



**Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación**

**Título del documento: Donde hubo fuego: sensacionalismo, política y representación de lo popular en el diario Noticias de Montoneros (1973-1974)**

**Autores (en el caso de tesis y directores):**

**Gonzalo Ramiro Vásquez**

**Lila Luchessi, tutora**

**Datos de edición (fecha, editorial, lugar,**

**fecha de defensa para el caso de tesis): 2010**

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.  
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.  
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: [https://creativecommons.org/choose/?lang=es\\_AR](https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR)



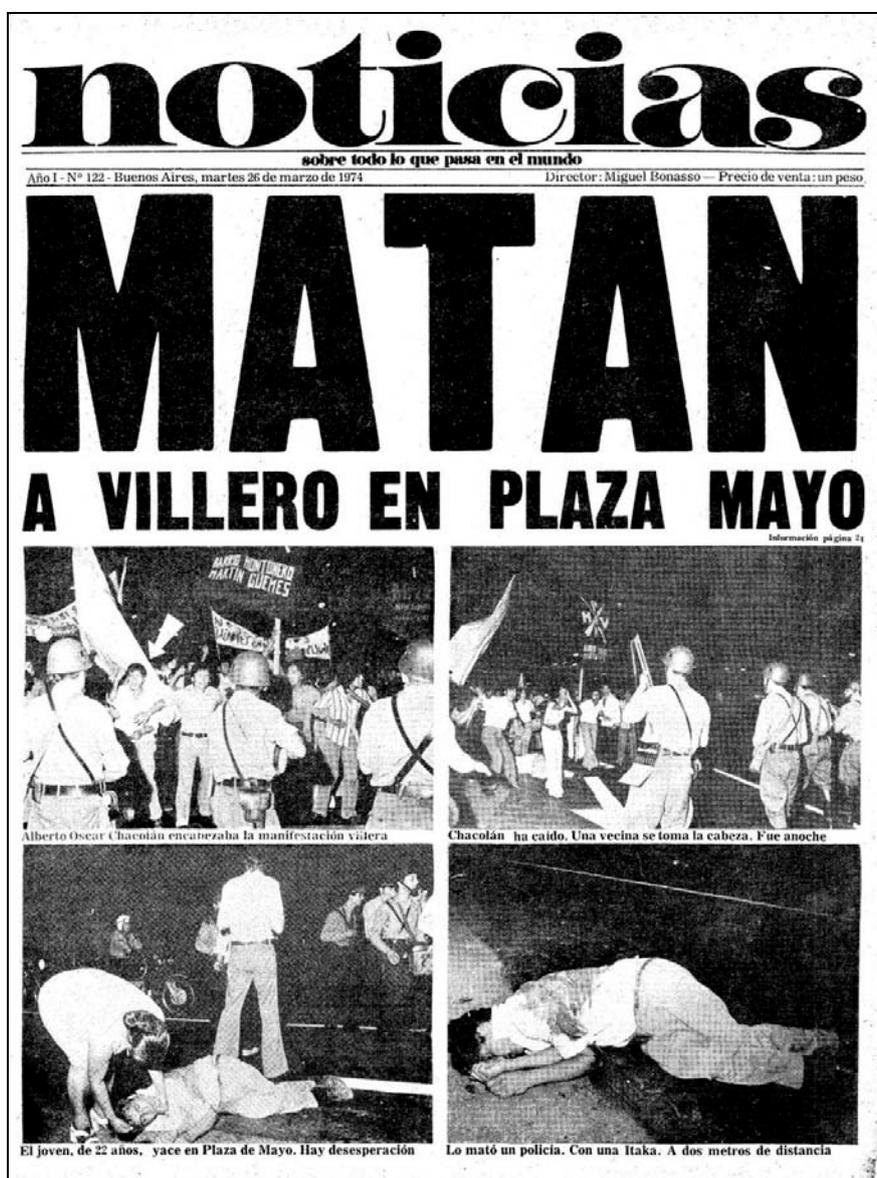
UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES  
Facultad de Ciencias Sociales  
Carrera de Ciencias de la Comunicación  
Taller Anual de la Orientación en Periodismo  
Cátedra: Osvaldo Baigorria

TESINA DE LICENCIATURA  
Tutora: Lila Luchessi

Gonzalo Ramiro Vásquez

# DONDE HUBO FUEGO

Sensacionalismo, política y representación de lo popular  
en el diario *Noticias* de Montoneros (1973-1974)



BUENOS AIRES  
MAYO DE 2010

# DONDE HUBO FUEGO. Sensacionalismo, política y representación de lo popular en el diario *Noticias* de Montoneros (1973-1974)

Gonzalo Ramiro Vásquez

## INDICE

INTRODUCCIÓN.....	4
La redacción: de militantes y periodistas.....	5
“El diario que la madurez del pueblo se merece” .....	9
Marco histórico-político: “Tenso clima” .....	14
Estado del arte. Los trabajos previos sobre <i>Noticias</i> .....	21
<i>Noticias</i> por Cecilia De Dann (1998) .....	23
<i>Noticias</i> por Gabriela Esquivada (2004) .....	24
<i>Noticias</i> por Gabriela Esquivada (2009) .....	25
Perspectiva y metodología de análisis.....	26
Las matrices culturales presentes en la prensa popular de masas.....	33
Algunas precisiones sobre los <i>tipos de prensa</i> .....	35
El problema de lo popular.....	40
LA CONSTRUCCIÓN DE UNA INTERPELACIÓN POPULAR EN <i>NOTICIAS</i> .....	43
LA CENTRALIDAD DE LA GRÁFICA EN LAS TAPAS.....	44
Tipografía y cuerpos de letra: el gran titular.....	46
Organización gráfica y jerarquización de las tapas. tipología.....	48
Tipología de las tapas.....	49
1. Tapa por contraste.....	50
2. Tapa doble énfasis.....	50
3. Tapa foto vertical.....	51
4. Tapa foto completa.....	52
5. Tapa tipográfica I.....	53
6. Tapas tipográficas II: multitítulos.....	53
El gran titular sensacionalista es político.....	54
NUEVAS APROPIACIONES Y APORTES PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UNA INTERPELACIÓN POPULAR. LA REPRESENTACIÓN DE LO POPULAR EN <i>NOTICIAS</i> .....	56
UNA REPRESENTACIÓN DIVERSA. Fotografía, títulos menores, epígrafes y secciones.....	56
Fotografía: la diversidad jerarquizada.....	57
Pequeños titulares en tapa.....	63
“Noticias deportivas”... o “Puré con Mantequilla”.....	64
POLITIZACIÓN DE LA VIDA COTIDIANA POPULAR Y DRAMATIZACIÓN DE LA POLÍTICA (SENSACIONALISMO POLÍTICO).....	67
La representación y jerarquización de los sectores populares.....	69
La irrupción del sujeto popular en tapa.....	70
“Se embromaron los pobres”.....	71
“Angustia de una esposa” .....	78
“Pavoroso incendio”: se movilizó Pompeya .....	80
Tensiones entre diversidad y homogeneidad en las portadas.....	83
Las <i>noticias del país</i> son policiales.....	85
EPÍLOGO: A MODO DE CONCLUSIÓN O RECOMIENZO.....	96
BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA.....	102
ANEXOS	
I. TAPAS. Todas las portadas de <i>Noticias</i>	
II. CRONOLOGÍA. Selección de hechos histórico-políticos y prensa 1945/1983.	

## AGRADECIMIENTOS

A mi amor Jaz, por todo  
A mis queridos viejos poetas Elba Marchisio y Rafael Vásquez  
A los hermanos Coque Condomí y Pablo Salomón por su amistad y sus ideas  
A los Habitúes por la comprensión y el homenaje carnavalero a *Noticias*  
A Momo (él sabe)  
A Judith Said por la paciencia y las puertas  
A Rodolfo Rapetti y su equipo por la Piedra Verde y la digitalización  
A Gandhi y Aarón Cytrynblum de Página12 por el material y la confianza  
A Lilia Ferreyra por la puerta que me abrió  
A Guillermo Sunkel por su maravilloso libro y por la increíble forma en que llegó  
A Pablo Alabarces por el cuadernillo del inconseguible Sunkel  
A Cora Gamarnik por la predisposición y los contactos  
A Julio Menajovsky por sus miradas y por la Piedra Rápida  
A Carlos Flaskamp por sus libros y conversaciones  
A mis compañeras del Archivo Nacional de la Memoria por la paciencia y el apoyo:  
Isabel Fernández Blanco, Patricia Sánchez de Bustamante, Ana María Cacavelos  
A Lila Pastoriza por el dato  
A Gabriela Esquivada por sus enormes trabajos y su entrañable libro  
A Cecilia de Dann por facilitarme su tesina  
A Ana Abramovich por las puntas  
A mi tutora Lila Luchessi, por el aguante (aunque suene poco académico)

A todos los que hicieron ese inigualado diario que fue *Noticias*  
pero especialmente a los maestros...

A los que vean la actualidad del proyecto y se lancen a nuevos viajes

A los compañeros y compañeras detenidos-desaparecidos

G.V.

## INTRODUCCIÓN

*Noticias* constituyó una experiencia político-periodística singular. El diario que la organización peronista revolucionaria Montoneros sacó entre noviembre de 1973 y agosto de 1974 para competir con el sensacionalista *Crónica*, llegó a tirar un promedio de 120 mil ejemplares y a ubicarse entre la prensa más leída a nivel nacional durante sus nueve meses de existencia.<sup>1</sup>

Si bien dependía de Montoneros, el proyecto no fue pensado como un órgano de difusión partidario -al momento de su salida la organización ya publicaba el semanario *El Descamisado*, que contaba con un amplio lectorado conformado por militantes de las diversas corrientes de la izquierda peronista- sino como un matutino comercial de información general y de llegada masiva a los sectores populares.

De hecho su nombre y su “lema” (“sobre todo lo que pasa en el mundo”, ubicado siempre en tapa y contratapa al pie del isologotipo “noticias”, en minúscula), parecían más bien orientarlo a ese territorio pretendidamente neutral que proclama para sí buena parte de la prensa comercial tradicional, a la vez que se alejaba de los posicionamientos explícitamente militantes de los periódicos partidarios.<sup>2</sup>

Más aún, *Noticias* nunca reveló su pertenencia a Montoneros, lo cual daba cuenta, por un lado, del perfil periodístico y político más abierto que se buscó darle a la publicación, tanto por sus destinatarios como por su estilo, pero también, por la conformación de una redacción integrada por profesionales que en muchos casos no pertenecían a la organización. Y al mismo tiempo, en tanto forma de asegurar la perdurabilidad del proyecto en un contexto cada vez más hostil, como veremos.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> *Noticias* estuvo en la calle desde el 21 de noviembre de 1973 hasta el 27 de agosto de 1974, fecha en que se lo clausura por decreto de la entonces presidenta María Estela Martínez de Perón. Durante sus nueve meses y seis días de existencia, fueron editados los 266 números que constituyeron nuestro corpus. Al final del presente trabajo, se incluye un anexo con todas las tapas del diario y las de su suplemento deportivo, que era la portada de todos los lunes a partir del mes de febrero.

<sup>2</sup> Los lemas asociados a las marcas de los diarios expresan de manera sintética su misión y los principios que serán defendidos por el medio. Suelen ser frases cortas que construyen una identidad y buscan perdurar en el tiempo (a diferencia de los eslóganes publicitarios) y que, por lo general, tienen sentido con autonomía de la marca, aunque remitan a ella y, fundamentalmente, al medio. En el caso de la prensa popular (ver apartado sobre “tipos de prensa”), como señala Sunkel (1985), habitualmente expresan una determinada “opción frente al pueblo”, en la línea de la difundida sentencia que nuestro *Crónica* (1963) copió de su par sensacionalista chileno *Clarín* (1954): “Firme junto al pueblo”. En el caso de *Noticias*, la frase elegida no tiene autonomía, su sujeto es la marca del diario y el “lema” (amplio y bastante neutro, en apariencia) recién se completa con la lectura del conjunto: “noticias sobre todo lo que pasa en el mundo”.

<sup>3</sup> La aparente contradicción de una prensa política que no explicita su origen, no obstante, emparentaría a *Noticias* con el posicionamiento de la mayor parte de la prensa comercial, que no explicita su adscripción o identidad política, su pertenencia a -o sus vínculos con- sectores de poder, ni sus intereses comerciales. Pero lo diferente en *Noticias* era que, si bien *también* era un diario comercial de información general, su posicionamiento político en sentido amplio (no restringido a lo partidario) era claro y explícito. Y su proyecto, a la vez periodístico y político, no se regía por el lucro: el objetivo era llegar masivamente a los sectores subalternos (en términos de Gramsci) con un diario de calidad. Montoneros garantizaría la financiación y, si el proyecto llegaba a autosustentarse (como efectivamente ocurrió), mejor.

En este sentido, y a pesar de su corta vida, el diario sobrevivió varios meses al cierre de casi todos los semanarios de la izquierda peronista (*El Descamisado* y *El Peronista*, de Montoneros; *Militancia* y *De Frente*, del Peronismo de Base, entre los más destacados) y del vespertino *El Mundo* que por entonces editaba el ya ilegalizado PRT-ERP.<sup>4</sup>

No obstante, padeció incontables amenazas y hasta un atentado explosivo que el 9 de marzo de 1974 destruyó gran parte de la fachada del edificio donde funcionaba la redacción.

### **La redacción: de militantes y periodistas**

Para planificar y conducir el proyecto, Montoneros convocó en agosto de 1973 a un prestigioso grupo de periodistas y escritores, que a su talento y trayectoria en los más importantes diarios y revistas de los últimos quince años y al reconocimiento político, intelectual y literario, le sumaban otra cualidad: eran notables cuadros políticos de la organización.

Así fue que la dirección colegiada quedó a cargo de Rodolfo Walsh, Juan Gelman, Paco Urondo, Horacio Verbitsky y Miguel Bonasso. Este último era el único que figuraría formalmente a cargo del diario.<sup>5</sup>

Rodolfo Walsh, autor de *Operación Masacre*, *El caso Satanowsky*, *¿Quién mató a Rosendo?*, y del cuento "Esa mujer", entre otras grandes obras de la literatura y el periodismo argentino, fundador de la agencia cubana de noticias *Prensa Latina* y responsable entre 1968 y 1970 del semanario *CGT* (fundamental antecedente de prensa política y popular), también estaría a cargo de dos secciones de *Noticias*: "Policiales" e "Información general", esta última, dedicada a dar cuenta de la vida

---

<sup>4</sup> Al igual que *Noticias*, *El Mundo* tampoco explicitaba su pertenencia a la mayor organización político-militar de extracción marxista, el Partido Revolucionario de los Trabajadores y su brazo armado, el Ejército Revolucionario del Pueblo. *El Mundo* fue lanzado poco antes que el diario de Montoneros, en agosto de 1973 y, más allá de las notorias diferencias de estilo entre ambos periódicos (que emparentaban enunciativamente al vespertino con la prensa partidaria más clásica), también se planteó la llegada a públicos más amplios que el de la propia militancia. Fue clausurado el 14.03.74. "En el caso de *El Combatiente* y de *Estrella Roja*, órganos de prensa del PRT y del ERP respectivamente, se editaron siempre de manera clandestina, salvo entre junio y septiembre de 1973 en que su publicación fue permitida" (Seoane, 1992: 371-372). Durante las dictaduras de la "Revolución Nacional" que antecedieron al breve gobierno democrático de Cámpora, el PRT-ERP permaneció ilegalizado. Y luego de reanudar las acciones armadas durante el interinato constitucional de Lastiri (ataque al Comando de Sanidad del Ejército el 06.09.73), volvió a ser declarado ilegal mediante un decreto firmado luego del asesinato por Montoneros del secretario general de la CGT, José Ignacio Rucci, el 25.09.73.

<sup>5</sup> Su nombre aparecía en cada portada, en la línea que además incluía el número de edición, la fecha y el precio, ubicada al pie del isologotipo-lema. *Noticias* costaba un peso, al igual que *Crónica*. Inflación mediante, fue aumentando su valor hasta llegar al precio de \$ 1,80 de los últimos números.

cotidiana de los sectores populares y, en especial, de los habitantes de las villas de emergencia: sus padecimientos, sus expectativas, sus proyectos y sus luchas.

El poeta Juan Gelman, luego de una extensa experiencia periodística que más recientemente transitaba por la secretaría de redacción de la revista política y cultural *Crisis*, dirigida por Eduardo Galeano, y que venía de dirigir el suplemento literario del diario *La Opinión* de Jacobo Timerman, ocuparía la jefatura de redacción de *Noticias*.

El otro gran poeta, Paco Urondo, el 25 de mayo había salido en libertad durante el “Devotazo” que coronó la asunción presidencial de Héctor Cámpora, luego de entrevistar en la cárcel a los sobrevivientes de Trelew en lo que sería su libro *La patria fusilada*. También había pasado fugazmente por la dirección del departamento de Letras de la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA durante la gestión de Rodolfo Puiggrós. El militante de las FAR (Fuerzas Armadas Revolucionarias), que acababan de fusionarse con Montoneros, sería el responsable político de *Noticias*, en tanto nexos con la Conducción Nacional de la nueva organización.<sup>6</sup>

No obstante, Urondo fue el único de los integrantes del grupo fundador que no permaneció hasta el final del proyecto, ya que fue removido del diario por diferencias con la conducción. Según Esquivada, se esgrimió como excusa una infidelidad conyugal pero en realidad el perfil de intelectual crítico de Urondo nunca fue demasiado compatible con el verticalismo incondicional exigido por los responsables de la organización y fue reemplazado por Norberto Habegger como subdirector y “comisario político” del proyecto.<sup>7</sup>

Tal como señala Bonasso (2000), en coincidencia con los testimonios recogidos por Esquivada, las tensiones entre la dirección del diario y la línea de la conducción política de Montoneros fueron permanentes, lo cual, como veremos, se evidencia con frecuencia en un cambio de estilo en las páginas del diario.

De los restantes responsables de la dirección colegiada, Horacio Verbitsky había llevado adelante con Walsh y Rogelio García Lupo el periódico *CGT*, además de haber

---

<sup>6</sup> La Conducción Nacional de Montoneros al momento del asesinato de Rucci (25.09.73), mientras en paralelo se proyectaba el lanzamiento de *Noticias*, tenía ocho integrantes: Firmenich, Hobert, Perdiá y Yager, provenientes de Montoneros; Quieto, Roqué y Osatinsky, que venía de FAR; y Horacio Mendizabal, de Descamisados (Amorín, 2005).

<sup>7</sup> Además de los testimonios del cuaderno de bitácora de Bonasso (2000), publicado como *Diario de un clandestino*, y salvo excepciones que aclararemos, la mayor parte de la información referida al funcionamiento general del diario y su relación con la conducción política de Montoneros, fue extraída de los trabajos de Gabriela Esquivada (2004 y 2009) sobre *Noticias*. Estos trabajos -y en menor grado, la pionera tesina de Cecilia de Dann (1998)- dan cuenta exhaustivamente y a partir de entrevistas a los protagonistas, de los antecedentes del proyecto, del funcionamiento de la redacción y de las tensiones entre la línea “periodística” y la de la organización político-militar, entre otras cuestiones. Más adelante ampliaremos las diferencias y la complementariedad con nuestro abordaje en el apartado “Estado del arte”.

sido secretario de redacción de los dos últimos proyectos de Timerman: el semanario *Confirmado* desde 1965 y el diario *La Opinión* a partir de 1971. Ahora sería además editor de la sección de política nacional en *Noticias*.

Y el director Bonasso, la cara pública y visible del diario, luego de su paso por la redacción de *La Opinión* y de comandar la campaña del FREJULI -que llevaría a Cámpora a la presidencia y a Perón al poder- tras las elecciones del 11 de marzo de 1973.

En ningún lugar se consignaba el *staff* del diario y las notas iban sin las firmas de los periodistas. Sólo se identificaba la autoría en los artículos de opinión de algunas personalidades políticas o deportivas. Por ejemplo, el entrenador César Luis Menotti firmaba una columna político-futbolística y el corredor Oscar Gálvez colaboraciones con “consejos para manejar en las rutas”.

También fueron firmadas algunas crónicas sobre fútbol del editor de la sección de deportes, Mario Stilman (sobre todo durante el Mundial disputado en Alemania en 1974) y, excepcionalmente, una serie de artículos de Rodolfo Walsh sobre la “Revolución Palestina” entre junio y julio del mismo año; y una cobertura especial de Verbitsky desde el Perú de Velasco Alvarado, que ameritó un suplemento especial de ocho páginas sobre la situación de la prensa en ese país.

Si bien probablemente influyeron cuestiones de seguridad frente a las crecientes amenazas y ataques contra la prensa y la militancia de izquierda por parte de los grupos de choque de la derecha<sup>8</sup>, coincidimos con Gabriela Esquivada (2009) en que la decisión de no consignar las “grandes firmas” que escribían en *Noticias* al mismo tiempo tenía que ver con su encuadramiento en un proyecto político colectivo.

El artista plástico Oscar Smoje, jefe de diseño y fotografía, fue responsable de la identidad gráfica del diario, como anteriormente lo había sido del semanario *CGT*.

El resto de los editores de secciones fueron: Eduardo Suárez, gremiales; Pablo Piacentini, internacionales; Mario Stilman, deportes; Carlos Tarsitano, espectáculos; Luis Arana, turf. A cargo de la prosecretaría de redacción y por un breve lapso, estuvo Pablo Giussani.

---

<sup>8</sup> El mismo 21 de noviembre de 1973 en que *Noticias* salió a la calle, la organización paraestatal “Triple A” -comandada por el hombre fuerte y Ministro de Bienestar Social de Perón, José López Rega- atentó contra el senador radical Hipólito Solari Yrigoyen, causándole graves heridas. Si bien se sospecha su responsabilidad en atentados previos, fue la primera vez que las Tres A reconocieron la autoría. El parlamentario y defensor de presos políticos se oponía al proyecto de modificación de la ley de asociaciones profesionales, favorable a los sindicatos aliados con el gobierno. El cambio en la norma también era rechazado por Montoneros, ya que limitaba las perspectivas de las comisiones nucleadas en la Juventud Trabajadora Peronista en su disputa con la burocracia sindical. Fue sancionado a los pocos días.

Según Esquivada (2009: 142), “en ocasiones participaban del cierre de Política el sociólogo Roberto Carri y el antropólogo Guillermo Gutiérrez, académicos de las Cátedras Nacionales”. Y entre redactores y colaboradores: Sylvina Walger, Carlos Ulanovsky, Luis Guagnini, Roberto Guareschi, Silvia Rudni, Zelmar Michelini, Alicia Barrios, Alicia Raboy, Jorge Carnevale, Carlos y Horacio Eichelbaum, Leopoldo Moreau, Marcelo Gelman, Patricia Walsh y Martín Caparrós, entre otros.

Los fotógrafos, inicialmente a cargo de Smoje y luego de Carlos Bosch, fueron Hugo Rodríguez, César Cichero, Eduardo Grossman, Víctor Steimberg, Tito La Penna, Aldo Alessandrini, Cristina Bettanin, Paulo Santiago y Gerardo Horowitz.

En Diagramación, Eduardo Mezzadra y a cargo de la seguridad, el histórico militante peronista y sobreviviente de los fusilamientos de José León Suárez de junio de 1956, Julio Troxler.<sup>9</sup>

Por último destacaremos la participación Héctor Germán Oesterheld, maestro de guionistas, creador de *El Eternauta* y miembro del área de prensa de Montoneros, que publicó diariamente la historieta de ciencia-ficción política “La guerra de los Antartes”, con dibujos de Gustavo Trigo, sobre una invasión extraterrestre a América Latina, con el acuerdo de las potencias imperialistas. Es una Sudamérica revolucionada, que resiste.<sup>10</sup>

La tira se publicó por primera vez el 27 de febrero de 1974, luego de ser anunciada durante varios días en el diario. Ocupaba el tercio inferior de la página de humor gráfico y siempre fue muy jerarquizada. Diría sobre ella Pablo de Santis (1998: 10), en la introducción a su edición en libro, luego de años inhallable, que “no hubo otro texto de la izquierda peronista que trabajara, en forma de ficción, sus proyecciones políticas”.

La página de chistes y humor gráfico (“noticias y entretenimientos”<sup>11</sup>) contó regularmente con un chiste de Napoleón<sup>12</sup>; Tabaré, con sus ácidas viñetas “El mal humor”; y Pancho, con la tira “El Ñato Miguel”. A su vez, se alternaban con frecuencia los chistes de Blankito, Ziraldo, Néstor y Jaguar.

---

<sup>9</sup> Todos los datos del *staff*, como ya señalamos, en Esquivada (2004: 132-133 y 2009: 142-143).

<sup>10</sup> Durante casi toda la publicación de la tira, Oesterheld firmó con el seudónimo “Francisco G. Vázquez”, aunque en las cinco primeras entregas (del 27.02 al 03.03.74 inclusive) se consignaron sus iniciales y su apellido verdadero: “H.G. Oesterheld”. También en los anuncios de la historieta durante los días previos, se destacó el nombre real del guionista.

<sup>11</sup> Se ubicaba en la retiración de contratapa, salvo durante el Mundial de fútbol en que migró a la contratapa del suplemento. Según las épocas, la página también incluía el horóscopo y una breve columna con consejos y sugerencias de lo más diversos (“Rebusques y otras yerbas”).

<sup>12</sup> León Napo o Monghiello Ricci: a su vez dibujante de la primera versión de “La guerra de los Antartes”, publicada de 1970 en la revista *2001* y que también quedó inconclusa (De Santis, Pablo: 1998: 9).

Desde el 27.02.74, junto con la llegada de Oesterheld al diario y anunciado el día anterior con bombos y platillos, también se sumaron las viñetas del gran Oski, feroces críticas a los regímenes de explotación, desde la conquista de América hasta el capitalismo actual: "El créase o no del sudor (ajeno)".

### **“El diario que la madurez del pueblo se merece”**

Si bien *Noticias* nunca tuvo editoriales<sup>13</sup>, todas sus páginas, empezando por las tapas, con su enorme tipografía y sus importantes fotos, sus agudos epígrafes, sus breves titulares, expresaban fuertes posicionamientos que combinaban elementos característicos de la prensa sensacionalista y de la prensa política.<sup>14</sup>

En realidad, la línea editorial se construía a partir de elementos y estrategias múltiples y diversos, que se valían de lo verbal pero en una relación de paridad enunciativa con las imágenes y el conjunto de la gráfica.<sup>15</sup>

Desde un comienzo *Noticias* se autodefinió explícitamente como un diario “peronista”, “popular” y orientado hacia la “liberación nacional”. Pero este posicionamiento, que se evidenciaba en el conjunto de sus artículos y era notorio en ciertos títulos, epígrafes y fotos de tapa (sobre todo en relación con el carácter popular y peronista), no se expresó en ningún texto de presentación del diario.

Aunque cada tanto, alguna comunicación a los lectores ameritaba la explicitación. Así, en la contratapa de su séptimo número, del martes 27 de noviembre de 1973, se les pide disculpas (también a vendedores y anunciantes) ya que la edición del día anterior no llegó a distribuirse por problemas con la imprenta. En este breve texto, titulado “A los lectores”, se enfatiza el carácter popular y el compromiso político y se evidencia el optimismo reinante en el nuevo emprendimiento periodístico: “la

---

<sup>13</sup> Aunque en ocasiones de máxima trascendencia política, podía incluirse alguna nota firmada por Bonasso y a veces sin firma. El “editorial” solía estar muy destacado. Un caso sin firma, fue utilizado para expresar el desacuerdo de *Noticias* (y de Montoneros, aunque no se explicitara) con el ataque por parte del PRT-ERP a la Guarnición Militar de Azul, en la contratapa del 21.01.74, al pie del discurso del propio Perón condenando los hechos. La jerarquización más notable fue el editorial firmado por “El Director” en la tapa tipográfica del 11.03, a un año del triunfo de Cámpora. Allí se critica el rumbo asumido por el gobierno aunque, como de costumbre en las publicaciones de Montoneros (y en este punto, *Noticias* no difiere), sin cuestionar explícitamente a Perón sino más bien a su entorno, “teoría del cerco” mediante. De todos modos, lo excepcional fue la existencia de un editorial y de un texto (además, muy extenso) cuando las tapas siempre tenían una gran foto y titulares.

