

# Comunicación, patrimonio e identidad: discurso de la prensa respecto a la Fiesta Nacional del Cemento en Olavarría, Argentina

*Communication, heritage, and identity: The media's discourse about  
the national party of cement in Olavarría, Argentina*



-  Dra. María Vanesa Giacomasso. Becaria posdoctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (INCUAPA UE-CONICET) y docente interina de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (Argentina). (vanegiaco05@gmail.com) (<https://orcid.org/0000-0003-1754-877X>)
-  Dra. Griselda Lemiez. Becaria posdoctoral de la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica y Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (Argentina). (griseldalemiez@hotmail.com) (<https://orcid.org/0000-0002-2384-878X>)
-  Dra. María Eugenia Conforti. Investigadora adjunta del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (INCUAPA UE-CONICET) y docente ordinaria de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (Argentina). (mariaeugeniakonforti@gmail.com) (<https://orcid.org/0000-0003-4261-0272>)

Recibido: 23/04/2019 • Revisado: 12/06/2019  
Aceptado: 30/10/2019 • Publicado: 01/05/2020

## Resumen

El objetivo central del presente trabajo consiste en relevar los sentidos de identidad construidos en torno del territorio que comprende el partido de Olavarría (provincia de Buenos Aires, Argentina), a partir de un análisis histórico que recupera el discurso de los medios de comunicación como agentes fundamentales en la socialización y consolidación de imaginarios sociales en la población. Para ello, se analiza la cobertura gráfica del Suplemento Especial del diario *Tribuna* que se publicó con motivo de la realización de la II Fiesta Nacional del Cemento en Olavarría (1974). Se recurrió a una metodología de análisis del discurso con el objetivo de identificar, en el relato periodístico, la manera en que se representan y se construyen significados en relación con la identidad y el patrimonio cultural local. Los principales resultados del análisis realizado demuestran el poder simbólico del relato mediático para construir, reforzar y reproducir una marca de identidad minera vinculada con la industria del cemento en el partido de Olavarría, transformándose en una parte constituyente del patrimonio histórico y cultural de la ciudad que se ha proyectado en el tiempo y que perdura hasta la actualidad. Se espera con este trabajo contribuir a las discusiones acerca del rol protagónico que ha cumplido la prensa gráfica en diferentes momentos históricos y su influencia en la identidad local.

*Descriptores:* análisis del discurso; diario *Tribuna*; Fiesta del Cemento; identidad; Olavarría; patrimonio cultural.

## Abstract

The main objective of this work is to unveil the senses of identity built around the territory that comprises the Olavarría party (Buenos Aires province, Argentina), based on a historical analysis which recovers the discourse of the media as a fundamental agent in the socialization and consolidation of social imaginaries of the population. To accomplish this task, the graphic coverage of the Special Supplement of the newspaper *Tribuna*, which was published for the II National Cement Festival in Olavarría (1974), is analyzed. A methodology of discourse analysis was used to identify, in the journalistic narrative, the way in which meanings are represented and constructed in relation to identity and local cultural heritage. The main results of the analysis highlight the symbolic power of storytelling in the media to build, reinforce and reproduce a mining identity brand linked to the cement industry in the Olavarría party, which has become a constituent aspect of the historical and cultural heritage of the city, and has been projected over time and remains alive today. This work is expected to contribute to the discussions about the leading role the graphic press has played in different historical moments and its influence on the local identity.

*Keywords:* Speech analysis; daily *Tribuna*; Cement Festival; identity; Olavarría; cultural heritage.

## 1. Introducción

El partido de Olavarría está ubicado en el centro geográfico de la provincia de Buenos Aires, Argentina. Tiene una superficie de 7715 kilómetros cuadrados y una población que supera los 100 000 habitantes,<sup>1</sup> distribuidos entre la ciudad cabecera y diferentes localidades y parajes rurales<sup>2</sup> (figura 1). Como todo territorio, no puede comprenderse solo en términos físico-naturales, sino como una construcción socio-cultural que forma parte de complejas redes de relaciones entre personas, cosas y lugares (Bender 2001). En esa complejidad, se consolidan mecanismos simbólicos mediante los cuales se demarcan y perciben los espacios, en un lapso de tiempo dado y por una sociedad particular (Hernández Llosas et al. 2010). Desde esta perspectiva, es posible identificar esquemas de pensamiento vinculados con significados, valores y narrativas construidas acerca de Olavarría, que consolidan una imagen y memoria social de sus habitantes. Esta cuestión relacionada con la identidad de un lugar puede ser comprendida desde el concepto de patrimonio, el cual se entiende como una construcción social en torno a bienes materiales (como las edificaciones y paisajes) e inmateriales (como los saberes) que determinados grupos realizan para protegerlos –por considerarlos de valor histórico, simbólico, artístico, económico e identitario– y transmitirlos de generación en generación (Prats 2000 y 2007; García Canclini 1999; Bonfil Batalla 2004; Ballart y Tresserras 2001).

