

## **Prensa para la revolución. Apuesta comunicacional y política en el PRT-ERP y Montoneros**

**Pablo Carrera<sup>1</sup> - Néstor Denza<sup>2</sup>**

### **Resumen**

La historia de la prensa está indisolublemente ligada a la batalla por la construcción de sentido. Lo que las sociedades humanas elaboran en el mundo material tiene su correlato en diversas interpretaciones, atadas a los múltiples puntos de vista que surgen de los distintos intereses de los sectores en disputa.

En el momento histórico de máxima tensión del siglo XX para las clases dominantes de nuestro país, los proyectos políticos en ciernes que desarrollaron algunos sectores populares lograron poner en jaque la hegemonía burguesa. En el marco de esa crisis hegemónica, las organizaciones PRT-ERP y Montoneros desarrollaron una estrategia comunicacional diversa: desde prensas partidarias, o prensa del partido a diarios de masas. Dotadas de cuadros intelectuales de probada experiencia en el campo literario y/o periodístico, estas publicaciones se propusieron “combatir”, en el territorio ideológico-político, contra la imposición que supone la multiplicidad de medios de comunicación de que disponen las clases hegemónicas.

La ponencia discurrirá sobre los distintos medios de prensa de estas organizaciones, sus contenidos, su lectura de la realidad, su construcción de sentido, en el período 1966-1979

---

<sup>1</sup> Profesor de Historia egresado del I.S.F.D.N° 41 de Arogué, y Licenciado en Historia egresado de la U.N.C.P.B.A.

<sup>2</sup> Licenciado en Ciencias de la Comunicación, egresado de la U.B.A.

## **Prensa para la revolución. Apuesta comunicacional y política en el PRT-ERP y Montoneros**

Desde que el hombre comenzó a nombrar las cosas, desde que comenzó a construir significados, también comenzó la disputa por el sentido de lo dicho: la disputa en el campo de las ideas. La tarea de reconocer la realidad, de acercarse a través de las palabras a la verdad profunda de lo sucedido e intentar anticiparse a lo que pueda acontecer, supone un esfuerzo que va mucho más allá de la nominación y que choca una y otra vez con la imposibilidad de abarcar en su completitud desde el discurso aquello que se pretende explicar. Así, todo acto de interpretación es de por sí estéril, pero no deja de ser parte de la condición humana la necesidad de volver a recomenzar, a buscar a tientas las huellas necesarias para la comprensión del mundo que nos rodea. Esta ardua tarea, estructurada a partir del orden de lo simbólico, nos obliga a confrontar continuamente con aquellas interpretaciones de la realidad que se alejan de nuestros propios puntos de vista.

La historia de la prensa está indisolublemente ligada a la batalla por la construcción de sentido. Lo que las sociedades humanas elaboran en el mundo material tiene su correlato en diversas interpretaciones, atadas a los múltiples puntos de vista que surgen de los distintos intereses de los sectores en disputa. Toda apuesta comunicativa es en sí misma una forma de intentar alterar el estado de las cosas tal cual están en un momento dado. El contar la realidad supone la formidable tarea de reinventarla, de transcribirla. Para hacerlo hay que idear una estrategia, un recorrido en el que se pueda pensar cómo irrumpirá en el lector/enunciario aquello que desde la enunciación se intenta sostener. Ese acto mismo es ya una intromisión de nuestra voz entre la realidad y aquel que quiere comprenderla. Hay una sutil violencia simbólica que puede ser expresada de diversas maneras, con distintos recursos y con muy disímiles objetivos.

Entendiendo el peso de lo simbólico y concibiendo a la prensa como una manera de construir significados (en tanto herramienta de lucha), encaramos una investigación que afronta las diferentes experiencias de prensa escrita que desarrollaron las organizaciones político-militares: Partido Revolucionario de los Trabajadores–Ejército Revolucionario del Pueblo y Montoneros. Nos proponemos abordar las diferentes maneras de ver la realidad y la forma de contarla en un período en el que las posibilidades revolucionarias imponían la obligación de plantear una lucha en varios frentes, y el ámbito de las ideas y las representaciones fue también un escenario de esa lucha.

En el momento histórico de máxima tensión del siglo XX para las clases dominantes de nuestro país, los proyectos políticos en ciernes que desarrollaron algunos sectores populares lograron poner en jaque la hegemonía burguesa. En el marco de esa crisis hegemónica, las organizaciones PRT-ERP y Montoneros desarrollaron una estrategia comunicacional diversa y de una riqueza que, a nuestro entender, todavía no ha sido suficientemente valorada: es por eso que nos propusimos que la prensa, como documento histórico, sea la que protagonice el recorrido histórico y analítico de la investigación.

