue

prácticamente una donación, debido a la grave situación financiera en que se encontraba el medio. Entre los socios de Argentina Publicidad S.A. figuraban miembros del Partido Demócrata Cristiano, de la Federación de Viñateros y propietarios del Banco Alianza.

Varios socios de la empresa eran miembros de partidos políticos o cámaras empresariales². Se produjo una modernización tecnológica en el diario incorporando una rotativa en 1966. Sin embargo, la brecha tecnológica con *Diario de Cuyo* no se pudo eliminar. Las maquinarias que poseía este último, le permitían producir el periódico a menor costo y ponerlo a la venta más temprano. Se retrasaron los sueldos de los empleados y hubo dificultad para comprar los insumos básicos.

Hacia fines de 1967, la empresa Argentina Publicidad S.A. fue comprada por Francisco Montes, propietario y director de *Diario de Cuyo*. A principios de la década del '70 *Tribuna* primero pasó a las tardes y luego dejó de publicarse.

Entre septiembre de 1964 y diciembre de 1970, los directores del diario cambiaron periódicamente; lo que produjo algunas modificaciones en las posiciones del medio con respecto a los temas referidos a la vitivinicultura o a la opinión general sobre el desempeño de los gobernadores provinciales. Los directores fueron:

- Dr. Juan Labaké: Asumió la dirección el 10 de septiembre de 1964. Era una de las principales figuras del Partido Demócrata Cristiano.

- Luis Grillo: Asume el 28 de abril de 1965 como director interino.

- Dr. Cristóbal Carvajal Moreno: Asumió la dirección el 7 de octubre de 1965. Había sido presidente de la Federación de Viñateros desde 1959 a 1961 y miembro del directorio del INV entre 1960 y 1963. (*Tribuna*, 30/04/1966).

- Emilio Ventura Donper: Asume en 1967. Era empresario inmobiliario. En su tarea como director de *Tribuna* fue secundado desde principios de 1970 por Luís Cisella como co-director. Este último, había sido gerente administrativo de *Diario de Cuyo* y fue en 1970 ministro del gabinete del gobernador Ruperto Godoy.

2.2 Perfil ideológico

El diario *Tribuna* expresó en diferentes oportunidades a través de sus editoriales y otros

² El directorio de la firma en mayo de 1967 estaba conformado por: Presidente, Mario Ruffa; Vicepresidente, Manuel Gutiérrez Gallo; Vocales Titulares, Dr. Everto Aubone, Dr. Alfonso Plana, Francisco Garcés Noguera, Ing. Hugo Montes Romaní (fue ministro durante la gobernación del Dr. Leopoldo Bravo), Osvaldo Sánchez Bustos, Enrique Mattar Morales (ocupó cargos en el directorio de CAVIC y en la Federación de Viñateros de la cual fue presidente al finalizar la década) y Miguel Rodríguez. (*Tribuna*, "Nuevo Directorio de Argentina Publicidad", 12/03/1967: 4).

artículos los principios e ideas que lo inspiraban.

El diario se definió como nacionalista, católico y contrario al liberalismo clásico y al marxismo.

En 1963 en el contexto de un conflicto entre el propietario y los obreros gráficos del diario, una nota editorial decía:

“Pareciera que el signo de *Tribuna* es vivir peleando... *Tribuna* levantó siempre fervorosas adhesiones o tremendas enemistades en su torno... Sería ingenuo de nuestra parte pretender que la masonería, el liberalismo y el marxismo, en todas sus gamas se queden quietos y tranquilos cuando nosotros estamos denunciando incansablemente sus maniobras, sus contradicciones, sus errores y sus funestas intenciones...

Somos un instrumento puesto al servicio del cristianismo católico y de una profunda vocación nacional que no puede ser liberal ni marxista” (*Tribuna*, “Tribuna ante una nueva tentativa por su desaparición”, 24/04/1963: 4).

Si bien no era un medio oficial de la Iglesia, sus dueños, directores y periodistas se inscribían en los postulados de la Doctrina Social de la Iglesia. Así por ejemplo sostuvieron el principio de subsidiariedad del Estado en la economía.