Al respecto, en Olavarría, como parte del proceso de industrialización que atravesó la ciudad en el contexto nacional, se consolidó una imagen que la identificó como “la ciudad del cemento” (Gravano 2005). Ello se debe a la emergencia de la industria cementera a escala nacional, a principios del XX, que repercutió en lo local con la creación de tres principales empresas: la Compañía Argentina de Cemento Portland en Sierras Bayas (1917) –inversión de empresarios ingleses– que comenzó su producción en 1919 cuando tuvo su primer despacho; la empresa Loma Negra SA (1926), propiedad del empresario argentino Alfredo Fortabat; y finalmente la empresa Calera Avellaneda (1932) –de capitales alemanes–, otra importante fábrica que junto con las anteriores contribuyó a convertir a la ciudad de Olavarría en la primera productora de cemento del país (Belini 2009). Como consecuencia de la instalación de estas empresas, fue cada vez más necesario contar con obreros y/u otros empleados que pudieran responder a las nuevas demandas de producción, lo que trajo aparejado el incremento de la población local y, con ello, la construcción de barrios y viviendas que contaron con diversos servicios como clubes, escuelas, iglesias, proveedurías, cine, entre otros, destinados a estas comunidades (Sierra Álvarez 1990). Se conformó así un modelo denominado “Sistema de Fábrica con Villa Obrera”, que funcionó du-

1 Según el Censo nacional de población, hogares y viviendas de 2010, Olavarría cuenta con a 111 708 habitantes.

2 Sierra Chica, Colonia Hinojo, Hinojo, Sierras Bayas, Colonia San Miguel, Colonia Nieves, Cerro Sotuyo, La Providencia, Loma Negra, Espigas, Recalde, Santa Luisa, Durañona, Pourtalé, Rocha, Mapis, Muñoz, Iturregui y Blanca Grande (Municipalidad de Olavarría 2016).

rante el período 1940-1975, donde la esfera social y de producción –y reproducción de la mano de obra– se encontraban estrechamente ligadas y se regían por relaciones tanto laborales como comunitarias de tipo paternalistas (Neiburg 1988).<sup>3</sup>

Este proceso, que se consolidó con el tiempo, generó una marca de identidad para sus habitantes relacionada con la actividad minera, alrededor de la cual se generó también una serie de eventos sociales y festivos vinculados con dicha peculiaridad local. Tal es el caso de la Fiesta Nacional del Cemento, realizada por primera vez en 1973, con sede en Olavarría y con el objetivo de manifestar la relevancia del cemento como expresión industrial; de particular relieve en la ciudad, pero con fuerte impacto a nivel regional y nacional.

El siguiente estudio tiene como objetivo central relevar los sentidos de identidad construidos en torno del territorio de Olavarría, a partir de un análisis histórico que recupera el discurso de los medios de comunicación como agentes fundamentales en la socialización y consolidación de imaginarios sociales en la población. En este caso, se analiza la cobertura gráfica del Suplemento Especial del diario *Tribuna*, único que se publicó con motivo de la II Fiesta Nacional del Cemento en Olavarría en 1974,<sup>4</sup> con el fin de identificar la manera en que se representan y construyen significados en relación con lo local. Cabe destacar que este relevamiento se lleva a cabo en el marco de los 100 años del Primer Despacho de Cemento Portland, conmemorados en febrero de 2019.

Figura 1. Ubicación del partido de Olavarría



Fuente: Municipalidad de Olavarría 2016.

3 Este modelo no es un caso aislado, sino que se diseñó en diversas empresas industriales, en diferentes lugares del mundo, donde se llevó a la práctica compartiendo características similares (Sierra Álvarez 1990).

4 El mencionado Suplemento Especial del diario *Tribuna* se encuentra disponible, solo para lectura, en: <https://issuu.com/jarabito/docs/suple2dafiestacemento1974>

La metodología utilizada se sustenta en algunas herramientas de estudio propias del análisis del discurso, a partir de las cuales es posible dilucidar cómo el relato periodístico es utilizado para la producción y la reproducción de representaciones e identidades en una coyuntura histórica determinada (Fairclough y Wodak 1997, y a la vez para poner en escena las distintas voces y posicionamientos ideológicos en torno a un tema. Esta perspectiva reconoce a los medios como recursos de poder simbólico (Thompson 1997), motivo por el cual se considera aquí la centralidad dada a particulares aspectos de la temática, así como los actores protagonistas y las adjetivaciones y/u opiniones vertidas, que son las que permiten visualizar las representaciones simbólicas que dicho medio transmite e instala, durante ese período, en la esfera local.

## 2. Presentación del medio y Suplemento del diario *Tribuna*

El Suplemento aquí presentado pertenece al diario *Tribuna*, periódico de edición diaria que funcionó en la ciudad de Olavarría durante casi 30 años (1955-1984). Cabe destacar que se pudo acceder a estos documentos dado que se conservan en el Archivo Histórico Municipal y son de acceso público.<sup>5</sup> Para realizar un análisis discursivo del Suplemento Especial, es necesario considerar algunas de sus particularidades. Esta edición se publicó el sábado 2 de febrero de 1974, un día antes del inicio de la II Fiesta Nacional del Cemento en Olavarría y su objetivo fue presentar en sociedad el evento, a partir de enfatizar en la organización y en diversos aspectos, tales como la participación de diferentes instituciones e invitados especiales, así como realizar una revisión histórica y actual de la ciudad en vinculación con el evento. El Suplemento se conforma por 11 páginas en las que se sintetizan aspectos centrales de los festejos. Se presenta un total de 18 notas y se incluyen, además, 14 publicidades en adhesión de diferentes empresas, comercios y entidades locales, regionales y nacionales, tales como las propias cementeras, bancos, supermercados, cines, entre otras.