La elección de estas dos organizaciones se fundamenta en que fueron las que alcanzaron un desarrollo orgánico y territorial más significativo y contaron con el mayor número de militantes dentro de sus filas. Teniendo en cuenta, además, que el trabajo se basa en el análisis de la prensa, estas organizaciones nos permiten un trabajo más amplio, ya que

ambas la colocaron como un elemento fundamental dentro de su estructura, invirtiendo un esfuerzo no solo monetario, sino de trabajo de varios cuadros y militantes que la entendieron como un dispositivo central para la propaganda, la agitación y el debate político necesarios para allanar el camino de la revolución. “La lucha armada es un complemento de la lucha política; básicamente vos tenés que tener el combate político ganado para hacer la lucha armada, si no tenés el combate político ganado no podés hacer la lucha armada en términos estratégicos porque te lleva a la derrota; el 95% del esfuerzo es político; [por eso] en un período donde se está desencadenando una embrionaria guerra civil, lo principal de todo esto es la publicidad revolucionaria, la prensa es crucial”. (Entrevista a Pedro Cazes Camarero)

Por otro lado, la elección también se justifica en que ambas organizaciones representan a las dos expresiones políticas más importantes de la Argentina de los años 70: la izquierda marxista-leninista (PRT-ERP) y el peronismo revolucionario (Montoneros). La primera acentuaba su carácter clasista y se proponía como meta la construcción de la sociedad socialista, haciendo eje en el armado de un partido revolucionario desde el cual se dirigía la lucha armada; mientras que la segunda postulaba el socialismo nacional, priorizando la contradicción entre “liberación” o “dependencia”, haciendo hincapié en un discurso nacionalista propio de las luchas de liberación nacional, aceptando la participación de sectores de la burguesía nacional así como de sectores nacionalistas del Ejército en la construcción política; de esta manera Montoneros subordinaba la lucha de clases a las luchas populares de liberación. “El PRT, que buscaba adherir a un marxismo-leninismo clásico y hacía gala de su ortodoxia, consideraba que la contradicción burguesía-proletariado era principal, mientras que para los nacionalistas antiimperialistas la contradicción principal era liberación o dependencia. Más allá de que ambas contradicciones no sean excluyentes, en lo táctico muchas veces eran leídas en forma absoluta y diferenciaron políticas concretas”. (Caviasca, 2009:15) Si bien coincidían en la violencia organizada como una forma superior de lucha, y en que había que aprovechar las condiciones objetivas en las que se encontraba América Latina para un cambio revolucionario, el diferente análisis de la realidad y los disímiles caminos que postulaban para llegar a una sociedad más justa, llevaron a estas dos organizaciones a plantear tácticas de lucha diferentes. Muchos de esos aspectos aparecen en los documentos destinados a la formación y el debate de los militantes, pero fundamentalmente pueden apreciarse en las distintas publicaciones en las cuales la cobertura de una noticia, los editoriales, los textos de debate político, y hasta las fotografías, nos permiten ir mostrando de qué manera la prensa actuaba como un reflejo de las ideologías y los posicionamientos teóricos que se daban dentro de las organizaciones.

PRT-ERP y Montoneros tuvieron durante su existencia varios tipos de publicaciones, algunas más dedicadas a la formación y el debate interno y otras con pretensiones de masividad, pero en todos los casos demuestran que el esfuerzo fue mucho más allá de tener un órgano de prensa en el sentido clásico. Dejan en claro que la estrategia para nada se limitaba a la violencia, sino que la formación teórica, el debate, el arte, la búsqueda de alcance masivo y de alternativas culturales siempre fueron ejes centrales de la construcción política: de otra manera no podríamos entender los innumerables intentos de continuar con las publicaciones incluso en momentos de intensa represión, y sobre todo los riesgos que implicaban tanto la edición como la distribución de estas publicaciones. Se puede pensar que la prensa en estas organizaciones no se limitaba al

rol de mera propaganda o agitación. Retomando la teoría leninista podemos entender esta afirmación: “Ya la sola tarea técnica de asegurar la necesaria provisión de materiales para el periódico y su debida difusión, obligará a crear una red de agentes locales de un partido único, que mantendrá entre sí un contacto vivo, que conocerá el estado general de las cosas, que se acostumbrará a ejercer regularmente funciones parciales del trabajo general (...)”. (Lenin, 1985: 48) La prensa se convierte, de esta forma, en un organizador colectivo; toda la tarea que requiere la salida de un periódico refleja no solo las capacidades individuales de quienes escriben las notas sino, y fundamentalmente, la organización y el esfuerzo colectivo de muchas personas, que atraviesan toda la estructura del partido: desde la conducción (en sus distintos niveles), que en la mayoría de los casos escribe o ejerce un control editorial, pasando por los equipos de prensa distribuidos en distintos puntos del país, hasta los militantes de base que generalmente son los encargados de la distribución.