El obispo Audino Rodríguez y Olmos, actuaba como asesor del diario, teniendo injerencia en la selección de los contenidos que se publicaban. Incluso, ejerció influencia sobre Alberto Graffigna para que vendiera a un precio mínimo el periódico a Argentina Publicidad S.A., ya que garantizaba la continuidad en la línea religiosa y la consecuente oposición al marxismo.

El artículo en el cual los nuevos dueños se presentaron expresó:

“*Tribuna* ha cambiado de manos. Nuevos propietarios, nuevos directivos.... Difícil es encontrar en el país un diario con una trayectoria tan recta, en cuanto a ética periodística y postura ideológica se refiere, como *Tribuna*...

Algo cambiará, pero no ese legado justamente... Es la cesión de una antorcha y de un ideal, por parte de una generación que ha cumplido su deber a otra que debe cumplir el suyo. Pero son dos generaciones nacidas del mismo seno ideológico, con las diferencias de matices que producen las distintas etapas históricas...” (*Tribuna*, “Una nueva generación”, 12/09/1964: 4).

El cambio de propietarios de 1964 no afectó la continuidad en las posiciones relacionadas con la religión y el marxismo. Pero sí se observa un gran giro en lo concerniente al sector de la agroindustria vitivinícola al que se apoyó.

En la etapa que Alberto Graffigna fue el propietario, el diario defendió a los grandes



bodegueros. Por ejemplo se opuso al proyecto original de CAVIC³ y a la ley de fijación de precios mínimos para la uva.⁴

En cambio entre 1964 y 1967, *Tribuna* apoyó generalmente al sector viñatero, especialmente durante el tiempo en que Cristóbal Carvajal Moreno fue director. En ese periodo, este medio de comunicación estableció una muy buena relación con el gobernador Leopoldo Bravo, con la Federación de Viñateros y fue defensor de sus posiciones en los conflictos vitivinícolas.

Por ejemplo, con motivo de conmemorarse el 35º aniversario de la fundación del diario se publicó un suplemento donde se relataba su historia y se incluía un extenso artículo donde se describía el origen por ley de CAVIC y su buen desempeño.

“La provincia de San Juan ha sabido proteger, estructurar y regular, buena parte de su actividad productiva mediante leyes que, con justa razón, son consideradas como sabias normas que han probado su eficacia en los hechos... El encauzamiento y la regulación de la vitivinicultura, actividad básica de la provincia, por obra de la ley N° 3.019... es sin lugar a duda la realización de mayor trascendencia, y la que en la práctica dio hasta ahora los más brillantes resultados...” (*Tribuna*, “Por qué, para qué y cómo se organizó la CAVIC”, 30/04/1966 Suplemento: 10).

Cristóbal Carvajal Moreno en noviembre 1966, mientras era director del diario, fue candidato para las elecciones de directores de CAVIC, en una lista propiciada por la Federación y el bloquismo, aunque su candidatura luego fue vetada por el gobierno de facto.

Cuando Francisco Montes compró el diario y Emilio Ventura Donper fue nombrado director se abandonó la inclinación católica y el apoyo a la Federación de Viñateros del medio, aunque se mantuvo una opinión favorable a CAVIC y contraria al liberalismo.

³En una nota sin firma se puede leer: “... Desde el punto de vista legal, llama la atención el carácter compulsivo, obligatorio de las contribuciones que han de integrar el capital del ente. Entidades cooperativas de viñateros, con bodega propia y todos sus problemas resueltos, viñateros que dedican toda su producción a la exportación del fruto, industriales bodegueros con viña, deberán contribuir como todo viñatero coercitivamente, a capitalizar una entidad que en cierto modo será competidora suya. El carácter inconstitucional de la medida es evidente y asegura al CAVIC un semillero de pleitos...” (*Tribuna*, “La solución vitivinícola oficial”, 02/01/1964: 4).

⁴“...Fijar precio a la uva exclusivamente en San Juan es como intentar apagar un incendio con un balde de nafta... Vendemos alrededor del veinte por ciento del vino que consume el país: el resto sale de Mendoza, Río Negro, Catamarca y La Rioja. Si esas zonas quedan liberadas de precio mínimo para su materia prima, es indudable que sus ventajas frente al producto sanjuanino, en cuanto a competencias, serán enormes... ¿Es que lo que se quiere es destruir de una vez por todas nuestra industria principal?” (*Tribuna*, “Un proyecto demagógico”, 28/02/1964: 4).

