

XII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia, Facultad de Humanidades y Centro Regional Universitario Bariloche. Universidad Nacional del Comahue, San Carlos de Bariloche, 2009.

# **Batallas simbólicas. Usos estratégicos de la fotografía en las publicaciones políticas peronistas de los años 1973/6.**

Cristiá, Moira.

Cita:

Cristiá, Moira (2009). *Batallas simbólicas. Usos estratégicos de la fotografía en las publicaciones políticas peronistas de los años 1973/6. XII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia, Facultad de Humanidades y Centro Regional Universitario Bariloche. Universidad Nacional del Comahue, San Carlos de Bariloche.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-008/1013>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

## **“Batallas simbólicas. Usos estratégicos de la fotografía en las publicaciones políticas peronistas de los años 1973/6”**

Moira Cristiá

### ***Introducción***<sup>1</sup>

El 25 de mayo de 1973, la asunción de Héctor Cámpora a la presidencia de la República Argentina desató una marea de entusiasmo tanto en los ámbitos institucionales -universidades, escuelas, administraciones públicas- como en diferentes sectores sociales. Tras un período previo de fuerte contestación social durante los gobiernos de facto (1966-1973), la apertura democrática trajo consigo una voluntad extendida de activismo y de participación. Durante dicho momento previo, se reconoce un acercamiento extendido al peronismo desde horizontes diversos de la sociedad, es decir, un apoyo a este movimiento político desde sectores tan distantes como aquel de los curas progresistas hasta la clase media intelectual. En particular, adscribe masivamente a él un grupo etario que en esta época adopta una identidad cultural escindida internacionalmente: la juventud. Este fenómeno se da en un contexto mundial determinado en el que su participación en el centro de la escena política en distintos puntos del planeta refleja un clima de época, favorecido por procesos económicos y transformaciones sociales entre las cuales el ingreso masivo a la educación superior es un factor fundamental<sup>2</sup>. Frente a la autonomía de este actor que se postula como la “juventud peronista” y que presenta una cultura política nutrida por los procesos revolucionarios de otros países, los “peronistas de la primera hora” pretenden reafirmar la doctrina original, resistiéndose a su integración. Dicha confluencia de proyectos diferentes bajo la misma identidad política global, conduce inevitablemente a una puja simbólica significativa que se manifiesta de manera explosiva tanto en el discurso como en la acción concreta.

En este período, desde la reapertura democrática de la mano de Cámpora al último golpe de Estado, una enorme cantidad de nuevos semanarios salieron a la calle, presentando características propias a la evolución de la prensa. En el marco de la consolidación de los

---

<sup>1</sup> Agradezco enormemente las lecturas de Lisandro Tanzi, Gabriela Couselo, Mariano Mestman y Marcela Gené, cuyas sugerencias, señalamientos y críticas colaboraron a enriquecer este trabajo.

<sup>2</sup> En cuanto al divorcio de esta fracción social según criterios de edad y de cultura compartida generada en esta época ver: Hobsbawm, Eric, *Historia del siglo XX*, Buenos Aires, Crítica, 1998, 326/7, Winock, Michel, « 1963 - 1973 : Les folles années des jeunes », *L'Histoire*, Novembre 1983, 10-21 p.

medios audiovisuales<sup>3</sup>, el consumo de la prensa escrita dio lugar a una mayor visibilidad de la revista de información general, cultural y sobre todo política, rimando con los tiempos que corrían y apropiándose de parte del mercado previamente reservado a los periódicos. La recomposición del paisaje de la prensa escrita, fruto tanto de factores económicos como sociológicos se tradujo, para los periódicos, en la adopción del formato medio o tabloide más acorde a las condiciones de la vida moderna -como su lectura en el transporte público- y para los semanarios políticos en maquetas más aireadas, artículos cortos, una mayor presencia de la fotografía, el color y la publicidad. Asimismo, la inclusión de la imagen fotográfica se torna particularmente relevante a la vez que su uso adopta formas más complejas. En general, ésta abandona progresivamente la utilización “ilustrativa” previamente mayoritaria para encarnar nuevas funciones, generando una nueva fuerza comunicativa<sup>4</sup>. A su vez, distintas revistas de orígenes editoriales diversos se lanzan paralelamente al tiempo que nuevos títulos reemplazan aquellos que eran forzados a cerrar. Más allá de las diferencias ideológicas entre las revistas, ciertos procedimientos y algunas herramientas empleadas se asemejan. Sus enunciados escritos y gráficos, retomando aquellos de sus contrincantes, establecían batallas de sentido en las que las imágenes fotográficas cumplían un rol fundamental.

Por fuera de los conflictos entre las publicaciones, el gobierno, jaqueado por las tensiones sectoriales y la violencia creciente, ejercía presión tanto a través de leyes restrictivas como de acciones punitivas. De hecho, la prensa funciona como actor político, pues posee la fuerza de la construcción de consenso o, por el contrario, la influencia negativa en la opinión pública, estableciendo agendas que condicionan al gobierno. En este período de la Argentina, la persecución de periodistas, las presiones y la autocensura se tornaron moneda corriente, comenzando tempranamente. De hecho, ya en agosto de 1973, se anuncia que el gobierno prohibió por decreto a las agencias de prensa internacionales publicar y difundir noticias interiores argentinas en el país<sup>5</sup>. A su vez, dicho fenómeno de aparición de publicaciones

---

<sup>3</sup> En cuanto al creciente espacio ocupado por la televisión en Argentina, ver Aguilar, Gonzalo, « Televisión y vida privada », In Devoto, Fernando & Madero, Marta (eds.), *Historia de la vida privada en la Argentina III*, Buenos Aires, Taurus, 1999, 254/283 p.