Las publicaciones que forman parte del corpus analizado son, para el caso del PRT-ERP: *El Combatiente* (de marzo de 1968 a octubre de 1978), *Estrella Roja* (de abril de 1971 a febrero de 1977) y el diario *El Mundo* (de junio de 1973 a marzo de 1974); y, para el caso de Montoneros: *El Descamisado* (de mayo de 1973 a abril de 1974), *El Peronista lucha por la liberación* (abril y mayo de 1974), *La Causa Peronista* (de julio a septiembre de 1974), el diario *Noticias* (de noviembre de 1973 a agosto de 1974) y *Evita Montonera* (de diciembre de 1974 a agosto de 1979). Sabemos que estas no fueron las únicas publicaciones que tuvieron estas organizaciones a lo largo de su historia, pero consideramos que son las más representativas y las que más nos aportan para adentrarnos en su historia y conocer la manera en que interpretaron y presentaron los hechos. Creemos, además, que estas experiencias recogen parte de lo mejor de la tradición de la prensa política de izquierda o revolucionaria.

Dotadas de cuadros intelectuales de probada experiencia en el campo literario y/o periodístico, estas publicaciones se propusieron “combatir”, en el territorio ideológico-político, contra la imposición que supone la multiplicidad de medios de comunicación de que disponen las clases hegemónicas que va mucho más allá de la posesión de los medios de comunicación masiva. El hecho de que ambas organizaciones emprendieran la producción de publicaciones como *El Mundo* y *Noticias*, y que lo hicieran para competir con los grandes diarios de circulación masiva, nos demuestra que estamos en presencia de un gesto contracultural de una enorme vitalidad, que en los años de mayor agitación (1973-1974) fue parte de un entramado discursivo que apuntaba a romper el consenso hegemónico y la cosmovisión del mundo impuesta durante décadas de arriba abajo por nuestras clases dominantes. Un bloque histórico ejerce la hegemonía en una sociedad, y aquellos que aspiren a convertirse en un nuevo bloque de poder no pueden soslayar la lucha contrahegemónica que esto conlleva: y en esta lucha la prensa es protagonista.

Si bien en un determinado momento la concepción militarista tuvo un carácter preponderante en las dos organizaciones, dejando relegada la lucha política que habían empezado años antes, no es menos cierto que nunca abandonaron la prensa como una forma de lucha contrahegemónica, y como una necesidad intrínseca de organización, ni aun en los momentos de mayor dispersión, por lo que, en ambas, la prensa se convierte en un elemento de análisis central. No fue solo la prensa la herramienta de esa lucha: tanto el PRT-ERP como Montoneros dieron sobradas muestras de voluntad de generar y participar en diferentes frentes de masas que no tenían una relación directa con el aparato militar: de esta política formaron parte miles de estudiantes, obreros,

campesinos e intelectuales, que demuestran el grado de inserción que tuvieron en los sectores populares.

No nos planteamos un trabajo meramente descriptivo ni comparativo; aspiramos a entender el rol que cumplen los medios de comunicación en la construcción de sentido, y a conocer la apuesta que en materia comunicacional emprendieron estas dos organizaciones. Llevar la lucha a este plano no es una cuestión coyuntural, por el contrario, atraviesa la historia política de la Revolución Francesa a nuestros días: desde que la política se transformó en una actividad pública racional, el hombre entendió que el debate debía ser ampliado si pretendía ganar el consenso de las mayorías. Las diferentes estrategias comunicacionales desarrolladas por la burguesía y el éxito que les aporta la revolución en las comunicaciones de estas últimas décadas, son más que una muestra de la importancia que las clases dominantes le adjudican al tema.

Por otro lado, sabemos que todas las experiencias políticas que, cuestionando el orden burgués, lograron hacerse con el poder, no fueron contra esta lógica comunicacional, por el contrario, la utilizaron en su beneficio. Si la clase dominante siempre ha necesitado de la historia y la ha convertido en un elemento esencial para fortalecer su posición, muchas veces esa construcción se elabora y se reafirma día a día con la prensa que, como otra forma de dominación, construye la historia diaria e impone una visión de las cosas que pretende ser naturalizada como única. Si la historia es utilizada como discurso académico “científico” que da sentido y legitima el presente, la prensa sería la manera dosificada de imponer y hacer llegar a los sectores dominados la visión de la realidad que la clase dominante construye de los hechos cotidianos.

Este trabajo pretende conjugar la cuestión histórica con las estrategias de prensa y su contenido en un período determinado: 1965-1979. Este recorte temporal obedece al momento de génesis, desarrollo, disgregación y clara derrota de los proyectos políticos, como así también al período en el cual la prensa formó parte de las múltiples estrategias en torno a una lucha que, a diferencia de lo que suponen erróneamente muchos análisis académicos y periodísticos, no fue solamente militar. Consideramos válida la elección y el recorte en tanto que el desarrollo que tuvieron les permitió, de una manera que no todas las demás organizaciones pudieron, presentar una batalla desde la prensa buscando romper con una hegemonía ideológica sobre la cual también había que lanzar una ofensiva si se quería transformar la sociedad.