Por ejemplo, una nota editorial sostuvo:

“...CAVIC ha nacido a la vida pública como un primer intento de dar solución integral a los problemas socio económicos que afligen a nuestro pueblo, en especial dentro del campo de la vitivinicultura....

El Estado creó a CAVIC en ejercicio de facultades primigenias que le acuerda la propia Constitución. Y esas facultades que son también deberes irrenunciables, hacen directamente a los fines propios de la gestión pública que son cumplidas en circunstancias de excepción y bajo formas de intervencionismo corrector frente a desviaciones inaceptables de un sistema económico que saliendo de su órbita racional deteriora las bases vitales de una colectividad...” (*Tribuna*, “Para qué sirve CAVIC”, 12/01/1968: 6).

3. Diario de Cuyo

3.1 Historia

Diario de Cuyo fue fundado el 5 de julio de 1947. En ese momento existían en la provincia dos diarios: *Tribuna* y *La acción*⁵.

Los primeros dueños estaban vinculados al gobierno peronista: Elias T. Amado, Ruperto Godoy, Eusebio Baltasar Zapata⁶, entre otros.

Tras la Revolución Libertadora y la proscripción y persecución al peronismo, en 1955 los dueños del diario quedaron obligados a venderlo a bajo precio a Francisco Montes quien había sido publicista y administrador de *Tribuna*. (*Diario de Cuyo*, 08/01/1959, 19/11/1962, 28/11/1966 y 01/07/2007).

3.2 Perfil Ideológico en la década de 1960

En la década del ´60, la principal característica del perfil ideológico de *Diario de Cuyo* es su liberalismo económico, que se tradujo, entre otras cosas, en una oposición general a la intervención del Estado en la economía.

Se puede citar como ejemplo un artículo de opinión firmado por Francisco Montes que expresa claramente su posición con respecto a la facultad que tiene el Estado de intervenir en la economía:

“...Debe el Estado abandonar la conquista de actividades que pertenecen al sector privado,

⁵*La acción*, fue en sus orígenes, vocero de un sector del conservadurismo distinto y opuesto al de *Tribuna*. Estuvo vinculado a la familia Maurín, poseedora de bodegas. Dejó de publicarse en 1956.

⁶Eusebio Baltasar Zapata fue dirigente viñatero en la década del ´60. Ocupó los cargos de presidente de CAVIC y vicepresidente de la Federación de Viñateros.

dado que le resultan gravosas y de difícil realización; incluso en su actuación administrativa debe procurar la descentralización e ir transfiriendo a manos privadas numerosas tareas...

Ante un Estado intervencionista, avasallador, una individualidad firme. Una posición liberal defendida en el interior de cada uno como un castillo, inexpugnable. Es el único camino contra la estatización y el avance masivo de la mediocridad.” (*Diario de Cuyo*, “El Estado y el hombre”, 05/10/1964: 4).

Por ende en las cuestiones vitivinícolas generalmente coincidió en sus opiniones con las definiciones políticas adoptadas por los grandes bodegueros, los actores más fuertes en el mercado de la uva.

El diario se opuso a la fijación de precios mínimos para la uva y a la creación de CAVIC, a la que calificó como un ensayo corporativista y dirigista, destinado al fracaso y perjudicial para la vitivinicultura. Dedicó varios editoriales a su crítica, brindó espacio en sus páginas a la Cámara de Bodegueros Exportadores y criticó a la Federación de Viñateros, principal organización impulsora de la Corporación.

“Hemos sostenido en muchas ocasiones que las leyes económicas son inflexibles, rigurosas y determinantes. En un sistema de economía libre, donde la oferta y la demanda juegan de acuerdo a la sensibilidad del mercado, no pueden injertarse prácticas intervencionistas sin correr graves riesgos...

El mercado nacional es uno y homogéneo, mal podría una provincia pretender imponer una modificación contrariando lo que manda y dispone ese mercado de consumo. Y la experiencia ha demostrado que es en la libertad donde pueden conjugarse todos los males económicos...