<sup>14</sup> Ver apartado sobre *tipos de prensa*.

<sup>15</sup> En este sentido, tomamos de Romano (2004), una descripción que luego retomaremos en relación con la primera experiencia de “prensa ilustrada” popular y masiva a finales del siglo XIX y principios del XX: “*Caras y Caretas* fusionó en la tapa, una caricatura de actualidad, con un carácter opinante similar al de un editorial verboicónico” (434). Este carácter opinante y no sólo verbal sino fuertemente convocado desde la fotografía y la gráfica (incluimos aquí las tipografías y el diseño) pero fundamentalmente tramado en la dimensión de lo *verboicónico*, es una de las características nodales de la construcción enunciativa y de la interpelación de un lector popular en *Noticias*. Y como se verá, central para nuestro análisis.

dirección se considera obligada a dar esta explicación a quienes lo compran, lo venden o avisan en sus páginas y han permitido ya que un nuevo diario popular, serio y comprometido con el destino del país, inicie una marcha ascendente”.<sup>16</sup>

En el mismo texto se anuncia la resolución del inconveniente y, de modo grandilocuente, se identifica al lector: “queremos asegurar asimismo que se han tomado todos los recaudos necesarios para lograr que la presente edición, y las futuras, lleguen a manos del Pueblo”.<sup>17</sup> Se trata de la primera explicitación de su destinatario principal en el periódico. En este caso, además, se escribe “pueblo” con mayúsculas.

Sin embargo, la explicitación más notoria de la línea política, ideológica y periodística que tendría *Noticias* -y a la vez, su mejor síntesis-, no se publicaría en el diario sino en una importante campaña de afiches que anunció su salida a la calle y que recupera Miguel Bonasso:<sup>18</sup>

”Por fin el 1er diario... El primer diario en 18 años. El primer diario peronista abierto a todos los sectores que quieren la liberación. El primer diario que brindará toda la información, y no solamente la que conviene a sus editores. El primer diario para el 80 % del país. El primer diario popular con los materiales y los columnistas que la madurez del pueblo se merece. El primer diario argentino al que le interesa más Tucumán que Roma, Lima que Washington y Argel que Paris. El primer diario sin compromisos ni ataduras. Un diario para acertar a las carreras, con una completa cobertura deportiva, amplios servicios para toda la familia y las mejores historietas. Con las fotos más reveladoras y audaces y un tipo de impresión similar al de las buenas revistas. Lo hacen periodistas con experiencia y talento; comprometidos con su país y su tiempo. Pronto en su kiosco. Se llama *Noticias*, sobre todo lo que pasa en el mundo” (Bonasso, 2000: 138).

Guillermo Sunkel (1985), en su investigación sobre la representación del pueblo en los diarios populares de masas chilenos plantea como un elemento fundamental a la hora de identificar la unidad de su objeto de investigación -que reúne un corpus que

---

<sup>16</sup> *Noticias*, martes 27.11.73, pág. 24.

<sup>17</sup> *Ibíd.*

<sup>18</sup> Bonasso (2000) también recuerda que la campaña de afiches tuvo su correlato televisivo, en la voz de Antonio Carrizo. Con esto nos interesa destacar que la apuesta para la difusión del lanzamiento fue fuerte y que, junto con las características distintivas que tenía el diario (un estilo que además lo hacía muy visible en los kioscos de diarios), tal vez expliquen su vertiginosa ubicación entre los diarios más vendidos, con cifras que promediaban los 120 mil ejemplares. Aunque el autor de *El presidente que no* fue también destaca que la tirada estaba restringida por las limitaciones de la imprenta y las difíciles condiciones de producción en las que se desarrolló el proyecto (económicas pero sobre todo políticas: amenazas, atentados). Más detalles en Bonasso (2000) y Esquivada (2009). En su primer trabajo Esquivada (2004) le dedica un capítulo completo a la empresa editora del diario.

va de la prensa sensacionalista a la prensa militante de izquierda- la cuestión de la autodefinición del medio.<sup>19</sup>

Dice Sunkel: “el principio de unidad de los diarios populares de masas (...) consiste en que ellos asumen una determinada modalidad de representación de lo popular como el elemento que justifica su existencia, vale decir, todos ellos se autodefinen como diarios populares de masas. Es así que *El Siglo* se define como un ‘combatiente de primera fila’ y como un medio a través del cual ‘va a hablar el pueblo de Chile’; *Última Hora* se define a sí mismo ‘por la unidad de la izquierda y la defensa de los intereses populares’; *Clarín* construye su imagen como un diario que está ‘firme junto al pueblo’ y que va a desempeñar una función de ataque a ‘los enemigos del pueblo’; *La Tercera* se concibe a sí misma como ‘el diario que llega a todos los hogares’ y que buscará ‘el beneficio de los más humildes’; por último, *Puro Chile* se presenta como ‘un diario que está comprometido con la verdad del pueblo’” (1985: 126).

Es precisamente esta autodefinición la que, desde la perspectiva del autor, los posiciona como diarios populares de masas, en tanto establecen una determinada “función de representación” de los intereses populares y eligen dirigirse, desde ideologías, objetivos e ideas sobre el “pueblo” diversas, a lectores de los sectores populares. Ahora bien, el modo particular y diferencial en que cada uno lo haga es lo que, en definitiva, deberá indagarse con el análisis.

Por ejemplo, y en el trabajo de Sunkel esto es central, ¿qué tipo de actores populares representan y cuáles no? ¿En qué contextos? ¿Cuál es el lugar de la política y del conflicto? Y por último, uno de los ejes de nuestro abordaje, ¿qué modos de dar cuenta de lo popular se privilegian? Ya no solamente en el sentido de los actores representados (que también indagaremos) sino, fundamentalmente, en el nivel de las estéticas, los lenguajes y los maneras de decir que, desde la perspectiva de las teorías de la enunciación<sup>20</sup>, son las que alimentan la construcción del “contrato de lectura” (Verón, 1985) del medio.

Esto es, en el nivel del discurso, un determinado lugar *desde el que se habla* y desde el cual el medio construye una imagen de sí mismo y una imagen del lector al que se dirige, el enunciatario o “lector modelo” (Eco, 1993). Construcción que a la vez postula una relación entre las partes, que es el *contrato*.

---

<sup>19</sup> La investigación analiza los años previos al golpe de Estado de Augusto Pinochet, que derrocó el 11 de septiembre de 1973 al gobierno socialista de Salvador Allende.

<sup>20</sup> La enunciación es un nivel de funcionamiento del discurso y no una parte que sería destacable del resto (el contenido).

Verón (1985) presenta algunos ejemplos, como el del posicionamiento de un enunciador “objetivo e impersonal”, que “habla la verdad” y se dirige a un lector, también construido por el texto, más interesado en la información que en la opinión y que, en definitiva, necesita estar informado. Este modelo establecería una relación de desigualdad entre el enunciador que tiene el conocimiento y el enunciatario que lo desconoce.

Sin embargo, estas imágenes entre el que enuncia y su lector, no suelen constituir una única relación sino que, por lo general, se cruzan y amalgaman con posicionamientos y estrategias más complejos, aunque pueda predominar alguno.

Otro ejemplo es el del “enunciador pedagógico”, que también establece un desnivel, aún más notorio, entre las partes: “una que aconseja, informa, propone, advierte, brevemente, que sabe; la otra que no sabe y es definida como destinatario receptivo, o más o menos pasivo, que aprovecha” (1985).

Una tercera opción mencionada por el autor es la que, a diferencia de las anteriores, construye una relación de paridad entre la posición del que enuncia y del lector que postula: la “enunciación cómplice”, con estrategias que pueden ir desde la interpelación directa de un título (“¡CARAMBA! OTRA VEZ ‘METIMOS’ SIETE EN LA PLATA”<sup>21</sup>, habitual guiño en tapa para el lector “burrero” de *Noticias*, aunque simultáneamente da cuenta del “saber” del diario para las apuestas), la reunión de enunciador y enunciatario en un nosotros inclusivo o el uso de las preguntas (“¿ADONDE VAMOS A PARAR?”<sup>22</sup>), entre muchas otras.

Ahora bien, el contrato de lectura no se edifica solamente a través de los titulares o el lenguaje verbal sino en “todos los aspectos de la construcción de un soporte de prensa, en la medida en que ellos construyen el nexo con el lector: coberturas, relaciones texto/imagen, modo de clasificación del material redactado, dispositivos de “apelación” (títulos, subtítulo, copetes, etc.), modalidades de construcción de las imágenes, tipos de recorridos propuestos al lector (por ejemplo: cobertura-índice de temas-artículo, etc.) y las variaciones que se produzcan, modalidades de compaginación y todas las otras dimensiones que puedan contribuir a definir de modo específico los modos en que el soporte constituye el nexo con su lector” (Verón, 1985). Aunque dentro del conjunto, queremos destacar muy especialmente la relevancia de

---

<sup>21</sup> *Noticias*, 12.12.73, tapa. Los titulares se consignarán siempre en mayúsculas, al igual que en las portadas del diario. Las bajadas, epígrafes y extractos de notas, en minúsculas.

<sup>22</sup> *Noticias*, 05.12.73, contratapa.

las imágenes en la conformación del contrato, ya que es un aspecto central en nuestro estudio sobre *Noticias*.<sup>23</sup>

Por último, algo importante: esta relación construida por el texto, si bien está centralmente constituida por entonaciones, lenguajes, estilos, estéticas y elementos muchas veces considerados formales, es política e ideológica. Como señala Martini (2000: 106), “las modalidades que se usan y reconocen como adecuadas y legítimas para decir la noticia responden a una visión del mundo, por lo que el contrato se sustenta en una coincidencia (en diferentes grados) ideológica”.

Y de hecho, el acento del análisis desde la perspectiva enunciativa está puesto en los modos de decir precisamente porque un mismo tema o “contenido” puede ser abordado de maneras muy distintas, como puede verse cotidianamente con sólo comparar el tratamiento que hacen diferentes medios de comunicación en relación con los mismos hechos.

Aunque con esto no nos referimos solamente a los posicionamientos ideológicos y políticos más evidentes (si por ejemplo, comparásemos *La Nación* con *Página 12*) sino a los modos complejos y sutiles de decir y narrar, de representar los hechos, de construir las noticias, que nos permitan identificar y postular, por ejemplo, los diferentes lectores interpelados por *Crónica* y *Diario Popular*.

O, en relación con nuestro análisis, ¿qué diferenciaba a *Noticias* y *El Mundo*, más allá de su pertenencia a Montoneros y al PRT-ERP? Ambos eran diarios de izquierda que se plantearon llegar masivamente a un público de los sectores populares pero al mismo tiempo eran muy diferentes en sus modos de decir y construían un tipo de lector y de interpelación completamente distinta, muy evidente en sus tapas y formas de titular.<sup>24</sup>

Pero volvamos a la autodefinición de *Noticias* en los afiches del lanzamiento. Se plantea explícitamente como un diario “popular”, aunque no como cualquier diario sino como “el primero” que tendrá los materiales (textos, fotos) y los columnistas “que el pueblo se merece”. Un diario de calidad (periodística pero también técnica, en cuanto a su fotografía, su impresión) para un lector popular que merecía otra cosa, porque está maduro, seguramente desde un punto de vista político.

---

<sup>23</sup> Al respecto, dice Verón: “lejos de ser extrañas al contrato de lectura, las imágenes son uno de los lugares privilegiados donde ésta se constituye, donde el enunciador teje el nexo con su lector, donde al destinatario se le propone una cierta mirada sobre el mundo” (1985).

<sup>24</sup> No hemos encarado, en este caso, un estudio comparativo. Pero sería interesante un abordaje que ponga en relación las estrategias enunciativas de *Noticias* con las de *El Mundo* y *Crónica* entre 1973 y 1974.

A la vez, algo atípico para un diario comercial: se define como peronista. Y si bien recupera una tradición que remite al primer peronismo (luego de 18 años de proscripción), plantea que está “abierto a todos los sectores que quieren la liberación”: su carácter frentista y de izquierda. También expresado en la reivindicación de una perspectiva no sólo nacional sino tercermundista.

Y por último, la diversidad de su oferta: tendrá carreras, deportes, historietas y “servicios para toda la familia”. Una de las características de la prensa popular es precisamente su apelación a públicos amplios, a múltiples lectores.

Como señala Romano, en relación con la “revolución en la lectura” que produjo *Caras y Caretas* en la Buenos Aires de fines del siglo XIX y principios del XX, en tanto “primera revista ilustrada popular” dirigida a un público masivo: “su popularidad, en el sentido de cautivar a un amplio espectro de lectores, provino del nivel de heterogeneidad discursivo alcanzado, capaz de imbricar lo serio con lo cómico, lo curioso con lo tremendo, en un verdadero alarde heteroglósico. Sobre todo a causa de que ni lo verbal ni lo icónico estaban restringidos a una sola modalidad” (2004: 433).

Algo de esta interpelación amplia y heterogénea tendrá *Noticias*. Era un diario que combinada excelente información política con los mejores pronósticos hípicas. De un gran nivel profesional en todas sus secciones (ya hemos mencionado la jerarquía de sus periodistas) pero que a la vez privilegiaba ciertas zonas inhabituales en la prensa política aunque con un estilo que lo diferenciaba de la prensa comercial tradicional y la sensacionalista. Pero que de algún modo las amalgamaba a todas, recreándolas. Y por supuesto, la articulación *verboicónica* que, si bien constitutiva de todo soporte gráfico y de toda lectura, es en las “publicaciones ilustradas” (esto es, aquellas que comenzaron a dar mayor protagonismo a las imágenes, dibujos y fotografías) donde termina por darse el salto a la masividad y a la conformación de nuevos públicos pertenecientes en su mayoría a los sectores populares.

### **Marco histórico-político: “Tenso clima”<sup>25</sup>**

*Noticias* surge como un proyecto paradójico, ya que constituía una iniciativa político-comunicacional frentista y de masas en tiempos en que la conducción de Montoneros se orientaba cada vez más fuertemente en una dirección militarista y de vanguardia.

---

<sup>25</sup> Titular gigantesco de *Noticias* en la tapa tipográfica del 23.08.74. Tono grave y un estilo abstracto, inhabitual para el diario (su titulación, como veremos, era mucho más directa, su lenguaje para nada solemne), que dan cuenta de la época más cerradamente política y provocadora del final: cuatro días después sería clausurado.

Cuando empieza a planificarse el diario<sup>26</sup>, ya había pasado el suspiro de 49 días de la “primavera camporista” en que las organizaciones nucleadas en la Tendencia Revolucionaria<sup>27</sup> hegemonizada por Montoneros parecían haber llegado al gobierno, luego de que la masacre de Ezeiza arrasara a sangre y fuego con la más grande movilización popular de la historia argentina (se calculan dos millones de personas) y buena parte de las ilusiones políticas de la izquierda peronista.

El definitivo retorno de Perón tras 18 años de proscripción y exilio aquel trágico 20 de junio de 1973, luego de haber sido el eje de las luchas contra la dictadura -y de algún modo aglutinador de la interna peronista- evidenció de modo cruento el enfrentamiento que ya existía entre la derecha y la izquierda del Movimiento por la dirección política y los espacios de poder. Y en esa lucha, como en Ezeiza, la juventud radicalizada, que tanto había hecho por el regreso del líder pero que ahora quería marcarle el rumbo, terminaría corriendo la peor parte.

Al día siguiente, Perón desairó públicamente a los jóvenes y los responsabilizó por la violencia que había desatado sobre ellos la derecha. De ese modo, dejó clara cuál sería su posición en relación con la disputa interna.

Para entonces, y dando continuidad a un proceso que catapultó el crecimiento de la organización y su adhesión popular durante la campaña electoral, la política de Montoneros se focalizaba en el trabajo de base, la agitación política y la movilización social, con la convicción de que el fortalecimiento de la construcción de masas, los favorecería en la disputa de espacios de poder al interior del Movimiento y del nuevo gobierno.

---

<sup>26</sup> Recordamos que las primeras reuniones, según Bonasso (2000), se producen en agosto de 1973.

<sup>27</sup> Señala Anzorena que es entre el triunfo electoral de Cámpora el 11.03.73 y su asunción el 25.05, cuando comienza a acentuarse la disputa interna en el peronismo, ya por la ocupación de espacios en el próximo gobierno. Esta lucha por el poder se polariza básicamente entre los sectores juveniles y de izquierda, con Montoneros como principal referencia, por un lado; y por el otro, los sectores sindicales y políticos moderados y de derecha. Dice el autor: “después de haber logrado hegemonizar al sector juvenil, las direcciones de FAR y Montoneros -abocados a un proceso de fusión de las dos organizaciones- resuelven desarrollar estructuras similares (...) que les permitan una presencia en las ramas y estamentos del Movimiento, para impulsar desde allí una corriente interna que se conocería como Tendencia Revolucionaria” (1998: 212). Además de las ocho regionales de la Juventud Peronista (JP) en todo el país, en abril comienza el lanzamiento de las nuevas estructuras: Juventud Trabajadora Peronista (JTP); Juventud Universitaria Peronista (JUP); Unión de Estudiantes Secundarios (UES); Agrupación Evita o Rama Femenina; Movimiento Villero Peronista (MVP); Movimiento de Inquilinos Peronistas (MIP); entre las más importantes. Por último, siguiendo a Flaskamp, destacaremos el perfil de la militancia y de su inserción territorial: “la ‘tendencia revolucionaria’ era policlasista como el Movimiento que integraba. Es también erróneo verla como mera expresión de las clases medias radicalizadas. La Juventud Peronista, que trabajaba territorialmente con centro de gravedad en los barrios populares, agrupaba en sus filas a muchos jóvenes obreros y a otros que pertenecían a familias de trabajadores. Al lado de ellos estaban los sectores de clase media, especialmente estudiantes universitarios y secundarios (...) era la expresión auténtica de una corriente política -no de una clase- existente dentro del Movimiento Nacional” (2002: 95-96).

Incluso desde antes de Ezeiza, Montoneros venía poniendo en cuestión el propio liderazgo de Perón, a quien se pretendía imponer una conducción compartida, según un documento interno fechado en la primera quincena de mayo de 1973, previo a la asunción de Cámpora (Anzorena, 1988: 216-217).<sup>28</sup>

Ahora bien, además de que resultaba poco probable (si no imposible) que el máximo dirigente de masas de la historia argentina aceptara compartir su liderazgo con la Juventud, el proyecto del “Pacto Social”<sup>29</sup> de Perón -que se firma durante la gestión de Cámpora- llevaba implícita la desmovilización popular, exactamente el proyecto opuesto al que venía encarando Montoneros y que también se expresaba en la organización de corrientes sindicales antiburocráticas y de base, como la JTP.

De allí que además de cuestionar a la izquierda, Perón se citara a sí mismo en el discurso del 21 de junio: “Es preciso volver a lo que fue en su hora el apotegma de nuestra creación: de casa al trabajo y del trabajo a casa, porque sólo el trabajo podrá redimirnos de los desatinos pasados”.<sup>30</sup>

También explica que depositara tanta confianza para su proyecto en la figura del líder de la CGT, José Ignacio Rucci y de los principales dirigentes de la burocracia sindical y la derecha del movimiento. A poco de la masacre, Cámpora debe renunciar y todo está preparado para el tercer mandato de Perón.

En ese contexto de creciente enfrentamiento político, el 25 de septiembre de 1973, a dos días del triunfo electoral del líder con el 62% de los votos, se produce un hecho de consecuencias irreversibles: el asesinato de Rucci por Montoneros. La mayoría de las interpretaciones respecto del primer atentado que la organización no reconoció públicamente, postulan que la estrategia de Montoneros fue “apretar” a Perón y plantearle condiciones.

El efecto fue exactamente el opuesto. Y si después de Ezeiza la persecución de militantes de izquierda (sobre todo peronistas) se había incrementado, luego del atentado contra Rucci, se desató una cacería. La feroz represión originada por la derecha paraestatal conduciría a una espiral de violencia y muerte que culminó con el

---

<sup>28</sup> El documento citado por Anzorena se encuentra en Baschetti, Roberto (1995): *Documentos 1970-1973. De la guerrilla peronista al gobierno popular*, Ed. De la Campana, Buenos Aires.

<sup>29</sup> Se firma el 08.06.73 entre el gobierno, los sindicatos (Confederación General del Trabajo) y la cámara empresaria de la Confederación General Económica (CGE) y regirá hasta la muerte de Perón. Según Anzorena, es un “pacto corporativo” por medio del cual “se intenta el congelamiento de la lucha de clases y de la pugna sectorial en el país”, lo que implicaba que durante su vigencia “no se admitirían demandas salariales ni aumentos de precios”. Y agrega que en ese contexto, “el control del movimiento obrero y la inexistencia de cualquier sector díscolo es de vital importancia” (228).

<sup>30</sup> Citado en Anzorena (1998: 228-229)

terrorismo de Estado y el genocidio ejecutado por la última dictadura cívico-militar (1976-1983).<sup>31</sup>

Ahora bien, la tensión entre política y militarismo fue un dilema nodal para las organizaciones armadas de los '70, sobre todo a partir del nuevo escenario producido por la apertura democrática y los amplios triunfos electorales del peronismo en 1973.

Si bien a diferencia del PRT-ERP, Montoneros interrumpió la lucha armada para sumarse decididamente a la actividad política a partir de la campaña que llevó a Cámpora a la presidencia y durante los primeros meses del gobierno democrático, Flaskamp (2002) plantea que se trató más bien de un giro táctico que de una revisión estratégica.

En efecto, el autor y ex militante de la organización, plantea que ésta “comprendió que se estaba produciendo un desarrollo político que no figuraba en sus planes y al que era necesario adaptarse. Iniciada la campaña electoral, Montoneros se volcó al trabajo político, impulsando la apertura de unidades básicas desde las que se desarrollara una ‘tendencia’ que los apoyara y reivindicara como vanguardia armada del peronismo. El proceso que se estaba desarrollando pudo haber servido para un cuestionamiento de la estrategia de guerra popular y prolongada”, ya que “las luchas populares se estaban desarrollando por canales ajenos a la guerra” (2002: 78).

Flaskamp también destaca el predicamento que esta lógica militarista había generado en los sectores juveniles del movimiento, “que apoyaban a los montoneros precisamente por su actuación clandestina, reivindicándolos como los que habían sostenido la lucha contra la dictadura ‘en la primera línea del frente’. Así, aunque la ligazón con los sectores populares recién se hizo posible cuando los montoneros abandonaron su práctica unilateralmente militar, concentrándose en la acción política, el arrastre que rápidamente lograron en la juventud los remitía otra vez a aquella práctica heroica, cuya superación era la tarea del momento” (*Ibíd.*)

De hecho, para la conducción de Montoneros “la guerra seguía siendo el cauce principal del proceso político” y “la lucha armada no era vista como uno de los diversos medios de resistencia empleados por el pueblo, sino como el crisol de la vanguardia popular” (Flaskamp, 2002: 79)

---

<sup>31</sup> Feinmann (2007-2010: fascículo 129, página 4) destaca en su historia del peronismo que, mientras gobernó Perón “los crímenes de militantes de la izquierda peronista y del PRT-ERP habrán llegado a cincuenta”. Se refiere a asesinatos, ya que los ataques y amenazas fueron varios centenares. Y agrega que “muerto Perón, los asesinatos de la Triple A -que hay que contarlos casi hasta fines de 1975- llegaron -por lo bajo- a 1500”. Para una cronología más detallada de las agresiones contra la militancia de izquierda por parte de grupos armados paraestatales y sindicales, ver Bufano (2005).

Esta concepción tal vez explique que, en el contexto de la política de masas que venía dándose la organización, una decisión cupular, sin conocimiento ni aval de las bases y nulo respaldo popular, determinara el unilateral y extemporáneo retorno a las acciones armadas.

El marco ya no era el de la lucha contra la dictadura sino el de un régimen democrático, que estaba de hecho conducido por el propio Perón. El ataque, además de un durísimo desafío a su liderazgo, jaqueaba el proyecto de gobierno que tenía en Rucci a uno de sus pilares.<sup>32</sup>

Amorín (2005), ex dirigente de la organización, plantea sus cuestionamientos al atentado y lo enmarca en la situación de los trabajadores, que acababan de plebiscitar a Perón en las elecciones: “se había llegado al record de la participación del salario en el PBI. Esto es, que la clase obrera (...) pasaba por un momento de bonanza económica. Bonanza capitalista, pero bonanza al fin y al cabo. En lo que hacía a su bolsillo, los obreros en particular, y los asalariados en general, no tenían reproches para Rucci. Nada más lejos de la clase obrera que el asesinato de Rucci, al menos en términos coyunturales aunque yo creo que también en términos estratégicos.”

Amorín recupera un trabajo de Matilde Ollier<sup>33</sup>, que citaremos extensamente porque detalla con precisión dos grandes etapas en las que puede dividirse la historia de Montoneros: “una primera que va desde sus inicios hasta el '74; y una segunda, que comienza en esta época y llega hasta el derrumbe. Durante el primer período, desde la construcción de Montoneros hasta el '74, la estructura de la organización conserva las formas de la etapa de la conquista de las voluntades políticas, esto es, cómo llegar a la gente. La organización encuentra la mejor estructura organizativa en las UBR (Unidades Básicas Revolucionarias). Los mejores cuadros de las UBR salían a formar las UBC (Unidades Básicas de Combate). Era bastante democrática al principio y funcionaba a partir del mejor manejo del frente, del talento organizativo de cada uno, de la mayor capacidad de trabajo político. Si el nivel del compañero daba para hacerse combatiente se hacía, pero no perdía ni su frente, ni su inserción política, ni su relación social, ni su trabajo (...). En la segunda etapa se empieza a generar una estructura en la cual la responsabilidad de los frentes políticos empieza a ser asumida por los responsables militares. Por lo tanto, saber hacer tareas militares pasa a ser clave. Cercano al golpe del '76, esto se consagra en un documento y la dirección de los frentes queda a cargo de los cuadros militares (...). Durante el período de transición

---

<sup>32</sup> Para Anzorena, “los montoneros saben que matar a Rucci equivale a herir de gravedad el proyecto del líder, al menos su posibilidad de implementación. Y posiblemente por eso mismo lo ejecutan” (1988: 257)

<sup>33</sup> Ollier, Matilde (1998): *La creencia y la pasión*, Ariel, Buenos Aires.

entre ambas etapas, hay una disputa entre los cuadros tradicionales, que se ven a sí mismos como más cercanos a la política, y los cuadros militares -algunos de los cuales son gente nueva-, que pasan a disputar la conducción política a veces sin historia, sin antecedentes" (2005)

Juan Gelman también cuestiona el atentado del máximo dirigente sindical y expone las diferencias existentes al interior de Montoneros: "lo de Rucci no se hizo para despertar la conciencia obrera: se hizo en la concepción de tirarle un cadáver a Perón sobre la mesa, para que equilibrase su juego político entre la derecha y la izquierda (...) No formó parte de una concepción política con relación a las masas, sino de una estrategia cupular: hay concepciones políticas con relación a la masa que, por cierto, conducen al acto equivocado. Pero no es el caso de la muerte de Rucci, que no partió de ninguna concepción política de trabajo con la masa (...) sólo fue una jugada que nada tuvo que ver con la forma acertada de plantear la lucha (...)".<sup>34</sup>

Además, plantea una posición totalmente coherente con la línea que tendría *Noticias* y que nos permite retomar la cuestión de la paradoja que planteamos en el párrafo inicial de este apartado. En efecto, el que fuera su jefe de redacción señala que "el asunto era trabajar estrechamente con las masas ya que de ellas dependía el cambio de política y de programas".<sup>35</sup>

Pero más allá de que las dos estrategias (la línea política y de masas frente a la línea militarista y de cúpula) convivían conflictivamente al interior de la organización, nos parece relevante destacar estas tensiones y contradicciones que, como veremos, atravesarán todo el desarrollo de *Noticias*.