La investigación procura situar y contextualizar la sucesiva aparición de las publicaciones antes mencionadas, describiéndolas y analizando sus características fundamentales, qué recortes de la realidad elegían, las matrices culturales y políticas desde las que se enunciaban y la manera de comunicarlas. También nos abocamos a la tarea de revelar sus características discursivas y el enfoque ideológico que adoptaron teniendo en cuenta la procedencia de cada organización y la de quienes integraron los equipos de redacción. Si tomáramos al pie de la letra la afirmación de Lenin *la prensa es el partido*, este trabajo sería una manera más de introducirnos en la historia del partido, teniendo como puerta de ingreso a la prensa.

Sabemos que, a lo largo de la historia, las clases dominantes no solo se han apropiado de los medios de producción y de los excedentes, sino que también se han apropiado de la palabra, y han construido socialmente una “verdad” en provecho propio. La tarea que emprendemos con este libro lleva consigo el convencimiento de que hacer historia es también una manera de lucha contrahegemónica, siempre que ayude a pensar e intente

rescatar la experiencia de aquellos que no tienen un espacio en los libros de los dueños de todas las cosas.

## TIPOS DE PRENSA

Las clasificaciones que se realizaron sobre los distintos tipos de prensa son variadas y obedecen a marcos conceptuales desarrollados con un fin determinado. Acá proponemos una para facilitar el análisis de los periódicos que componen el corpus de este libro y la comprensión de sus particularidades. A saber:

- a- **Prensa del partido:** es la desarrollada por una organización política o partido con el fin de difundir su ideario, captar nuevos adherentes y realizar su propaganda; la escriben los cuadros que dirigen el partido. Podemos subdividirla en “prensa del partido” propiamente dicha, que depende orgánicamente de una dirección partidaria, y otra que decidimos nombrar ‘prensa partidaria’, ya que está realizada por militantes que integran una organización, con la cual tienen vínculos de mayor o menor consideración, pero que mantienen cierta independencia profesional al llevar adelante su tarea periodística, tanto en lo que hace a lo formal como en el contenido.
  
- b- **Prensa popular de masas:** existe toda una discusión en torno al par conceptual “popular-masivo” que no es nuestra intención retomar aquí. Tomamos el criterio de nombrar como prensa popular de masas a toda publicación con intenciones de dirigirse masivamente a los sectores populares. Allí se encuadra la prensa comercial que utiliza tópicos de la cultura, el gusto y el imaginario popular como estrategia de venta. A este tipo de prensa se lo denomina habitualmente prensa amarilla o sensacionalista; en nuestro país está representada en la actualidad por periódicos como *Popular*, *Crónica* o incluso *Clarín*. Este estilo periodístico tematiza en forma continua a los sectores populares, busca transformarse en su representante, pero tiende a desarrollar una mirada conservadora de las prácticas culturales de esos sectores, acentuando sus carencias y falta de cohesión. Por otra parte, existiría otro estilo de prensa surgida a partir de la emergencia cultural de los sectores populares, en el cual la representación de estas clases buscará consolidar estrategias contraculturales que tiendan a romper la hegemonía de las clases dominantes. A estos periódicos (de tiradas mucho más escasas), que también tienen pretensiones de masividad, los denominamos “prensa popular de izquierda”.

Más allá de estas clasificaciones -que no resultan otra cosa que una nominación abstracta para facilitar la lectura- creemos que la riqueza de los materiales a estudiar está en su entrecruzamiento y amalgama con la realidad de las décadas del 60 y 70 que, en definitiva, fue la condición necesaria para su aparición.

## PRENSA DEL PARTIDO

Raymond Williams, en su libro *Marxismo y literatura*, alertaba: “(...) los principales sistemas de comunicación modernos constituyen hoy con tanta evidencia instituciones clave dentro de las sociedades capitalistas avanzadas que requieren el mismo tipo de atención, al menos inicialmente, que la otorgada a las instituciones de la producción y la distribución industrial”. (Williams, 2009: 185) En este mismo sentido, de acuerdo al

concepto de hegemonía desarrollado por Gramsci, la prensa, como parte de la sociedad civil, cumpliría una función fundamental para conseguir la adhesión de los dominados a la concepción del mundo desarrollada por las clases hegemónicas. De esta manera, para minar la solidez del orden constituido por el bloque histórico dominante, es vital la consolidación de una prensa contrahegemónica que represente la mirada de los sectores subalternos en tanto sectores en pugna y en lucha por construir un punto de vista propio de la realidad.

Pero si desde posiciones de izquierda siempre se alentó el desarrollo de las diferentes formas de propaganda, será Lenin quien con más claridad desarrolle una teoría acerca del rol que deben ocupar las publicaciones partidarias. Este cuerpo de pensamiento tiene como base el famoso texto *¿Qué hacer?* y distintas publicaciones de debate en torno a las nociones de propaganda, agitación y las variadas formas de organización del partido.