Sobre los contenidos de las notas, se destacan aquellas de presentación del evento, detallando el cronograma de actividades sociales (cenas, bailes, elección de la reina); culturales (concierto de la Sinfónica Nacional, recitales varios, exhibición de piezas en el Museo Dámaso Arce); turísticas (visitas guiadas por el sector serrano y por las plantas de las tres cementeras locales); y deportivas (competencias de diversas disciplinas con referentes locales y nacionales, junto con el evento central con el automovilismo de la categoría Turismo Nacional). Para ello, se realizan dos entrevistas centrales, una a la representante de la Secretaría de la Comisión Ejecutiva del evento, titular de la

5 Recientemente el diario *Tribuna* fue digitalizado en alta calidad a partir del trabajo realizado en el marco de un proyecto de extensión universitaria de la Facultad de Ciencias Sociales de Olavarría (Universidad Nacional del Centro de la Provincia de la Buenos Aires), titulado "Procesos de memoria y olvido: relatos del periodismo gráfico en dictadura".

Oficina de Turismo y Cultura Municipal de la época, Ida Cataldi de Gómez, y otra al intendente municipal, Raúl Omar Pastor, también presidente de la misma Comisión.

Se hace además un fuerte hincapié en los aspectos históricos. Por un lado, en la industria del cemento a nivel nacional para enmarcar el protagonismo de Olavarría en la evolución del proceso de fabricación a gran escala que la ha llevado a constituirse en “la capital del cemento”, con el mayor volumen de producción en el país. Por otro lado, se relatan diferentes sucesos de la historia local/nacional que el medio de comunicación asocia a los recursos naturales locales que, antes de dar origen al asentamiento de estas grandes industrias, fueron utilizados, primero, por los “primitivos pobladores indígenas”, considerando entre ellos el uso de la sierra como “refugio de tribus” y la talla de la piedra para la confección de herramientas y, segundo, por los inmigrantes con el trabajo picapedrero artesanal.

Entre otros aspectos sobre los que se construye la información, se presentan las tres firmas locales, tres empresas que se asientan en el partido de Olavarría: “Compañía de Cemento Portland” en Sierras Bayas; “Cemento Loma Negra” en la localidad homónima; y “Calera Avellaneda” ubicada en la intersección entre ambos poblados serranos. Se detalla y describe en cada una la cantidad de sedes que posee y su distribución en el país, algo de su historia y su situación actual. También, asociado con la dinámica de estas tres fábricas, se detalla la sinopsis del proceso de fabricación del cemento y el impacto que tiene la industria en la economía nacional.

Sobre este *corpus* de notas que conforman el Suplemento, se presenta a continuación el análisis construido sobre los siguientes interrogantes: ¿cuál es el discurso del medio sobre la importancia de la fiesta?, ¿cómo se relaciona con otros elementos que marcan la identidad de Olavarría?, ¿quiénes son los protagonistas y qué lugar ocupan en el relato?, ¿por qué se presenta a Olavarría como la “capital del cemento”?, ¿qué recursos discursivos se utilizan en las notas para enfatizar algunos aspectos de la temática?, ¿las fotos y publicidades que incluye el Suplemento contribuyen a reforzar la identidad olavarricense?

### 3. Análisis del discurso de *Tribuna* en la construcción de la identidad cementera olavarricense

Uno de los primeros aspectos a analizar remite al contenido general del Suplemento y su vinculación con el evento. Si bien se imprime con motivo de la realización de la II Fiesta Nacional del Cemento, es utilizado como un documento que resume la historia de Olavarría vinculada con la industria del cemento; su auge a escala provincial, nacional e internacional; los recursos naturales de la zona y las características de la productividad; entre otros aspectos directamente relacionados con la actividad minera.

La construcción del relato se centra en una mirada verticalista de la industria, asociada principalmente a los empresarios y su modelo de organización. En este sentido, se observa que la figura del trabajador aparece subsidiariamente relacionada con la “obra social” que las empresas despliegan como parte de su planificación empresarial paternalista instalada en la región, cuya base eran las estrategias políticas que los “patrones” utilizaban para sostener su modelo económico. Por ejemplo, algunas de estas notas lo mencionan con énfasis en diferentes partes del escrito: “La obra social de Calera Avellaneda SA [...] ha formado desde un principio un vínculo de empresa-comunidad muy elogiable. La proyección de esta obra social en los ámbitos de la vivienda, salud, cultura y deporte y una activa vida social de la comunidad que sirve, la colocan en el más alto nivel de las organizaciones” (diario *Tribuna*, 2 de febrero de 1974, 9):<sup>6</sup>

Loma Negra ha puesto especial empeño en el aspecto social del hombre que está a su servicio y contribuye a proveer riqueza al país. Así, nada se ha dejado librado al azar y forma parte de una planificación que en los rubros vivienda, educación espiritual, deportes y bienestar general ha contribuido al engrandecimiento de una comunidad laboriosa (diario *Tribuna*, 2 de febrero de 1974, 10).<sup>7</sup>

164

Del mismo modo se hace referencia a la compañía argentina de Cemento Portland que “sirve al país como fuente de trabajo y bienestar social” (diario *Tribuna*, 2 de febrero de 1974, 6).<sup>8</sup> Solo por medio de esa necesaria relación entre empresa-sociedad se alude implícitamente al obrero, como parte de una “comunidad”, que los empresarios se encargan de proteger en relación con sus intereses económicos de producción.