Al mismo tiempo, que el unánimemente cuestionado atentado contra Rucci se haya producido mientras la dirección colegiada de *Noticias* proyectaba lo que sería un diario de masas, frentista y popular no deja de sorprender.

Dice Bonasso (2000: 134), de los momentos previos al lanzamiento: "la Orga ya tiene su semanario *El Descamisado*, que tira 90.000 ejemplares. Pero vamos a por más. La 'línea' de la Orga tiene que estar todos los días en la calle y llegar a los laburantes".

Insistimos: la "línea de la Orga" la "bajaba" *El Descamisado* y sus continuadoras. Pero *Noticias* era mucho más que "bajar la línea" de Montoneros, más allá de que fuera un proyecto de la organización y también la expresara. Pero en todo caso, y tal

---

<sup>34</sup> Mero, Roberto (1988): *Conversaciones con Juan Gelman. Contraderrota, Montoneros y la revolución perdida*, Contrapunto, Buenos Aires. Citado en Anzorena (1988: 259-260)

<sup>35</sup> Gelman, Juan (1983): Reportaje en la revista *Caras y Caretas*, Buenos Aires, diciembre. Citado en Anzorena (1988: 260)

como lo recuerdan sus protagonistas, expresaba más bien esa otra línea interna, más política, que la de la conducción, aunque ésta muchas veces se filtrara y, en determinados momentos, avanzara muy fuertemente sobre el contrato de lectura predominante en el diario, como veremos.

Para concluir, citaremos algunos fragmentos y testimonios extraídos del primer trabajo de Gabriela Esquivada (2004), que dan cuenta de estas diferencias y tensiones entre la conducción de Montoneros y la dirección político-periodística de *Noticias*:

“Verbitsky reconoció que ‘recibían órdenes sobre cómo cubrir determinadas noticias’ y ‘una presión constante para que el diario fuera más bien de tipo agitador’; en la redacción, esas pretensiones de los dirigentes de Montoneros encontraban ‘una resistencia constante a hacer ese tipo de periodismo porque, si bien no cuestionábamos la línea general, no estábamos de acuerdo con hacer un diario propagandístico, *tachín-tachín*, sino que queríamos hacer un diario que le sirviera a la gente. *Noticias* es una obra cuidadosa, de calidad profesional, de seriedad informativa, siempre en el borde, siempre en el límite”.<sup>36</sup>

Dice Verbitsky: “Hubo muchos conflictos porque la conducción de Montoneros tenía como ejemplo *El Descamisado*. Eso era lo que a ellos les gustaba: la resolución disciplinaria, en la cual la línea orgánica bajada por la conducción política se sigue a rajatabla, donde los cuadros que ejecutan eso no son intelectuales o, si lo son, se subordinan acriticamente y producen esa revista vergonzosa, de estilo ramplón, prepotente, gritón, vulgar”.<sup>37</sup>

También Verbitsky, sobre las discusiones con la conducción: “Un tema motivo de muchas discusiones fue que en el diario había una sección de turf (...) Eso era un criterio periodístico: un diario que quería ser popular tenía que incluir el tipo de informaciones que en ese momento eran de consumo popular. Pero desde un punto de vista ideológico, eso era cuestionado”.<sup>38</sup>

Y por último, señala Bonasso: “Firmenich se quejaba de que salían pocos comunicados o noticias de los frentes de masas de la organización. En una reunión le dije: ‘Es mucho más importante que el diario llegue a los actores sociales antes que publique comunicados. Si nuestros frentes de masas actúan sobre el conflicto verdadero, su presencia se va a notar en el diario por su simple participación. Pero no

---

<sup>36</sup> Entrevista a Horacio Verbitsky, mayo de 2002. En Esquivada (2004: 124)

<sup>37</sup> *Ibíd.* (123-124)

<sup>38</sup> *Ibíd.* (124-125)

podemos convertir el diario en un reservorio de comunicados. No vamos a vender nada”.<sup>39</sup>

### **Estado del arte. Los trabajos previos sobre *Noticias***

Hasta no hace muchos años, las referencias bibliográficas al diario de Montoneros eran menores y fragmentarias. Alguna breve mención en las crónicas y testimonios sobre la militancia revolucionaria durante las décadas de los 60 y 70 como *La Voluntad* de Eduardo Anguita y Martín Caparrós (1997), la biografía de Héctor Cámpora de Miguel Bonasso (1997) o las memorias de Goyo Levenson (2000), que integró el grupo que organizó la empresa creada para editar *Noticias*.

También en investigaciones y ensayos históricos sobre la época y sobre Montoneros, de Richard Gillespie (1987), Oscar Anzorena (1988) y Roberto Baschetti, entre otros. O en la historia de la prensa en Argentina de Carlos Ulanovsky (1997).

Y en varios de los trabajos sobre la vida y la obra de Rodolfo Walsh de Roberto Ferro (1990), Baschetti (1994), Horacio Verbitsky (1985b), Daniel Link (1995), Natalia Vinelli (2000) y Eduardo Jozami (2006), entre otros.

Recién la edición de *Diario de un clandestino* de Bonasso (2000) jerarquizó la notable experiencia de *Noticias*, aunque en el marco de una novela testimonial (de hecho es la transcripción de un viejo diario personal que el autor encuentra 22 años después de los hechos que narra, en un viejo bolso olvidado tras su exilio en México) que reconstruye de modo personal la experiencia de su militancia en Montoneros.

No obstante, *Noticias* seguía sin ser investigado con la atención que merecía y reconstruir y recuperar su historia parecía no importarle demasiado a nadie.

Sin embargo, aunque sin demasiada difusión, dos años antes del *Diario...* de Bonasso, Cecilia de Dann (1998) realizó su tesina de licenciatura en Comunicación en la Universidad de Buenos Aires dedicada por completo al diario.<sup>40</sup>

Por nuestra parte, allá por 2002 y motivado por el libro del director de *Noticias*, comenzamos a esbozar un proyecto de libro en el marco del Taller Anual de la Orientación en Periodismo a cargo de Osvaldo Baigorria en la misma Carrera y que llegó a tener un subtítulo que sigue representándonos (“una experiencia de periodismo revolucionario, una revolucionaria experiencia periodística”), aunque ahora el enfoque

---

<sup>39</sup> Entrevista a Miguel Bonasso, octubre de 2001. En Esquivada (2004: 122)

<sup>40</sup> De Dann, Cecilia (1998): *Militancia y periodismo: Noticias (sobre todo lo que pasa en el mundo)*, tesina de grado de la licenciatura de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

esté más puesto en los cruces e imbricaciones de ambos términos, desde una perspectiva que recupera el sentido político de investigar el problema de lo popular y sus representaciones. Aquel trabajo incluyó una entrevista al ya fallecido Goyo Levenson y una propuesta de sumario que tenía un perfil más periodístico que cultural y político y quedó perdido entre discos rígidos y papeles viejos. Pero latente.

Ya en 2004, Gabriela Esquivada<sup>41</sup> le dedicó su tesis de maestría en Periodismo y Medios de Comunicación de la Universidad de la Plata. Un trabajo exhaustivo y ambicioso, editado por la misma universidad y al que enseguida nos referiremos brevemente.

Porque antes queremos mencionar que, en diciembre de 2009, en plena escritura de este trabajo, Esquivada anunció la edición de un nuevo libro sobre *Noticias*<sup>42</sup>, a cuya presentación asistimos, con todo el entusiasmo y los nervios, producto de la sorpresa y el mutuo apasionamiento por nuestro “objeto”.

Y nos encontramos con otra excelente investigación que, no obstante, tampoco indagaba en el nudo problemático que nos desvelaba y profundizara respecto del *cómo hicieron lo que todos dicen que hicieron*. Esto es: casi todos los libros y testimonios anteriormente citados (incluyendo por supuesto los exhaustivos trabajos de De Dann y Esquivada) hablan de que *Noticias* fue un diario popular excelente, original y novedoso y destacan que era muy leído por los sectores populares.<sup>43</sup>

---

<sup>41</sup> Esquivada, Gabriela (2004): *El diario Noticias. Los Montoneros en la prensa argentina*, Ediciones de Periodismo y Comunicación, Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, La Plata.

<sup>42</sup> Esquivada, Gabriela (2009): *Noticias de los Montoneros. La historia del diario que no pudo anunciar la revolución*, Sudamericana, Buenos Aires.

<sup>43</sup> Como ya se señaló al comienzo, varias fuentes coinciden en señalar que el diario tenía una tirada promedio de entre 100 y 120 mil ejemplares (incluso se mencionan cifras superiores en ediciones o contextos políticos especiales como, por ejemplo, durante los días inmediatamente posteriores a la muerte de Perón el 1° de julio de 1974 en que *Noticias* editó un suplemento especial y debió reeditarlos a los dos días) y que, según testimonios de sus hacedores, era habitual que se agotara y que tenía un lectorado popular importante. Se menciona también que era un periódico que circulaba mucho de mano en mano, de modo que podemos estimar que era diariamente leído por no menos de 300 mil personas. Ahora bien, qué porcentaje de esos lectores pertenecían efectivamente a las clases populares es algo que no puede determinarse con certeza. Sobre todo porque a comienzos de los años setenta no era frecuente la realización de estudios de mercado ni indagaciones en recepción. Por aquellos años el campo de la investigación en comunicación y cultura recién comenzaba a conformarse, muy marginalmente, a partir de los trabajos de escritores, periodistas y académicos como Aníbal Ford, Jorge B. Rivera y Eduardo Romano (en indagaciones pioneras sobre la relación de los medios masivos de comunicación con la cultura popular, anteriores incluso a los estudios culturales británicos), las investigaciones del semiólogo Eliseo Verón, la revista *Comunicación y Cultura* dirigida por Héctor Schmucler, entre otros muy pocos ejemplos. Un análisis en recepción actual, que indague sobre las percepciones de los lectores de carne y hueso y del vínculo que establecieron con el diario, si bien dificultoso en función de los 35 años transcurridos desde la clausura definitiva de *Noticias*, sería un inmejorable complemento para los trabajos en producción ya realizados sobre *Noticias* y para el nuevo análisis que aquí encaramos y que se focaliza en la especial configuración de sentidos sobre lo popular que se materializaron en el diario de Montoneros.

Ahora bien, ¿por qué? Y dado que no hemos encarado un estudio en recepción (más allá de las dificultades mencionadas al respecto, no ha sido el eje de esta indagación), sí podíamos interrogarnos, como disparador para el análisis, ¿qué había en *Noticias* que no tenía *La Opinión* (donde casi todos los periodistas del diario de Montoneros trabajaron) o que tampoco tenía *El Mundo* y tal vez sí *Crónica*, aunque de modo diferente, que lo convirtió rápidamente en un diario que, recuperando elementos propios de una tradición de prensa popular, sí podemos asegurar que era muy leído?

Y en consecuencia, ¿cómo estaba construida esa interpelación popular que nos parece tan singular e inédita a primera vista? ¿Cuáles eran los elementos concretos, en el texto del diario, que daban cuenta de la construcción de un lector popular?

Estas preguntas, según creemos, ameritaban una indagación desde la perspectiva de la enunciación y el análisis cultural, aunque no tanto desde lo organizacional-periodístico ni haciendo foco, por ejemplo, en la relación histórico-política de Perón con Montoneros, uno de los ejes del trabajo de De Dann (fuertemente basado en la perspectiva psicoanalítica del trabajo de León Rozitchner, *Perón entre la sangre y el tiempo. Lo inconsciente y la política*, de 1985) y un tema también abordado por Esquivada. Aunque desde luego, teniendo presentes estos elementos contextuales que atravesaron el proyecto de *Noticias* y sus páginas, pero no centrándonos en ellos.

De hecho, ningún trabajo hasta ahora analiza de modo sistemático de qué manera el diario construyó su abordaje de lo popular. De allí que hayamos tenido en cuenta todos los antecedentes citados como información de contexto, tanto en relación con la situación política y las relaciones entre Montoneros y la dirección periodística, como a nivel de la organización de la redacción, las condiciones de producción y las expectativas y proyectos de los hacedores del diario, temas no abordados por nosotros más que como disparadores del análisis. No obstante, sintetizaremos las tres investigaciones más exhaustivas y plantearemos en qué se diferencian con la nuestra.

### ***Noticias* por Cecilia De Dann (1998)**

Su abordaje está centrado en conocer y analizar la experiencia de Montoneros, desde la perspectiva de alguien que desconoce el tema y que -destaca al comenzar el trabajo- siempre sintió “rechazo” por la organización político-militar.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> “Este trabajo responde a una especie de mandato interno, sumamente personal, mediante el cual busco reconciliarme con mi propia historia, signada por un rechazo a priori de la palabra “montoneros” y de todas las significaciones que de ella se desprenden” (De Dann, 1998: 4).

No obstante el prejuicio inicial (aunque con voluntad de derribarlo), resulta una interesante indagación de la experiencia del diario, con entrevistas a algunos de sus protagonistas (Miguel Bonasso, Alicia Barrios, Oscar Smoje y Carlos Ulanovsky). Recordemos que hasta ese momento nadie había indagado en profundidad en la experiencia de *Noticias*, de modo que este abordaje fue pionero.

Luego de dar cuenta del funcionamiento de la redacción, realiza un análisis textual centrado en una breve descripción de las secciones del diario y el contrato de lectura, muy focalizado en la relación Perón-Montoneros en base, como ya señalamos, a Rozitchner: el capítulo V (“La historia en *Noticias*”) está dividido en tres partes con ese sesgo: “Hacia la destrucción del complejo de Edipo”, “Huérfanos” y “Crónica de una muerte anunciada”.

Finalmente, el trabajo plantea que el proyecto de *Noticias* fracasó en su objetivo de construir un “medio periodístico profesional masivo” que fuera a la vez un “órgano de conducción política” y concluye que “*Noticias* fue ante todo un órgano de difusión de las ideas y creencias montoneras”, con la que discrepamos por completo, como ya señalamos y seguiremos haciéndolo a lo largo de toda la tesina.

### ***Noticias* por Gabriela Esquivada (2004)**

En cuanto a los trabajos de Gabriela Esquivada, la tesis de maestría de Esquivada constituye un exhaustivo análisis de la experiencia de *Noticias*, que describe y analiza la organización del proyecto político-periodístico, la cuestión organizacional y económica con la constitución de la empresa editora, el funcionamiento de la redacción, el rol de los directores, de los periodistas militantes y no militantes, entre otros. El relato se construye a partir del testimonio de los periodistas que participaron del proyecto y de las biografías de los grandes escritores asesinados por la dictadura (Rodolfo Walsh, Paco Urondo) y del poeta Juan Gelman, sobreviviente de la represión.

La obra analiza el diario desde la perspectiva del quehacer periodístico y de las dificultades que debieron atravesar los que llevaron adelante el proyecto, incluyendo las tensiones entre el equipo de militantes a cargo de la dirección del diario con la conducción política de Montoneros.

También incluye cuatro extensos capítulos de contexto histórico sobre la historia del peronismo, sobre la relación entre intelectuales y política en Argentina, sobre la militancia revolucionaria de los años ‘60 y ‘70 y sobre los antecedentes periodísticos más destacados del período, sobre todo a partir de la experiencia modernizadora

iniciada en 1962 con *Primera Plana* y luego con las revistas de actualidad *Panorama*, *Análisis* y *Confirmado*, entre otras publicaciones que transformaron la prensa comercial de la época.

Si bien se trata de un trabajo importante por la exhaustividad de la reconstrucción de época y la experiencia de *Noticias* (sobre todo a partir de los valiosos testimonios presentados), constituye un abordaje más bien descriptivo del proyecto, que aporta muchos elementos sobre su dinámica organizativa y la cotidianeidad del trabajo periodístico, la división por secciones y las similitudes y diferencias entre *Noticias* y la prensa comercial y política tradicionales, no aborda específicamente la cuestión central de nuestro trabajo, esto es, cómo se construye la interpelación de lo popular en *Noticias*.

Si bien, como ya dijimos, la cuestión de lo popular sí se menciona en varias oportunidades (sobre todo en los testimonios de los hacedores del diario) y de hecho se le dedica un breve apartado (“Competencia con *Crónica*: temas y secciones populares”), sólo presenta algunos ejemplos puntuales y no aporta demasiados elementos de análisis que vayan más allá de enunciar algo que siempre estuvo claro en relación con este proyecto de Montoneros de llegar a los trabajadores y a los sectores populares y no solamente a los militantes. De hecho, esta cuestión, ya planteada fuertemente en el libro de Bonasso (2000) fue uno de los disparadores de nuestra investigación.

### ***Noticias* por Gabriela Esquivada (2009)**

El nuevo libro de Esquivada editado en 2009, constituye una completa reescritura de su tesis de maestría y está estructurado como una crónica periodística en la línea del género de la “no ficción”.

Si bien es evidente que el trabajo toma como base la anterior indagación realizada en el ámbito académico (aunque corregida y aumentada, ya que hay revisiones de errores como el nombre del responsable de la sección de turf, además de nuevas entrevistas), el tono se aleja del discurso científico, deja de lado el ordenamiento cronológico y acorta la extensión (sobre todo de los antecedentes históricos) del primer trabajo y se orienta a contar la historia de *Noticias*.

Pero el foco está puesto en los cruces entre periodismo y militancia durante los años '70, en dar cuenta de las principales características del diario y de su particular abordaje de la actualidad y, al mismo tiempo, en un análisis crítico de la experiencia de

Montoneros y de las tensiones entre las líneas políticas y militaristas a nivel de la conducción nacional.

Una novedad importante del libro (que desde el punto de vista narrativo, aunque también políticamente, lo hace mucho más interesante y profundo que el primer trabajo) es que hace dialogar la historia del diario con aspectos del presente, tanto en el relato de la trayectoria posterior de los más importantes periodistas que sobrevivieron a la represión de la última dictadura (Gelman, Verbitsky, Bonasso) como en las historias de vida de algunos de los hijos de los militantes desaparecidos o asesinados (Paco Urondo pero también Roberto Quieto, miembro de la Conducción Nacional de Montoneros, secuestrado por las fuerzas de seguridad el 28 de diciembre de 1975 y luego condenado a muerte por “delación” por la propia conducción de Montoneros en un juicio revolucionario en ausencia ampliamente criticado), entre otras cuestiones.<sup>45</sup>

## Perspectiva y metodología de análisis

Para identificar el contrato de lectura de *Noticias*, inicialmente nos propusimos una indagación de los elementos gráficos y verbales que dieran cuenta de una regularidad en el conjunto del corpus, partiendo de las zonas más jerarquizadas por el diario.

Contábamos con la información de los mencionados trabajos de De Dann y Esquivada que daban cuenta de un cambio de línea en el diario a partir del reemplazo de Paco Urondo por Norberto Habegger como “comisario político” de Montoneros en el diario.

Sin embargo, nos parecía que el endurecimiento de la línea política -que es evidente a medida que pasan los meses, aunque también se explica por el agravamiento de la lucha interna en el peronismo-, que en parte se expresaba en la inclusión de algunas notas más “panfletarias”<sup>46</sup>, no necesariamente modificaba otros

---

<sup>45</sup> Además del cuestionamiento que hace la propia Esquivada, puede leerse el excelente artículo de Lila Pastoriza, “La ‘traición’ de Roberto Quieto. Treinta años de silencio”, en revista *Lucha Armada en la Argentina*, N° 6, mayo a julio de 2006.

<sup>46</sup> Si bien la dirección del diario tenía un grado importante de autonomía editorial respecto de la conducción política de Montoneros, hay muchos ejemplos de notas que evidencian una “bajada de línea” directa de la organización sobre *Noticias*, tensión que, como ya señalamos, estuvo presente durante sus nueve meses de existencia. Uno de los ejemplos más notorios fue la serie de cuatro notas que publicó Firmenich tras el asesinato del cura Carlos Mugica, ocurrido el 11 de mayo de 1974. No obstante, debe tenerse en cuenta que para ese entonces resultaba difícil mantener el desdoblamiento claro entre órganos de prensa y prensa de masas que se imaginó al momento de la salida de *Noticias*, ya que el 8 de abril había sido clausurado *El Descamisado* (además de otras publicaciones de la izquierda peronista como *Militancia*) y el 5 de junio clausurarían *El Peronista*, semanario que sucedió al “Desca”, como se lo conocía en los ámbitos militantes.

aspectos generales, característicos de la prensa popular de masas y sensacionalista muy presentes en *Noticias*, como el importante uso de fotografías (el porcentaje era de 50 y 50 en relación con el texto, según Smoje) y la cobertura en tapa de hechos policiales y siniestros, que podían ir desde un choque de camiones al incendio en un villa de emergencia, por lo general, jerarquizados con la foto principal y a gran tamaño.

Sumado al hecho de que la tirada del diario se mantuvo durante toda su existencia en niveles muy elevados (que, como dijimos, podrían haberse superado si no hubiera sido por lo arriesgado de la empresa) y que, a excepción de la salida de Paco Urondo, el resto del elenco a cargo de la dirección permaneció hasta su clausura, nos parecía interesante indagar en esas continuidades estilísticas que parecían muy relevantes, además de indagar también las rupturas o reorientaciones que pudieran haberse producido.

De allí que el punto de partida del análisis haya sido el estudio de las tapas del diario, por varias razones.

En primer lugar, porque constituyen el primer y más fuerte punto de contacto e interpelación de cualquier medio gráfico con sus lectores. Esta “puerta de entrada”, que convoca la mirada del desprevenido y del lector habitual de un medio desde el kiosco de diarios, creemos que en *Noticias* cumplía una función especialmente relevante.

En los trabajos de De Dann y Esquivada, Oscar Smoje da cuenta de que tapa y contratapa eran pensadas como una unidad (algo que había ideado anteriormente para las cubiertas de los libros de “Ediciones de la Flor”) y que, a la vez, su alto impacto visual era deliberado y se proponía captar la atención de los lectores en la calle.

Según Smoje, esto había sido comprendido mejor que nadie por los propios vendedores de diarios, que colgaban *Noticias* de los kioscos, de manera tal que tapa y contratapa convocaban la mirada y la lectura de los transeúntes, como un afiche callejero, algo poco común para los periódicos de la época.<sup>47</sup>

Por otra parte, porque la calle es un ámbito de relevancia para el contacto de la prensa con los sectores medios y las clases populares.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> Esta idea del diario como un afiche y de su ubicación en los kioscos, da cuenta también de una otra forma de influencia de la prensa (y en este caso de *Noticias*) en relación con aquellos lectores ocasionales de los titulares “al paso”, en la calle. Estas formas de lectura fragmentarias y eventuales, que se producen en el ámbito del espacio público y que no están mediadas por el dinero, merecerían un examen más cuidadoso de los análisis en recepción.

<sup>48</sup> Aunque no el único ya que existen muchas otras situaciones de contacto: el trabajo, la familia, el pase de mano en mano entre amigos o conocidos. Esto explica que normalmente se calcule un promedio de

En segundo lugar porque, además de su destacada composición gráfica, la tapa es el espacio del diario en el que se ubican las informaciones que el medio considera más relevantes. Esta jerarquización de las noticias, nos parece que también constituye un punto de acceso fundamental al corazón de la construcción de sentido del periódico de Montoneros.

Nos referimos tanto a la selección de hechos noticiosos y temáticas, como a su forma de presentación, esto es, los estilos de redacción y la mirada fotográfica, también central en el diario pero, muy especialmente, en las portadas.

La jerarquización en los temas de tapa era altamente selectiva y esto nos parece un punto fuerte para el análisis, no sólo de los *criterios de noticiabilidad*<sup>49</sup>, sino fundamentalmente en relación con las estrategias enunciativas del diario, vale decir, aunque ya lo señalamos: cómo se posicionaba el medio (qué imagen construía de sí a través de su propio discurso) y qué destinatario perfilaba en función de los temas priorizados y los modos de representarlos.

Era habitual que una o dos noticias se destacaran por sobre todas las otras y bastante frecuente que no más de tres o cuatro informaciones se anunciaran en la portada con un único titular. Al estilo de los diarios sensacionalistas, grandes tipografías con muy poco texto (rara vez las noticias se desarrollaban en tapa) se estructuraban en unos pocos titulares altamente visibles, en diálogo (muchas veces discordante, como se verá) con una única fotografía, de gran tamaño que habitualmente ocupaba un tercio de la página, a veces la mitad y, en ocasiones excepcionales que no fueron pocas, la portada entera.

Un ejemplo notable en este sentido fue la que ocupó la tapa completa del miércoles 3 de julio de 1974: el retrato íntimo, casi sagrado, de una familia frente al altar que erigieron en su humilde vivienda de una villa de emergencia para homenajear a Perón al día siguiente de su muerte. No sólo hizo que el isologotipo con el nombre del diario y el único titular fueran calados dentro de la imagen (recurso habitual en *Noticias* pero inédito en otros periódicos, más frecuente en las revistas) sino que toda la portada se imprimió en sentido horizontal para acompañar la imagen apaisada.

---

entre dos y tres lectores reales por periódico vendido. Si realizamos el cálculo, los 100 mil ejemplares de *Noticias* equivaldrían a no menos de 300 mil lectores.

<sup>49</sup> Siguiendo a Martini, "los *criterios de noticiabilidad* constituyen un conjunto de *condiciones* y *valores* que se atribuyen a los acontecimientos" (2000: 85) por parte de los medios, "de cuya aplicación resulta que miles de acontecimientos pasan a ser cientos de noticias" (84). "Tales criterios tienen su anclaje en la cultura de la sociedad y se relacionan con los sistemas clasificatorios y las agendas temáticas habituales del medio, se encuadran en una política editorial sustentada, y remiten a una concepción determinada de la práctica profesional" (84)

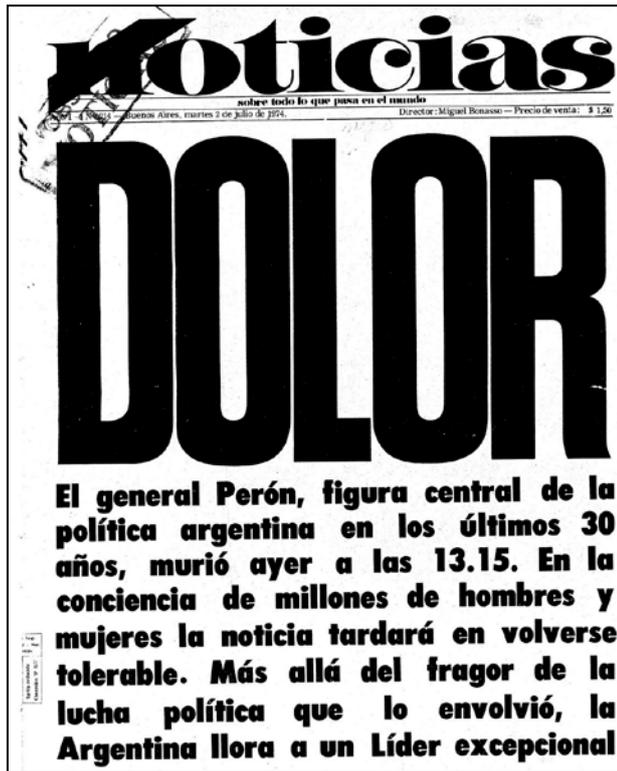


Esta tapa, más allá de su excepcionalidad, se enmarcó en una serie de irrupciones del sujeto popular -y especialmente del actor “villero/a”, predominante en la representación que construía *Noticias* de los sectores populares- al mismo nivel de jerarquización que las personalidades de la política o los ídolos del deporte pero, lejos de una mera exhibición despolitizada como la que con frecuencia nos ofrecen los medios audiovisuales<sup>50</sup>, creemos, se daba en el marco de una reivindicación identitaria y una disputa política por la producción de sentidos, que luego abordaremos.