<sup>4</sup> Este fenómeno se desarrolla en diferente medida en los diferentes países, por lo general siguiendo los pasos de las revistas norteamericanas *Times* y *Newsweek*, así como del éxito de la revista *Life* en lo referido a la fotografía. En el caso francés, por ejemplo, las revistas de información general se modernizan y adquieren popularidad en los años 70, conduciendo a la sofisticación de la profesión del fotoperiodista y el desarrollo de las agencias fotográficas. Para profundizar en estos procesos ver D'Almeida, Fabrice & Delporte, Christian, *Histoire des médias en France. De la Grande Guerre à nos jours*, Paris, Flammarion, 2003 ; Cezanave, Elisabeth & Ulmann-Mauriat, Caroline, *Presse, radio et télévision en France: de 1631 à nos jours*, Paris, Hachette, 1995 ; Barbier, Frédéric & Bertho-Lavenir, Cathérine, *Histoire de médias: de Diderot à Internet*, Paris, Colin, 2003 ; Martin, Laurent, *La presse écrite en France au XXème. siècle*, Paris, Librairie Générale Française, 2005.

<sup>5</sup> *Le Monde*, 23/08/1973, p. 3

nuevas es fruto en gran parte del reemplazo de las anteriores con títulos nuevos. En este proceso en que el gobierno revela aristas autoritarias frente a la expresión y difusión, la tolerancia pareciera mayor en lo que respecta a las publicaciones nacionalistas, en muchos casos altamente agresivas. A los cierres de las revistas *El descamisado* y *Militancia* (la primera dirigida por Montoneros, la segunda vinculada al Peronismo de Base) en abril de 1974, lo seguirá el periódico *El mundo* (sostenido por el PRT), y en agosto de ese año, el financiado e inspirado por Montoneros *Noticias*. El periódico francés *Le Monde* reconoce allí una tendencia represiva sostenida gracias a la ley antsubversiva de septiembre de 1974 la cual “prácticamente estableció el delito de opinión en Argentina” y, en consecuencia, impuso la autocensura como protección<sup>6</sup>. Una nueva ofensiva oficial contra la libertad de información que se llevó a cabo en 1975, contó con una campaña en la televisión oficial contra los órganos de la prensa que eran considerados como intérpretes de la subversión<sup>7</sup>. Entre los numerosos cierres, puede destacarse a principios de 1975 la clausura por decreto de los periódicos *Crónica* y *La calle* -el primero motivado por solicitar desde sus páginas la ocupación de las islas Malvinas, el segundo por presionar para que el gobierno investigue los asesinatos políticos- así como la revista peronista *Marcha* por insistir en la renuncia de López Rega<sup>8</sup>.

En esta ponencia, se intentará analizar una pequeña muestra de las revistas que surgieron o se publicaron durante este período con el fin de explorar las particularidades del fenómeno peronista de estos años y reflexionar sobre los usos políticos de la fotografía. Este trabajo, interesado en indagar empíricamente las estrategias visuales puestas en juego en una serie de publicaciones peronistas de diversa índole, se basó en una muestra que procuraba cubrir una variedad de características diferentes. Con dichos objetivos se analizaron tres revistas de tendencia revolucionaria (*El descamisado*, *La Causa peronista*, *Ya! Es tiempo de pueblo*) y dos oficialistas (*Las Bases*, *Primicia Argentina*), retomando ejemplos tras una crítica externa del material y una descripción de sus características.

### ***Crisol de palabras e imágenes revolucionarias.***

La revista *El Descamisado*, surge el 9 de mayo de 1973, figurando su nro. 0 bajo la dirección de Mario Hernández. Tras este número, el cual nunca salió a la calle, aquellos subsiguientes presentarán el nombre de Dardo Cabo acompañando los editoriales. Dicho personaje, proveniente del movimiento nacionalista Tacuara y luego parte del Movimiento

---

<sup>6</sup> Jean-Pierre Leclerc, « L'Argentine, veuve de Peron », *Le Monde*, 9 et 10/03/1975, p. 2

<sup>7</sup> *Le Monde*, 22/05/1975, p. 6 « Assassinat, grèves, complot »

<sup>8</sup> *Le Monde*, 20/02/1975, p. 2

Nueva Argentina, será la cara visible de esta publicación que refleja el posicionamiento de la Conducción Nacional de Montoneros<sup>9</sup>. De manera que la revista funciona como órgano externo, con una situación intermedia entre la de *Evita montonera* (publicación clandestina) y el diario *Noticias* (de ambición popular, con tiradas de 100.000 ejemplares). En el caso de la revista que nos ocupa, se pretende comunicar las políticas de Montoneros sin asumir directamente la identificación con esta agrupación. Su periodicidad es semanal y se considera que su tiraje era aproximadamente de entre 40.000 y 60.000 ejemplares<sup>10</sup>.

*Ya! Es tiempo de Pueblo*, por su parte, surge un mes después, el 8 de Junio de 1973, bajo la dirección de Osvaldo Natucci también como revista semanal y con una presentación muy similar a *Descamisados*. Si bien varios periodistas<sup>11</sup> trabajaban en ambas revistas de edición paralela, desconocemos si se trataba exactamente del mismo plantel editorial. *Ya!* publicó 31 números, los cuales se extienden hasta el 24/01/74. *La causa peronista*, en cambio, surgió en una tercera ola de lanzamientos de revistas, en julio de 1974, figurando esta vez como su director el dirigente de Montoneros Rodolfo Galimberti. Se trata de la tercera parte del proyecto editorial de Montoneros, tras *El descamisado* (cuyo último número es el 46, del 2 de abril de 1974) y *El peronista. Lucha por la Liberación* (publicado entre el 19 de abril de 1974 y su sexto nro. del 28 de mayo de ese año). Esta tercera versión se publica hasta su noveno número el 3 de septiembre de 1974. En esta trilogía, en la que el nombre varía haciendo referencia a la misma identidad política, también se conservan sus rasgos estéticos y discursivos probablemente para reafirmar una continuidad, puesto que los nombres de los autores de los artículos no figuran en estas revistas. Por lo general sólo el director se manifiesta en tanto requisito necesario para poder circular por el sistema comercial. En estas revistas, a diferencia de las clandestinas como *Evita Montonera*, se declara el lugar físico de su edición y se difunden a través del sistema tradicional de prensa (es decir, por suscripción o venta en quioscos de revistas).