En otro orden, se analiza la construcción de un relato que posiciona a Olavarría como la capital del cemento. En este sentido, se destaca que el Suplemento se inicia con un título cuyo mensaje plantea la magnitud y el impacto de la producción cementera local y su repercusión a escala nacional: “Dadnos cemento y levantaremos un mundo”. De ahí en adelante se expresa permanentemente la necesidad de justificar a la ciudad de Olavarría como el lugar indicado para ser “la capital nacional del cemento” y, por lo tanto, la ciudad ideal para que en ella se despliegue en 1974 la Fiesta Nacional del Cemento.

Para su justificación, se construye el relato desde los inicios de la historia del hombre y la relación que establece con los recursos naturales, para contarnos cómo “la naturaleza fue abriéndose generosa a los deseos del hombre; la tierra, la piedra, los vegetales”. En este punto, se recupera, por un lado, un discurso que remite a la disponibilidad de la piedra en Olavarría como recurso natural necesario para la producción

6 “Calera Avellaneda: una nueva fábrica para el país”.

7 “Loma Negra: Industria grande, nación próspera”.

8 “Cía. A. de Cemento Portland: 2 fábricas para grandeza del país”.

de cemento. Por el otro, “la habilidad del hombre” para aprovechar ese recurso disponible y así conformar con perspectiva histórica “una comunidad que de la piedra sacó un imperio de potencia económica que pocos parangones tiene en la República, dado su avance y su prosperidad”. Se destaca la labor de

miles de hombres, anónimos los más y conocidos, que han contribuido a que la obra sea hoy maravillosa realidad. Los cuatro ciclos de la actividad económica, se han dado idealmente en Olavarría: la naturaleza (pródiga por don de Dios), el trabajo (fecundo, tesonero) y el capital (robusto, ascendente) y, vinculándolo todo, la empresa visionaria (diario *Tribuna*, 2 de febrero de 1974, 1).<sup>9</sup>

A continuación, se describe una historia de los primeros intentos del desarrollo de la producción de Cemento Portland en Argentina, que data de 1872. El principal hito que en ella se destaca es la “primera gran fábrica de cemento instalada en el país” ubicada en Sierras Bayas, desde donde la industria se expandió rápidamente por el territorio argentino. A partir de la relevancia de ser la sede de semejante acontecimiento, el relato amerita reconstruir la historia de Olavarría y lo que significó contar con la disponibilidad del recurso de la piedra incluso para sus primeros pobladores, los pueblos indígenas:

Desde sus lagunas a cuyas orillas hace miles de años los primitivos pobladores indígenas tallaban sus armas y herramientas en piedras cuarcita, sus llanuras en las que hace ciento cincuenta años correteaban los ñandúes y manadas de ciervos y guanacos, hasta sus sierras refugio de tribus *aucas* y actualmente generadoras del magnífico presente económico (diario *Tribuna* 1974, 1).

Puede observarse que en esta narrativa se utiliza la versión oficial de la historia, de carácter despectivo y discriminatorio sobre los pueblos indígenas (Bartolomé 2003; Briones 1996 y 2004; Navarro Floria 1999), exacerbando la figura de los próceres que construyeron la nación como es el caso del Cnel. Álvaro Barros, fundador de Olavarría (1867):

La población de la provincia de Buenos Aires apenas llegaba la Río Salado con sus escasos 10 000 pobladores, incluyendo la ciudad de Buenos Aires. Fue en esa época, en 1741, que Cristóbal Cabral expedicionó hasta las tierras del actual partido de Olavarría donde los indios tenían sus guaridas y hasta donde nunca habían llegado por la distancia y los tratados de paz firmados con los indios serranos (diario *Tribuna*, 2 de febrero de 1974, 2).<sup>10</sup>

9 “Dadnos cemento y levantaremos un mundo”.

10 “Cnel. Álvaro Barros: sobre esta piedra construiré mis sueños”.

De ahí en adelante, el relato histórico se centra en mencionar fechas concretas de acontecimientos que marcaron el desarrollo de Olavarría y su relación con la industria de la piedra en sus escalas preindustrial e industrial, haciendo hincapié en la intervención “heroica” de los inmigrantes en relación al avance del Estado sobre estas tierras y sus pobladores.

Otra cuestión fundamental de las notas es que se destaca una búsqueda permanente de mostrar la importancia de estas empresas cementeras para Olavarría y el país: se difunden las siguientes ideas y mensajes: “Construimos las ciudades que usted conoce”, pero además, “ayudamos a construir el país que usted quiere”; “Cía. A. de Cemento Portland: 2 fábricas para la grandeza de un país [...] una gran fuente de trabajo y de bienestar social” (diario *Tribuna* 1974, 6). Para este aspecto, aparece como fundamento del éxito el “trabajo mancomunado de jefes y de obreros con una visión de futuro y sorteando toda clase de obstáculos” (diario *Tribuna* 1974, 9).

En este marco, la fiesta también ocupa un lugar destacado en el discurso del diario, en el cual se la presenta como la “fiesta del pueblo” caracterizada por la combinación de aspectos artísticos, culturales, deportivos, informativos, turísticos y de homenajes, y que culmina con el espectáculo central de coronación de la reina.

Se trata de un evento que cuenta con la adhesión de importantes empresas, asociaciones, sindicatos y que tiene el apoyo de los vecinos y pobladores locales, además del acompañamiento espiritual del obispo. En este sentido, se puede decir que integra a diversidad de actores que, con distintos intereses y expectativas, se unen a partir de una actividad común y peculiar de la ciudad. Por ello, el medio hace explícito que la fiesta es “un acontecimiento fruto de esfuerzos mancomunados de todos los sectores de Olavarría” (diario *Tribuna* 1974, 5). Desde esta perspectiva, dicha actividad festiva puede considerarse de interés patrimonial como un bien común simbólico valorado por la comunidad que participa por medio de distintos sectores en su planificación y concreción, y con intenciones de preservarse y prolongarse a lo largo del tiempo. Por eso, su denominación numérica de segunda fiesta tiende a pensar en la posibilidad de dar continuidad a una tercera y así sucesivamente.