A la vez daba cuenta de la jerarquización que asignaba el diario a la fotografía y que, como veremos, frecuentemente definía y reordenaba las tapas. También expresaba un determinado uso del lenguaje icónico que caracterizaba a *Noticias* no sólo por el tamaño de sus fotos sino por su calidad, su diversidad de motivos y su potencia editorial.

<sup>50</sup> Por ejemplo, con programas televisivos como “Policías en acción”. Aunque es un recurso de representación de los sectores subalternos -y, sobre todo, de los sujetos más marginados- presente en casi cualquier noticiero. Respecto de la despolitización, nos referimos a la cosificación y mercantilización de las imágenes de vida cotidiana de pobres y marginales. Y a procedimientos de estigmatización de la pobreza mediante su asociación con el delito callejero violento, muy funcionales a las narrativas mediáticas y sociales sobre la “inseguridad”. Desde luego que esta acción de los medios y sus modos de representación son claramente ideológicos y políticos.

Esto último es central para un diario que, como dijimos, no tenía editoriales. Y lo decimos en el mismo sentido en que reconocemos esa obra maestra, pieza perfecta de síntesis política y periodística que es el texto escrito por Rodolfo Walsh para la tapa tipográfica del 2 de julio. En ese momento histórico de la Argentina, el autor de “Un oscuro día de justicia”<sup>51</sup> compartió con los lectores el “DOLOR”, la conmoción y el desasosiego producido por la muerte de Perón y le puso palabras (precisas, necesarias, posibles y, nuevamente, políticas) al drama.<sup>52</sup>



Del mismo modo, la fotografía de la tapa del día siguiente volvió a sintetizar, esta vez con una única imagen, la misma conmoción, el mismo desasosiego que plasmaron las palabras de Walsh: “en la conciencia de millones de hombres y mujeres la noticia tardará en volverse tolerable”<sup>53</sup>.

En cuanto al ordenamiento de nuestro trabajo, en primer lugar daremos cuenta de la importancia de la gráfica en las portadas y de los usos del lenguaje verbal, a partir de una comparación con elementos y tradiciones que remiten a la prensa popular rioplatense y a la prensa sensacionalista.

<sup>51</sup> El cuento que concluye con la derrota del tío Malcolm (“un héroe en la mitad del camino”) y su contracara: “el pueblo que aprendió que estaba solo y que debía pelear por sí mismo y que de su propia entraña sacaría los medios, el silencio, la astucia y la fuerza” (Walsh, 1973 [1967]: 483).

<sup>52</sup> “DOLOR. El general Perón, figura central de la política argentina en los últimos 30 años, murió ayer a las 13.15. En la conciencia de millones de hombres y mujeres la noticia tardará en volverse tolerable. Más allá del fragor de la lucha política que lo envolvió, la Argentina llora a un Líder excepcional”. Respecto de su jerarquización gráfica, el cuerpo del texto estaba compuesto en una tipografía que en ocho líneas ocupó la mitad de la portada. La otra mitad, se completaba con el cuerpo de letra más grande utilizado en toda la historia del diario (16 cm. de altura) para expresar “DOLOR”.

<sup>53</sup> Y que en este caso, contrasta con el más populista título de esa tapa: “PERÓN VIVE EN EL CORAZÓN DE SU PUEBLO”. Aunque de todos modos nos parece una composición notable, como las tres tapas fotográficas, verdaderos afiches, posteriores a la escrita por Walsh. Destacamos que para los grandes acontecimientos y aniversarios relacionados sobre todo con Perón y Evita, *Noticias* publicaba suplementos y *posters* para homenajearlos, estos últimos en la doble central y/o contratapa y anunciados en tapa: el 26.07.74 por la muerte de Eva (“RECLAME EL SUPLEMENTO DEDICADO A LA CAPITANA”). La tapa que anunciaba el *poster* de Perón a un mes de su fallecimiento, fue levantada. Ese día hubo que reemplazarla para anunciar otra muerte terrible, que no se debió a causas naturales: “ORTEGA PEÑA ASESINADO”. Ambas portadas del 01.08 están en el anexo del final.

En un segundo momento, presentaremos lo que creemos son los aportes más originales del diario en su construcción de un lector popular. Por un lado, la diversidad de temáticas y abordajes que se articulan en sus tapas, especialmente a través de la fotografía, aunque también en relación con los titulares menores, los epígrafes y, en el cuerpo del diario, la organización por secciones, que diferencian notoriamente al diario de la prensa política tradicional.

Por otro lado, dos procedimientos complementarios que hemos denominado *sensacionalismo político* (o dramatización de la política y de la violencia política) y *politización de lo popular*. Este último opera en el nivel de la representación de temas normalmente despolitizados por la prensa sensacionalista, entre los que se destaca el abordaje de la vida cotidiana de los sectores populares.

En cuanto al tratamiento de los temas y secciones que suelen ser jerarquizados por la prensa popular y sensacionalista, se trabajará destacando la articulación *verboicónica*, el uso del humor y otros aspectos relevantes en la construcción enunciativa del diario en relación con deportes, turf, “policiales” e “información general” o “vida cotidiana popular”.

La sección de “policiales” contaba con dos o tres páginas diarias (de las veinticuatro totales) y se encontraba integrada a la sección política (bajo el cintillo “Noticias del país”), conjuntamente con las de “Gremiales” e “Información General”, que cubría la cotidianeidad de la vida en las villas y barrios populares.

En el caso de deportes -y, sobre todo, del fútbol, que todos los lunes era foto de tapa-, la jerarquización era notable. La sección “noticias deportivas” ocupaba normalmente tres páginas (al final del diario, antes de la penúltima de humor gráfico y las dos anteúltimas de turf, a veces tres) pero los lunes se invertía el orden de todas las secciones y el diario comenzaba con diez páginas de fútbol.

Eso fue así durante los primeros meses ya que a partir del 4 de febrero de 1974, *Noticias* comenzó a editar el que fuera su único suplemento fijo (a diferencia de lo habitual por aquel entonces en la prensa “seria” con sus suplementos culturales que entendían la cultura en el sentido de la “alta” cultura, las “bellas artes” y las “bellas letras”): el suplemento de deportes.

Y algo muy notable fue que, desde entonces, todos los lunes el suplemento envolvía al cuerpo del diario: en los kioscos se veía “Noticias deportivas” (no casualmente el suplemento apareció por primera vez al día siguiente de un “clásico” Boca-River) y adentro el resto del diario.

Una última puntualización teórico-metodológica. Para el estudio de los modos de construcción de la realidad y la interpelación a un lectorado popular que hace *Noticias*, a las categorías provenientes del campo de la semiótica -fundamentalmente de los trabajos de Eliseo Verón sobre análisis del discurso, enunciación y contrato de lectura que hemos citado-, las pondremos en juego con otras provenientes de los estudios culturales y políticos latinoamericanos que indagaron la cuestión de la cultura popular y su relación con los medios masivos de comunicación. Nos remitiremos fundamentalmente a los trabajos de Aníbal Ford, Jorge B. Rivera y Eduardo Romano. Y también a las investigaciones de Guillermo Sunkel: la ya mencionada sobre las matrices culturales en los diarios populares de masas en Chile y un estudio más reciente (2002), en recepción, de la lectura de la prensa sensacionalista en los sectores populares.

Si bien todo periódico, siguiendo a Borrat (1989), es un actor político, *Noticias* disputaba en el campo de la construcción de sentido un proyecto que nos gusta denominar *subversivo* -podríamos decir *de ruptura*, pero preferimos reapropiarnos de un término largamente mancillado por los discursos de la derecha desaparecedora- pero no sólo porque perteneciera a una organización revolucionaria sino por su apuesta a la lucha por la hegemonía -esto es, en la disputa por la apropiación del sentido en el terreno cultural- y apelando a una articulación provocativa de lo político - en su sentido fuerte de lucha por el poder- con formas, imágenes, lenguajes y concepciones de mundo ligadas, de algún modo que intentaremos develar, con la cultura de las clases subalternas que, en nuestro país -y sobre todo en los tiempos que estamos analizando- está fuertemente anudada con la cultura popular del peronismo (Romano, 1973).

Nos referimos al peronismo como expresión fundamental y constitutiva de la cultura de las clases populares argentinas con posterioridad al período 1943/1955 (James, 2006), construcción social que, permanentemente resignificada, perduró con fuerza cultural y política durante los dieciocho años de proscripción y exilio del líder y que, a su vez, se trama con matrices culturales cuyos orígenes, siguiendo a Romano (1973), se remontan hasta comienzos del siglo XX, con las primeras configuraciones de una cultura popular urbana, pero que se recuperan y potencian a partir de la década de los 40, con la llegada de Perón al poder y la reivindicación política, económica, cultural e identitaria de los sectores populares.

Porque *Noticias* fue un diario de masas que intentó llegar a públicos amplios con una propuesta diversa de información general en la tradición de la prensa popular

rioplatense, inaugurada por *Caras y Caretas* y resignificada por *Crítica*, el diario creado por Natalio Botana en 1913.

Pero junto con su posicionamiento político, nacional y popular, de izquierda, se destaca siempre una interpelación más explícita y que es autopromoción (como en los afiches del lanzamiento) pero también divisoria de aguas y apelación a una identidad, con todas las tensiones y contradicciones que implica ser un diario *peronista*.

Y en este punto creemos que hay un componente central de su interpelación a las clases subalternas del período. Aspecto nodal que se sostiene en una particular manera que encontró *Noticias* de construir su peronismo y de dar cuenta del modo de ser, de vivir y de sentir -de las penurias, las ilusiones y las luchas- de las clases subalternas. Que es decir, desde su construcción enunciativa, del “pueblo peronista”.

Elecciones e interpelaciones diversas y complejas que expresarían, parafraseando el título del libro de Sidicaro sobre los editoriales del diario *La Nación*, una concepción militante de la comunicación, la cultura y la política “mirada desde abajo”.<sup>54</sup>

Y construida *con* los de abajo, como veremos.

## **Las matrices culturales presentes en la prensa popular de masas**

En *Razón y pasión en la prensa popular. Un estudio sobre cultura popular, cultura de masas y cultura política*, Guillermo Sunkel (1985) analiza exhaustivamente los modos de representación del pueblo en cinco diarios populares de masas. De los periódicos analizados, mencionados previamente en relación con la autodefinición de cada uno de ellos como diarios populares, dos eran “sensacionalistas” y tres “de izquierda”, aunque en varios aspectos estas clasificaciones se cruzaban.<sup>55</sup>

Si bien la investigación se realizó en un marco académico, el autor destaca que fue motorizado por una inquietud política: la de reflexionar sobre la crisis de representación de lo popular en los discursos de la izquierda chilena y sobre la necesidad de repensar esta relación en el contexto de una transición a la democracia.

---

<sup>54</sup> El libro al que se hace mención es: Sidicaro, Ricardo, *La política mirada desde arriba. Las ideas del diario La Nación (1909-1989)*, Editorial Sudamericana, Buenos Aires, 1993. La inversión de la frase, la recuperamos del trabajo de De Dann (1998: 39).

<sup>55</sup> Por ejemplo, el diario *Puro Chile* es, para el autor, la “primera fórmula de ‘sensacionalismo marxista’” (1985: 181).

Además de compartir la inquietud, veinte años después, de formularnos una pregunta política por lo popular<sup>56</sup>, consideramos pertinente retomar algunos núcleos teóricos de su trabajo.

En lo metodológico nosotros hemos puesto el foco más en las modalidades de enunciación que en la indagación de “contenidos” priorizada por Sunkel, pero resultan muy significativas las coincidencias temporales y del tipo de prensa que se analizan en ambos trabajos.

Si bien el autor realiza dos cortes temporales (1964 y 1970), en el segundo caso se da, con sus matices, una interesante coincidencia no sólo cronológica sino de época histórica: el contexto latinoamericano de luchas por la liberación nacional en el que en la Argentina se editara, entre otras publicaciones militantes, *Noticias*.

En primer lugar, presentaremos las dos grandes matrices presentes en la cultura popular chilena que, para Sunkel, organizan los modos de representación de lo popular en la prensa popular de masas.

En el caso de la matriz “simbólico dramática”, su tradición se remonta a las “liras populares” que, a comienzos del siglo XX y en el marco del surgimiento de una incipiente cultura popular urbana, conformaron una suerte de “periodismo popular espontáneo” y callejero. Los juglares populares que incursionaron en este nuevo tipo de “periodismo poético” (Sunkel, 1985: 80), escribían versos con las noticias del día y las leían a un público mayoritariamente analfabeto. Estas hojas escritas para ser leídas, fueron orientándose hacia un formato que constituiría el antecedente del periódico sensacionalista: nombres muy visibles para facilitar el reconocimiento de la lira, grandes titulares y la inclusión de noticias vinculadas con crímenes y sucesos dramáticos.

El origen de la matriz “racional iluminista”, es algo posterior al de la “lira popular” y se vincula más directamente con el surgimiento de la prensa obrera y la educación pública estatal. Sus contenidos principales se expresan en que “la ‘razón’ es presentada como un medio y el ‘progreso’ como el fin de la historia (...) la ‘educación’ y la ‘ilustración’ son impulsadas como los medios fundamentales de constitución de la ciudadanía política y también como los medios de superación de la barbarie (...) el pueblo es concebido como la expresión física de la barbarie y, por tanto, constituido en objeto de campañas moralizadoras” (1985: 47).

---

<sup>56</sup> En la que también coincidimos con los trabajos de Alabarces, aunque lo precisaremos en el apartado “El problema de lo popular”.

En este sentido, es muy semejante a lo identificado por Mirta Lobato (2009) en su investigación sobre los orígenes de la prensa obrera rioplatense. Durante el primer cuarto del siglo XX, esta prensa artesanal de origen anarquista y socialista, “tenía un papel disruptivo en la sociedad, cuestionaba valores y modos de pensar y dibujaba un mundo moral, donde todos los núcleos de información privilegiados por la prensa popular de masas y la comercial en general eran considerados perniciosos para la instauración de una nueva sociedad” (43).

Y agrega que “la prensa gremial, como toda prensa alternativa, tenía un objetivo de contrainformar (su oponente era la prensa ‘burguesa’ que sumía a los trabajadores en el oscurantismo) pero fundamentalmente tenía un sentido claramente pedagógico (enseñar, educar, iluminar a los trabajadores)” (45).

Sunkel agrega que el lenguaje de la matriz “racional-iluminista” es predominantemente “abstracto” y “conceptual” y se rige por el “mecanismo de la generalización”.

En cambio, para la matriz “simbólico-dramática”, “el mundo se presentará en términos dicotómicos: el bien y el mal, el paraíso y el infierno, el perdón y la condena constituirán elementos básicos de representación de la realidad. Es a través de la simplicidad de las categorías religiosas que se hará inteligible el conflicto histórico-social así como los conflictos interpersonales. Pero junto a las categorías de carácter ‘divino’ se desarrollarán categorías de carácter ‘humano’ (...): los ricos y los pobres, los buenos y los malos, los avaros y los generosos” (1985: 49).

Y respecto del lenguaje, el “simbólico-dramático se caracteriza por la pobreza de sus conceptos y la riqueza de sus imágenes” (*Ibíd.*).

Respecto de los diarios populares de masas, la indagación de Sunkel explora cómo estas dos matrices culturales se corresponden con sus diferentes modos de representación de lo popular, de manera tal que la “racional-iluminista” postula una representación predominantemente “política” de lo popular y la “simbólico-dramática” a una representación más “cultural” y vinculada con los “espacios de la vida cotidiana” y no solamente con el ámbito de las relaciones laborales, como sucede en el caso de la prensa de izquierda.

### **Algunas precisiones sobre los *tipos de prensa***

En primer lugar, diremos que desde nuestra perspectiva, toda prensa es política en tanto se inserta en un marco determinado de relaciones de poder al interior de una

sociedad, contexto en el cual desarrolla objetivos y acciones entre las que se destacan, en el caso de las empresas comerciales y siguiendo a Borrat (1989), las de “lucrar e influir”.

Ahora bien, en el presente trabajo y salvo aclaración en contrario, siempre que hablemos de algún tipo de prensa (popular, militante, política, comercial o sensacionalista) nos estaremos refiriendo a prensa de masas, esto es, a diarios y revistas de alcance masivo.

Las excepciones estarán dadas por los tipos de prensa que constituyen antecedentes, más bien artesanales y de alcance local o restringido en su distribución, de la prensa masiva. Es el caso de la prensa obrera y de la prensa popular sensacionalista (como la “lira popular” chilena) ya mencionadas, de fines del siglo XIX y principios del XX.

Hechas estas salvedades, cuando aludamos a *prensa política* o *prensa militante* (las emplearemos como sinónimos) nos estaremos refiriendo a aquellas publicaciones de periodicidad variable que, sin tener necesariamente objetivos comerciales (aunque también puedan tenerlos), expresan de manera explícita ideas políticas, ya sea cómo órgano de difusión oficial de alguna agrupación o partido. Incluimos, por supuesto, las de las organizaciones revolucionarias.

También incluiremos en este grupo -aunque su circulación pueda poner en duda el carácter masivo que acabamos de mencionar- aquellas revistas y publicaciones de intelectuales o académicos con diferentes adscripciones políticas y/o algún tipo de militancia no necesariamente partidaria, tales como *Pasado Presente*, *Los Libros*, etc.

En el caso de Montoneros, claramente a sus órganos de prensa oficiales, que eran leídos masivamente en un contexto de movilización social y militancia de masas. Nos referimos, por orden cronológico, a los semanarios *El Descamisado*, *El Peronista* y *La Causa Peronista*. Y a la publicación clandestina *Evita Montonera*.<sup>57</sup>

El caso de *Noticias* resulta mucho más complejo, ya que si bien se encuadra claramente en el ámbito de la prensa política por su dependencia orgánica y financiera de Montoneros, de ningún modo puede ubicarse como mero órgano de prensa de la

---

<sup>57</sup> Eran tiempos de fuertes restricciones a la libertad de expresión (censura, amenazas, atentados, clausuras de publicaciones) y de notables resistencias por parte de los militantes que las llevaban adelante en condiciones muy difíciles y, con frecuencia, en la clandestinidad. Una de las formas de la resistencia de las publicaciones militantes era que, a medida que iban siendo clausuradas por el gobierno, rearmaban el proyecto con un nuevo nombre, para seguir difundiendo sus ideas. *El Descamisado* comenzó a editarse el 22.07.73, a tres días de la asunción de Cámpora y fue clausurado el 08.04.74, tras editar 46 números; *El Peronista* salió entre el 19.04 y el 04.06.74, 6 números; *La Causa Peronista* del 09.07 al 03.09, 9 números; y *Evita Montonera*, siempre en la clandestinidad, con sólo 25 números en los casi cinco durísimos años que van de diciembre de 1974 y agosto de 1979, buena parte de ellos durante la última dictadura.

organización, ya que tenía un importante nivel de autonomía, si bien relativo y variable según el contexto, respecto de la línea editorial y periodística (aunque destaquemos que la redacción de ningún medio comercial tiene niveles de autonomía políticamente relevantes respecto de la línea editorial marcada por la empresa).<sup>58</sup>

A la vez, el éxito de ventas del diario hizo que al poco tiempo el proyecto se autosustentara, emparentándose institucionalmente con un periódico comercial de interés general.

Sin embargo, lo que hacía de *Noticias* una experiencia inclasificable no era solamente la cuestión organizacional-empresaria sino también su estilo. Si bien luego lo profundizaremos, su *sensacionalismo político* tenía fuertes elementos de la prensa popular de masas que, como señala Romano (2004), “revolucionaron la lectura” a comienzos del siglo XX en el Río de la Plata, a partir de la incorporación de temas, géneros y estilos (sobre todo en el nivel de lo icónico) que comenzaban a amalgamarse en la naciente cultura popular urbana.

En este sentido, creemos que *Noticias* es heredera de una tradición de *prensa popular* que comparte con la *prensa sensacionalista* (enseguida nos referiremos a ella especialmente) un tipo de clasificación de lo noticiable que equipara y hasta privilegia ciertas temáticas (policiales, deportivas, espectáculos) consideradas “no serias” por la prensa de corte “racional-iluminista”, tanto liberal como de izquierda.<sup>59</sup>

Más allá de que por lo general, como señala Sunkel (1985), la predominancia de la matriz “simbólico-dramática” en la prensa sensacionalista también se expresa mediante procedimientos de despolitización como la reducción de los conflictos de poder a disputas de carácter o sentimientos, en los orígenes de la prensa popular de masas rioplatense parece haberse dado más una fusión que una exclusión, una

---

<sup>58</sup> La cuestión de la negociada y conflictiva autonomía entre la dirección periodística y la línea de la conducción de Montoneros es reconocida por Bonasso (2000) y por todos los miembros del grupo director entrevistados por Esquivada (2004 y 2009), ya hemos citado algunos testimonios al comienzo, junto con el marco histórico-político (ver apartado “Tenso clima”). De hecho, las tensiones eran frecuentes y, de vez en cuando (aunque con más notoriedad a medida que los tiempos políticos se endurecían), la línea de la organización se plasmaba en el diario con notas que parecían comunicados de prensa o fotos de actos en los que se jerarquizaba de modo muy notorio la presencia y las banderas de los diversos encuadramientos de la Tendencia, o directamente, con la publicación de declaraciones e imágenes de los miembros de la Conducción. Pero al mismo tiempo, todos reconocen que la Conducción aceptó desde un principio (aunque muchas veces se desdijera en los hechos) la propuesta de la dirección periodística de que para que *Noticias* fuera efectivamente un periódico popular y masivo, debía diferenciarse de la prensa partidaria tradicional. En este punto, no está de más recordar que los responsables de la dirección del diario también eran militantes de Montoneros, lo cual da cuenta de las diversas concepciones y proyectos políticos que convivían en ella y que ya mencionamos en relación con las líneas de masas o de cúpula.

<sup>59</sup> Citamos nuevamente a Lobato para dar cuenta del rechazo de los temas de la *cultura popular* por parte de la prensa militante de izquierda de comienzos del siglo XX: “en la prensa gremial se criticaban y cuestionaban los resultados de la civilización y modernización. Su posición era compleja en tanto debía impedir la ‘alienación’ provocada por la lectura de las noticias generales, políticas, deportivas y culturales que formaban parte del periodismo y al mismo tiempo actuar en un común espacio cultural en formación, por lo que se producían deslizamientos discursivos, tensiones, competencias y conflictos” (2009: 45).

ampliación de registro (coherente además con la estrategia de interpelar a públicos masivos) que complementó y enriqueció lo político, con la inclusión de temas populares, habitualmente confrontados o no representados en la prensa liberal y obrera.

Si bien, como señala Romano (2004), el abordaje literario, el tono costumbrista y satírico y, sobre todo, la articulación *verboicónica* y la centralidad de las imágenes eran la consecuencia más notoria de un proceso de complejización de la gráfica (y en sentido más amplio, de las culturas populares urbanas) que se cristalizó con la aparición de las revistas ilustradas de fines del siglo XIX y principios del XX, la importancia de la política en la pionera *Caras y Caretas* (1898)<sup>60</sup> daba cuenta de esta convivencia temática que también estaría presente en *Crítica* (1913), tal vez la experiencia más importante de un diario popular de masas en la Argentina, antecedente clave para entender *Noticias* y su particular combinación de temas, secciones y sub-secciones populares.

De hecho, Saítta (1998: 65-71) ubica una bisagra en el modo en que *Crítica* se posicionó frente a sus lectores y asumió públicamente un nuevo lugar de enunciación, tanto en el nivel del discurso como en el de la práctica periodística. En abril de 1923, a un año del exitoso lanzamiento de su 5ta. edición (vespertina), el diario comienza a asumirse explícitamente como “la voz del pueblo”.

Sin embargo, según la autora, esta transformación adquiere real carnadura cuando en junio de ese mismo año se produce el asesinato del anarquista Kurt Wilckens, detenido por atentar contra la vida del responsable de la masacre de peones rurales durante las huelgas patagónicas entre 1920 y 1922, el teniente coronel Varela. El firme y solitario posicionamiento en favor de Wilckens, a contramano de toda la prensa comercial de la época, le hizo padecer censura y persecuciones judiciales, pero terminó por consolidar una opción política (y editorial) centrada en la defensa de los intereses populares.<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup> Según Romano (2004: 434), “*Caras y Caretas* fusionó (...) la herencia de esas innovadoras publicaciones ilustradas con lo más atrayente de la prensa satírico-política. Por eso ofreció siempre, en la tapa, una caricatura de actualidad, con un carácter opinante similar al de un editorial verboicónico (...) mezcló la crítica sociopolítica o el humor (...) con la literatura y lo artístico (...) Pero sobre todo, textualizó la actualidad al convertirla en principal soporte discursivo. Eso hizo posible, a su vez, que los siniestros y otras noticias de corte policial ocuparan un mayor lugar, progresivamente, en sus páginas, contribuyendo así a la heterogeneidad, a una yuxtaposición de discursos que carecía de antecedentes, pues en todo caso habían circulado por publicaciones coetáneas sin amalgamarse”.

<sup>61</sup> La importancia de lo político en los orígenes de la prensa popular de masas porteña, se expresa también, en el caso de *Crítica*, en su temprana denuncia de las matanzas de obreros en la Patagonia (Saítta, 1998: 65), previas a la explosión del “caso Wilckens”, y que ubicaron al diario de Botana en la línea que por entonces sólo expresaban la prensa obrera y las publicaciones anarquistas, tal como señala Osvaldo Bayer (66). Sobre este tema y la construcción diferencial de *Crítica* respecto de su competencia,

En línea con estas genealogías y tradiciones, en lo que respecta a la utilización de la denominación de *prensa popular*, nos estaremos refiriendo a este tipo de medios que, de modo diverso y en la línea de lo planteado por Sunkel, asumen una determinada “función de representación” del pueblo y lo popular.

La *prensa sensacionalista*, por último, es un modo particular de prensa popular, que reúne algunas características específicas. Sunkel distingue tres elementos centrales para definir el “sensacionalismo”.

En primer lugar, un “principio de clasificación y jerarquización de temáticas distinto a aquel operante en la tradición relevancia racionalista”, que se expresa en la “transformación del valor de las temáticas consideradas ‘serias’ por la tradición racionalista en temáticas cuyo valor aparece como equivalente de las temáticas ‘no serias’” (1985: 90). Por ejemplo, “el valor del hecho político como una temática ‘seria’ y, por tanto, de gran relevancia, es modificado por el principio sensacionalista y transformado en un equivalente del hecho sangriento o del drama humano” (90-91).

En segundo término, una visibilización de las temáticas y los hechos noticiosos de modo que los “recursos tipográficos aparecen desproporcionados respecto de los textos noticiosos, o bien, a un tipo de presentación en que textos y elementos tipográficos aparecen entremezclados” (91). Destaca además que “el recurso a elementos tipográficos aparece como un medio de significación importante sobre el que se basa el sensacionalismo” (*Ibíd.*).

Y en tercer lugar, un “tratamiento de las temáticas y de los hechos noticiosos que siempre explora el lado humano de las situaciones y que, por esa vía, apela a la subjetividad de los lectores” (*Ibíd.*).

Por último y en relación con contextos más actuales, Aníbal Ford distingue que al crecimiento de cierto periodismo de “escándalo” o “celebridades” en la década de 1990 (menciona la revista *Caras*), “hay que diferenciarlo de las formas tradicionales del periodismo sensacionalista que cumplía y sigue cumpliendo funciones, en un marco de casos y lógica situacional que bien caben en lo que hoy entenderíamos como la formación del ciudadano”. Y destaca que el crecimiento del diario *Crónica*, por esos tiempos, se explica “por la puesta en escena de los problemas concretos que padecen

---

el vespertino *La Razón*, se recomienda el artículo de Romano (1991), “Imágenes de los obreros y marginales en la prensa porteña hacia 1920”.

los sectores populares”<sup>62</sup> (1994: 229), cuestión que también abordaremos en nuestra indagación sobre *Noticias*.

## **El problema de *lo popular***

Hemos planteado que uno de los aspectos que indagaremos en el análisis es el de la construcción de un lector modelo privilegiado, que podríamos definir como perteneciente a las clases populares o subalternas, tal como -en principio- parecería construirse en las páginas del diario.