En líneas generales, los motivos visuales y los usos de la fotografía en los tres casos aquí trabajados son similares. En primer lugar, la presencia de figuras políticas se contrapesa con una insistencia muy marcada en las imágenes de multitudes, de manifestaciones, banderas y graffittis. En segundo lugar, la recurrencia de fotografías de fuerte impacto emocional, en particular de personas golpeadas, de niños en situaciones de pobreza y de muertos es otra

---

<sup>9</sup> Es por ello que ha sido considerablemente estudiada, principal fuente de la investigación de Sigal y Verón sobre el discurso peronista en lo que se refiere a los años 70. Sigal, Silvia & Veron, Eliseo, *Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*, Buenos Aires, EUDEBA, 2003.

<sup>10</sup> Sigal, Silvia & Verón, Eliseo, p. 150

<sup>11</sup> Entre ellos, Cristina Bettanin de Colmenares y Marta Mastrogiacomo

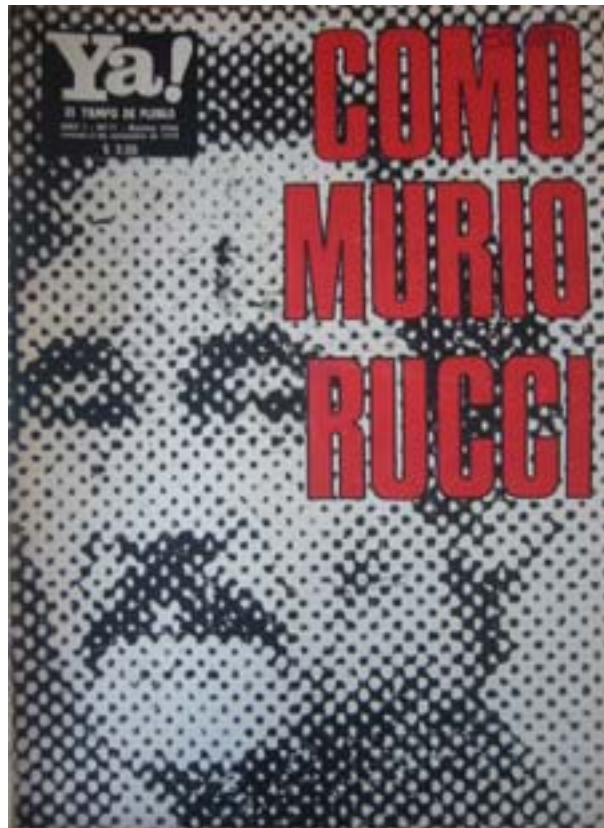
característica sobresaliente. La portada y la contratapa del primer número de la revista *Ya!*, y por lo tanto su presentación, son paradigmáticas de este espíritu: en la primera se denuncia la muerte de un obrero de la construcción por día junto a la fotografía de un cadáver sobre unos escombros, en la segunda se atestigua con la imagen de la espalda marcada de un hombre las torturas que se llevaron a cabo en Ezeiza el día de la llegada de Perón.



Por lo general, las imágenes juegan de manera combinada con el texto en la construcción de un mensaje, apareciendo raramente sólo para ilustrar un artículo. Es por ello que entre las estrategias más usuales de construcción de mensajes en los primeros programas, y éstas con texto, complejizando el mensaje. Asimismo, en numerosos casos se hace uso de un tratamiento particular de la fotografía –exponer el negativo de la misma, o la imagen granulada, texturada o rayada- creando un efecto determinado. Dentro de este tipo, puede citarse la portada del nro. 14 de *Ya!* que se ocupa de la muerte de Rucci presentando un primer plano del líder sindicalista con una ampliación tan significativa que deja ver el granulado del que se compone la fotografía. De esta manera, se subraya la condición material de la misma al dejar al descubierto el “grano”, lo cual obligaría a tomar distancia para que ese rostro se recompusiera<sup>12</sup>. El cuadro se completa agregando un punto negro, de manera que se crea una

<sup>12</sup> Este procedimiento es característico de las técnicas utilizadas por el “pop art”, entre cuyas figuras destacadas figuran los norteamericanos Roy Lichtenstein y Andy Warhol. Este movimiento recurría constantemente a los productos de consumo masivo y en muchos casos a la historieta como crítica social y desacralización el arte.

mancha que simula un disparo en la frente del líder sindical. En suma, la deformación de la fotografía es otra estrategia a la que se recurre, abriendo el abanico de mensajes políticos posibles.



*Ya! Es  
tiempo de  
pueblo, año  
I, Nro. 14,  
22/09/1973*

Por último, también se emplea la fotografía de manera de representar un sentido más abstracto que el objeto fotografiado en sí. Este es el caso de los ejemplos que trataremos a continuación, los cuales refieren a una idea particular -la relación de líder y masas- en distintos momentos históricos. El primer ejemplo, la portada de *Ya! Es tiempo de pueblo* del 27 de septiembre de 1973, se concibe tras las elecciones que permitieron el regreso de Perón al poder, el 23 de dicho mes. Aquí, bajo el título “Y ahora: Liberación” sobre fondo rojo, la imagen del candidato ganador se superpone a la multitud que pareciera constituir al líder, como si la manifestación de la voluntad popular se corporizara en el mismo. Un elemento significativo es el haber seleccionado una imagen en la que la bandera de Montoneros quedara centrada por debajo de la figura del líder, claramente identificable. Así se hace evidente en el mensaje visual la insistencia de esta organización como portavoz del pueblo, en forma similar a como Sigal y Verón lo identificaron en el discurso escrito peronista<sup>13</sup>.