Como fiesta del pueblo, se explica que “pretende ser una expresión popular, alegre y bulliciosa” mediante la cual se puede “ver a la gente feliz”, siendo su realización “motivo de alegría popular”. En términos generales, la fiesta se considera la “programación máxima de Olavarría en materia de eventos festivos” cuyo principal objetivo es “poner de manifiesto la relevancia del cemento como expresión industrial poderosa del país” y “determinante del status” de la ciudad y también visibilizar “cómo vive la gente vinculada a esta industria” (diario *Tribuna* 1974, 9).

Otra cuestión que se destaca en relación con la importancia de la fiesta es cómo la misma “contribuye a mostrar las atracciones turísticas de la ciudad”, “permite dar a conocer a Olavarría”, “trascender el mero marco de lo local” (diario *Tribuna* 1974, 9), teniendo este evento un fuerte potencial para visibilizar la zona y fomentar el

turismo local, regional y nacional. De hecho, casi 50 años después, Olavarría sigue teniendo un principal reconocimiento fuera de la ciudad a partir de estas industrias del cemento.

En el análisis también se identifica una serie de adjetivos que utiliza el medio a través de los cuales se pueden visualizar las valoraciones que subyacen en las notas informativas. En las teorías de la enunciación, esta subjetividad del lenguaje se denomina subjetivema (Kerbrat-Orecchioni 1997; Balmayor 2001), y su identificación permite dar cuenta de las interpretaciones y simbolizaciones que, en el relato periodístico, se otorga a determinadas acciones, espacios, sucesos y/o fenómenos de la realidad. En este caso, al respecto del proceso de industrialización en la ciudad de Olavarría, la industria del cemento es valorada como símbolo de “prosperidad”, “porvenir”, “grandeza”. En esta década, la misma se referencia como una empresa “maravillosa”, “visionaria” y capaz de construir una “comunidad rica y próspera en su visión de futuro”. El fuerte hincapié en el crecimiento de la industria a través del tiempo es una constante que, además, aparece directamente relacionada con el concepto de desarrollo local. Olavarría se describe como una “ciudad empresaria y pujante”, con “espíritu de progreso” que en su “ascendente camino” se va convirtiendo en “polo de desarrollo” y “exponente de potencia y calidad”. El desarrollo de la ciudad, en este sentido, depende del avance de la industria como “fuente de trabajo y bienestar social”. Cabe destacar la mención al “genio empresario”, en alusión a Alfredo Fortabat como conductor de dicha industria, lo que evidencia la primacía dada a este actor social en particular, en desmedro del resto de los involucrados en este proceso, como los trabajadores, reforzando la idea paternalista anteriormente mencionada. Esto también se vuelve visible en los testimonios que utiliza el diario en los que únicamente se recupera la voz de estos empresarios, así como también de especialistas, historiadores locales que refieren al recorrido histórico de la empresa cementera.

Por otra parte, es clara la relación discursiva que se presenta entre la industria local y la “grandeza” y “riqueza” nacional mediante el eslogan “industria grande, nación próspera”. En este punto, la ciudad de Olavarría aparece como epicentro de dicha “prosperidad”.

Estos conceptos no solo se instalan a partir de la publicación especial sobre la fiesta del cemento, sino que vienen reproduciéndose en el discurso del medio desde tiempo atrás (décadas de 1960-1970), con la utilización de los mismos o similares adjetivos que refieren al “mago” y “visionario Fortabat”, a la “enorme y potente”, “maravillosa”, “grandiosa” y “pujante industria”, así como también a la “progresista” y “ciudad industrial” con que se identifica a la localidad de Olavarría (Lemiez et al. 2019).

Otro de los ejes planteados intenta analizar cómo se relaciona a la “producción de cemento” con otros elementos que marcan la identidad de Olavarría. Para ello, cabe mencionar que, por un lado, se intenta establecer una vinculación con diversos aspectos que han significado, en épocas pretéritas, importantes hitos para el desarrollo

de la actividad turística y el posicionamiento de Olavarría como una plaza relevante a escala regional y nacional. El más destacado es el automovilismo, deporte que tuvo su época dorada en la ciudad con la participación de los hermanos Emiliozzi en la categoría Turismo Carretera, que atraía multitudes de todos los rincones del país (Boggi 2005). Apelar a un evento masivo y popular parecería ser, para los organizadores, una apuesta por revivir esas épocas de gloria en las que Olavarría se vestía de fiesta de la mano del deporte y se constituía en el destino de numerosos seguidores. Por ello apuestan a traer otra categoría automovilística, de igual renombre que el Turismo Carretera: el Turismo Nacional, y que se convierta en una excusa para atraer multitudes hacia esta ciudad en el marco de la Fiesta Nacional del Cemento.