Dos graves interferencias se han producido en corto tiempo y recientemente, complicando el mercado de la uva y el vino. La creación de un ente corporativo, arbitrario, compulsivo, como es la Corporación Agro Vitícola Industrial y Comercial (CAVIC), y la ley por la cual se fijan precios mínimos a las distintas variedades de la uva...” (*Diario de Cuyo*, “Y ahora... Qué hacemos?”, 14/03/1964: 4).

El éxito inicial de la CAVIC, obligó al diario a reconocerle algunos méritos, por ejemplo haber sido uno de los factores que contribuyeron al crecimiento del valor de la uva. Pero cuando la Corporación tuvo problemas financieros en 1966, el diario volvió a expresar sus críticas a la normativa de origen y a los directivos de la entidad⁷, y apoyó las sucesivas

⁷ Cuando la ley fue sancionada, *Diario de Cuyo* mantuvo sus críticas en notas editoriales publicadas el 9 de febrero, 11 de marzo y 28 de diciembre de 1964.

intervenciones decididas por el gobernador Edgardo Gómez y el presidente Onganía⁸.

4. Reflexiones finales

La década de 1960 se caracterizó por la inestabilidad política a nivel nacional y el predominio de la vitivinicultura en la economía de San Juan.

Los propietarios de los diarios de esa provincia tuvieron vinculaciones con el poder político y económico. Hay una relación profunda y en algunos casos una identificación entre quienes conducen los medios de comunicación y los dueños de las grandes firmas bodegueras o los dirigentes de la principal organización viñatera.

Los medios de comunicación fueron espacios de expresión de los intereses de sus periodistas, dueños o directores y del sector del cual estos formaban parte.

Los dirigentes de las organizaciones de empresarios de la agroindustria vitivinícola no sólo lograron expresarse a través de los medios, sino también apropiarse de ellos o controlarlos.

El cambio de dueños en *Tribuna* en 1964 implicó una modificación en el sector de la agroindustria vitivinícola que defendía el diario. A partir de esa fecha, la Federación de Viñateros tuvo en este periódico un espacio para la defensa de sus intereses.

Este traspaso de la propiedad de *Tribuna* coincidió con la creación de CAVIC y la ley de fijación de precios mínimos para la uva durante el gobierno de Leopoldo Bravo.

El cambio de propiedad de *Tribuna* formó parte de un proceso mayor. El sector viñatero en 1964 logró la sanción de leyes que lo favorecían, a la vez que consiguió que un medio de comunicación defendiera sus posiciones.

Las dificultades financieras de Argentina Publicidad S.A. y la compra de la empresa y de *Tribuna* por parte de Francisco Montes, expresaron una derrota en esa búsqueda de poder y de hegemonía por parte del sector viñatero unos años después.

Hay prácticamente una coincidencia temporal entre el lapso en que el sector viñatero fue favorecido por las políticas estatales y el tiempo en que *Tribuna* defendió los intereses de la Federación de Viñateros.

A partir de 1967 el gobierno de Edgardo Gómez, tuvo continuos enfrentamientos con la Federación. En ese mismo año, la organización perdió su participación directa en *Tribuna*,

⁷Por ejemplo, el diario criticó la ley 3.019 y a la actuación de CAVIC en una serie de notas publicadas en los últimos días de agosto y primeros días de septiembre de 1966

⁸El diario apoyó explícitamente la intervención decretada por Edgardo Gómez, por ejemplo en las notas editoriales del 4 de septiembre y 27 de octubre de 1966

cuando Cristóbal Carvajal Moreno dejó de ser el director y Francisco Montes compró el diario. Así se produjo una derrota del sector viñatero en su intento de lograr hegemonía mediante la influencia o control sobre la determinación de las políticas públicas y el dominio de un medio de comunicación.

Se puede concluir que en la década de 1960 existió una profunda relación entre las organizaciones y sectores de la agroindustria vitivinícola, el poder político y el dominio de la prensa escrita.

El análisis del perfil ideológico de los medios es importante en tanto estas posiciones marcaron las editoriales y el modo en que se interpretaban los hechos políticos, económicos y sociales.