---

El artista o diseñador que realizó la portada en cuestión, probablemente se hace eco de este movimiento artístico en boga.

<sup>13</sup> Sigal y Verón, Op. Cit. pag. 231/3





*Ya! Es  
tiempo de  
pueblo,  
nro. 14,  
27/09/73*

Dos semanas después, la portada de *El Descamisado* de octubre de 1973, se enmarca en la toma de mando de Perón de su tercer gobierno. De manera que la fecha junto al título “De nuevo Perón con su pueblo” reflejan una nueva reunión de líder con sus seguidores. Este montaje congrega al General Perón saludando desde el balcón de la Casa de Gobierno, la palabra con la que se dirigía en sus discursos a sus partidarios -“compañeros”- y la fotografía de una multitud en la que la bandera de Montoneros se encuentra en el centro. Reuniendo en una misma página una toma cercana del recientemente nombrado presidente y un panorama de la multitud, se representa la comunión así como el diálogo entre el líder y el pueblo. Evidentemente, el criterio del montaje es recrear el “balcón” y la posible visión de Perón desde la plaza. La eficacia de la estrategia optada radica en que la cercanía de la primera imagen crea una intimidad entre el lector y el líder que no hubiera permitido una sola fotografía. Ni una toma desde atrás de Perón, enfocando el líder dirigido hacia la masa, ni el registro desde la multitud, donde ambas partes –líder y pueblo- hubiesen quedado homologados en sus dimensiones, habrían sido opciones tan funcionales como el montaje. Por su parte, la fotografía inferior aquí también identifica a la multitud bajo la dirección de Montoneros, aquella organización que marca la línea editorial de la revista<sup>14</sup>.

<sup>14</sup> Este mensaje se asimila a la conocida página de la misma revista en la que se superpone una fotografía de Evita pronunciando un discurso sobre una multitud también coronada por el estandarte de Montoneros y la





*El  
Descamisado,*  
año 1, nro.  
22, 16 de  
octubre de  
1973

Tras la muerte del General, la primera portada de *La Causa Peronista* se encuentra despojada de fotografías. Sólo figuran las palabras “Murió nuestro líder. Los peronistas quedamos solos” sobre un fondo naranja y una franja negra indicando el duelo. Esto se completa al interior de la revista, donde de las páginas 13 a la 19 se exponen fotografías de personas en estado de congoja ante la muerte de Perón la cual, según la revista, generó “bronca y dolor”. Así, en las páginas 16 y 17, las imágenes reproducidas aquí funcionan como prueba de la soledad en la que quedó “el pueblo” sin su líder. Cinco fotografías de la aglomeración frente al Congreso fueron dispuestas en esas dos páginas, todas tomadas desde perspectivas que permiten mostrar la monumentalidad de esta manifestación en tanto la cantidad de gente excede el campo visual. La primera es de particular interés, puesto que se compone de la fachada del Congreso Nacional, parte de la muchedumbre, y algunos jóvenes de espaldas al fotógrafo trepados a un andamiaje donde se reconoce un retrato de Perón. Dicha fotografía podría merecer una lectura simbólica, probablemente la que condujo a su publicación en la revista. La juventud se apodera de esa estructura metálica como gesto simbólico de arrebatar el relevo del poder, asumiendo activamente la herencia del líder

---

frase de su autoría “volveré y seré millones”. Así se afirma una herencia evidente del símbolo de la justicia social en la juventud peronista Montonera. En *El Descamisado*, Nro. 10, 24/07/73.

fallecido. En efecto, una sugerencia de lectura se genera desde el texto que las acompaña sugiriéndose que las personas allí reunidas encarnan al líder fallecido:

*“¡Presente! Poblada de cientos de miles de argentinos, la plaza del Congreso y las calles adyacentes resonaron en un solo grito ‘Se siente, se siente, Perón está presente’ Otras veces era la Marcha Peronista o el Himno Nacional, o simplemente el silencio acongojado. Ningún cordón, ninguna valla policial, logró contener al pueblo. Y perón estuvo presente en la movilización popular”.*



*La Causa Peronista, Nro. 1, 09/07/74, Pág. 16 y 17*

### **Hegemonizar el movimiento. La prensa oficialista y el líder omnipresente**

Si el análisis de Sigal y Verón sobre el discurso peronista en los años 70 se centra en la prensa de la juventud peronista, sus “contrincantes” quedan prácticamente excluidos de dicha investigación. Para ello, es de particular interés la revista *Las Bases*, existente desde el 23 de noviembre de 1971 y órgano oficial del Movimiento Peronista. La misma reúne en sus inicios figuras sobresalientes de diversas tendencias del movimiento (miembros de la Juventud Peronista, del Movimiento de Sacerdotes del Tercer Mundo, del sindicalismo combativo, así como intelectuales y artistas ligados al movimiento), apuntando a convocar a un público amplio peronista y neutralizar diferencias. En la misma, Juan e Isabel Perón aparecen como “colaboradores exclusivos”, José López Rega como director y su hija, Norma, como la responsable de las relaciones públicas y gremiales. Su grupo editorial sufre una progresiva

depuración deviniendo gradualmente más uniforme<sup>15</sup> hasta su disolución en agosto de 1975<sup>16</sup>. Esto parece lógico puesto que al inicio de la publicación el país se encontraba todavía en dictadura y su líder en el exilio, por lo que esta unión era conveniente y posible. Sin embargo, tras el gobierno de Cámpora, durante el de Perón y de Isabel, la regularización y el adoctrinamiento se ponen a la orden del día.