De otra parte, se apela a establecer una relación entre la producción cementera y la población inmigrante, por un lado, y la población indígena, por otro. En relación con los inmigrantes, se enfatiza la fuerte identidad constitutiva de cada uno de los poblados que conforman el partido de Olavarría, refiriendo, por ejemplo, al auge de la inmigración europea asociada al trabajo de la piedra, primero artesanal (*verbi gratia*, picapedrero en la localidad de Sierra Chica) y luego preindustrial con los hornos caleros (en Sierras Bayas). También se hace mención al trabajo agrícola y ganadero que realizaron los habitantes de las colonias de Alemanes del Volga en Colonia Hinojo y Colonia San Miguel, a la vez que se alude a la importancia del ferrocarril en el proceso poblacional del partido, otro elemento constitutivo de la identidad local/regional. Como ya se ha mencionado, se recurre al recurso natural por excelencia de la zona: las sierras (y por ende “las piedras”) reconociendo su uso milenario por parte de “los primitivos” que habitaron esta zona y fueron corridos o cooptados por el Ejército nacional en su campaña de expansión de la frontera en el siglo XIX, así como en el proceso de fundación del partido y su posterior desarrollo de la mano de la fuerza de trabajo inmigrante. El uso de estos recursos asociados a la identidad local podría pretender reforzar una imagen positiva de la industria, asociando su crecimiento a un recurso natural que, de la mano de la labor humana, fue el cimiento que convirtió a Olavarría en un territorio capital en cuanto a la producción de cemento.

Finalmente, el Suplemento incluye algunas imágenes y varias publicidades que resultan interesantes destacar. En las fotos de la nota de tapa se muestran vistas aéreas panorámicas del centro de la ciudad de una de las fábricas y de una voladura de una cantera,<sup>11</sup> también se incluye un primer plano de un horno de cocción de cemento. Un detalle importante es que ninguna de estas fotos cuenta con epígrafe. En el interior del Suplemento, las imágenes remiten directamente al contenido de las notas, por ejemplo, se presenta a los entrevistados, los escenarios en preparación para los festejos, las reinas salientes, materiales que conformarán la exposición del museo y el monumento del fundador de Olavarría, Cnel. Álvaro Barros. En este sentido, sigue

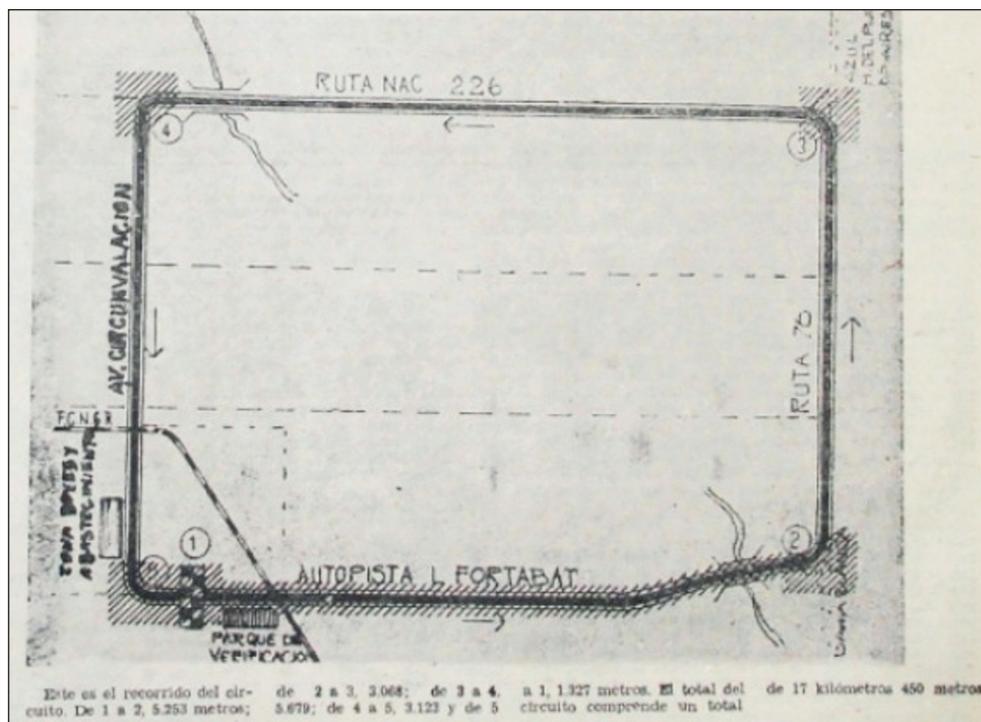
11 Las “voladuras” son explosiones que se realizan a cielo abierto sobre las sierras para la extracción de materia prima (piedra), constituyéndose así un pozo profundo denominado cantera.

primando desde lo visual un recorte de elementos que interesa visibilizar ligados con, por un lado, la fábrica y la producción y, por otro, con personalidades entrevistadas que ocupan cargos de gobierno (vinculados con la organización de la fiesta) y/o a materialidades que evocan a héroes de la historia, sin incluirse a obreros y vecinos también partícipes en estos procesos.

Por otro lado, en las imágenes también se incluye un plano del recorrido que deberán hacer los pilotos del Turismo Nacional el día de la carrera automovilística. Sobre este punto cabe destacar que en esta época no existía autódromo profesional en la zona y las competencias se realizaban en circuitos por las calles de la ciudad. En este último caso, la imagen se considera como la más representativa del conjunto ya que es la única que complementa y amplía la información de la nota (figura 2), a diferencia del resto que son meramente ilustrativas y que marcan otro de los elementos identitarios de la ciudad, asociados con este deporte y con sus referentes, los hermanos Emiliozzi.