Es interesante observar la fuerza y vigencia que tuvo -y aún tiene- el pensamiento leninista en cuanto a los debates sobre la prensa. En el caso del PRT-ERP, la tradición en la que se enmarca el partido y su brazo armado marca a las claras su interés en que la literatura partidaria cumpla las funciones asignadas por Lenin. Con respecto a la prensa de Montoneros, podemos afirmar que si bien no estará sujeta a la mirada marxista-leninista, va a desarrollarse a partir de líneas de acción que tienen puntos en común.

Lenin le asigna al periódico partidario un lugar central como herramienta de cohesión y planificación interna; afirmando con lucidez la función de la prensa como “organizador colectivo” más allá de la función de propaganda y agitación. La necesidad de coordinar esfuerzos en pos de lograr una prensa acorde con las necesidades revolucionarias abre camino a la organización colectiva del partido en términos generales, atravesando todas sus actividades. En la concepción leninista prensa y partido están estrechamente ligados: “A nuestro juicio, el punto de partida para la actividad, el primer paso práctico hacia la creación de la organización que deseamos y, finalmente, el hilo fundamental que nos permitiría desarrollar, ahondar y ensanchar incesantemente esa organización, debe ser la creación de un periódico político para toda Rusia. Antes que nada, necesitamos un periódico”. (Lenin, 1985: 45)

El líder bolchevique advierte que existe una tendencia a la multiplicación de órganos de difusión que mezclan las necesidades de la denuncia económica con las de denuncia política, que agigantan los esfuerzos de los militantes sin obtener los resultados necesarios para el partido. Por ello sostiene con vehemencia: “(...) antes que nada, necesitamos un periódico (...) que sea indefectiblemente un órgano político”. (Lenin, 1985: 46)

Con respecto a los conceptos de propaganda y agitación, sostiene que esta última se debe desarrollar a través de debates, discursos y folletos breves, con contundentes denuncias gremiales, de contenido claramente económico, y que estén vinculados con el mundo del trabajo cotidiano. La propaganda procedería principalmente de la palabra impresa, ya que “(...) al periódico tenemos que elevarlo y no rebajarlo al nivel de hoja de fábrica”. (Lenin, 1985: 72) De esto se deduce que la propaganda debería alcanzar un mayor grado de centralización para garantizar la periodicidad de la publicación, la calidad en sus análisis y la prédica de una orientación clara en la construcción política. Lenin insiste una y otra vez en la necesidad de centralizar los esfuerzos para la construcción de un diario nacional que pueda cubrir las expectativas creadas en la base.

Con respecto a los intelectuales que deberán escribir en la prensa del partido, Lenin sostiene: “Los periódicos deben ser órganos de las distintas organizaciones del partido. Los literatos deben estar encuadrados en las organizaciones del partido”. (Lenin, 1985: 123) De esta manera, los “literatos”, al decir de Lenin, deben ser los cuadros del partido; la centralización del órgano de prensa conlleva que sean los principales dirigentes del partido quienes redacten sus notas y editoriales, transformando al periódico en una herramienta de difusión del pensamiento partidario y de formación sobre los contenidos ideológicos que se defienden y se pretende que sean asumidos por todos sus integrantes. Es la unificación de la actividad de prensa, su frecuencia y capacidad de distribución lo que marca el estado de desarrollo del partido y sus capacidades; por lo que prensa y partido, como lo venimos sosteniendo desde el comienzo, están ligados en el sentido que muestra el momento de la organización, su posicionamiento y su construcción política o ideológica: algo que también estará condicionado por las etapas, o no, de legalidad.

Tanto Montoneros como el PRT-ERP tuvieron, además de los diarios masivos, distintas publicaciones que se aproximaron a la idea leninista de la prensa, aunque con algunos matices que las diferenciaban. Tal vez por su matriz ideológica, las publicaciones del PRT-ERP como *El Combatiente* y *Estrella Roja* se acercaban mucho más al concepto de “prensa de partido” desarrollado por Lenin; pero en la prensa de Montoneros, a excepción de *Evita Montonera*, encontraremos características que dificultan poder enlazarla a la idea leninista de prensa, de ahí que establecimos la categoría de “prensa partidaria” en la cual la diferencia principal está dada por quiénes redactan y controlan la publicación. Las principales publicaciones de Montoneros en su etapa de legalidad fueron encaradas por periodistas y fotógrafos profesionales, que a su vez tenían una militancia en la organización (todo un desafío a la idea liberal del oficio objetivo y neutral del periodista). Escapaban a los formatos típicos de la prensa de partido y se organizaban como cualquier revista de alcance nacional, con enviados especiales y redactores profesionales que cubrían noticias a lo largo de todo el país, otorgándole un diseño y un contenido con pretensiones de masividad que se sustentaba en el estilo periodístico con el que era pensada la revista. Estas publicaciones supieron conjugar la militancia con el ejercicio del periodismo, las características técnicas y de estilo con la ideología de sus integrantes. No obstante, el PRT-ERP también editó con éxito revistas que tuvieron una lógica de “prensa partidaria”, en donde la profundidad de los análisis políticos no entraban en contradicción con la vocación de masividad. Estas fueron *Posición*, impresa y distribuida en la provincia de Córdoba, y *Nuevo Hombre*, de circulación nacional que llegó a una tirada de 30 mil ejemplares