El contenido gráfico acompaña dicho proceso, sobre todo, en la insistencia en la imagen del líder. Su figura fotografiada lo reafirma en su ausencia, a la vez que su cuerpo personifica un conjunto de significaciones simbólicas y políticas que pueden adoptar distinto signo dependiendo del lector. Según Sigal y Verón, la persona física de Perón devino un colectivo singular, del cual el “nosotros” peronista era inseparable, adquiriendo las características y el status de una bandera<sup>17</sup>. De hecho, en la revista *Las Bases*, donde sólo las tapas y contratapas son publicadas en color, es evidente esta insistencia. Su título logo o “firma” se presenta sobre una fotografía de un grupo de personas que simboliza al “pueblo”, la cual aparece pequeña en lo alto de la página, en general combinada con una fotografía de una figura política (Perón, Isabel, Eva, Cámpora), sobre un marco de color fuerte e uniforme. De hecho, el 85% de las portadas de la revista relevadas desde su lanzamiento en Septiembre de 1971 hasta septiembre de 1973 representa una personalidad peronista. La recurrencia a la imagen de los líderes parece indicar la intención de hegemonizar el movimiento que señala Humberto Cucchetti respecto a la composición del plantel editorial.

El nro. 40 de *Las Bases*, cinco semanas después de las elecciones ganadas por Héctor Cámpora aunque un mes antes de su toma de poder, se presenta con una combinación de fotografías en color -Eva saludando, Perón riendo, el líder con Isabel-, sobre un fondo en blanco y negro de una manifestación donde se destacan manos haciendo el símbolo de la victoria. El enunciado “Triunfó el pueblo” nos muestra una lectura del acontecimiento que rima con la ausencia de Cámpora en la composición, estableciendo una continuidad histórica y simbólica con el primer peronismo. La inclusión de Isabel, figura fuertemente resistida por Montoneros y la Juventud Peronista, se presenta en los actos junto a la pareja clásica para

---

<sup>15</sup> Según Cucchetti, existe un viraje a mediados de 1973, el cual consiste en una “derechización”. Cucchetti, Humberto, « Redes sociales y retórica revolucionaria: una aproximación a la revista *Las Bases* (1971-1975) », *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*, 2008, puesto en línea el 13 de octubre de 2008, disponible en: <http://nuevomundo.revues.org/index43252.html>

<sup>16</sup> El cierre se enmarca en el ocaso de la figura de López Rega, tras la crisis del “Rodrigazo”, conjunto de radicales medidas impulsadas por el Ministro de Economía Celestino Rodrigo que desataron inmediatamente una fuerte contraofensiva de los trabajadores. En breve, el Ministro de Bienestar Social se verá obligado a renunciar y a exiliarse en España acusado de malversación de fondos y de ser responsable de la actuación de las AAA.

<sup>17</sup> Sigal, Silvia & Veron, Eliseo, Op. Cit. p. 132/3

beneficiarse de su legitimación. Así, el cuerpo ausente de Cámpora es todo un manifiesto de la interpretación del triunfo electoral como preámbulo de una reconquista peronista del poder político.



*Las Bases, año III, nro. 40, 19/04/73*

Por  ltimo, *Primicia Argentina*, lanzada en enero del 74, se presenta como “*el servicio de informaciones justicialistas*” proponiéndose “...poner la información al servicio del interés nacional, sin estar guiados por la persecución y el odio...”. Sin embargo, acusa al diario *La Opinión* de traidor, pasando a llamarlo “*La Mentira*”, así como a otras publicaciones que las consideran dañinas pues “...agitando consignas nacionales de liberación o de justicia social, haciendo verdad la mentira, tergiversando la información, inflado la noticia o enfocándola desde un punto de vista interesado, terminan por envenenar la opinión pública...”<sup>18</sup>. A pesar de su discurso agresivo, el uso de la fotografía en *Primicia Argentina* es bastante precario, limitándose a retratos de personalidades. Esto no impide que se pretenda colaborar con el posicionamiento del lector, por ejemplo presentando a los personajes opuestos a la política de

<sup>18</sup> Debe resaltarse que estas publicaciones son solo algunos casos recortados con los fines de este estudio, por ejemplo dentro de esta última tendencia se encuentran otras similares como *Semana Política* (lanzada en septiembre de 1974), *El caudillo* (1973, órgano de la Juventud Peronista de la República Argentina, sector oficialista de la juventud). Entre las nacionalistas católicas se encuentran *Cabildo. Por la nación y contra el caos* (lanzada en mayo 1973) y su continuadora desde marzo del 1975 tras su cierre forzado, *El fort n*.

la revista ridiculizados en fotografías en las que se encuentran gesticulando<sup>19</sup> mientras que aquellos a los que se apoya aparecen en imágenes en posturas correctas. Así, en el número 26 de julio de 1974, la revista le otorga “El mono de oro” a Rodolfo Galimberti, junto a una foto en la que su expresión lo asemeja al animal<sup>20</sup>. El texto que lo acompaña, en manuscrito, retoma fracciones de discursos y acciones del líder Montonero que se evidencian ambiguos e interesados.