Por otra parte, sobre las publicidades que incluye el Suplemento, se destaca que se trata de adhesiones a la fiesta de diferentes referentes locales y nacionales. Del orden local, se sumaron comercios y empresas de diversos rubros (figura 3), la Municipalidad de Olavarría y otros sectores subsidiarios de la industria. Del orden nacional,

Figura 2. Plano del recorrido automovilístico a realizar por los pilotos del Turismo Nacional el día de la carrera



Fuente: Suplemento del diario *Tribuna*, 2 de febrero de 1974.

María Vanesa Giacomasso, Griselda Lemiez y María Eugenia Conforti

pueden mencionarse las empresas cementeras de Olavarría (figura 4) y los grandes bancos con sede en la ciudad (figura 5), lo cual evidencia a los principales auspiciantes y/o sectores de interés en el desarrollo de la industria local. El mensaje que estas publicidades aportan abona también a la idea central del Suplemento de exaltar el valor de la industria para el progreso y el crecimiento de Olavarría y su posicionamiento como “capital nacional del cemento”.

Figura 3. Publicidades de comercios locales



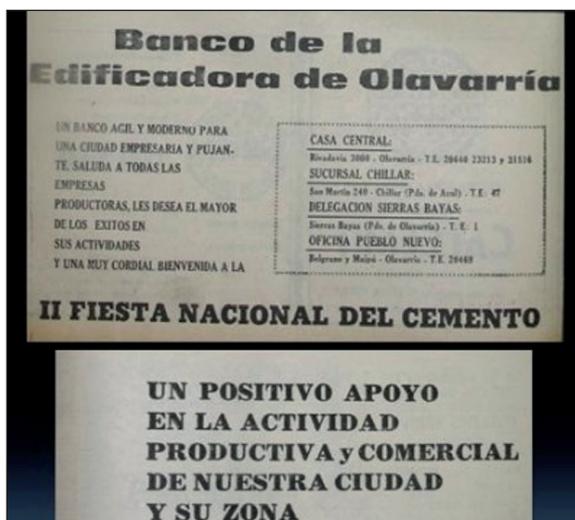
Fuente: Suplemento del diario *Tribuna*, 2 de febrero de 1974.

Figura 4. Publicidades de las empresas cementeras



Fuente: Suplemento del diario *Tribuna*, 2 de febrero de 1974.

Figura 5. Publicidades de entidades bancarias



Fuente: Suplemento del diario *Tribuna*, 2 de febrero de 1974.

#### 4. Conclusiones

171

En relación con el análisis histórico sobre los elementos que construyeron la identidad en la ciudad de Olavarría, a través del discurso de los medios de comunicación se puede afirmar que en este proceso el diario *Tribuna* cumplió un rol fundamental como agente facilitador para la consolidación, en la población de Olavarría, de diferentes imaginarios sociales vinculados fuertemente con la industria. En el Suplemento Especial de 1974, correspondiente a la II Fiesta Nacional del Cemento, el evento se presenta como un símbolo necesario para reforzar una identidad local asociada directamente con la actividad económica minera y cementera.

En este sentido, se pudo observar que en el relato se destaca la justificación de la realización de la fiesta en la ciudad por considerar a “Olavarría la capital del cemento”, ya que se proyecta como “el referente” a escala nacional. Esta construcción se basó, a lo largo de la historia, en el potencial recurso natural de la piedra, pero principalmente en la capacidad de explotación de dicho recurso que tuvieron tanto los primeros habitantes indígenas, como los inmigrantes que llegaron en tiempos posteriores al territorio.

En este marco, el motivo del Suplemento cobra relevancia como la expresión máxima festiva de la ciudad en relación directa con el sector industrial, para la cual diferentes actores de la comunidad trabajaron en forma “mancomunada”. En este sentido, se pudo identificar en la construcción del relato del diario cierta pretensión de visibilizar en el discurso una idea de “comunidad” como “unidad común”, es decir,

en términos armónicos. Este discurso no se estaría adscribiendo a una noción que supera esa idea limitada y entiende a las comunidades en tanto redes de personas cuyo sentido de identidad o vinculación surge de una relación histórica compartida, arraigada en la práctica y en la transmisión de su patrimonio, o en su compromiso por el mismo (Waterton y Watson 2011). No se trata de entidades uniformes, sino que es intrínseco a su conformación la heterogeneidad, diversidad y el no ser una unidad común (“común unidad”), homogénea, estática y carente de conflicto (Crooke 2010). Así, se podría relacionar el relato “sin conflictos” del diario *Tribuna* con el contexto socioeconómico de la época, ya que a la hora de analizar la voz y participación de los diferentes actores sociales en el Suplemento se observa una mayor visibilización y protagonismo de los dueños, directivos y jerárquicos de las fábricas, en relación con los obreros y sus familias, los cuales no ocupan un espacio en esta publicación, sino que su rol es invisibilizado y/o despersonalizado, ocupando una mera mención al interior del concepto de “comunidad”. Esto daría cuenta de una mirada verticalista que se condice con el modo de producción y el modelo social de tipo paternalista vigente en ese contexto (Lemiez 2012).

En suma, queda comprobado en el análisis realizado el poder simbólico del relato mediático para construir, reforzar y reproducir una marca de identidad minera vinculada a la industria del cemento en Olavarría, transformándose en una parte constituyente del patrimonio histórico y cultural de la ciudad, que se ha proyectado en el tiempo y que perdura hasta la actualidad.

172

## Apoyos

Esta investigación fue financiada con fondos provenientes de la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica (ANPCyT) de Argentina por medio del proyecto PICT 0551/16 titulado: “Investigación, gestión y significación social del patrimonio cultural en el centro de Buenos Aires y centro-este de San Luis”, dirigido por María Luz Endere.