## **LA PRENSA POPULAR DE MASAS**

En un estudio muy importante sobre la prensa popular de masas en Chile, el sociólogo Guillermo Sunkel realizó un análisis sobre los diarios masivos antes del golpe de Pinochet en 1973. Compara la prensa popular de izquierda (adscripta al Partido Comunista o al socialismo, los diarios *El Siglo* y *Última Hora* respectivamente, además del periódico *Puro Chile* de orientación comunista pero con tendencia sensacionalista) y la prensa comercial sensacionalista. En ese estudio, Sunkel logra visualizar, según su punto de vista, determinados defectos del discurso de la prensa política de izquierda que le dificultan una mejor llegada a los sectores populares a los cuales pretende interpelar.

El teórico chileno sostiene que los diarios se constituyen a partir de diversos dispositivos discursivos con los que buscan reconstruir una “(...) determinada



modalidad de representación de lo popular como el elemento que justifica su existencia”. (Sunkel: 3) Esos modelos discursivos estarían arraigados en dos grandes tradiciones culturales a las cuales Sunkel denomina matriz “simbólico-dramática” y matriz “racional-iluminista”. Cada diario se constituirá, así, como variante de esas matrices.

La matriz racional-iluminista “se introduce en la cultura popular por dos vías distintas: a través de la creación del Estado Docente y por la vía de la introducción de ideologías políticas de corte iluminista (principalmente el marxismo, el anarquismo, el liberalismo y radicalismo).(...) Expresa algunos elementos muy generales entre los que se incluyen que la razón es presentada como un medio y el progreso como el fin de la historia; que la educación y la ilustración son impulsadas como los medios fundamentales de constitución de la ciudadanía política y de superación de la barbarie; que el pueblo es concebido como la expresión física de la barbarie y, por lo tanto, sujeto de campañas moralizadoras”. (Sunkel: 3) Como podemos observar, de acuerdo con lo que sostiene Sunkel, esta matriz cultural se expresa a través de un discurso abstracto y conceptual y está inserta sobre una matriz de lo popular ya existente desde el siglo XIX, y que se denominará simbólico-dramática. Esta última está anclada en una cosmovisión religiosa basada en un lenguaje concreto plagado de imágenes visuales. En general, suele expresarse en términos dicotómicos como “el bien y el mal, el paraíso y el infierno, el perdón y la condena”. En términos humanos, se expresa a partir de la dualidad “ricos contra pobres”, “buenos contra malos” y “avaros contra generosos”. De más está sostener que ambas matrices culturales dan origen a estrategias discursivas diametralmente opuestas a la hora de representar lo popular. Y también es importante subrayar que cada diario hará una opción de representación sobre lo popular basado en alguna de las dos matrices mencionadas.

La tesis central del texto de Guillermo Sunkel (en forma genérica, ya que analiza de forma sistemática cada uno de los diarios, y de ello se desprenden sus características específicas, que no abordaremos aquí) es sostener que los diarios editados por el Partido Socialista y por el Partido Comunista se inscriben predominantemente en la matriz racional-iluminista, y que debido a ello se observa una marcada carencia para poder comprender y representar la diversidad de actores del campo de lo popular, como así también de los distintos aspectos en que se desenvuelve su vida cotidiana. Esto genera que los diarios de la izquierda asuman un visión reducida de lo popular, asimilándolo solamente al campo de lo politizable, a la visión de clase obrera disputando el poder con la burguesía. Por ende, la representación de lo popular se hará “en el contexto de las relaciones laborales”, y esta visión reducida que se representa en los diarios de izquierda deja de lado a los sectores marginales que están por fuera de las relaciones laborales establecidas en el mercado capitalista, y más aún, a innumerables sectores de lo popular que directamente son reprimidos por los discursos sociales como los villeros, las prostitutas, los marginados sociales, los homosexuales, los delincuentes, los indígenas, etc.

La contracara de estos discursos que cercenan el carácter múltiple y diverso de lo popular se desarrollaría, según Sunkel, en los diarios sensacionalistas que “(...) tienden a producir imágenes de lo popular de carácter más complejo y que se sitúan más cerca de la realidad cultural del mundo popular”. (Sunkel: 5) Vale aclarar que Sunkel marca este acierto discursivo de los diarios comerciales pero luego desmenuza cómo este verdadero arsenal discursivo tiene como finalidad construir una mirada hegemónica de los sectores populares, imposibilitándoles percibir las características de la dominación,

colocándolos en un contexto de tener que visibilizar como única salida posible la “integración” al sistema.