Primicia  
Argentina,  
Nro. 26, del  
23 al 29 de  
julio de  
1974, Pág.  
22

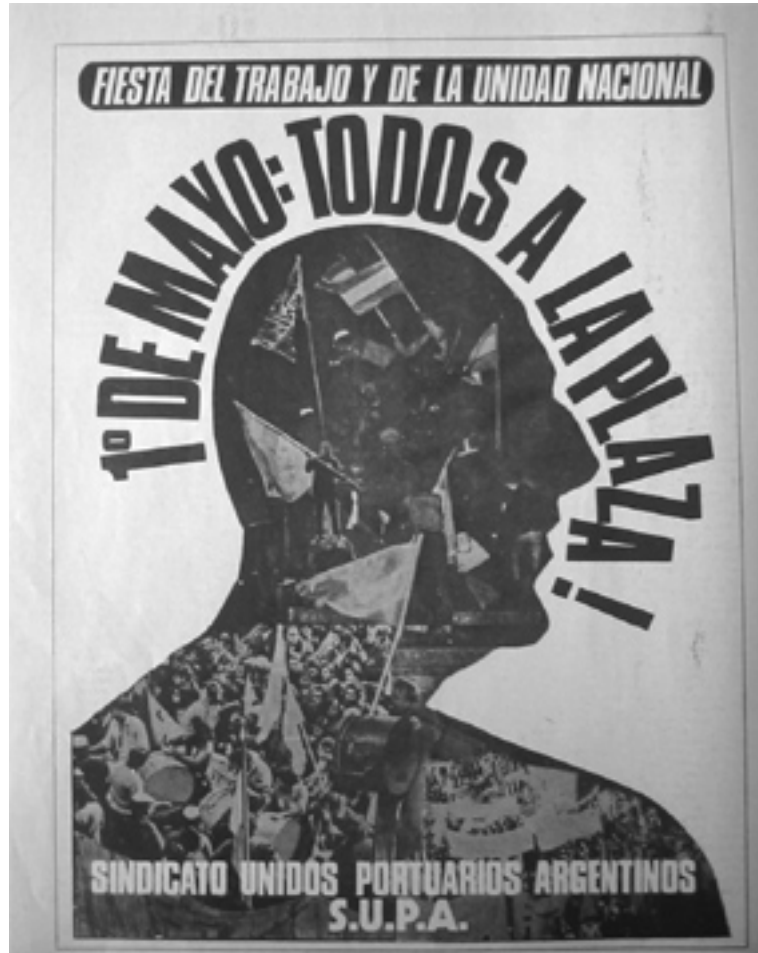
Aquí también se publican los anuncios de sindicatos, como aquel del SUPA (Sindicato Unidos Portuarios Argentinos) motivado por la fiesta del trabajo y “de la unidad nacional” el 1ro. de Mayo del 74, evento que paradójicamente significó la ruptura entre la Juventud Peronista y Perón. El afiche es una pieza de diseño gráfico compuesta de un montaje de fotografías de manifestaciones en las que sobresalen bombos y banderas argentinas, recortadas dentro del perfil de Perón, alrededor del cual se inscribe “1ro de mayo: todos a la plaza!”. Frente a la simpleza y reiteración de los montajes anteriores, en este caso encontramos un concepto gráfico novedoso en los años setenta en el que se incorpora tipografía a la imagen. Esta construcción simbólica hace referencia a una simbiosis entre representados y representante. Asimismo, este tipo de composición remite a un tipo de

<sup>19</sup> Un caso repetido en varias ocasiones es el del ministro de Economía José Ber Gelbard, el cual representa el acercamiento a la economía de la Unión Soviética.

<sup>20</sup> Se trata de una sección que se inaugura en este número que, como lo expresa el texto, imita una novedosa práctica china: el de criticar a sus gobernantes ridiculizándolos en gigantescos carteles murales.



representación visual propia de las imágenes de la política moderna, recordando la portada del Leviatán de Thomas Hobbes en la que pequeñísimos personajes se acumulaban en el interior del cuerpo principal, formando al representante soberano.



*Super Terram quae Comparatur*

*Primicia Argentina*, N° 15, 30/04 al 6/5 de 1974, p. 4



Ilustración de la portada de la obra de Thomas Hobbes *El Leviatán* (1651) elaborada por el grabador Abraham Bosse

En suma, en este segundo grupo de publicaciones, existe sobre todo una insistencia en la Doctrina y en la figura del líder, cuya centralidad reduce a su contraparte representada a una posición pasiva o de espectador. Esto se contrasta evidentemente con el mensaje movilizador del primer grupo, en el que no existe una aceptación de la acción de su líder, sino una demanda a que éste actúe acorde con la voluntad popular. Si bien los motivos gráficos pueden repetirse en ambos grupos<sup>21</sup>, existe una recurrencia mayor de distintos polos de esa relación. Los contenidos manifiestos, a veces relativamente cercanos, demuestran intenciones claramente opuestas.

### ***Reflexiones finales***

Tras el somero recorrido analítico de dos grupos de publicaciones políticas en el que nos concentramos en analizar el uso de la fotografía a través de un problema particular, deberíamos retornar a un plano teórico. En este estudio, pudo constatar que la fotografía sirvió con fines determinados a la vez que expresó un imaginario compartido así como ciertas tensiones internas. En general, la selección y montaje de fotos o de éstas con texto, fueron prácticas motivadas por objetivos precisos como denunciar una situación, legitimar una propuesta o ratificar cierta información, así como reafirmar una visión de la realidad. La fotografía jugó entonces tanto en el orden de la persuasión como en el de la argumentación.

Las revistas trabajadas, con líneas editoriales opuestas y en ocasiones declarándose abiertamente como adversarias, refutan la propuesta ajena y reafirman por los medios posibles la propia. Fruto de esta polaridad del discurso, los usos de la fotografía, aparentemente similares, refieren a universos simbólicos con diferencias, aunque con una simbología compartida. En lo que respecta a los productos editoriales, debe remarcar que el primer conjunto de publicaciones realiza un empleo más moderno de la fotografía ligada a la evolución del fotoperiodismo –ésta como parte constituyente de la información- mientras que el segundo grupo queda más anclado al uso tradicional de la misma, al retrato “pictórico”<sup>22</sup> y a la imagen como ilustración de la noticia<sup>23</sup>. No obstante, como evaluamos aquí, en ambos

---

<sup>21</sup> Evidentemente, se guarda una fuerte continuidad con la iconografía tradicional del primer peronismo aunque aquí no lo profundicemos. Para explorarlo consultar los diversos trabajos de Marcela Gené, en particular: Gené, Marcela, *Un mundo feliz. Imágenes de los trabajadores en el primer peronismo 1946-1955*, Buenos Aires, FCE, Universidad San Andrés, 2005; Gené, Marcela, « El descamisado. Representaciones gráficas en el primer peronismo », *UNSAM*, puesto en línea en 2006, disponible en: [www.unsam.edu.ar/home/material/gene.pdf](http://www.unsam.edu.ar/home/material/gene.pdf) ; Gené, Marcela, « Los rostros del General Perón. Del retrato protocolar a la caricatura », *Prohistoria*, año 9, nro. 9, Primavera 2005, 83/108 p.