En términos *gramscianos*, la relación de subalternidad respecto de los sectores hegemónicos que detentan la “dirección moral e intelectual” de una sociedad determinada es un fenómeno cultural, esto es, una disputa por la construcción e imposición del sentido.

Sin embargo, la dominación básicamente consensual que plantea la noción de hegemonía en Gramsci (esto es, no establecida mediante el uso de la coerción por parte del Estado) en tanto implica una distribución desigual de poder político, económico y cultural, da cuenta necesariamente de un conflicto y de una violencia (o, mejor, de conflictos y violencias) que, tramados por complejas negociaciones y resistencias, constituyen *lo popular*.

En esta misma dirección Ford define la *cultura popular* como “un concepto que introduce el conflicto social en el territorio de la cultura” (1985: 21).

Alabarces coincide en tanto plantea la posibilidad de construir “una definición de lo popular entendido como subalterno. Una definición que enfatice el plural pero que no se tranquilice con él; que incluya siempre el conflicto, el poder, la desigualdad, sin naturalizarlos ni cristalizar a los sujetos en ellos; que incorpore a la noción de *popular* las múltiples articulaciones jerárquicas que permite la noción de *subalternidad*; que reflexione de modo constante sobre el lugar del intelectual sin enmudecer; que, a contrapelo de expectativas y deseos populistas, pueda ver la reproducción de la dominación articulada en los implacables mecanismos de los medios de comunicación; y que, a contrapelo de expectativas y deseos legitimistas o reproductivistas, agudice el entrenamiento para leer allí mismo pliegues, fisuras, intersticios, tráficos” (2008: 302).

Es pues, desde esta perspectiva política y conflictual de lo popular que se organizará nuestro trabajo. Y en este sentido nos parece importante destacar,

---

<sup>62</sup> Ford concluye señalando, respecto de la prensa sensacionalista, que “obviamente esto no implica la aprobación de todas sus estrategias comunicacionales, sino la complejidad de este tipo de fenómenos” (1994: 229).

nuevamente con Alabarces, que es precisamente esa perspectiva, esa mirada, la que convoca la utilización del término “popular” en nuestro análisis.

De allí que no se encontrará una definición (por cierto imposible) de lo popular como algo que se caracteriza por tales o cuales elementos constitutivos (como hemos hecho, por ejemplo, con otros conceptos). No es posible ninguna definición esencialista o atributiva de lo popular, estaríamos violentando no sólo el término, sino fundamentalmente, a aquellos a quienes de algún modo (político) estamos convocando con el término: los sectores subalternos.

Por esta razón, sólo diremos que lo popular se encarna en esa relación de lo dominado con lo dominante (y que, como señalamos, con Gramsci, tiene su correlato equivalente en la relación entre lo hegemónico y lo subalterno), relación compleja, diversa, negociada, pero sobre todo, conflictual y violenta.

Y si bien implica, fuertemente, una disputa cultural, por la apropiación del sentido, una disputa de saberes y lenguajes, de concepciones de mundo, es también una disputa corporal, territorial y material. Una relación que, en definitiva, da cuenta de una disputa por el poder, política.

Dice Alabarces: “en última instancia lo popular se define por una cosa, y es el conflicto. Si la dominación, estructurada como violencia, simbólica o corporal, instituye lo popular, lo popular seguirá obsesivamente definido a partir de la relación conflictiva con aquello que lo domina” (2002).

También diremos que la perspectiva de la *cultura popular*, en la línea de lo señalado precedentemente por Ford, da cuenta de la dimensión cultural de los conflictos y de una violencia sobre las producciones bastardeadas, subestimadas y estigmatizadas de lo popular por parte de una otra cultura: “cultura”, intelectual, letrada.

En este sentido, “el texto popular es doblemente opaco, está doblemente oculto”, en tanto “está narrado por la lengua de otro” (Alabarces, 2002).

De allí la importancia de que, en el caso de nuestro análisis, estaremos siempre hablando de la *representación de lo popular* y no de lo popular como una identidad, siempre se utilizará como esta inasible categoría que da cuenta de relaciones de dominación. Y en todo caso, aludiremos al referente de los *sectores populares* (en tanto políticamente constituidos en situación de subalternidad respecto de un poder hegemónico) para dar cuenta de su construcción y representación en *Noticias*.

Aunque volveremos a acordar con Alabarces (su segunda proposición, del mismo trabajo que venimos citando) en que hablar de lo popular tiene más que ver con una tradición (cultural, política) que con una categoría. Por eso también hemos tenido

en cuenta, predominantemente, conceptos y análisis provenientes de los estudios de comunicación y cultura, latinoamericanos y argentinos, como ya mencionamos en relación con nuestro abordaje.

Para concluir haremos propia también la novena y última de sus proposiciones, en la medida en que asumimos una “apuesta política” por el trabajo analítico y por la “exasperada conciencia de aquello que hacemos cuando trabajamos con la dimensión inasible de lo popular”.

Esperamos, pues, que nuestra indagación esté a la altura del desafío.

## LA CONSTRUCCIÓN DE UNA INTERPELACIÓN POPULAR EN *NOTICIAS*

Para dar cuenta de las estrategias privilegiadas por *Noticias* para la construcción de un lector popular, comenzaremos por presentar los modos en que el medio produce una reapropiación de algunos de los elementos centrales de la matriz “simbólico-dramática” y la estética de la prensa sensacionalista: grandes titulares y tipografías, protagonismo de la imagen, uso poético y humorístico del lenguaje, entre otros.

Hablamos de reapropiación en la medida que, según creemos, no se trata de una mera utilización de recursos sino de una recuperación creativa, que hace aportes originales a los modos tradicionales de construcción de la información y la interpelación en la prensa tradicionalmente considerada “amarilla” (aunque no solamente), sobre todo en relación con la utilización de la fotografía y el lenguaje verbal.

Pero también a partir de ciertos modos de construir la noticia mediante relatos, como la *casuística*<sup>63</sup> y la *narrativización* que, como señala Ford, nada tiene que ver con la ficcionalización.<sup>64</sup>

A la vez, así como reconfigura los elementos de una estética con nuevos aportes, *Noticias* también deja afuera ciertas estrategias habitualmente hegemónicas en este tipo de prensa, tales como la exacerbación gráfica y verbal del morbo (que se expresa en un regodeo con la muerte y la exhibición obscena de cadáveres y sangre) o el empleo de términos groseros, discriminatorios y agraviantes.

No obstante esta última observación crítica, nos parece importante señalar que el énfasis en la reapropiación que hace *Noticias* de elementos presentes en la matriz “simbólico-dramática” no implica en absoluto una consideración peyorativa del sensacionalismo sino, más bien, una reivindicación de su recuperación (original, potente y, sobre todo, politizada) por parte del diario de Montoneros.<sup>65</sup>

---

<sup>63</sup> O irrupción de “casos”. Sunkel (1985) habla de “personalización”, en tanto reducción de lo general a lo particular-personal.

<sup>64</sup> “La confusión entre ficcionalización y narración es frecuente. Una cosa es informar mediante un discurso narrativo. Otra es transformar los acontecimientos en algo que podría haber sido inventado (...) La narración es un recurso congnotivo igualmente válido que la argumentación, tanto en nuestra comunicación cotidiana, oral, como en la escritural” (1994: 229)

<sup>65</sup> De hecho, la propia política tampoco es unívocamente “racional-iluminista” en *Noticias* ya que, si no, no podríamos comprender el fenómeno del peronismo y su capacidad de interpelación dramática y sensible, central en la construcción de la identidad política con la que el diario interpela a sus lectores y especialmente, según creemos, al lector de los sectores populares. Desde su iniciático y callejero “por fin... el primer diario peronista en 18 años” hasta la foto de tapa del 03.05.74, con el título “Paraguay y peronista tuvo trillizos”, pasando por incontables y cotidianas apelaciones a una identidad compartida por el diario y sus destinatarios construidos: “el Pueblo”. Desde luego que en la línea de la “enunciación cómplice” (Verón, 1985) que ya referimos.

Recuperación que se conecta con las conclusiones de Sunkel (1985) sobre la prensa sensacionalista y la observación que citamos de Ford (1994) respecto de *Crónica*: algo se trama entre el sensacionalismo y sus modos de representación de la vida cotidiana de los sectores subalternos que activa un *reconocimiento*.

## LA CENTRALIDAD DE LA GRÁFICA EN LAS TAPAS

Como ya se señaló, las portadas de prensa son el lugar de máxima jerarquización de la información de cualquier medio y, particularmente, el lugar donde la prensa sensacionalista apuesta sus principales herramientas de interpelación y captación de lectores. En el caso de *Noticias*, creemos que también es donde se juega de manera privilegiada su apelación al contacto con los sectores populares.

En las tapas además encontramos, tras un exhaustivo relevamiento del corpus, los nudos problemáticos y aportes más originales en relación con la construcción de una interpelación popular en *Noticias*. De allí que sean la columna vertebral de nuestro análisis, más allá de que permanentemente recurriremos a notas y secciones para dar cuenta de aspectos de la enunciación y de la representación de lo popular.

En primer lugar, daremos cuenta de los aspectos gráficos y formales que organizan las portadas. Se hará foco en la centralidad de los elementos visuales, la particular combinación que hace *Noticias* entre fotografía y tipografía y su interrelación con el lenguaje verbal de los titulares y epígrafes.

Tales modalidades se plasmaron en un diseño estable (aun con los matices y variaciones de los que daremos cuenta), de fácil lectura y alta visibilidad, que respondía a un proyecto gráfico infrecuente en los diarios de la época.

Por entonces, el abarrotamiento de textos y titulares y la desvalorización de la imagen (aún de los periódicos populares como *Crónica*, *La Razón* y *El Mundo*), contrastaban con el poder de síntesis y la centralidad de la ilustración en las portadas de las revistas.

Semanarios sensacionalistas como *Así*, magazines en la línea de *Siete Días Ilustrados* o publicaciones de actualidad política e información general como *Primera Plana*, *Confirmado* y *Panorama*, más allá de sus diferentes estilos y temáticas, coincidían en una estructura de tapa en la que una única foto ocupaba toda o gran parte de la página, articulada con un titular principal y, según los casos, breves epígrafes, copetes o bajadas y/o algún titular menor sobre otras informaciones o protagonistas.

En un original punto intermedio entre los dos soportes de prensa aunque con renovados aportes, *Noticias* mixturó la jerarquización fotográfica de las revistas con la estridencia de la titulación y la tipografía de los tabloides sensacionalistas. Y al mismo tiempo, la síntesis que jerarquizaba de manera muy visible no más de cuatro o cinco temas, entre los cuales se destacaban notablemente (en la composición más habitual) un titular gigantesco y la foto, que ocupaba media página o más, llegando en ocasiones a cubrir toda la portada.<sup>66</sup>

Tampoco era habitual en los diarios de la época la presencia de un diseñador gráfico. En el caso de *Noticias*, ya desde el armado del proyecto y durante sus nueve meses de vida, el artista plástico Oscar Smoje tuvo a su cargo la propuesta gráfica del diario. Profundizando la línea simple y austera que había plasmado en el periódico *CGT* entre 1968 y 1970, Smoje desarrolló un sistema de módulos que equivalía a una determinada proporción de líneas y columnas, lo cual facilitaba el trabajo de los periodistas y el armado final del diario. A la vez, los módulos organizaban las notas en las páginas de manera clara y legible, alrededor de un título y una bajada, sin contaminaciones de espacio entre los distintos artículos.

Además fue el responsable de la jerarquización de la fotografía, en una relación de paridad al 50% con los textos, algo inhabitual en los diarios de la época y que en las tapas llegaba frecuentemente a inclinarse en favor de las imágenes. De hecho, las fotos en *Noticias* no acompañan ni ilustran los textos sino que se constituyen en unidades informativas y estéticas con autonomía y peso propio. Al punto de que, no pocas veces, son los textos los que aluden y remiten a las imágenes, como veremos.

También es de Smoje la concepción de las portadas como afiches y el establecimiento de una continuidad gráfica y temática entre tapa y contratapa: las notas más importantes de la portada por lo general se desarrollaban en contratapa o en la doble central. Si la noticia principal es muy importante, se le asignará toda la contratapa o la mitad superior (también en el caso de la doble central), generalmente con una fotografía, siempre de menor tamaño que la de tapa.<sup>67</sup>

No obstante, dejaremos de lado la presentación de las contratapas dado que, si bien complementan y refuerzan los criterios de la jerarquización temática de la primera plana, no los alteran ni aportan nuevos elementos de relevancia gráfica que ameriten un tratamiento específico.

---

<sup>66</sup> Aunque a diferencia de las revistas, el título principal rara vez coincidía con la foto, disociación que producía un efecto de contraste que luego analizaremos.

<sup>67</sup> Para conocer más detalles del trabajo de Oscar Smoje y de su importancia en la concepción gráfica de *Noticias*, ver Esquivada (2004 y 2009) y De Dann (1998).

## Tipografía y cuerpos de letra: el gran titular

A diferencia de lo que sucedía con la mayoría de los diarios de la época respecto del uso de distintos tipos de fuentes, tanto en tapa como en las páginas interiores, el diseño de Oscar Smoje se inclinó por una única tipografía (en la línea de la clásica *Times New Roman*) de tamaño variable según su función de título, volanta o bajada y texto. Casi todas las notas tenían dos o tres tamaños de fuente fijos: el mayor para el titular, uno intermedio para la más habitual bajada y el menor para el texto, todo lo cual facilitaba su legibilidad.

Para los titulares de tapa se usaba otra tipografía aún más recta y despojada (de “palo seco” o sin *serif*), siempre en mayúsculas, de tamaño variable aunque en todos los casos de gran visibilidad ya que en el caso de los titulares más pequeños las fuentes tenían una altura de entre 1 y 1,5 cm., era muy frecuente el tamaño de 3,5 a 4 cm. a dos líneas que ocupaba unos 8 cm. (cerca de un cuarto de tapa<sup>68</sup>), bastante frecuentes dos líneas de 5 a 7 cm. cada una (casi media página) y menos habitual pero utilizada en no pocas ocasiones excepcionales las alturas de letra de 8 a 9 cm. (tapa del 04.12.73 “Triunfo diplomático de PERÓN”, sólo para el nombre del presidente o “MATAN a villero en Plaza Mayo” el 26.03.74, sólo para el verbo), incluso a dos líneas, ocupando más de la mitad de la portada (“Crimen político” el 02.12.73; “Otero: infarto” el 15.07.74; “Tenso clima” el 23.08.74, a pocos días de la clausura del diario y del pase a la clandestinidad de Montoneros).

Otras combinaciones de grandes tipografías en tapa, aunque menos regulares, son las que empleaban tres o más líneas para un único titular: “100 palos de multa a Coca-Cola” el 22.06.74 (3 líneas de 5 cm. cada una, más de media página), “Brunello denunció una conjura imperialista” el 28.06.74 (4 líneas, 2 de 5 y 2 de 4 cm., ocupando dos tercios de la tapa, lo que forzó una sensible reducción del tamaño de la fotografía, algo muy poco habitual).

El máximo tamaño de fuente en la historia del diario correspondió a la célebre portada del 02.07.74 que anuncia la muerte de Perón, con 16 cm. y media página de altura para el titular principal: “DOLOR”. Y en segundo lugar, los 10 cm. de “EVITA” en la tapa del 26.07 recordando el aniversario de su fallecimiento. En ambos casos, una demostración de la importancia que el diario le asignaba al uso del gran titular como procedimiento de interpelación. Toda la portada y la mayor jerarquía tipográfica para el

---

<sup>68</sup> *Noticias* tuvo siempre 24 páginas y su tamaño era de 29 x 37,5 cm. A efectos comparativos con las medidas de los tabloides actuales, tenía casi el mismo tamaño que *Clarín* (28 x 37 cm.), era algo más grande que *Crónica* (29 x 35 cm.) y más pequeño que *Página 12* (28,5 x 43 cm.).

más dramático de los acontecimientos políticos, en la construcción de *Noticias*: la muerte de los dos principales líderes populares de la historia argentina.

La tipografía de los titulares de tapa sólo se utilizaba en otros dos lugares del diario, también en mayúsculas: la doble página central (páginas 12 y 13 o 5 y 6 los días lunes desde que comenzó a editarse el suplemento deportivo) y la contratapa, y solamente para sus títulos principales, generalmente ubicados en la parte superior de las páginas. Esta selectividad del uso del gran titular característico de la prensa sensacionalista en el cuerpo del diario, refuerza además el procedimiento de continuidad ya mencionado entre la tapa, la contraportada y las páginas centrales, ya que es en estos espacios donde habitualmente se desarrollan las noticias de primera plana.<sup>69</sup>

Una tercera y última tipografía, más redondeada y con *serif*, era la que se usaba únicamente para la marca y el lema del diario, ambos escritos por completo en minúsculas, con una altura de letra de 3,5 cm. para la marca. El conjunto de marca y lema, más una línea que incluía la fecha, el número de edición y el nombre del director, ocupaba un total de 5 cm. de altura y se ubicaba de manera estable en el borde superior de la portada. Esta regularidad en el diseño sólo fue alterada en dos ocasiones.

En el primer caso, el 18.04.74, la marca del diario se ubicó en la mitad de la portada y su lugar fue ocupado por una noticia (algo muy poco habitual, son contadas las ocasiones en que se desarrolla algún texto en tapa, como veremos) titulada “Un extraño cargamento”, que denunciaba el supuesto desembarco ilegal de municiones provenientes de Inglaterra, posiblemente destinadas a grupos parapoliciales, una clara interpelación al gobierno en el marco de los crecientes atentados contra militantes de izquierda, la mayoría de ellos pertenecientes a Montoneros y el conjunto de organizaciones de la Tendencia.<sup>70</sup>

La segunda ocasión fue el 03.07.74 y respondió a un reordenamiento de la portada alrededor de una hermosa foto apaisada que ocupó la primera plana completa y que mostraba el interior de una casa humilde en una villa de emergencia donde una familia erigió un altar en homenaje a Perón a dos días de su muerte. No fue la primera vez que una foto ocupó la tapa entera (recurso que ya señalamos habitual en las

---

<sup>69</sup> Aquí nuevamente debemos destacar la integralidad de la apuesta de Smoje por simplificar y guiar la lectura del diario ya que la jerarquización gráfica de los temas de tapa derivaba de manera estable a las zonas de más fácil acceso del diario. Así, para leer las notas de tapa, sólo había que girar el ejemplar hacia la contratapa o abrirlo al medio.

<sup>70</sup> La ampliación de esta denuncia también tendría la máxima jerarquía al día siguiente, cuando volvió a alterar los diseños de tapa más frecuentes, en este caso sin incluir ninguna fotografía. Se analizará seguidamente, en el apartado de tipologías de portada, la cuestión de las “tapas tipográficas”.

revistas pero absolutamente novedoso para un diario) o reorganizó por completo su disposición más común (ya lo veremos en el apartado que analiza el uso de la fotografía, sobre todo en el caso de las fotos verticales). Pero sí fue la única vez que la portada de *Noticias* se compuso horizontalmente<sup>71</sup>, una alteración que -junto con los usos ya mencionados del gran titular y los que veremos respecto de la fotografía- marcan la centralidad de la apuesta gráfica del diario y la diversidad de recursos para convocar la atención de los lectores.<sup>72</sup>

## Organización gráfica y jerarquización de las tapas. Tipología

El atractivo visual y la legibilidad de la propuesta de Oscar Smoje, junto con el uso del gran titular y la jerarquización de la fotografía, también se sustentaba en una organización gráfica que disponía los distintos elementos de portada de forma bastante regular, en seis esquemas principales.

Estos esquemas o tipos, además de simplificar la composición y el armado de las tapas, constituyeron la tercera pata de la constitución de la identidad gráfica del diario (ya hemos señalado que la identidad de portada resulta un componente fundamental respecto del contrato de lectura), fácilmente reconocible aún con sus matices y variaciones.

De hecho, las tapas de *Noticias* funcionaban como verdaderos afiches, tal como, según destaca Smoje<sup>73</sup>, era exhibido en los puestos callejeros por los vendedores de diarios. No nos parece en absoluto menor la idea del afiche (Smoje habla de *póster*) como procedimiento fuerte de interpelación, vinculado tanto con la tradición de la política -y, en particular, del peronismo y la militancia juvenil de izquierda- como de la publicidad. En este sentido, Romano (2004) plantea que el surgimiento de las revistas ilustradas es contemporáneo del desarrollo de nuevas formas de comunicación masiva dirigidas a los públicos populares urbanos, que apelaban a lo *verboicónico*, entre las cuales menciona el afiche.

---

<sup>71</sup> Recurso que, no obstante, ya había sido utilizado en dos oportunidades en las tapas del suplemento deportivo de los lunes que, como envolvía el diario, ya había sido portada de *Noticias*. Ver tapas de los suplementos del 25.03 y del 15.04.74, esta última con una impactante imagen de los bomberos arrojando agua a la tribuna para reprimir a los hinchas de Boca. El título de esta tapa-póster fue "¡AGUA EN LA BOCA!" y, según Esquivada (2004), su autoría se debe al jefe de redacción, el enorme poeta Juan Gelman.

<sup>72</sup> Téngase en cuenta que también hablamos de interpelación gráfica en relación con los titulares y su dimensión icónica, sobre todo en el uso del gran titular. En esta línea, hay que destacar la composición de tapas exclusivamente tipográficas, que se desarrollará en el próximo apartado. Respecto del lenguaje verbal y su complementariedad con la estrategia gráfica (en el nivel de lo *verboicónico* que plantea Romano (2004) como un elemento central de toda lectura pero especialmente de la prensa y más aún en el caso de la "prensa ilustrada"), ver el apartado dedicado a la fotografía, la titulación y los epígrafes.

<sup>73</sup> Entrevista a Oscar Smoje en De Dann (1998: 122).

Por otra parte, algo muy importante respecto de los diferentes esquemas de tapa es que esta cuidada variedad de diseños tenía, además de una cualidad gráfica y estética, funciones determinadas, vinculadas sobre todo con la jerarquización de las noticias, a nivel temático.

Si bien, en ocasiones, la elección de fotos verticales parece definir el diseño de tapa, la elección de un tipo de portada determinado da cuenta, con mayor regularidad, de una jerarquización de hechos noticiosos más que de una estética o un estilo.

## Tipología de las tapas

Previamente, algunas observaciones que atañen a todas las portadas. Ya hemos mencionado la importancia de la fotografía en *Noticias*, que se expresa no solamente en la calidad de sus imágenes sino, en relación con el diseño, en el espacio que se le asigna respecto del texto.

En el caso de las tapas, podríamos decir que si hay un elemento dominante de forma permanente es la fotografía, que habitualmente ocupa el cincuenta por ciento de la portada pero que puede extenderse a dos tercios o incluso la totalidad de la tapa.<sup>74</sup>

Si bien con frecuencia el uso del gran titular sensacionalista compite en importancia gráfica con la imagen, la foto es, siempre, uno de los dos polos de atención. Con la única excepción, claro está, de las tapas exclusivamente tipográficas, construcción excepcional y mucho menos frecuente.

Hay que destacar también la rigurosa selección de lo noticiable en tapa: de tres a cinco temas, aunque frecuentemente dos y hasta una única noticia.

Algo que también contribuye a esta economía temática y gráfica es que rara vez se incluye el texto de alguna nota en tapa, tampoco bajadas o copetes, lo cual diferenció a *Noticias* de todos los periódicos de la época. En este sentido, *Noticias* era un diario de titulares. Y de títulos breves, simples y directos.<sup>75</sup>

---

<sup>74</sup> Esto puede verificarse fácilmente en el anexo del final, donde incluimos todas las portadas. No obstante, agregamos que la foto de tapa promedio de *Noticias* medía entre 14 y 16 cm. de alto y todo el ancho de la página (29 cm). Cuando hablamos de imágenes mayores, de unos dos tercios de la portada (22 al 24.11.73, por ejemplo), la foto tenía de 18 a 21 cm. de altura, en el más habitual formato apaisado. En el caso de las imágenes verticales que, como veremos, reorganizan la tapa y constituyen un formato *ad hoc*, medían 30 x 20 cm. y, al igual que las anteriores, también ocupaban las dos terceras partes de la tapa (28.11.05 y 08.12.73, entre otras).

<sup>75</sup> Lo retomaremos en el apartado referido al lenguaje verbal, pero la concisión de los titulares de *Noticias* era también notable. Así como los más pequeños promediaban las cinco o seis palabras (siempre en una línea, salvo en las tapas compuestas alrededor de una foto vertical, como veremos), los titulares principales eran más sintéticos y con frecuencia tenían tres términos ("PERÓN POR TV" el 24.11; "INDIGNACIÓN EN POMPEYA" el 11.12), a veces dos ("VUELVE PERÓN" el 23.11; "CRIMEN POLÍTICO" el 02.12; "OTERO: INFARTO" el 15.07) y en ocasiones uno solo ("DOLOR" el 02.07, "MONZÓN" el 10.02, "¡CENTRAL!" el 30.12). La combinación de textos breves y letras de molde,

Los esquemas que siguen están ordenados, comenzando por los que se utilizan con mayor frecuencia.

## 1. Tapa por contraste

*Jerarquización alta de dos temas principales: foto o gran titular*

Es el esquema más usado y uno de los procedimientos de interpelación más originales del diario. Se caracteriza por la notable jerarquización de dos noticias principales: la de la foto y la del gran titular. La potencia de este recurso funciona por contraste, ya que es algo absolutamente inusual para cualquier portada (en el estilo predominante de las revistas que ya mencionamos y no sólo de aquella época, también en la actualidad) que el título principal no aluda a la foto de tapa, más aún en las dimensiones de ambos en las portadas de *Noticias*.<sup>76</sup>

El conjunto se organizaba: gran titular, foto apaisada (por lo general en la mitad inferior de la portada aunque a veces la relación se invertía, como el 20.04.74) y entre uno y cuatro títulos de menor tamaño<sup>77</sup>, que podían ir arriba del título principal o debajo de la foto. También se usaba, con menor frecuencia, una variable que agrupaba seis o siete títulos pequeños, con la disminución del tamaño del titular principal. Si bien los títulos pequeños quedaban notoriamente desjerarquizados en relación con el gran titular y la foto, todas las informaciones resultaban altamente visibles.

Algunos ejemplos, entre cientos. En el número 11, del 01.12.73: gran titular “ESCÁNDALO POR EL CASO BRANDAZZA” y la imagen de dos *cracks* de Independiente levantando la Copa Intercontinental que acaban de obtener. O el 06.12: “PREPARAN LA NUEVA ENTREVISTA PERON-BALBIN” y el inmenso retrato de una niña secuestrada. También el 10.05.74: “PINOCHET VIENE A LA ARGENTINA” y la foto de la toma de una fábrica. El más ambiguo contraste de la tapa del 25.11.73, será analizado más adelante en el apartado “ANGUSTIA DE UNA ESPOSA”.

## 2. Tapa doble énfasis

*Jerarquización muy alta de un tema principal: foto y gran titular*

---

especialmente utilizada para dar cuenta de acontecimientos de la mayor noticiabilidad para el medio y máxima interpelación, también constituyen otro modo de apropiación por parte de *Noticias* de elementos tradicionalmente presentes en la prensa sensacionalista.

<sup>76</sup> El título principal ocupaba entre un quinto y un cuarto de la página, aunque ocasionalmente llegó a ocupar un tercio o la mitad. La fotografía, media o dos terceras partes de la tapa.

<sup>77</sup> De una línea cada uno, con una altura que va de 0,7 a 1,6 cm. en letra mayúscula.

Es el mismo diseño que el anterior pero, en este caso, el gran titular y la foto coinciden con la misma noticia. Por esta razón y en contraposición al esquema *por contraste*, esta composición produce la jerarquización fuerte de una información principal. De hecho, la tapa parece informar sobre un único tema y a veces, de hecho, así sucede. Como veremos, este segundo esquema es el más frecuentemente utilizado para destacar algún hecho noticioso. Era además, el tipo de tapa a través de la cual se expresaba más explícitamente la línea de Montoneros y los acontecimientos políticos que importaban a la organización.