Sin embargo los diarios estudiados no fueron rígidos ni dogmáticos, sino que dejaron de lado muchos de sus principios ideológicos cuando la defensa de los actores o sectores que apoyaban así lo requería. Por ejemplo, promovieron una mayor o menor intervención del Estado en el mercado de la uva o el vino, si esto favorecía a los miembros de la cámara o federación a la cual estaban vinculados sus directores o propietarios.

La relación entre estos medios entre 1959 y 1967, fue generalmente poco cordial. Esto se expresó en diferentes oportunidades en las páginas de ambos diarios, en la lucha por la obtención de avisos publicitarios y bocas de expendio.

La competencia entre los diarios fue no sólo por los lectores, sino también por las influencias sobre la población y sobre el poder político y económico.

La estructura económica se reflejó en la prensa. La vitivinicultura fue la actividad económica principal de San Juan y el tema local más importante en los periódicos.

Los diarios tomaron posición en las notas editorial con respecto a las políticas estatales sobre vitivinicultura. Las noticias que publicaron cada uno de los medios o los temas que trataron dependieron no sólo de la demanda de información que hicieron sus lectores, sino también del interés que tenían sus directivos en dar a conocer un hecho o emitir una opinión para respaldar los intereses de los grupos con los cuales estaban vinculados.

Los diarios no contaban con el poder suficiente para imponer por sí mismos sus posiciones. Lo prueba el hecho que en 1964 a pesar de su oposición se creó CAVIC y se sancionó la ley de fijación de precios mínimos para la uva.

Los directores y periodistas de los diarios intentaron influir sobre el Estado para que no se sancionaran las leyes, pero una vez que las políticas estatales estaban implementándose, cambiaron sus posiciones.

Los diarios fueron actores en el escenario político local, ya que no solo expresaron la posición de los gobiernos y de las organizaciones de la agroindustria vitivinícola, sino que también defendieron enérgicamente posiciones propias que en algún modo coincidieron con los intereses de determinados sectores.

Las distintas organizaciones representativas de los empresarios vitivinícolas encontraron en uno u otro diario un espacio privilegiado y un aliado para defender sus intereses.

En la década de 1960 en San Juan, la historia, el desarrollo y las posiciones ideológicas de los principales diarios estuvieron vinculados a la vitivinicultura local, sus crisis y cambios.

BIBLIOGRAFÍA

- Banco San Juan (1973). *Series estadísticas de la provincia de San Juan*. San Juan.
- Córdoba, María L. (2008). "De visibilidades y observaciones: medios y ciudadanía en sociedades mediatizada", 2008, trabajo presentado en el *VII Congreso Nacional sobre Democracia*, Rosario, Argentina.
- Egüez Guevera, Pilar (2003), "Reseña de Ideología, una aproximación multidisciplinaria de Teun van Dijk" en *Iconos. Revista de Ciencias Sociales*, N° 16, mayo, 2003, pp. 154-156. Quito: FLACSO
- De La Torre Delia y otros (2009), "Estado, Economía y Sociedad en el Modelo de Sustitución de Importaciones en la provincia de San Juan", Trabajo presentado en el *V Encuentro de Investigadores de Ciencias Sociales de la Región Centro Oeste y 2º binacional con la IV Región de la República de Chile*, San Juan: Editorial Fundación Universidad Nacional de San Juan.
- Mó, Fernando (1979). *Vitivinicultura: Problemas vitivinícolas argentinos: Mitología, Leyenda, Historia*, San Juan: Ed. De Palma.
- Rapoport, Mario y otros (2005). *Historia Económica, Política y Social de la Argentina*. Ed. Machi, Buenos Aires.
- Van Dijk, Teun A. (1999), *Ideología, una aproximación multidisciplinaria*. Barcelona: Gedisa
- Van Dijk, Teun A. (2005), "Política, ideología y discurso" en *Quorum académico*, Vol 2 N° 2, julio – diciembre de 2005. Maracaibo: Universidad de Zulia.
- Zalba, Estela M. (2007), "Una aproximación al orden del discurso periodístico" en *Medios y Comunicación*. Buenos Aires: Boletín n° 123 de la Biblioteca del Congreso de la Nación.
- Ley de la provincia de San Juan N° 3.019/64.