<sup>22</sup> Con ello me refiero a la fotografía inspirada en la estética de la pintura.

<sup>23</sup> Podría pensarse que esta diferencia sea producto del anclaje institucional de las publicaciones hegemónicas mientras que aquellas contestatarias poseerían otra libertad, o tal vez a cuestiones generacionales, pero una



casos aparece fuertemente la referencia al vínculo entre el pueblo y su líder como encarnación de la voluntad popular, en tanto mito político estructurador del imaginario peronista. En el primer conjunto, sin embargo, se identificó el agregado de la organización Montoneros como portavoz o intermediario, en el que la insistencia en la movilización callejera se representa como una especie de plebiscito directo de la legitimidad del poder.

Así, la imagen fotográfica forma parte de esos enunciados que ratifican una aproximación a la realidad, mientras aquellos a los que se oponen son leídos como tendenciosos y engañosos, con intenciones inmorales y hasta perversas. En tanto la fotografía frente a otros tipos de representación gráfica, se caracteriza por su vínculo directo con lo real -lo que Charles Sanders Peirce conceptualizó como el fenómeno indicial<sup>24</sup>- su efecto de realidad es significativo. Al generar en la recepción la sensación de “verdad”, su fuerza política se incrementa, apelando directamente a las emociones y pudiendo condensar ideas. Además, la fotografía, la cual capta un instante concreto de una realidad en continuo movimiento, revela información que podría de lo contrario pasarse por alto. Desde ese detenimiento, de la selección de aquel instante que nos interesa, comienza la construcción, combinada con la composición de la misma, el ángulo de la toma, el uso del color o del tratamiento de la imagen, etc. Tras su elaboración, la imagen fotográfica pasa un nuevo filtro, el de la línea editorial. Para Mitchell, la imagen es el espacio de un poder específico, en donde se convierte en fetiche, objeto de orgullo y veneración, o deviene signo de un “otro” objeto de aversión y de miedo<sup>25</sup>. De allí se comprenden las tendencias iconofílicas e iconoclastas que se generan en momentos de fuerte lucha simbólica como el que aquí estudiamos. Asimismo, desde la Antropología visual, Hans Belting liga la simbolización del mundo a través de las imágenes con la creencia, la cual adoptó diferentes características en la Historia. En efecto, en la época contemporánea, la creencia se encuentra frecuentemente ligada con la caracterización de la “información”<sup>26</sup>. En estas publicaciones, la intención de ser portadoras de la “información” frente a la “desinformación” generada por las adversarias se basa en un conjunto de sobreentendidos compartidos por sus lectores.

En este sentido, ciertos autores como Frédéric Lambert comprenden las fotografías de prensa como una escritura que expresa el objeto fotografiado en un lenguaje determinado.

---

afirmación de este tipo precisaría ampliar más el corpus analizado y profundizar en los equipos editoriales que las constituyen.

<sup>24</sup> Este autor distinguía tres órdenes de funcionamiento de sentido: el simbólico (la dotación de una significación abstracta), el icónico (representación figurativa por semejanza, analogía) y el orden de los fenómenos indiciales, con una relación directa al referente.

<sup>25</sup> Mitchell, W. J. Thomas, *Image, texte, idéologie*, Paris, Les praïres ordinaires, 2009.

<sup>26</sup> Belting, Hans, *La vraie image. Croire aux images?*, Paris, Gallimard, 2007.

Pese a que este género fotográfico sea “*la más enamorada de la realidad*” y que posea con el texto y su leyenda una relación complementaria en beneficio del espectáculo acontecimental, para este autor debe también considerarse las leyendas colectivas e implícitas, a las que denomina “Mitografías”. En otras palabras, estas imágenes elevan el objeto representado a los límites del símbolo, al expresar lo real en repeticiones míticas de una determinada interpretación<sup>27</sup>. Si bien la fotografía de prensa se obtiene de la realidad y nos afirma que es real, también funciona como un espejo en el que se inscriben los mitos de una sociedad, y en este caso de un tipo de cultura política. Así, ella refleja el acuerdo entre el grupo productor de la información y la audiencia de la revista, en una especie de contrato de lectura visual. Leer las imágenes fotográficas como mitografías es descubrir en ellas el sistema de valores que supone reproducir y perpetuar, determinando los comportamientos culturales. Buscar esta dimensión simbólica a partir de la representación fotográfica de la realidad, permite interpretar su mensaje como una escritura basada en un modelo estético al servicio de una determinada ética política. De hecho, como bien lo plantea Eliseo Verón, los medios, lejos de ser simplemente dispositivos de reproducción de un “real” al que buscan copiar fielmente, son, sobre todo, dispositivos de producción de sentido<sup>28</sup>.

---

<sup>27</sup> Lambert, Frédéric, *Mythographies. La photo de presse et ses légendes*, Paris, Edilig, 1986

<sup>28</sup> Verón, Eliseo, *El cuerpo de las imágenes*, Buenos Aires, Norma, 2001, p. 14/15.