Ejemplos también hay muchos, destacamos algunos. El 23.11.73, "VUELVE PERÓN"; el 26.11, "RIVER SACUDE 16 AÑOS DE MUFA"; el 08.03.74, "RENUNCIÓ OBREGÓN"; el 21.03, "FIRMENICH EN LIBERTAD".

Una adaptación muy original de este formato de alta jerarquización es la portada del 09.02.74, donde se denuncia el asesinato del reportero gráfico Julio César Fumarola. La imagen es una silueta de su rostro, en alto contraste, parece un *stencil*. Y el gran titular sensacionalista presenta "EL CASO DEL FUSILADO".

### 3. Tapa foto vertical

*Jerarquización alta de un tema principal: foto*

Producen una ruptura gráfica importante en relación con el predominio de las composiciones anteriores, de imagen apaisada. En este diseño, la foto vertical ocupa un tamaño fijo de dos tercios de portada (20 x 30 cm), recostada sobre el lado derecho. En el tercio de la izquierda, se disponen todos los titulares, en grupos de entre dos y cuatro líneas cada uno, cuatro o cinco noticias, de tamaño variable. El gran titular desaparece y, si bien en ocasiones se destaca un título o una palabra (por lo general un nombre propio) en mayor tamaño, puede o no titular la imagen. De hecho, muchas veces no lo hace y la foto incluye o no un título calado dentro de la imagen, recurso bastante frecuente en general.

La característica más relevante de este formato es la predominancia gráfica de la fotografía, que no compite en jerarquía con los titulares.

Pero a la vez, creemos que la elección de este *tipo* obedece más bien a un criterio visual-gráfico que temático. Si bien desde luego que ambas cuestiones pueden coincidir (de hecho así ocurre en la mayoría de las portadas donde un tema importante para el diario se destaca con una excelente fotografía), aquí es la imagen (una muy buena foto en formato vertical) la que decide y reorganiza la tapa.

La primera aparición de este formato es el 28.11, reaparece el 05 y el 08.12 y luego en múltiples ocasiones.

Algunas variaciones en la misma línea se componen con un mosaico de tres fotos apaisadas más pequeñas (que pueden o no referir a un mismo tema), dispuestas una encima de la otra y ocupando el mismo lugar de la gran foto vertical. Pueden verse las tapas del 09.12.73, 23.01.74 (con imágenes más pequeñas, tomadas de la televisión), 30.05.74 (con fondo negro) y 01.06.74, entre otras.

Una adaptación curiosa del formato es la del 20.12.73, donde se recorta la silueta sin fondo, como dibujada, del general Anaya, nuevo jefe del Ejército.

#### **4. Tapa foto completa**

##### *Jerarquización máxima de un único tema: foto y titular*

Son tapas excepcionales que el diario utiliza para dar cuenta de hechos excepcionales y que luego analizaremos en relación con el abordaje de los temas de tapa. Junto con ciertas portadas “tipográficas”, expresan la máxima jerarquización en *Noticias* y de su uso de la fotografía.<sup>78</sup>

La imagen ocupa toda la portada, un recurso hasta entonces sólo utilizado en revistas y aún hoy infrecuente en los diarios. Incluso, en ocasiones, a la inversa del *tipo 3*, la tapa se rediseñaba horizontalmente para ubicar una excelente foto apaisada. Es el caso de la notable portada del 03.07.74, tras la muerte de Perón. Aunque ya había sido utilizado en dos oportunidades para las tapas del suplemento deportivo que envolvía el diario, como puede verse el 25.03.74, sin cambiar la ubicación vertical del nombre del diario, y el 15.04.74, por completo horizontal.

La primera aparición de este formato *a foto completa* es en verdad la excepción. La excelente portada del 14.12 -una suerte de revista con Perón como personaje de tapa-, parece dar cuenta más de una apuesta gráfica, en la línea de experimentar con los diseños que de la jerarquización noticiosa, más allá de que, algo para nada menor, está dedicada a Perón.

Reaparece el 18.02, con una foto-tapa dedicada a informar el “TRÁGICO SALDO DE LAS INUNDACIONES” que dejaron a “MEDIO PAÍS BAJO LAS AGUAS”. Y el 12.03, en el aniversario del triunfo electoral de Cámpora, que ameritó una tapa “tipográfica” el día anterior. El 30.04 se utiliza (con el inédito recurso de una foto

---

<sup>78</sup> Tal vez sólo comparable a los mosaicos y secuencias compuestos por cuatro fotos que ocupaban casi toda la portada, especialmente en el caso de su utilización como denuncia en la tapa del 26.03.74: “MATAN A VILLERO EN PLAZA MAYO”.

histórica) para anunciar la importancia y el sentido del acto por el día del trabajador en que Perón y Montoneros finalmente expresarían sus diferencias públicamente, en Plaza de Mayo: “MAÑANA: A DIALOGAR CON EL LÍDER”.

Los restantes ejemplos expresan la máxima jerarquización en toda la historia del diario. La foto a página completa fue utilizada en cuatro oportunidades para anunciar y procesar la noticia más esperada y más temida: la muerte de Perón (“ISABEL PRESIDENTE” el 30.06 y, luego de la tipográfica “DOLOR” del 02.07, del 03 al 05.07.74).

## 5. Tapa tipográfica I

*Jerarquización máxima de un único tema: sólo texto*

Van en la línea del esquema anterior. Marcan una ruptura fortísima al prescindir de la foto en un diario donde la imagen suele ocupar el lugar principal. Nuevamente, se utilizan para dar cuenta de un hecho de máxima importancia para el medio. Por lo general dan cuenta de un único tema (salvo dos el 19.04) mediante un enorme titular que -otro quiebre- suele estar seguido de un texto, por lo general largo, que puede llegar a desarrollar buena parte de la nota: “CRIMEN POLÍTICO” el 02.12.73; “INCESANTES TIROTEOS CONMUEVEN A CÓRDOBA” el 03.03.74, con el “Navarrazo”; “A UN AÑO DEL TRIUNFO PERONISTA”, el 11.03 para el aniversario de la elección de Cámpora; “QUISIERON MATAR A GELBARD” el 10.08; “TENSO CLIMA” el 23.08; y “HABLA EL FUSILADO” el 26.08.74.

Otras veces, siempre contadas, el titular está seguido de bajadas en tipografía de gran tamaño. El ejemplo más notorio es la tapa “DOLOR”, que anunció la muerte de Perón el 02.07. También “REPUDIO A LA PROVOCACIÓN” el 22.01, tras el ataque del ERP a la guarnición de Azul.

Un ejemplo bisagra es la portada del 24.02, “REPORTAJE EN LA CÁRCEL” a Roberto Quieto, que incluye la nota completa y una pequeña foto del dirigente.

## 6. Tapas tipográficas II: multitítulos

*Baja jerarquización múltiple: títulos menores*

Son tapas inusuales y sin fotografía. Esta primera opción, presenta unas cuatro o cinco noticias, ubicadas una encima de la otra a todo el ancho de página, en una paridad gráfica que no jerarquiza especialmente a ninguna. Se combinan dos tamaños de letra, una bastante grande que titula con una o dos palabras cada nota. Y luego en tipografía más pequeña, una suerte de subtítulo o bajada de cada nota.

No son frecuentes. La no jerarquización habitual puede responder a un intento de dilución de la noticiabilidad en el conjunto, a la falta de buenas fotos o a otros factores (técnicos, políticos) que pudieran haber afectado el trabajo cotidiano y el cierre, optándose por una resolución más sencilla. Ejemplos: 12.06, 09.08 y 27.08.74 (última).

Si bien existen algunas tapas que no responden exactamente a los seis *tipos* aquí descriptos, constituyen variantes menores y poco relevantes para el análisis.

## **El gran titular sensacionalista es político**

Ahora bien, la estridencia sensacionalista del gran titular en *Noticias* es utilizada en la mayor parte de las tapas para dar cuenta de hechos políticos.

Las veces que esto no ocurre es cuando algún suceso deportivo amerita o el *doble énfasis* (foto más título principal) o, menos habitualmente, la composición *por contraste*. Esta última alternativa se da, con más frecuencia, los domingos. En el caso de los lunes, podía ocurrir hasta la salida del suplemento deportivo el 04.02.74, pero por lo general, cuando ocupaba la tapa del diario, lo hacía más con la foto que con el titular, salvo en ocasiones excepcionales (partidos decisivos, obtención de un campeonato, etc).<sup>79</sup>

Otra excepción a la regla es cuando el gran titular jerarquiza, por lo general, en *doble énfasis* con la foto, algún siniestro o catástrofe de importancia<sup>80</sup>: incendios (“ALIVIO EN LA PAMPA” y calado en la foto “LLUEVE SOBRE EL INCENDIO” el 26.12.73), accidentes de aviación (“TRAGEDIA AÉREA” y “39 MUERTOS EN TURÍN” el 02.01.74), inundaciones (tres tapas seguidas, del 16 al 18.02: “DILUVIO TRÁGICO”, “ESTÁ MEDIO PAÍS BAJO LAS AGUAS” y “TRÁGICO SALDO DE LAS INUNDACIONES”, esta última con la foto a tapa completa).

Sin embargo, si bien los siniestros y catástrofes conforman el repertorio típico de temas sensacionalistas (aunque no solamente, en casos de hechos graves como los aquí señalados solían -y en la actualidad más aún- ingresar en la agenda de todos los diarios y ubicarse en tapa), lo destacable es que su carácter se enfatiza con el gran titular y, sobre todo, con el tono dramático y la concisión en el uso del lenguaje verbal.

---

<sup>79</sup> Debemos destacar que la salida de “noticias deportivas” y su disposición en relación con el diario (al cual envolvía, contradiciendo la propia definición de suplemento), jerarquizaba en un 100% la noticiabilidad del fútbol en las tapas de los días lunes, con la sola excepción del receso del campeonato local durante el Mundial de Fútbol en que se editó un suplemento *ad hoc* que, salvo excepciones, no envolvía el diario.

<sup>80</sup> No es el caso de los más cotidianos accidentes de tránsito. Los choques de vehículos, como veremos, ocupaban la foto de tapa pero nunca en el gran titular.

Títulos que con frecuencia utilizan dos palabras donde el drama se sintetiza en un sustantivo (“tragedia”, “diluvio”), en un adjetivo sensacional (“trágico”, “pavoroso”) o, nueva forma del doble énfasis, en ambos (“diluvio trágico”).

Ahora bien, aún en estos casos, el tono dramático se cruza con un abordaje político de los temas, que se expresa claramente en las notas pero también en ciertos titulares, sobre todo cuando los hechos no responden a circunstancias fortuitas (y, en consecuencia, responden a causas que pudieron evitarse y, por lo tanto, tienen responsables) y, más aún, cuando afectan a muchas personas y, fundamentalmente, a los sectores populares.

En este último caso, como veremos más adelante (apartado “Se embromaron los pobres”), la visibilización que hace el diario de las dificultades y violencias que afectan cotidianamente a los habitantes de las villas de emergencia es notable y podemos decir que excede ampliamente un rol típicamente periodístico (o mejor, y luego lo retomaremos: amplía políticamente los tradicionales límites de cierto periodismo).<sup>81</sup>

---

<sup>81</sup> Para ver la politización del abordaje sensacional y el posicionamiento de *Noticias* respecto de las “tragedias” evitables que afectan a los sectores populares, véase el apartado “PAVOROSO INCENDIO: se movilizó Pompeya”. En este caso, el estilo se hace evidente en los grandes titulares (“PAVOROSO INCENDIO” e “INDIGNACIÓN EN POMPEYA”, 10 y 11.12.73) y en las fotos y epígrafes de portada, durante tres días seguidos con la máxima jerarquización. A la vez, adquiere nuevos matices en las notas interiores.

# NUEVAS APROPIACIONES Y APORTES PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UNA INTERPELACIÓN POPULAR. LA REPRESENTACIÓN DE LO POPULAR EN *NOTICIAS*

## UNA REPRESENTACIÓN DIVERSA

Como ya señalamos, la jerarquización de la gráfica en *Noticias* fue una de sus características más singulares y uno de los elementos que, desde nuestra perspectiva, lo vinculan con una tradición de prensa popular que se remonta a las publicaciones ilustradas de fines del siglo XIX y principios del XX, a la vez que con una estrategia de reapropiación de la estética sensacionalista.

Ahora bien, ya presentados los *tipos* de portadas, iremos más allá de su aporte a la legibilidad y visibilidad del diario y a la construcción de una identidad gráfica distintiva del conjunto de la prensa de la época, para centraremos ya no en una dimensión de las *series visuales lingüísticas, paralingüísticas y no lingüísticas* (Verón, 1971) sino en su articulación. Y en su abordaje de temáticas diversas.

Esto es, cómo la especial combinación de fotografía, titulares y epígrafes y su funcionamiento ineludiblemente *verboicónico* (las portadas y las páginas interpelan al lector como un todo y la lectura es la que construye sus itinerarios y sentidos) entreteje una representación compleja de lo popular, que además expresa una variedad de temas inusuales en la prensa política y, en general, en la de raíz “racional-iluminista”.

Si la filiación con la prensa sensacionalista resulta notoria respecto del uso del gran titular, no lo es tanto en el caso de la fotografía. Más allá, claro está, de la ya señalada paridad entre texto y foto y de la frecuencia con que la imagen predomina en relación con los títulos en tapa, que da cuenta de una opción por la interpelación visual compatible con la construcción de un lector popular.

Sin embargo, las fotos de *Noticias* parecen construir un tipo de interpelación más complejo que el de la representación típicamente sensacional, de manera coherente con el conjunto de la construcción enunciativa del diario, que articula de manera novedosa las dos grandes matrices culturales que atraviesan los modos de decir de la prensa popular.

En este punto, es difícil responder cuál sería la “variante específica” (Sunkel, 1985) de *Noticias*, en relación con los esquemas “simbólico-dramático” y “racional-iluminista”. En principio, porque jerarquiza y combina elementos fuertes de ambos, probablemente su aporte más singular. Pero veamos cuáles son los puntos de contacto, los distanciamientos y las articulaciones entre una y otra matriz y entre los distintos tipos de prensa.

## Fotografía: la diversidad jerarquizada

Ya hemos mencionado que para Sunkel (1985), la representación del pueblo y lo popular que hacen los diarios de izquierda suele ser reduccionista en cuanto restringe esta representación a de la subalternidad al contexto de las relaciones laborales, esto es, una limitación del mundo popular al de la clase obrera y sus luchas. Semejante concepción se encuadra en un distanciamiento progresivo de los partidos políticos de izquierda chilenos en su relación con los sectores subalternos, lo cual se expresa en lo que Sunkel denomina una “prefiguración” de lo popular que deja afuera, otras dimensiones de la vida cotidiana del pueblo y excluye de la representación a actores sociales concretos, como los sectores poblacionales no encuadrados políticamente (“lo popular no representado”) o actores marginales como los presos, las prostitutas, entre otros (“lo popular reprimido”).<sup>82</sup>

Pues bien, este problema de la representación fue abordado de modo muy diferente por *Noticias* ya que no sólo amplió el campo de actores populares y contextos representados, sino que además visibilizó de modo notable sus necesidades y demandas. Junto con las cuestiones vinculadas con los trabajadores, las condiciones laborales y los conflictos sindicales, el diario jerarquizó de modo notable las problemáticas cotidianas de los habitantes de las villas y barrios populares de todo el país. Además de la visibilización del sujeto popular y sus reclamos en tapa (se analizará más adelante), destinaba una sección diaria especial de entre dos y tres páginas (“Información general”)<sup>83</sup> para dar cuenta de su situación, de sus proyectos. E incluía con frecuencia (en combinación con la sección “policial”), informaciones y denuncias relacionadas con la situación de los presos en las cárceles, el “gatillo fácil” y otros abusos policiales en el combate del delito. A modo de ejemplo de la

---

<sup>82</sup> Obviamente que nos estamos refiriendo a la prensa popular de izquierda de la época, aunque podemos encontrar muchas similitudes en relación con la concepción reduccionista de lo popular en buena parte de los periódicos partidarios actuales, más allá de que no interpelan a un lectorado masivo sino fundamentalmente a sus propios militantes. Respecto de la circunscripción de la representación del pueblo al actor obrero u “obrero-campesino” y la no representación de ámbitos de la vida cotidiana y del sujeto “poblacional-marginal” (Sunkel, 1985), la exclusión social producto de la aplicación de políticas neoliberales, la lucha y visibilización de las organizaciones piqueteras y el desarrollo de los movimientos sociales, ha forzado un corrimiento de límites en la construcción del actor popular por parte de los medios de comunicación, tanto militantes como comerciales. Sin embargo, desde nuestra perspectiva, los modos de representación siguen siendo discriminatorios y excluyentes (en el caso de buena parte de la prensa comercial) y reduccionistas (en el caso de la prensa militante). Problemas como la “prefiguración” que señala Sunkel (1985) respecto de los diarios de izquierda (el discurso preconcebido *sobre* el pueblo que se asume como su vocero y obtura las voces subalternas) y la subestimación de los modos de decir de la cultura popular, merecerían más atención por parte de todo proyecto comunicacional que pretenda ser leído (visto, escuchado) por los sectores subalternos y establecer *con* ellos una mediación militante. Algo de esto, creemos, intentó *Noticias* durante los breves e intensos nueve meses de existencia.

<sup>83</sup> Aunque no se identificaba en el diario de manera explícita, existía como tal en la organización de la redacción. De hecho, junto con “Policiales”, estaba a cargo de Rodolfo Walsh.

jerarquización de lo “popular reprimido” en tapa, el 15.06 se asigna foto y gran titular (*doble énfasis*) a la fuga de medio centenar de chicos detenidos en un instituto de menores. El posicionamiento del diario es claramente en defensa de los pibes: “LES DIERON CON TODO” es uno de los títulos calados en la fotografía de un chico, con el rostro cubierto y el epígrafe que destaca su testimonio: “Uno de los pequeños que no fugó explicó a *Noticias* los motivos de la fuga de sus compañeros”.

Pero junto con los actores representados, *Noticias*, amplía fuertemente el campo de los temas populares tradicionalmente excluidos de la prensa política y comercial (no tanto de la sensacionalista) y a la vez construye una representación mucho más compleja y diversa de la cotidianeidad popular, tanto por las dimensiones que aborda como por su politización.

En el caso de las tapas, la fotografía es el lugar donde mejor y más visiblemente se expresa esta diversidad de sus temas y abordajes, amplitud de criterios de selección y estilos que tendrá su correlato en las notas interiores y en la organización y distribución de las secciones y sub-secciones.

A diferencia del título principal, la fotografía jerarquiza muchos de los tópicos “no serios” que la prensa política desestima y que los diarios comerciales -con excepción de los sensacionalistas- no privilegian del modo en que lo hace el periódico de Montoneros.

Si bien las fotos de temática política también son frecuentes (sobre todo en determinados momentos del diario, como veremos), lo interesante es que en *Noticias* se alternan con otras temáticas que aparecen, según las épocas, con igual o mayor presencia. Mencionaremos la más importantes para luego focalizar con más detalle en las que, nos parece, dan cuenta de un abordaje distintivo que construye la original interpelación popular del diario.

Los temas más destacados son, desde luego, los deportivos, sobre todo fútbol, aunque también automovilismo, boxeo y turf, en ese orden de importancia en tapa. Si bien fútbol es definitivamente el deporte más destacado en todos los espacios, el interior del diario asigna más importancia al turf (de hecho es una sección especial, de dos páginas diarias) que a automovilismo y boxeo.

Estos últimos suelen ser muy jerarquizadas pero de manera eventual: carreras y peleas importantes, protagonizadas por grandes ídolos populares como Monzón y Reutemann. Ambos fueron foto de tapa (y en ocasiones foto y gran titular) de *Noticias*. En cambio, el turf recibió una sola foto de portada pero muchos titulares pequeños, donde se celebra lo que verdaderamente le interesa al lector especializado y a la

autopromoción del medio: los aciertos en las apuestas que adelanta *Noticias*. Ampliaremos algunas de estas cuestiones en el apartado sobre “noticias deportivas”.

Otros temas destacados, en la línea de lo habitual en la prensa sensacionalista, son los accidentes de tránsito y otros siniestros cuya jerarquización está dada por la gravedad del hecho (si hubo víctimas, sobre todo muertos) y, a menudo en el caso de *Noticias*, por el grado de destrucción en el que quedaron los vehículos, a menudo reforzados con títulos o epígrafes que remiten enfáticamente a la imagen (“ASÍ QUEDÓ...” el 22.04) o que apelan al humor o a juegos de palabras, sobre todo si no se produjeron pérdidas de vidas: el 07.03, un espectacular choque de camiones con el pie de foto “CHOCARON DOS ‘PESADOS’”; y como la cabina de uno de ellos quedó suspendida en el aire, el título fue “DE LAS AVES QUE VUELAN...”, en alusión al dicho popular que da cuenta de algo improbable o poco creíble.<sup>84</sup>

Más ejemplos de la recurrencia: “CHOQUE BRUTAL” el 09.12.73; “MUERTE EN LA RUTA” el 21.12; accidentes el 07.03.74 y el 18.04, “VIOLENTO CHOQUE” de trenes el 06.08, entre otros.

También es frecuente la foto de tapa referida a hechos insólitos que pueden ir desde el nacimiento de un niño durante un viaje en tren (“FUE SOBRE RUEDAS”, el 11.05) al hallazgo de un elefante marino varado a orillas de un río del Tigre (26.06). En este último caso, el increíble título es “OIA!!!” y el epígrafe juega con un conocido poema de Rafael Alberti: “Se equivocó la paloma”. En este caso el elefante marino que inexplicablemente se metió a turista en el Delta”.<sup>85</sup>

También el humor, los juegos de palabras y el empleo del lunfardo coloquial, es utilizado por el diario para ilustrar, en tono cómplice y crítico, cuestiones “serias” como el desabastecimiento de tabaco, con la foto de un kiosco y un cartel de “no hay cigarrillos” que se titula “SE HICIERON HUMO” el 03.01. O la imagen de un mostrador vacío de una carnicería el 30.01: “NADA DE BIFES”.

De hecho, muchas veces el epígrafe es el lugar de la tapa donde se explicita la ironía y la crítica más aguda, sobre todo en relación con temas y fotografías netamente políticas. Como señala Susan Sontag citando a Walter Benjamin, “un subtítulo correcto bajo una imagen podría ‘rescatarla de las rapiñas del amarenamiento y conferirle un valor de uso revolucionario’” (Sontag, 2006: 155). Junto con el contexto donde se

<sup>84</sup> “De las aves que vuelan, me gusta el chancho”.

<sup>85</sup> También destacamos especialmente esta tapa en relación con el funcionamiento del diseño *por contraste* y la utilización de la disociación gráfico-temática. Da cuenta muy fuertemente de la composición diversa de las portadas, en este caso construida mediante el contraste entre la imagen insólita y el título “OIA!!!” frente a los grandes titulares serios, graves: “ACAPARADORES DESCUBIERTOS” y “CONTRABANDO. TRATAN LEY CON PENAS MÁS SEVERAS”. Aquí se da, además, el inhabitual empleo de un doble titular sobre temas vinculados, separados por la foto.

inserta (en este caso, la tapa de un determinado diario, los demás titulares), el epígrafe es el lugar por excelencia que busca fijar de un modo más preciso y en un sentido político la pluralidad de significados que supone toda fotografía.<sup>86</sup>

Un ejemplo interesante de esta utilización política del epígrafe se da en una serie de portadas con fotos de Perón e Isabel entre el 08 y el 14.04, algo en general poco frecuente ya que, por lo general, el diario mantiene un tono muy medido para la crítica al líder. De hecho, suele eximirlo de responsabilidad y descargar sus cuestionamientos más sobre el entorno y ciertos funcionarios del gobierno, pero no tanto sobre Perón.<sup>87</sup>

El 08.04, día en que se clausuraría el semanario *El Descamisado* (titular pequeño al día siguiente y foto de tapa el 10.04) en pleno intercambio de mensajes entre Perón y Montoneros en relación con el próximo acto del 1° de mayo, una imagen del presidente vestido de gala, con traje blanco, paseando con su esposa exageradamente elegante por los jardines de su residencia, construye un Perón de algún modo alejado de los problemas cotidianos del pueblo. El epígrafe es una humorada liviana pero se conjuga con la frivolidad de la foto: "Perón y la vicepresidenta Isabel Martínez asistieron en Olivos a la Misa de Ramos y recibieron un ramo de olivo".

Dos días antes, la foto en una mesa con políticos y funcionarios había sido "UN ASADITO EN OLIVOS". Y el 11.04, el epígrafe es crítico, con el recurso de la cita textual y el convencimiento freudiano de que todo chiste esconde una verdad: "Vicepresidenta Isabel Martínez viajó a Bariloche. Perón fue a despedirla: 'Me quedo para atender el negocio'". Ya el 15.04 es el gran titular el que ironiza, citando textualmente una frase del General: "PERÓN PIDIÓ QUE EL PUEBLO SE PORTE

---

<sup>86</sup> Aunque para Sontag, "aún un pie absolutamente preciso es sólo una interpretación, necesariamente limitada, de la fotografía que acompaña. Además es muy fácil poner o quitar ese guante. No puede impedir que argumento alguno o petición moral que respalda una fotografía (o conjunto de ellas) sea minado por la pluralidad de significados que supone cada una (...)" (2006: 156). Acordamos con esta observación, más que nada en relación con la circulación de fotografías y su uso en contextos diferentes (por ejemplo, en el pasaje de una exposición a una revista o, actualmente, mediante su libre disponibilidad por internet). No obstante, en el contexto de la portada de un diario, creemos que esta libre flotación de la significación está mucho más acotada y que el epígrafe cumple una función muy importante como marca del enunciador (que desde luego no determina la lectura pero la encuadra).

<sup>87</sup> Desde luego que esto es dinámico y cambiante. A grandes rasgos podríamos decir que, durante los comienzos del diario, la representación de la figura de Perón es elogiosa y que se reconoce y destaca fuertemente su liderazgo, con una gran presencia del presidente en las portadas, a través de los mayores titulares o las fotos. A medida que los tiempos políticos se endurecen y la ruptura con Montoneros se hace inculcable (el punto de máxima visibilidad es desde luego el acto del 1° de mayo, pero en realidad se trata de un proceso complejo que tiene muchas idas y venidas y que no se cierra, de algún modo, hasta la muerte de Perón dos meses después), la crítica es también más evidente, aunque el diario rara vez se posiciona (y nunca de manera estable) en un lugar de neta oposición. Para dar cuenta de cómo estos vaivenes y posicionamientos diversos se expresan en el estilo de *Noticias* y lo afectan al punto de desdibujar sus mejores aportes, al final del análisis señalaremos algunos hechos políticos muy significativos que, desde nuestra perspectiva, fueron haciendo insostenible un proyecto como el de *Noticias* y que se fueron encadenando en el marco de un proceso que concluyó con el terrorismo de Estado.

BIEN", un nuevo tiro por elevación a los que pronto serían "esos estúpidos que gritan".<sup>88</sup>

Otro uso de la fotografía, que emparenta a *Noticias* con la tradición de la prensa popular de *Caras y Caretas* o *Crítica*, es lo que hemos denominado, sus "viñetas costumbristas". Suelen ser excelentes instantáneas de la vida cotidiana en la ciudad, que a veces ilustran algún tema y otras, simplemente retratan un momento característico de lo popular urbano, como los juegos con agua en carnaval el 27.02 y el epígrafe: "Perdió la gorda. Primero le arrearon un baldazo, después una bombita. En Buenos Aires no hubo carnaval. El de Corrientes en pág. 3".