Debemos remarcar que, si bien el análisis realizado por el autor trasandino se desarrolla bajo un campo teórico acotado (los diarios populares de masas en Chile antes de la dictadura de Pinochet), podemos sostener que estas características antes descritas se pueden apreciar en distintas publicaciones periódicas de las izquierdas, tanto nacional como internacional, a lo largo del siglo XX. Las carencias de la prensa de izquierda para dar cuenta de la complejidad del mundo popular y de los actores sociales que lo integran se pueden observar, en nuestro país, en mayor o menor medida, hasta la actualidad. También es cierto que la aplicación de las tesis de Sunkel (acotadas a un tiempo y contexto sociopolítico definido) a la mayoría de los periódicos de izquierda resultaría injustificada sin un análisis sistemático de los mismos. Además, debemos dejar en claro que muchas publicaciones anarquistas, socialistas o marxistas, pusieron tempranamente en discusión cuestiones relativas a lo popular como el régimen de penalidad, el rol de las mujeres -hoy cuestión de género-, la marginalidad, el respeto a los pueblos originarios, etc. Teniendo en cuenta esta salvedad, podemos decir que sigue siendo interesante analizar las características de la prensa masiva producida tanto por Montoneros como por el PRT-ERP, tomando prestada la perspectiva teórica desarrollada por Guillermo Sunkel ya que, de esta manera, podremos observar sus logros y sus dificultades a la hora de acercarse a las clases subalternas.

Un análisis sistemático de los periódicos *Noticias* y *El Mundo* nos enfrenta con la necesidad de redefinir las características discursivas en las cuales se reconstruye y representa a los sectores populares. Apenas hojeando las páginas de ambos diarios se observa una clara preocupación por romper con los clichés que, a nuestro entender, se repiten como “carencia” en las prensas políticas de la izquierda. En este sentido, podemos afirmar que tanto *El Mundo* como *Noticias*, en términos generales de su dispositivo discursivo, intentaron despegarse de ese universo acotado de sentido que en más de una ocasión aleja a los sectores populares de la prensa de izquierda.

Desde todas las perspectivas de análisis posibles, se observa en ambos periódicos la tendencia a considerar la multiplicidad de actores sociales que componen el universo de lo popular, como así también las diversas formas de manifestarse socialmente. Más allá de que la coyuntura política de la época marcaba un creciente enfrentamiento de clases, con la perspectiva de una escalada revolucionaria, estas publicaciones desarrollaron una línea editorial que se esforzó por llegar a las clases populares y, comprender y representar sus aspiraciones. En este sentido, se establece una fuerte correspondencia con el pensamiento de Gramsci cuando sostiene: “El punto de partida tiene que ser siempre el sentido común, es decir, la filosofía espontánea de las multitudes que se trata de hacer ideológicamente homogéneas”, (Gramsci, 2012: 12) contribuyendo así a construir una mirada de la realidad contracultural y contrahegemónica.

Tengamos presente que a ambos diarios hay que entenderlos en el contexto del agitado año 1973. Es un marco de endeble legalidad para las organizaciones (mucho más endeble para el PRT-ERP), pero que va a ser aprovechado para intentar profundizar la penetración discursiva e ideológica hacia los sectores mayoritarios de la sociedad; eran meses de grandes posibilidades y de utópicos optimismos, como así también de fuertes enfrentamientos que irán recrudeciendo: es importante observar cómo todo este ambiente social y político está reflejado en los diarios y cómo estos son condicionados por el acontecer cotidiano.

Planteamos una diferencia relevante a la hora de analizar la “prensa de masas” y la “prensa del partido” o “prensa partidaria”: mientras estas últimas responden más a una línea política o ideológica que la organización pretende difundir, y que está pensada prioritariamente para los que forman parte o simpatizan con la organización, la prensa de masas está más condicionada por el contexto político, por la contingencia, por la coyuntura, y aunque no se negocie la postura ideológica, sí se deben negociar los contenidos en pos de ser un diario masivo que interpele al amplio universo de los “sectores populares”.

Nos resultó complejo hacer una periodización con un criterio que encierre a las dos organizaciones, ya que sus diferentes procedencias ideológicas llevó a que realizaran caminos distintos en aspectos vinculados a la política, la lucha armada o su inserción social. De ahí que un criterio de periodización que pudiera ser utilizado para el PRT-ERP podría no tener relación con Montoneros y viceversa. Tal vez la manera menos equívoca de superar esa complejidad fue establecer una periodización en relación a la prensa y los momentos políticos, ya que los cambios políticos determinan cambios en la prensa y obligan a pensar lógicas diferentes de comunicación. Por lo tanto, planteamos la siguiente periodización:

El primer período (1966-25/5/1973) abarca el nacimiento y desarrollo inicial, tanto del PRT-ERP como de Montoneros, y los precarios mecanismos de prensa que se dieron en el contexto de una dictadura (la Revolución Argentina) que prohibió toda expresión política contestataria. Para el caso del PRT-ERP hablamos de una prensa clandestina, de baja calidad gráfica, con escasa tirada y con circulación entre los pocos militantes que para esos años formaban parte de la organización. Para el caso de Montoneros, en esta etapa solo tendremos “comunicados”, que fue la forma que eligieron para dar a conocer sus acciones y propuestas.