## Referencias

- Ballart, Josep y Jordi Tresseras. 2001. *Gestión del patrimonio cultural*. Barcelona: Ariel.
- Balmayor, Eduardo. 2001. “La enunciación del discurso”. En *Recorridos semiológicos*, editado por Roberto Marafioti, 153-180. Buenos Aires: Eudeba.
- Bartolomé, Miguel. 2003. “Los pobladores del ‘desierto’. Genocidio, etnocidio y etnogénesis en la Argentina”. *Cuadernos de Antropología Social* 17: 163-189. <https://doi.org/10.34096/cas.i17.4604>

- Belini, Claudio. 2009. *La industria peronista 1946-1955: políticas públicas y cambio estructural*. Buenos Aires: Edhasa.
- Bender, Bárbara. 2001. *Landscape-on-the-move*. *Journal of Material Culture* 1 (1): 75-89. <https://doi.org/10.1177%2F146960530100100106>
- Boggi, Silvia. 2005. “El orgullo de haber sido y el dolor de ya no ser: Olavarría en la mirada de sus líderes”. En *Imaginarios sociales de la ciudad media. Emblemas, fragmentaciones y otredades urbanas. Estudios de antropología urbana*, compilado por Ariel Gravano, 153-158. Tandil: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNICEN).
- Bonfil Batalla, Guillermo. 2004. “Pensar nuestra cultura. Nuestro patrimonio cultural: un laberinto de significados”. *Diálogos en la Acción* 1: 117-134.
- Briones, Claudia. 2004. “Construcciones de aboriginalidad en Argentina”. *Société Suisse des Américanistes* 68: 73-90. <http://hdl.handle.net/11336/82659>
- \_\_\_\_\_. 1996. “Hegemonía y construcción de la nación. Algunos apuntes”. *Papeles de Trabajo* 4: 33-48.
- Crooke, Elizabeth. 2010. “The politics of community heritage: Motivations, authority and control”. *International Journal of Heritage Studies* 16 (1-2): 16-29. <https://doi.org/10.1080/13527250903441705>
- Diario *Tribuna*. 1974. Suplemento Especial, 2 de febrero. Olavarría: Archivo Histórico Municipal. Acceso el 5 de febrero de 2019. <https://issuu.com/jarabito/docs/suple2dafiestacemento1974>
- Fairclough, Norman y Ruth Wodak. 1997. “Critical discourse analysis”. En *Introduction to discourse analysis*, editado por Teun Van Dijk, 258-284. Londres: Sage.
- García Canclini, Néstor. 1999. “Los usos sociales del patrimonio cultural”. En *Patrimonio etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*, editado por Encarnación Aguilar Criado, 16-33. Sevilla: Consejería de la Cultura.
- Gravano, Ariel. 2005. *Imaginarios sociales de la ciudad media*. Tandil: Editorial REUN.
- Hernández Llosas, María, Jorge Nancucheo, Mora Castro y Ramón Quinteros. 2010. “Conocimientos compartidos para la resignificación del patrimonio arqueológico en Argentina”. En *El regreso de los muertos y las promesas de oro*, editado por Carina Jofré, 31-68. Córdoba: Encuentro Grupo Editor.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. 2012. *Censo nacional de población, hogares y viviendas 2010: censo del bicentenario: resultados definitivos*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Estadística y Censos.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine. 1997. *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*. Buenos Aires: Edicial.
- Lemiez, Griselda. 2012. “La ciudad del cemento: Olavarría, 1960-1980”. *Contextos* 28: 95-109.
- Lemiez, Griselda, María Eugenia Conforti y María Vanesa Giacomasso. 2019. “Historia local, patrimonio cultural y medios de comunicación”. *Historia Regional* 40: 1-14.

- Municipalidad de Olavarría. 2016. *Libro de Olavarría*. Olavarría: Subsecretaría de Comunicación y Dirección de Comunicación Institucional de la Municipalidad de Olavarría.
- Navarro Floria, Juan. 1999. “Un país sin indios. La imagen de La Pampa y la Patagonia en la geografía del naciente estado argentino”. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales* 51. Acceso el 20 de marzo de 2019. <http://www.ub.edu/geocrit/sn-51.htm>
- Neiburg, Federico. 1988. *Fábrica y Villa Obrera: historia social y antropológica de los obreros del cemento*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Prats, Llorente. 2007. *Antropología y patrimonio*. Barcelona: Ariel.
- \_\_\_\_\_. 2000. “El concepto de patrimonio cultural”. *Cuadernos de Antropología Social* 11 (1). <https://doi.org/10.34096/cas.i11.4709>
- Sierra Álvarez, José. 1990. *El obrero soñado. Ensayo sobre el paternalismo industrial (Asturias, 1860-1917)*. España: Siglo Veintiuno Editores.
- Thompson, John. 1997. *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Waterton, Emma y Steve Watson, eds. 2011. *Heritage and community engagement: Collaboration or contestation?* Londres y Nueva York: Routledge.

Cómo citar este artículo:

Giacomasso, María Vanesa, Griselda Lemiez y María Eugenia Conforti. 2020. “Comunicación, patrimonio e identidad: discurso de la prensa respecto a la Fiesta Nacional del Cemento en Olavarría, Argentina”. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales* 67: 159-174. <https://doi.org/10.17141/iconos.67.2020.3944>