O una imagen de dos mujeres, una agobiada por el calor y con las patas en la fuente de una plaza donde sus tres niños se refrescan, con el título "¡QUÉ CALOR! ¡35°8!" y el epígrafe coloquial, cómplice: "Ciudad vacía y un calor de muerte. El porteño lo combatió como pudo. '¿Quién fue el loco que dejó el horno prendido?', dijo". También ubicamos en este rubro dos fotos vinculadas con los sorteos de lotería de fin de año, abordados de modo especial. Por un lado, la imagen del local que vendió el billete ganador del "gordo de Navidad" el 19.12: "Agencia insistente: vendió 36 veces la grande en 50 años. Ayer lo mismo: fue el 1877, número flaquito pero qué gordo". Y una foto imperdible el 29.12 que retrata a un grupo de obreras de una fábrica de pelucas que "SACARON LA GRANDE Y LA REPARTIERON", con el epígrafe que destaca el gesto solidario: "Son 23 trabajadoras de una fábrica de pelucas. Diez acertaron con el 13224 y lo repartieron entre todas".

Ya hemos mencionado la importancia, compartida más ampliamente con la prensa comercial, de las noticias y fotos de tapa sobre inundaciones, incendios y catástrofes graves y con muchas víctimas como la caída de un avión. Más ejemplos: otro "diluvio" el 26.01 y un terrible temporal el 06.01, que inauguró un estilo de máxima jerarquización fotográfica (un mosaico de cuatro fotos que ocupan casi toda la portada), que luego será utilizado en ocasiones de muy alta noticiabilidad o importancia política para *Noticias-Montoneros*: desde el abandono de Reutemann en la última vuelta de la carrera de fórmula 1 disputada en Buenos Aires (14.01) al asesinato por la policía del militante villero Chejolán en Plaza de Mayo (26.03, en este caso, las fotos son la prueba del crimen) y la cobertura del histórico enfrentamiento

---

<sup>88</sup> Dice textualmente Perón en un almuerzo de Pascuas con el cuerpo de "Granaderos a Caballo", a cargo de su custodia en Olivos: "Yo diría al pueblo argentino que se porte bien; que se tranquilicen los que están todavía un poco encocorados y que pacifiquen el país, que es lo que hace falta para que nos pongánnos a trabajar todos. Este es un día de paz; que eso los inspire para que se pacifiquen y queden tranquilos". El título de la nota fue: "PIDIÓ PERÓN" y la bajada "Que el pueblo se porte bien y no esté encocorado" (*Noticias*, 15.04.74, pág. 6).

con Perón y el abandono del acto del 1° de mayo por parte de los militantes de la Tendencia (02.05). En estos dos últimos casos, además, el procedimiento utilizado en tapa es el de la foto-secuencia, otra importante novedad.

Un último grupo de fotografías que nos parece central y que desarrollaremos en la parte final del análisis. Se trata de la temática que hemos denominado “vida cotidiana popular” y que da cuenta, en el caso de las imágenes, de un fuerte visibilización de los actores populares y sus reclamos, no como mera exhibición sino con un sentido fuertemente político y que construye un lugar de reconocimiento en un doble sentido. Por un lado, en la medida que los rostros y los cuerpos de las clases subalternas irrumpen en las portadas de *Noticias* en una paridad de espacio y frecuencia con el que habitualmente destinado a las figuras políticas.<sup>89</sup>

Por otra parte, porque en esa visibilización hay una reivindicación política y cultural de lo subalterno (por ejemplo, de una identidad villera politizada) que se organiza y se sostiene en una articulación (mediación compleja entre lo popular y lo letrado, entre el discurso del diario y la voz subalterna, que retomaremos) que, creemos, va más allá de lo meramente periodístico y se imbrica con una apuesta política de *promoción cultural* (De Certeau, 2009).

Si bien ampliaremos esta cuestión en el análisis de la representación del pueblo y la politización de la vida cotidiana popular, mencionaremos aquí algunos ejemplos de esta presencia del sujeto popular en tapa.

La notable fotografía de los niños jugando en el medio de la inundación en una villa, el 24.11, será analizada en detalle en el apartado “Se embromaron los pobres”. Otras protagonizados por chicos (un actor muy visibilizado por el diario en las portadas), tanto en su calidad de víctimas (el 30.11 “DESALOJAN A ESTOS PIBES”, para denunciar el cierre de un centro dedicado al tratamiento de la parálisis infantil) o participando de una protesta para la instalación de un semáforo en un barrio alejado del centro, el 13.12: “LOS PIBES CONTRA LA MUERTE EN LA CALLE”.

Ya hemos mencionado las fotos de bebés y nacimientos en circunstancias inusuales, pero la foto de tapa del 03.05 es de las más notables en la representación de lo cotidiano popular y el modo de jerarquizarlo por *Noticias*: “PARAGUAYA Y PERONISTA TUVO TRILLIZOS”, con el epígrafe “Sala 52 de la maternidad María

---

<sup>89</sup> Ya lo retomaremos en el apartado “ANGUSTIA DE UNA ESPOSA” pero es muy notable que durante la primera semana de *Noticias* en la calle, además del gigantesco retrato de Perón que ocupó la portada del 23.11, el primer plano fue únicamente vuelto a utilizar en la tapa del domingo 25.11 para presentar a una ignota mujer: Jorgelina de Mars, la esposa de un colectivero secuestrado por su militancia gremial.

Nogués. Allí están los trillizos que tuvo Venancia Lezcano, paraguaya, peronista y villera”.<sup>90</sup>

Otra imagen que denuncia el “segundo incendio en 2 meses: 100 personas sin techo” en una villa de emergencia de Beccar, el 20.04, con el notable titular que, con otro sentido, inspirara el de nuestro trabajo: “AQUÍ HUBO FUEGO”. Tal vez la tapa más extrema de esta representación política de lo popular y que de algún modo simboliza los compromisos pero también las tensiones puestas en juego entre el proyecto de *Noticias* y la dinámica que fueron adquiriendo los hechos y la violenta represión estatal y paraestatal, sea la del asesinato por parte de la policía del militante Chejolán en Plaza de Mayo, ante las cámaras del diario.<sup>91</sup>

### **Pequeños titulares en tapa**

También los titulares más pequeños representan un espacio de diversidad temática y estilística. Si bien con predominio de los temas políticos (que se va acentuando con el paso del tiempo y que durante los últimos meses casi lleva a que dejen de utilizarse por la doble jerarquización política del gran titular y la foto), en los titulares chicos se yuxtaponen y conviven las noticias sobre actos de gobierno, la información económica, los conflictos gremiales (“GANARON LOS OBREROS CONTRA BUNGE Y BORN” el 13.01; “FUE OCUPADA PROPULSORA” el 25.05), las persecuciones, amenazas, secuestros y atentados políticos (“PINTABA LEYENDAS Y LA ASESINARON” el 26.04; “PADRE MUGICA: MURIÓ AMETRALLADO” el 12.05; “FUE SECUESTRADO AYER UN ALTO EJECUTIVO DE LA ESSO” el 07.12; “EL ENTIERRO DEL ABOGADO PERONISTA DELERONI” 29.11), las “policiales” (“ESPECTACULAR TIROTEO EN CÓRDOBA: 4 MUERTOS” el 30.12; “UN EJECUTIVO FUE ASESINADO EN LA BAÑADERA” el 08.03), las extravagantes e insólitas (“UN MELLIZO ES ARGENTINO, EL OTRO PARAGUAYO” el 08.02; “NACIÓ UNA NIÑA A BORDO DE UN COLECTIVO 720” el 16.03), las turfísticas (“¡CARAMBA! OTRA VEZ ‘METIMOS’ SIETE EN LA PLATA” el 12.12; “COSA DE LOCOS: ACERTAMOS OTRAS 5 EN PALERMO” el 18.03), las de vida cotidiana (“BRR... AYER EL DÍA MÁS FRÍO DEL

---

<sup>90</sup> Otra cuestión importante respecto de la jerarquización de actores y temas es que la mayor parte de las denuncias o informaciones importantes tienen un seguimiento por parte del diario. Esta nota se continúa en un pedido de ayuda a las autoridades por la situación de extrema pobreza de la madre. En el caso de la desaparición de una beba de la maternidad Sardá, el tema fue serializado durante varios días y fue tapa tres días seguidos (10 al 13.01.74). De igual modo procede el diario con las notas y denuncias más explícitamente vinculadas con cuestiones políticas.

<sup>91</sup> Nos referimos a la tapa del 26.03.74, titulada “MATAN A VILLERO EN PLAZA MAYO”, mencionada en varias oportunidades.

AÑO” el 06.06; “OTRA VEZ TELEVISIÓN A TODA HORA” 05.03), las internacionales<sup>92</sup> y las deportivas, entre las más recurrentes.

### “Noticias deportivas”... o “Puré con Mantequilla”

Hay algo que no se modifica durante toda la existencia del diario: todo hecho deportivo relevante siempre ocupará la foto de tapa de *Noticias*, por sobre cualquier otra información que, en caso de ser muy importante para el diario, recibirá el gran titular y producirá, por contraste con la imagen deportiva, la ya mencionada interpelación *por contraste*.

Esta jerarquización de deportes es destacada ya que no solamente implica la asignación de la centralidad gráfica los días lunes (esto es, con la cobertura de la fecha futbolística de los domingos) sino que ese día el diario se reordena por completo y no sólo duplica las cinco últimas páginas asignadas diariamente a deportes (tres) y turf (dos), sino que las adelanta a las primeras diez (entre 7 y 8 para la sección “noticias deportivas” y 2 o 3 para “noticias turfísticas”).

De modo que los días lunes, a excepción del resto de la semana, el diario no se inicia por la sección “noticias internacionales” y, además, reduce la extensión de todas sus secciones en favor del crecimiento de deportes.

Pero eso no es todo, ya que a dos meses de su salida a la calle, con el número 73 del 04.02.74, el diario comienza a editar el que fuera su único suplemento fijo: “noticias deportivas”. Ahora bien, esta nueva opción por jerarquizar el mundo del deporte redoblaría la audacia de alterar la paginación, ya que el suplemento no sólo alcanzaría las 12 páginas sino que además envolvería al resto del diario.

De modo que los lunes, *Noticias* se partía en dos y se transformaba en el primer periódico deportivo (una suerte de antecesor de *Olé*, aunque se editara una vez a la semana) y desplazaba al resto del diario tradicional que, no obstante, mantenía su formato habitual, con tapa y contratapa, aunque reducido a la mitad y dentro del “noticias deportivas”.<sup>93</sup>

En este punto, creemos que semejante alteración del criterio habitual de organización del diario constituye un posicionamiento tan notorio de *Noticias* en la jerarquización del fútbol y la información deportiva, da cuenta de una de sus

---

<sup>92</sup> Si bien no de lo más habitual, en ocasiones el estilo sensacionalista invadía la sección más dura de política internacional. El 01.04, una nota de color en página 5 se tituló “Europa espiada por enjambre de ovnis”.

<sup>93</sup> Se destaca que en el anexo del final se incluyen las dos portadas de los lunes y que, respetando la jerarquización de *Noticias*, hemos dispuesto en primer lugar la del suplemento deportivo.

principales apuestas en la construcción de una prensa popular y sensacionalista, pero en el sentido de la alta consideración por las temáticas “no serias” y la centralidad de la fotografía.<sup>94</sup>

Otra forma de jerarquización de la información deportiva en tapa se expresa en la utilización del *tipo* que denominamos de *doble énfasis*, esto es, cuando a un hecho se le asigna simultáneamente la foto y el título principal, cubriendo casi la totalidad de la portada. Algunos ejemplos, que dan cuenta de esta doble jerarquización del deporte en tapa y, en particular, de los ídolos populares que ameritaban semejante promoción: “¡CENTRAL!”, el 30.12, cuando el equipo rosarino obtuvo el campeonato local; “MONZÓN” el 10.02, tras retener su título boxístico; “LA PERDIÓ REUTEMANN” el 14.01, con un mosaico fotográfico de media página tras su derrota en el Gran Premio de Buenos Aires; o “LEQUISAMO VIEJO NOMÁS” el 16.12, única dedicada por completo al turf. Ya con el suplemento deportivo, la supremacía del fútbol desplazará por completo a las otras disciplinas.

Ahora bien, debemos señalar -en línea con nuestro abordaje que pretende dar cuenta del funcionamiento *verboicónico* de los textos de la prensa, tanto a nivel de la producción como de la lectura- que en el caso de la información deportiva es donde, con frecuencia, se hace más notoria la utilización por parte de *Noticias* de un lenguaje que apela al humor, los juegos de palabras y la complicidad con un lector que se construye como entrenado, conocedor de los protagonistas y los códigos del fútbol, el boxeo o el automovilismo.<sup>95</sup>

Veamos el caso de la tapa dedicada a Monzón el 10.02 porque articula varias cuestiones. Desde el punto de vista fotográfico, se trata de una imagen obtenida de la televisión, un recurso utilizado con frecuencia por *Noticias* en tapa.<sup>96</sup>

---

<sup>94</sup> Aclaremos que la jerarquización del deporte y el fútbol no nos parece que solamente interpele a un lector de los sectores subalternos sino que, según creemos, da más bien cuenta de una apelación *transclasista* (más aún en un país como el nuestro, en el que la pasión por el fútbol constituye un mecanismo de mediación fuerte que no nos parece circunscripto a una determinada clase social sino más bien, con sus diferentes modalidades, las atraviesa a todas). Es por eso que, hecha la distinción, en el caso del fútbol y de ciertos temas o géneros “populares”, nos estamos refiriendo a la centralidad de su presencia en una suerte de tradición de la prensa popular de masas, fuertemente presente, por ejemplo, en antecedentes notorios como *Crítica*. O en los más sensacionalistas, *Crónica* y *Diario Popular*. De todos modos, la muy alta jerarquización del deporte y el espectáculo en la prensa de raíz “simbólico-dramática” trasciende nuestras fronteras.

<sup>95</sup> Esta interpelación, en el caso del turf, es definitivamente dirigida a los entendidos y recorta un lector no sólo entrenado en el tema sino decididamente *burrero* y aficionado a las carreras de caballos. De hecho, *Noticias* había contratado a uno de los mejores cronistas de turf, Luis Emilio Arana, cuya legendaria historia, en la línea de los míticos periodistas de *Crítica*, es recuperada por Esquivada (2009: 159-161) en su último trabajo sobre *Noticias*. Los aciertos de Arana fueron varias veces anunciados en tapa.

<sup>96</sup> Por primera vez el 23.01, a tres días del copamiento de Azul por el ERP, en una curiosa “foto-secuencia” de la transmisión televisiva en directo de la reunión en que Perón repudió públicamente a los diputados de la JP que cuestionaban el proyecto de ley que endurecía las penas contra los delitos políticos (y por el cual renunciarían a sus bancas al día siguiente). Vuelve a utilizarse el 05.02, con un

Si bien es probable que la opción por la foto de la pantalla televisiva haya tenido que ver con el hecho de que la pelea por el título del mundo contra “Mantequilla” Nápoles se realizó en París<sup>97</sup>, lo cierto es que de las dos páginas completas que el diario le dedica a la cobertura del combate, una completa (un recurso frecuente, en línea con la jerarquización de la fotografía por parte del diario) está compuesta por imágenes de la agencia AP. De modo que no es que no se contaba con fotos (aunque tal vez no se tuviera “la” foto de tapa) sino que se eligió la extraña y llamativa imagen de TV, en este caso un retrato, un auténtico primer plano en movimiento, en acción.

El epígrafe apelará al frecuente procedimiento de aludir directamente a la imagen, no tanto para agregar algún dato que complete su sentido, sino instando al lector a encontrar allí, en la foto, todos los sentidos: “*El rostro de Monzón lo dice todo: mezcla de alegre sufrimiento. Nuestro campeón retuvo brillantemente su título mundial*” (cursivas nuestras).

Otro procedimiento de jerarquización de la fotografía, en la línea de “una imagen vale más que mil palabras”, aludida por Smoje en su entrevista con De Dann (1998), como uno de los criterios que se tuvo en cuenta a la hora de privilegiar la imagen por sobre el texto.

El recurso a la expresión de los rostros en las fotos y la construcción enunciativa de sentimientos abstractos (“alegre sufrimiento”) que pueden dar cuenta no sólo de un estado de ánimo particular sino de un tono en la presentación del personaje o el tema (muy utilizado también en el retrato político), remite a lo que Eliseo Verón (1985) definiera como la “retórica de las pasiones”, central en la construcción del contrato de lectura del medio, en este caso a través de la fotografía, algo que ya hemos dicho que en *Noticias* es nodal.

Según Verón, se trata de imágenes que fueron “arrancadas” a un personaje notorio, “de algún modo a sus espaldas, cada una de ellas lleva, entonces, la traza de una situación precisa, de un instante determinado donde el personaje ha sido sorprendido cuando su rostro expresaba un estado de espíritu, o una emoción. Por lo tanto, las ‘News’ la utilizan para expresar un concepto abstracto, y poco importan entonces las circunstancias precisas donde la foto ha sido tomada: ella se ve signo de

---

retrato de Perón que parece dibujado, por las líneas de la oscilación de la imagen televisiva congelada por la foto. En ambos casos, más allá de lo original y atractivo de las imágenes (y de su fácil resolución técnica para la hora del cierre), éstas parecen construir una suerte de representación gráfica del discurso televisivo que, junto con la foto, es la noticia. Perón habla por televisión pero, además (y esto es una interpretación posible) ya no lo hace en el balcón de la Casa Rosada, frente a su pueblo. Igualmente, los mensajes de Perón y la mención explícita de su mediatización, serán siempre muy destacados en tapa: “PERÓN POR TV” es el gran titular del 24.11.73.

<sup>97</sup> Este combate motivó el excelente relato de Julio Cortázar “La noche de Mantequilla”, de su libro *Alguien que anda por ahí* (1977).

una situación global, de una coyuntura. Su presencia en la tapa traduce la actividad interpretativa del enunciador” (1985).

Otro ejemplo de esta utilización y del refuerzo de la imagen por el epígrafe, al pie de la excelente foto que ocupa más de la mitad de la página 2 del 14.01, tras el abandono de Reutemann en la última vuelta de la carrera disputada en el Autódromo: “Todo terminó. *La cara de Reutemann exime de comentarios*. El coche quedó atrás, en el mixto, y él camina masticando su frustración. Después, la ovación del público le devolvió la sonrisa” (cursivas nuestras).

Agregamos a la observación gráfica, nuevamente, la cuestión del uso del lenguaje coloquial y el lunfardo callejero, otra marca del diario, sobre todo en títulos y epígrafes: el corredor “*mastica* su frustración” es casi el verso de un tango.

Y por último, volviendo a la tapa de Monzón, el juego de palabras del título calado en la foto, nuevamente, humoradas para entendidos: “HIZO PURÉ CON ‘MANTEQUILLA’”.

## **POLITIZACIÓN DE LA VIDA COTIDIANA POPULAR Y DRAMATIZACIÓN DE LA POLÍTICA (SENSACIONALISMO POLÍTICO)**

Hemos organizado la presentación de esta última parte del análisis alrededor de dos grandes procedimientos o modos de decir que, junto con los aspectos gráficos y temáticos ya trabajados, constituyen el aporte específico y, probablemente, el más original del abordaje de *Noticias*. A su vez, cada uno de estos modos reúne diversas estrategias enunciativas que se interrelacionan en la construcción del lector popular del diario.

Por un lado, nos encontramos con un procedimiento de politización de ciertas zonas nodales de la prensa popular de masas y sensacionalista cuyo tratamiento predominante suele caracterizarse -en la línea de lo planteado por Sunkel (1985) para los diarios que se inclinan por la matriz “simbólico-dramática”- por una fuerte despolitización. Nos referimos sobre todo al abordaje melodramático y sentimental de la información policial y social, a la exacerbación del morbo, del drama pasional, la personalización y la casuística, como mecanismos de interpelación emotiva de los lectores, una apuesta al reconocimiento en la cotidianeidad de una vida peligrosa y dura de ser vivida (por los actores populares representados pero también por los lectores construidos).

Aquí aludimos a la “demanda de reconocimiento” identificada por Sunkel (2002: 124) en su investigación sobre la lectura de la prensa sensacionalista en los sectores

populares. Si bien se trata de un trabajo en recepción y mucho más actual, el autor concluye que la construcción de “relaciones de cercanía con el mundo cultural de sus lectores/as” resulta central en el contrato de lectura de la prensa sensacionalista y que uno de los niveles en los que se establecen fuertemente esas relaciones es el de la “captura’ de las experiencias de violencia urbano-marginal y la conexión que a través de ellas se hace con el sentimiento del miedo. Porque la violencia intrafamiliar, la violencia sexual, los crímenes pasionales, etc., son todas formas de violencia que el lector popular conoce de cerca” (125).

Ahora bien, este “sesgo hacia lo dramático” en la prensa sensacionalista, suele estar desprovisto de una lectura política que encuadre, por ejemplo, los hechos de violencia al interior de las clases subalternas o la criminalización de la pobreza de la que dan cuenta las políticas penitenciarias, en el contexto más amplio de un sistema basado en la exclusión económica y social de las mayorías. De igual modo, hechos que afectan con mayor frecuencia y gravedad a los sectores subalternos, como inundaciones, incendios, derrumbes o accidentes laborales –todos muy jerarquizados en este tipo de diarios- suelen encuadrarse en el terreno del “drama humano” y la fatalidad, sin que se promueva una reflexión sobre sus causas y responsables o sobre sus posibles soluciones.

Algo semejante sucede con otros procedimientos de representación “simbólico-dramática” de la vida cotidiana popular en los diarios sensacionalistas cuya opción por los pobres explica sus penurias y privaciones como producto de la fatalidad, la mala fortuna o un destino errado, como plantea Sunkel (1985) en el caso de un periódico como *La Tercera*, que construye la desigualdad entre ricos y pobres (central en su contrato de lectura) alrededor del eje de la *diferencia* y no en el nivel de un antagonismo, como en los diarios de izquierda.

En el caso de *Noticias*, la opción es la inversa: se politizan los temas y secciones vinculados con la vida cotidiana popular (en tapas y en “Información general” y “Policiales”<sup>98</sup>) o con el deporte y el esparcimiento (sobre todo en el caso del fútbol, pero también en los espacios destinados al tiempo libre, el humor gráfico y la historieta) y, complementariamente, se dramatiza y narrativiza el abordaje de la información vinculada con secuestros y asesinatos de militantes populares y otros hechos de violencia política.

---

<sup>98</sup> Excluimos “Gremiales”, la sección contigua a las dos que estaban dirigidas por Rodolfo Walsh, por resultar más evidente y explícita en su interpelación política de la cotidianeidad obrera, algo por cierto esperable en un diario como *Noticias* y más aún dada la importancia del conflicto sindical en la política de Montoneros-JTP del momento.

Pero en ambos casos, como veremos seguidamente, este tratamiento articula elementos de las dos matrices culturales (“simbólico-dramática” y “racional-iluminista”), combinando de manera singular tonos, juegos de lenguaje y, en general, modos de construir la noticia característicos de la prensa sensacionalista con un encuadre que contextualiza los hechos en el marco de relaciones de dominación y denuncia la injusticia social, sin caer en el consignismo<sup>99</sup> ni el panfleto.

## **La representación y jerarquización de los sectores populares**

Es claro que la asignación diaria de entre dos y tres páginas (cuatro a cinco si incluimos “Policiales” y seis a siete si además consideramos “Gremiales” frente a las 4 o 5 de las noticias duras de la sección “Política”) y la notable jerarquización en tapa, tanto a nivel de los titulares como con la foto de portada, dan cuenta de una opción del diario por visibilizar a los sectores populares y, de modo muy significativo, a los habitantes de las villas de emergencia. Ahora bien, ¿cómo se produce esta visibilización y qué tipo de actores y escenarios construye?

Como ya se señaló, esta opción de *Noticias* por el pueblo es coherente con el proyecto de Montoneros de fortalecer e incrementar su principal capital político en la organización y movilización de las bases en los barrios populares. Sin embargo, desde la perspectiva de la enunciación se expresa un posicionamiento fuerte del medio en relación con dar voz y rostro -cuerpo y palabra- a las necesidades y demandas de los sectores históricamente excluidos de la política y la comunicación hegemónica (con la excepción del primer peronismo), además de dar forma y reivindicar una suerte de identidad popular peronista y, más específicamente, una identidad villera.

Si bien lo desarrollaremos más adelante, mencionemos aquí que la utilización del término “villero” tiene para el diario una valoración positiva, que da cuenta de una identidad barrial, popular y fuertemente politizada: los villeros no sólo sufren y padecen (como los pobres) sino que están organizados (el Movimiento Villero Peronista es una de las ramas de Montoneros), se movilizan permanentemente para reclamar por sus derechos (es frecuente la publicación y el seguimiento en *Noticias* de los reclamos para la obtención de chapas) y se reúnen con los funcionarios amigos de la Tendencia (“OBREGÓN CANO RECIBIÓ A VILLEROS”<sup>100</sup>).

---

<sup>99</sup> Tener en cuenta que “consigna” es además un término que viene del lenguaje militar, según el diccionario de la Real Academia Española: “órdenes que se dan al que manda un puesto y las que éste manda observar al centinela”.

<sup>100</sup> *Noticias*, 30.11.73, pág. 7.

Ahora bien, el contexto de lo popular en el cual el diario produce esta politización no es sólo el de la fábrica y el trabajo sino, de manera muy relevante, el de otros espacios de la vida cotidiana de los sectores populares tales como el barrio, la vivienda, la educación, la salud, el tiempo libre. Este abordaje da cuenta, por un lado, de la inclusión de “lo popular no representado” (Sunkel, 1985: 41), esto es, sectores poblacionales muchas veces no encuadrados en una organización política o gremial determinada y tradicionalmente no interpelados por los diarios de izquierda. Así, frente a la prefiguración y el reduccionismo sobre el mundo popular que prevalece en la prensa de raíz “racional-iluminista”, *Noticias* explora otras dimensiones de la subalternidad que van más allá de las relaciones laborales y de una concepción restringida del pueblo como clase obrera.

Desde ya que la cotidianeidad y la conflictividad del mundo del trabajo resulta central en la representación y la interpelación de *Noticias* (aunque en términos menos marxistas y más peronistas y con el eje principal puesto en la disputa de espacios a la burocracia sindical, aunque sin desdeñar la lucha contra las grandes empresas y los monopolios, sobre todo extranjeros), pero lo notable es cómo el diario complejiza esta mirada e incorpora otros aspectos relevantes de la vida del pueblo: el alumbramiento de trillizos por una joven “paraguaya, peronista y villera”; la celebración callejera del carnaval; la concurrencia masiva a los balnearios porteños del Río de la Plata en verano; o diversos hechos de violencia de tipo pasional, entre otros.

Atípicos *temas de tapa* y protagonismos que expresan una amplitud de criterio político-periodístico en la selección y jerarquización pero, fundamentalmente, en el tratamiento de los temas y modos de lo popular.

Y que además, según creemos, implican una mirada, una escucha y un modo de narrar y de dar voz a los sectores subalternos que da cuenta de un tipo particular de mediación, a la vez profesional y militante, que busca establecer un vínculo político que vaya más allá de la noticia.

## **La irrupción del sujeto popular en tapa**

Ya durante los primeros números y portadas de *Noticias* comenzaron a utilizarse las principales estrategias enunciativas para la interpelación de un lector popular que se mantuvieron estables durante toda -o la mayor parte de- la existencia del diario, más allá de que luego mencionaremos algunas alteraciones de la exploración inicial.