El segundo período arranca el 25 de mayo de 1973 con la asunción de Héctor Cámpora como presidente. Se abría para esa fecha una etapa de legalidad que, aunque más efímera para el PRT-ERP, permitió una ampliación de las publicaciones existentes y la aparición de otras que daban cuenta de un tiempo de auge popular, que significó la incorporación de miles de jóvenes a las diferentes organizaciones, y las estimuló a ampliar sus posibilidades comunicativas con la salida de nuevas revistas y diarios de masas. Las múltiples publicaciones, el importante aumento en su tirada, las mejoras en la calidad gráfica que algunas tuvieron, son muestra de que ese período que se abrió en mayo de 1973 significó, amén de la legalidad que pudieron tener, el momento de mayor amplitud en la experiencia comunicacional no solo del PRT-ERP y de Montoneros, sino de las numerosas expresiones políticas, sociales y culturales que profundizaron por esos años su inserción en la población.

Este segundo período fue tan intenso como breve. Con la decidida derechización del gobierno peronista, muchas de las publicaciones volvieron a la ilegalidad o fueron clausuradas, hasta que el 3 de septiembre de 1974 salió la última publicación legal de Montoneros; tres días después, la organización pasaba a la clandestinidad.

El tercer período lo ubicamos a partir del 6 de septiembre de 1974 hasta 1979. Estuvo signado por la represión en una escalada que pocos podían anticipar y las publicaciones también acusaron el impacto: con ediciones cada vez más espaciadas, formatos pequeños y rústicos, las revistas daban cuenta del momento político, del reflujó de

masas y de la situación interna de las organizaciones. El terrorismo de Estado de la última dictadura cívico-militar se encargó del resto. Las desapariciones, las muertes y el desánimo terminaron esmerilando a las organizaciones o lo que quedaba de ellas. Ya para 1979 las conducciones históricas del PRT-ERP y Montoneros se encontraban en franco declive: lo mismo ocurría con su prensa.

La prensa fue, y sigue siendo, una de las formas en que se manifiesta la disputa por la construcción de sentido. El desarrollo de la prensa en ambas organizaciones, que formaba parte de una estrategia contracultural mucho más general que la incluía, tuvo diferentes niveles de intervención que intentaban, por un lado, hacer llegar la línea política a sus militantes, pero no se quedaba simplemente allí, sino que también buscaba reflejar, potenciar y dinamizar los procesos de resistencia y organización que fluían desde abajo y hacia arriba, buscando el empoderamiento de los sectores populares. Ese trabajo lo llevaban a cabo los cuadros de las organizaciones -especializados en la tarea- y/o intelectuales de reconocida trayectoria en los medios que intentaban promover el desarrollo de lo que Gramsci denominó “núcleos del buen sentido” como: la solidaridad entre los trabajadores, la lucha contra los explotadores, el refuerzo de la identidad de clase; en definitiva: comprender con sencillez la dialéctica entre opresores y oprimidos.

Analizar la prensa revolucionaria de las organizaciones político-militares nos colocó en la perspectiva de estudiar uno de los intentos más osados por desarticular y desgastar el discurso dominante. Los espacios comunicativos contraculturales actuales operan desde el lugar marginal de lo comunitario y/o alternativo. Las organizaciones populares, sindicales y partidos políticos revolucionarios han priorizado el desarrollo de una comunicación barrial, comunitaria, ligada a las experiencias territoriales, pero ya no han optado por oponer a los medios masivos burgueses una comunicación masiva con una perspectiva desde la clase trabajadora. Balancear la experiencia alcanzada en este trabajo en función de las tareas comunicacionales actuales es todo un desafío para quienes seguimos entendiendo que la prensa (en el sentido genérico del término) sigue siendo un organizador colectivo y uno de los elementos indispensables para la construcción de un proyecto emancipador.

### **Bibliografía:**

Caviasca, Guillermo 2009 *Dos caminos PRT-ERP y Montoneros*. (Buenos Aires: El río suena)

Gramsci, Antonio 2012 (1949) *La política y el estado moderno*. (Buenos Aires: arte Gráfica)

Lenin, Vladimir Ilich 1985 *Acerca de la prensa y la literatura* (Buenos Aires: Ateneo)

Sunkel, Guillermo *La representación del pueblo en los diarios de masas*. Versión digital en: [www.dialogosfelafacs.org](http://www.dialogosfelafacs.org)

Williams, Raymond 2009 (1977) *Marxismo y literatura* (Buenos Aires: Las cuarenta)

**Entrevistas realizadas por los autores:**

Pedro Cazes Camarero. Febrero 2012