## **Bibliografía**

- Aguilar, Gonzalo, « Televisión y vida privada », In Devoto, Fernando & Madero, Marta (eds.), *Historia de la vida privada en la Argentina III*, Buenos Aires, Taurus, 1999, 254/283 p.
- Anguita, Eduardo & Caparrós, Martín, *La voluntad. Una historia de la militancia revolucionaria en la Argentina. Tomo 3 (1973-1974)*, Buenos Aires, Booket, 2007.
- Ariès, Philippe, *Images de l'homme devant la mort*, Paris, Seuil, 1983.
- Baczko, Bronislaw, *Les imaginaires sociaux. Mémoires et espoirs collectifs*, Paris, Payot, 1984.
- Barbier, Frédéric & Bertho-Lavenir, Cathérine, *Histoire de médias: de Diderot à Internet*, Paris, Colin, 2003.
- Barthes, Roland, *Mythologies*, Paris, Seuil, 1957.
- Barthes, Roland, *La chambre claire: note sur la photographie*, Paris, Cahiers du cinéma / Gallimard, 1980.
- Barthes, Roland, « Le message photographique », In *L'obvie et l'obtus. Essais critiques III*, Paris, Seuil, 1982, 9/24 p.
- Beceyro, Raul *Ensayos sobre fotografía*, Buenos Aires, Paidós, 2003.
- Belting, Hans, *Pour une anthropologie des images*, Paris, Gallimard, 2004.
- Belting, Hans, *La vraie image. Croire aux images?*, Paris, Gallimard, 2007.
- Benjamin, Walter, « Petite histoire de la photographie », *Etudes photographiques*, N°1, Novembre 1996, 7-29 p.
- Benjamin, Walter, *L'oeuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Paris, Allia, 2007. (1re. éd. 1935).
- Bonnell, Victoria, *Iconography of Power. Soviet Political Posters under Lenin and Stalin*, Los Angeles, University of California Press, 1997.
- Burke, Peter, *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*, Barcelona, Crítica, 2005.
- Cezanave, Elisabeth & Ulmann-Mauriat, Caroline, *Presse, radio et télévision en France: de 1631 à nos jours*, Paris, Hachette, 1995.
- Chartier, Roger, *El mundo como representación. Historia cultural entre representaciones y prácticas*, Barcelona, Gedisa, 1995.
- Costábile, Alejandro, *El descamisado: revista semanal de actualidad política; órgano de prensa de Montoneros*, Tesina de Licenciatura de Ciencias de la Comunicación Social, Buenos Aires, UBA 1997, 92 p.
- Cristiá, Moira, « Estética y política ¿Discursos visuales?. Reflexiones en torno a la imagen y a los imaginarios sociales en Cristianismo y Revolución (1966-1976) », *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*, 8, puesto en línea el 13/12/2008, disponible en: <http://nuevomundo.revues.org/index45073.html>
- Cucchetti, Humberto, « Redes sociales y retórica revolucionaria: una aproximación a la revista Las Bases (1971-1975) », *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*, 2008, puesto en línea el 13/12/2008, disponible en: <http://nuevomundo.revues.org/index43252.html>
- D'Almeida, Fabrice & Delporte, Christian, *Histoire des médias en France. De la Grande Guerre à nos jours*, Paris, Flammarion, 2003.
- Didi-Huberman, Georges, *Ce que nous voyons, ce qui nous regarde*, Paris, Minuit, 1992.
- Gené, Marcela, *Un mundo feliz. Imágenes de los trabajadores en el primer peronismo 1946-1955*, Buenos Aires, FCE, Universidad San Andrés, 2005.
- Gené, Marcela, « El descamisado. Representaciones gráficas en el primer peronismo », *UNSAM*, puesto en línea 2006, disponible en: [www.unsam.edu.ar/home/material/gene.pdf](http://www.unsam.edu.ar/home/material/gene.pdf)

- Gené, Marcela, « Los rostros del General Perón. Del retrato protocolar a la caricatura », *Prohistoria*, año 9, nro. 9, Primavera 2005, 83/108 p.
- Gervereau, Laurent, *Les images qui mentent : histoire du visuel au XXe siècle*, Paris, Seuil, 2000.
- Gervereau, Laurent, *Voir, comprendre, analyser les images*, Paris, La Découverte, 2000.
- Lambert, Frédéric, *Mythographies. La photo de presse et ses légendes*, Paris, Edilig, 1986.
- Lara Lopez, Emilio, « La fotografía como documento histórico, artístico y etnográfico: una epistemología », *Revista de Antropología Experimental*, N°5, puesta en línea 2005, disponible en: <http://www.ujaen.es/huesped/rae/articulos2005/lara2005.pdf>
- Malvano, Laura, « Le mythe de la jeunesse à travers l'image. Le fascisme italien », In Levi, Giovanni & Schmitt, Jean-Claude (eds.), *Histoire des jeunes en Occident. L'époque contemporaine*, II, Paris, Seuil, 1996, 277-308 p.
- Martin, Laurent, *La presse écrite en France au XXème siècle*, Paris, Librerie Générale Française, 2005
- Mercier, Arnaud, ed., *La communication politique*, Paris, CNRS éditions, 2008.
- Ramonet, Ignacio, *Propagandes silencieuses (masses, télévision, cinéma)*, Paris, Gallimard, 2004. (1ère.ed. 2000).
- Sigal, Silvia & Veron, Eliseo, *Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*, Buenos Aires, EUDEBA, 2003.
- Sontag, Susan, *On Photography*, New York, Picador, 1977.
- Sontag, Susan, *Regarding the Pain of Others*, New York, Picador, 2003.
- Tisseron, Serge, *Le mystère de la chambre claire. Photographie et inconscient*, Paris, Champs arts, 1996.
- Verón, Eliseo, *El cuerpo de las imágenes*, Buenos Aires, Norma, 2001.
- Zimmermann, Laurent, ed., *Penser par les images. Autour des travaux de Georges Didi-Huberman*, Paris, Cécile Defaut, 2006.
- Zunzunegui, Santos, *Pensar la imagen*, Madrid, Cátedra, 1992.