Esta presencia temprana de los elementos que destacamos en nuestro análisis, nos parece importante en tanto da cuenta de la cuidada planificación del proyecto, que

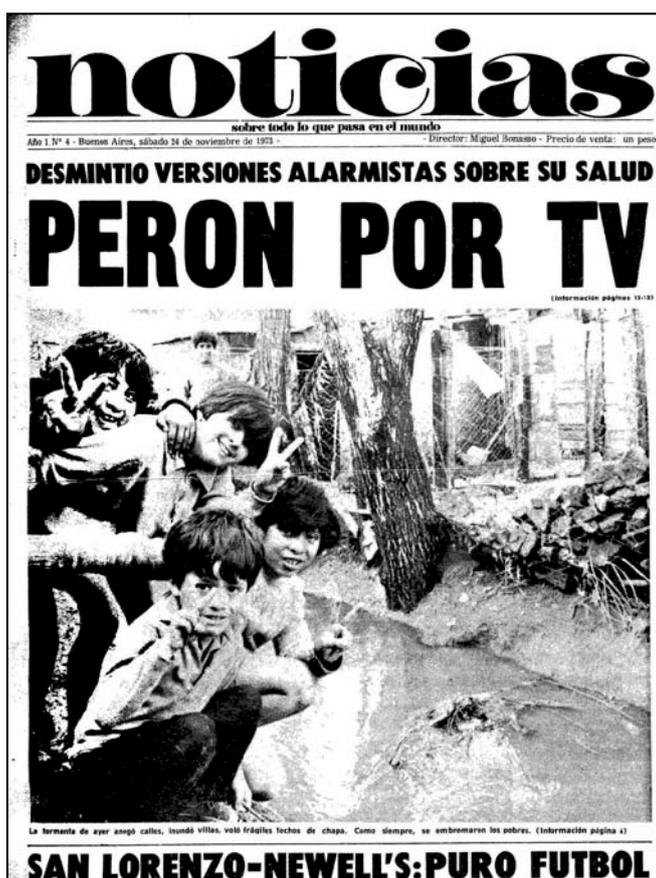
quedó plasmada en los números cero, con la diferencia ya señalada de que, previo a la salida del diario, las secciones “Policiales”, “Gremiales” y “Políticas”, entre otras, aparecían explicitadas.

Por otra parte, porque esta apuesta fuerte, que conjugaba tradición y ruptura, buscó instalar desde un comienzo su propuesta entre los potenciales lectores. Estamos pensando, por ejemplo, en la campaña de afiches y los anuncios en radio y televisión previos al lanzamiento y en que el diario en la calle tenía que dar cuenta de esa interpelación.

Veamos algunos ejemplos de los primeros números, para dar cuenta de la irrupción del sujeto popular en la portada de un nuevo diario comercial que, como ya se señaló, resultaba altamente visible en los kioscos de venta de periódicos de la época.

### “Se embromaron los pobres”

La primera nota de tapa que aborda de manera central la cuestión de la vida cotidiana de los sectores populares y, especialmente el tema de la pobreza, es la del número 4, del 24.11.73, un día sábado. Allí, la impactante foto que ocupa casi dos tercios de la portada y que dialoga por contraste con el enorme titular “Perón por TV”, muestra a cuatro niños que sonríen a cámara y hacen la clásica “V” peronista. Están en una villa de emergencia que fue gravemente afectada por el temporal del día anterior, tal como puede verse a la derecha



de la imagen. El epígrafe de la foto dice “La tormenta de ayer anegó calles, inundó villas, voló frágiles techos de chapa. Como siempre, se embromaron los pobres”.

El diario se posiciona: toma partido por los que menos tienen y les da el lugar más destacado de portada (la enorme foto). Algo inusual en cualquier periódico comercial de la época, pero también una novedad en *Noticias*, que durante sus primeras tres ediciones había jerarquizado un acto de gobierno de corte revisionista (homenaje a la “Vuelta de Obligado”) con fuerte participación de las organizaciones de la Tendencia, una reunión de gabinete en la que Isabel informa el inminente retorno del presidente, afectado por problemas de salud, y un enorme retrato de Perón anunciando su vuelta a la Casa Rosada<sup>101</sup>.

Podemos decir que en sus cuatro primeras portadas el diario ya había presentado muy claramente cuáles eran, desde su jerarquización en tapa y en las fotos de portada, los actores protagónicos de la Argentina del momento: Perón y su liderazgo (ya dijimos que se constituyen en un auténtico tema de tapa para el diario); Montoneros y las organizaciones de la Tendencia; y los sectores populares o, más específicamente, el “pueblo peronista”.

Si bien esta jerarquización coincide con el proyecto político de Montoneros, también debemos señalar que ya en estos primeros números pueden percibirse algunas señales de la tensión, ya señalada en lo político, que se expresa en la construcción enunciativa del diario, entre la línea de la conducción de la organización político-militar y la de la dirección político-periodística del diario. Si bien más adelante desarrollaremos esta cuestión -que por otra parte, se va haciendo más notoria con el paso del tiempo y a medida que se agravan el contexto político que culmina con la clausura del diario el 27 de agosto de 1974 y el pase a la clandestinidad de Montoneros a principios de septiembre-, nos parece importante destacar que ambos modos de decir e interpelar conviven en el diario desde sus inicios.

Esta dualidad, tensa y contradictoria, resulta muy relevante para nuestro análisis ya que se expresa centralmente en las formas de representación del pueblo en *Noticias*.

La línea de la conducción se evidencia, por un lado, en el recurso de jerarquizar de modo explícito y directo las acciones de las organizaciones de la Tendencia. Un recurso frecuente es el uso de la fotografía con las banderas de Montoneros, JP, JTP,

---

<sup>101</sup> Esa semana, la salud de Perón lo obligó a suspender actividades de gobierno y volvió a ser tema central en la agenda política. *Noticias* se posicionó fuertemente en tres tapas y contratapas para bajarle el tono a los pronósticos más pesimistas y destacar la inminencia del retorno del presidente a sus funciones. A modo de ejemplo del fuerte posicionamiento inicial del diario a favor de Perón, la foto del número 2 (reunión de gabinete presidida por la vicepresidenta) con título calado: “‘PERÓN PRONTO EN LA ROSADA’ DIJO ISABEL”; la máxima jerarquización de foto y título principal del número 3 con título “VUELVE PERÓN”, con volanta “OFICIAL: A MÁS TARDAR EL LUNES, A LA ROSADA” y el cuarto número ya mencionado: “PERÓN POR TV”, con volanta: “DESMINTIÓ VERSIONES ALARMISTAS SOBRE SU SALUD”.

JUP, UES, entre otras, muchas veces a la vez destacadas en los epígrafes o en los textos de las notas, con largas enumeraciones de agrupaciones y dirigentes que adquieren en estos casos la forma del comunicado. Este estilo de jerarquización y representación emparenta ciertas coberturas de *Noticias* con las publicaciones oficiales de Montoneros como *El Descamisado*, *El Peronista* o *La Causa Peronista*, más bien dirigidas a la militancia que a un público masivo y de los sectores populares.

Y además, fundamentalmente, en una determinada construcción del pueblo que ya fue analizada por Sigal y Verón (2008) respecto de la enunciación de *El Descamisado*: la apropiación de “la voz del pueblo” y su reemplazo por la palabra de las organizaciones de la Tendencia, que la expresarían de hecho. Es un procedimiento que no responde al otorgamiento de algún tipo de representación, en el sentido de una delegación, razón por la cual el discurso de Montoneros tampoco sería *vocero* o intermediario de las inquietudes y demandas populares. Expresa más bien una apropiación enunciativa que nos parece crucial, en primer lugar, por su diferencia con la construcción predominante en *Noticias*, como veremos. Pero también en un sentido político más general, en tanto obtura un elemento que creemos central en toda mediación política, que es la escucha (en este caso, la escucha y el conocimiento por parte de la dirigencia de la realidad y los imaginarios de los sectores subalternos) y la construcción conjunta de los problemas, las demandas y un proyecto político.

Sólo a modo de ejemplo, mencionaremos la foto de tapa del primer número de *Noticias*, donde se evidencian ambos procedimientos. Por un lado, en la foto de tapa del acto oficial por el “Día de la Soberanía Nacional” se destaca la presencia y las banderas de JP y Montoneros, masividad que luego es muy destacada en la nota interior, ubicada en la doble central, frente a la participación de los sectores de la derecha peronista. A la vez, el epígrafe señala: “Primer homenaje oficial, en el lugar del combate de Obligado, en 128 años. Pueblo y gobierno se reconcilian con la Historia”. Más allá del posicionamiento político del diario en relación con el aniversario<sup>102</sup>, nos interesa aquí la construcción que se realiza entre la foto y el texto del epígrafe (aunque también de la nota central): el pueblo que, junto con el gobierno, se reconcilia con la historia con mayúsculas, es Montoneros, se trata de sinónimos. Y de un reemplazo, una apropiación, habitual y permanente en la prensa partidaria, menos frecuente y contradictoria con su construcción predominante, en el caso de *Noticias*.

---

<sup>102</sup> De hecho, según cuenta Bonasso en *Diario de un clandestino*, se había planificado su salida a la calle en el día de la soberanía, dado el carácter simbólico de la fecha para un medio (y una organización política) comprometido con la liberación nacional.

De hecho, volvamos a la tapa con los niños que hacen la “v” peronista. El epígrafe interpela desde una enunciación comprometida y un lenguaje coloquial, pero la tercera persona plantea una distancia, una diferencia, entre el lugar del que enuncia y los actores retratados: se embromaron los pobres, esos niños y todos los que viven en las villas de emergencia afectadas por el temporal.

Pero el fotógrafo (a quien los niños le sonríen, frente a quien despliegan toda su fotogenia, jugando) y el diario *estuvieron ahí*. Para contarlo y ubicarlo en tapa. Para denunciarlo y exigir soluciones al gobierno popular.

Así es como se posiciona *Noticias* desde un comienzo: junto a los pobres, en su territorio y mediando para dar a conocer masivamente el drama de su cotidianeidad. Ya hemos señalado que toda mediación de lo popular por lo letrado implica una apropiación, un hablar por el otro, en este caso, en nombre de los pobres.

Sin embargo, en el caso de *Noticias*, nos parece (y es una de nuestras hipótesis) que el proyecto político en el que se encuadra el proyecto periodístico y el modo en que éste fue desarrollado y efectivamente plasmado en el diario -tal como lo revela el análisis de nuestro corpus- parecería dar cuenta de una forma de mediación que intentó evitar -en la medida de lo posible- el ejercicio de una violencia discursiva (y política) sobre lo popular. Más bien, creemos, se trató de una apuesta y un incesante esfuerzo por dar visibilidad y voz a los sectores subalternos, pero no como mera declamación, sino en un sentido fuertemente político, que persiguió dar forma y construir *con* ellos, un proyecto político verdaderamente popular.

Es por eso que pensamos que el diario -de manera complementaria a la notable inserción y capacidad de organización-movilización de la Tendencia en los barrios populares- construyó una *militancia comunicacional* con miras a la politización de los sectores populares.

De ahí su jerarquización en tapa y cantidad de páginas, sus modalidades de decir (centralidad de la gráfica, juegos del lenguaje, narrativización, dramatización) y su esforzada y atenta observación y escucha para la construcción de una representación del pueblo que, en primer lugar, motivara el interés de esos mismos actores populares interpellándolos como lectores y, en segundo lugar, edificara un *reconocimiento* (Sunkel, 1985) en esa representación que construyera un lazo de confianza, tanto a nivel enunciativo (el contrato de lectura) como a nivel del vínculo político con el nuevo medio, presente en la cotidianeidad de los barrios suburbanos, a la vez que fiel representante de sus intereses, sus problemas y sus conflictos, y que

contribuía a su visibilización (en algunos casos, en una veta más asistencial-paternalista, a su solución).

Pero que, en definitiva, daba a conocer, difundía y, sobre todo, *promovía*<sup>103</sup> la acción política como modo privilegiado de revertir la marginación social, económica, cultural y política de las clases subalternas.

En este punto nodal del desafío de *Noticias* por la construcción discursiva de lo popular -que es, de algún modo, nuestra propia apuesta, con todas las dificultades que ello implica-, coincidimos con Alabarces (2002) en la importancia de apostar políticamente a un “trabajo analítico que se quiera radical y riguroso al mismo tiempo (...) para tener, parafraseando a Ginzburg, una exasperada conciencia de aquello que hacemos cuando trabajamos con la dimensión inasible de lo popular. Simplemente para ser conscientes de lo que escribimos, lo que opinamos, lo que leemos, lo que pensamos. Para saber si podemos narrar el gesto que silencia, como diría de Certeau, y a la vez podemos narrar lo silenciado”.

Retomamos la cuestión de la irrupción del sujeto popular en tapa y en el cuerpo del diario. La nota que desarrolla la problemática del temporal en la villa (“LOS POBRES, AFECTADOS COMO SIEMPRE”, con la bajada “La tormenta produjo serios destrozos en numerosas viviendas precarias. Se piden y esperan chapas”) ocupa la parte principal de la página 6, con otras dos fotos y los siguientes epígrafes: “Los techos quedaron como un ‘colador’. Drama de todos los días. La mirada perdida, las esperanzas presentes, las soluciones...”

Además del recurso de los puntos suspensivos respecto de las soluciones pendientes, la nota hace un fuerte reclamo respecto de la necesidad de intervención del Estado en la ayuda social. En este punto (y se trata de un recurso que reaparecerá con frecuencia en el diario), el reclamo nunca es dirigido a Perón sino al Ministerio de Bienestar Social que, además de tener responsabilidad institucional directa sobre la cuestión, está a cargo de López Rega.<sup>104</sup>

Las “esperanzas presentes” aluden a un cuadro de Evita que puede verse en el interior de la casilla con el techo perforado por el granizo. Otro elemento que será recurrente en el diario es la mención del compromiso militante y solidario de las organizaciones peronistas afines, como la JP, que por lo general participan tanto de acciones de acompañamiento y asistencia a los afectados como de las movilizaciones

---

<sup>103</sup> Estamos pensando el proyecto de *Noticias* en la línea de la “promoción cultural” propuesta por De Certeau (2009 [1974]) en *La cultura en plural*.

<sup>104</sup> Como ya se señaló, conspicuo enemigo de la militancia revolucionaria de izquierda y responsable de la organización represiva paraestatal conocida como la “Triple A”.

y reclamos para la obtención de chapas (además, de constituirse muchas veces en el nexo que hace llegar la información o las noticias al diario).<sup>105</sup>

Si bien se aporta detallada información y descripciones que junto con las fotos dan cuenta de la gravedad de los hechos, el estilo de la nota apela a la sensibilización e identificación ante la desesperante situación de los afectados por las inundaciones. La interpelación a la sensibilidad del lector, como el conjunto del diario, puede tener múltiples destinatarios. Si bien, como veremos, predomina un lector construido perteneciente a los sectores populares (en este caso puntual, uno puede imaginarse a los mismos militantes de base acercando los diarios del día siguiente a los mismos barrios afectados o a otros<sup>106</sup>), también se busca llegar a lectores de otras clases sociales, presentando los problemas que afrontan cotidianamente los habitantes de las villas.

Un buen ejemplo en el que se combina la denuncia y el apoyo a las demandas de los afectados con el tono didáctico que busca explicar al neófito de clase media la importancia de las chapas en un barrio pobre, además magistralmente escrito: “Los villeros quieren las chapas. Toda vez que un temporal como el de la semana pasada se desploma sobre Buenos Aires, algunas calles se inundan, un buen número de teléfonos deja de funcionar, aparecen filtraciones en los techos. Esos y otros inconvenientes son los que se pueden registrar en el asfalto. Pero hay otros perjuicios, mucho más serios, que los del centro sólo advierten merced a la crónica periodística: los sufren los habitantes de las villas. Más allá de las calles convertidas en fangales, de los charcos transformados en focos sépticos, de las cañerías -donde las hay- tapadas, la necesidad tiene un nombre: chapas. Que es sinónimo de vivienda.”<sup>107</sup>

Al mismo tiempo, el tono de denuncia y el reclamo de soluciones (habitual en el diario y sobre todo en este tipo de notas), da cuenta de otro destinatario al que le habla *Noticias*: los funcionarios del gobierno. La cita que sigue es del mismo artículo: “Días atrás un bullanguero contingente de villeros manifestó frente al Ministerio de Bienestar Social, en Plaza de Mayo, protestando porque las escasas chapas

---

<sup>105</sup> Más allá de que esta cuestión resulta evidente en muchas notas, son varios los testimonios de los periodistas de *Noticias* que daban cuenta de este aspecto (Esquivada, 2004).

<sup>106</sup> Si bien no fue indagado sistemáticamente, algunas conversaciones con ex militantes montoneros dan cuenta de la importancia del uso de la prensa partidaria para el trabajo de base en los barrios populares. Aunque, en principio, parecería haber sido más frecuente la utilización de *El Descamisado* que de *Noticias*. Si bien supera el alcance de este trabajo, creemos que esta indagación en la militancia de base de la época -junto con un análisis en recepción de los lectores del diario pertenecientes a los sectores populares, si bien difícil en razón del tiempo trascurrido-, constituiría un aporte de importancia para trabajos como el que aquí encaramos, que abordan la cuestión de la comunicación, la política y lo popular.

<sup>107</sup> *Noticias*, 30.11.73, pág. 6.

asignadas habían sido entregadas, para su distribución, a una señora de apellido Salomón, sindicada como integrante del Comando de Organización (...)

Una última cuestión, que luego retomaremos. La presencia de niños -y muy especialmente de partos en situaciones excepcionales o el robo de una beba recién nacida al que se le dedicaron tres fotos de portada seguidas- será frecuente en la imagen de los sectores populares presentes en las tapas de *Noticias*.

Sin embargo, hay algo que se destaca fuertemente en esta fotografía del cuarto número y es que estos niños peronistas, en el medio de la tragedia, juegan y sonríen. Esto también veremos que será frecuente en la representación del pueblo en *Noticias* y se expresa tanto en las fotografías como en el uso del humor, la ironía y los juegos de palabras para hablar de cualquier tema, incluidos los “serios”, en la línea de la interpelación popular y de la estética sensacionalista.

Por otra parte, la mirada a cámara en la foto de tapa también es un recurso fuerte y poco utilizado en los diarios (aunque sí en las revistas que trabajan con las fotos posadas en tapa). Sin embargo, *Noticias*, lo utiliza en una instantánea callejera, de barrio. Y esas sonrisas (esa mirada) interpelan directamente, ya no sólo al fotógrafo y a su vínculo amigable con los niños, sino a los lectores, a todo aquel que mire esa tapa que denuncia una injusticia. Un nuevo modo de utilización política de la “retórica de las pasiones” (Verón, 1985).

Esta nota nos presenta un tema: algunos actores protagónicos, y un estilo o tono que será permanente en el diario y que constituye una característica central de sus criterios de noticiabilidad, posicionamiento político y construcción enunciativa.

Estos elementos centrales, con matices, estarán presentes de manera recurrente durante los nueve meses de vida de *Noticias*. En cuanto al tono lúdico y la apelación al humor, como veremos, se irá perdiendo progresivamente, en paralelo al agravamiento del contexto político y del avance del estilo consignista de la última época del diario.

Así, de la riqueza y complejidad en la representación de la cotidianeidad popular que simboliza esta foto de los inicios, se llegará el 12.08.74, a poco de la clausura, a otra imagen de tapa en la que también un niño mira a cámara, en un primer plano que deja ver de fondo una manifestación de 4000 manifestantes de la Tendencia.

El tono de la nota de contratapa es combativo, triunfal. Pero este niño no sonríe, su rostro expresa angustia, tal vez miedo, de seguro incomodidad. Es el hijo del militante montonero Sabino Navarro, en el postergado entierro de su padre muerto en combate. Otras eran las noticias de tapa, otros los tonos y las urgencias.

## “ANGUSTIA DE UNA ESPOSA”

La tapa del número 5, primer domingo del diario, es también muy significativa. Un plano medio con el rostro de Jorgelina de Mars, la mujer de un dirigente sindical de base de la JTP del gremio de UTA, ocupa la mitad de la portada con el título, calado en la imagen: “ANGUSTIA DE UNA ESPOSA”. El epígrafe de la foto dice: “Horas de dolor vive la esposa de Miguel Mars, el colectivo secuestrado por su militancia gremial”.

Se trata del primer posicionamiento explícito del diario en relación con un hecho de violencia política, que afecta a un

militante de la Tendencia. *Noticias* sale con todos sus recursos a denunciar e intentar salvarle la vida al obrero secuestrado, como efectivamente sucede en este caso.<sup>108</sup>

El secuestro de Mars ya había sido anunciado en tapa dos días antes, con un titular más pequeño (“SECUESTRAN A UN DIRIGENTE DE LA JTP”) pero una cobertura importante en contratapa, incluyendo dos fotos. Así, durante tres días el diario se dedica a aportar información y reconstruir la serie de ataques contra los militantes de la izquierda peronista (“JTP: OTRO SECUESTRADO. Miguel Mars es el cuarto sindicalista de la Unión Tranviarios Automotor desaparecido en un mes y medio”), mientras anuncia las medidas de fuerza de las bases e interpela permanentemente a la conducción del gremio para que se posicione a favor de su delegado.



<sup>108</sup> Dice Roberto Ferro (1990: 5), en relación con la publicación de la primera nota sobre Livraga, el “fusilado que vive” de *Operación Masacre*, en el periódico *Propósitos* de Leónidas Barletta, en diciembre de 1956: “Hay, ya, en los primeros movimientos de Walsh, algunas características distintivas que van a marcar su acción en los años siguientes: la convicción de que la divulgación de una noticia es el mejor modo de proteger al denunciante (...), y más importante, la elección del lugar desde el que se investiga y denuncia: el lugar de las víctimas”.

También denuncia con sutileza la complicidad policial: “Según trascendió, las autoridades policiales habrían garantizado a la señora de Mars la aparición de su esposo antes del domingo, aunque no le explicaron las razones de tal vaticinio”<sup>109</sup>, otro clásico del medio y de la pluma de Rodolfo Walsh que, en su nuevo rol de jefe de “Policiales”, continuará con la investigación y el conteo de la desigual distribución de muertos en los “enfrentamientos” entre delincuentes y fuerzas de seguridad, y la publicación de casos de asesinatos, torturas y abusos policiales iniciada en el periódico *CGT* (1968-1970), con la serie “La secta del gatillo alegre” y “Vuelve la secta del gatillo y la picana”.

El diseño de portada, al igual que el día anterior, opera por contraste entre la foto de Jorgelina y el título principal: “EL NACIONAL: JORNADA CLAVE”, en tipografía gigante. Las infinitas lecturas que puede disparar esta composición *por contraste* entre el anuncio futbolístico y el secuestro, no se contradicen en un aspecto central para la noticiabilidad del diario: se trata de una “jornada clave” en ambos sentidos y mucho de eso parece decir esta tapa.

Más sobre su diseño: está construida como la portada de una revista, aunque presenta una ruptura significativa: su protagonista no es una “chica de tapa”, tampoco un político ni una artista de renombre sino la esposa de un colectivero, que además es militante político y peronista. Nuevamente, la irrupción del sujeto popular en tapa.

Pero el modo de contarlo, como ya se señaló, apela a varios elementos centrales del estilo sensacionalista: el melodrama y la personalización que se expresan en la síntesis “angustia de una esposa”, la apelación a los sentimientos para hablar de un tema netamente político.

Este procedimiento de interpelación será también utilizado en otras notas, tanto aquellas dedicadas a temas de la vida cotidiana popular (“EL DOLOR DE UN PADRE” por la violación y asesinato de su hija pequeña, título calado en la foto de tapa del 01.04.74, con el anclaje político de su propio testimonio y en el epígrafe “Esto nos pasa por ser pobres”) como en las que dan cuenta de hechos de violencia política (secuestros, asesinatos, atentados) contra militantes populares, en la línea de lo que hemos denominado el “sensacionalismo político” de *Noticias* (otro ejemplo, del 06.12.73, con una foto de tapa a media página, muy similar a la de la esposa de Mars, con el retrato de una hermosa y sonriente niña, el título calado en la imagen “HABLAN LOS PADRES DE LA NENA DESAPARECIDA” y el epígrafe “Norma Beatriz Lara tiene

---

<sup>109</sup> *Noticias*, 25.11.73, pág. 8.

once años y desapareció el lunes. El padrastro es delegado de la JTP. ¿Otro secuestro?").

Finalmente, la aparición con vida de Mars ese mismo domingo de la jerarquización en tapa, mereció otro título en la línea de la matriz "simbólico-dramática" en la tapa del lunes "EL COLECTIVERO SECUESTRADO NARRA SU ODISEA".<sup>110</sup>

### "PAVOROSO INCENDIO": se movilizó Pompeya

Ahora bien, cuando los siniestros afectan gravemente a las clases subalternas, el tratamiento es muy distinto. En estos casos, a diferencia del énfasis meramente sensible y fatalista dominante en la matriz "simbólico-dramática", el diario se posiciona nuevamente en el lugar de la denuncia, del encuadre político y de la presencia en el lugar de los hechos, acompañando a los afectados y dándole continuidad a la cobertura del problema y jerarquizando las acciones de los afectados para exigir soluciones a las autoridades. Es lo que hemos denominado la

*politización de lo popular "no politizado"* y que desarrollaremos en la última parte del análisis.

Este posicionamiento del diario, que combina, por un lado, una estrategia enunciativa que interpela políticamente a sus lectores allí donde, como dijimos, suele primar el énfasis en el drama humano y la tragedia. Pero que además, da cuenta de



<sup>110</sup> Título que no deja de remitirnos a "El anillo del capitán Beto" de Luis Alberto Spinetta, canción que narra una historia de ciencia ficción porteña y nostalgia tanguera sobre un colectivero que viaja en una nave espacial, tomando mate y extrañando Buenos Aires desde el espacio, con "la foto de Carlitos sobre el comando". También "el Coya", el morocho aviador que protagoniza "La guerra de los Antartes" deja ver las viejas "calcomanías" de Gardel, Leguisamo y "el Viejo", por Perón, en su cabina: "Colectivo 60', bautizaron los mecánicos a mi avión...", dice. Era el segundo envío de la tira de Oesterheld, el 28.02.74.

una determinada concepción y de un modo de hacer periodismo que implica una intervención activa sobre los hechos. Porque el diario no solamente cubrió (con lujo de detalles, excelentes fotografías y un relato que apelaba a la sorpresa y emoción del lector en la contratapa) el “PAVOROSO INCENDIO” con el que construyó una potente portada sensacionalista del 10.12.73.

Al día siguiente, al volver a presentarlo con la máxima jerarquización (foto y título principal), el titular gigantesco era muy distinto: “INDIGNACIÓN EN POMPEYA”. Y la impactante foto que mostraba la destrucción era puesta en contexto con un epígrafe que acompaña a las víctimas y desafía cualquier manual sensacionalista: “Ningún vecino piensa que la explosión, el incendio y la desolación fueron obra de la fatalidad. El barrio está indignado”.

La cobertura de la nota interior, a doble página, con excelentes fotografías que daban cuenta de la destrucción. Una página incluía una detallada crónica de las causas del incendio (atribuidas al depósito irregular de sustancias químicas por parte de una empresa) y del daño ocasionado a las viviendas cercanas, con el testimonio de los vecinos. La contigua, la voz de los funcionarios responsables de dar una solución a los afectados, una mención elogiosa

al accionar de los bomberos y a su estado de salud y un recuadro que destaca la intervención de la JP (el día anterior se destacaba que colaboraron con los bomberos en la evacuación de personas) y de la asistencia jurídica que ofrecieron a los vecinos en una reunión mantenida en la unidad básica del barrio, tanto para iniciar acciones judiciales a la empresa como para asegurar un resarcimiento del Estado.

Ahora bien, lo más interesante es que esta combinación de un estilo informativo, un encuadre político en la indagación de causas y responsables y un compromiso militante con los afectados (a quienes resulta evidente que se ha entrevistado y



publicado sus opiniones y padecimientos de manera muy relevante), se hace, al mismo tiempo, a través de un relato pleno de sensibilidad y apelaciones al daño personal de los afectados. En este punto, los epígrafes refuerzan la potencia de las fotos y juegan un rol central en esta interpelación a la sensibilidad del lector: “Un damnificado: la terrible explicación que lo deja en la calle”; “A poca distancia de los tanques, que descansan amenazantes con su explosiva carga, los bomberos arriesgan sus vidas”; “El Jefe de Policía ante el tremendo, enceguedor cuadro”.

Y los títulos y bajadas, conjugan ambos registros, el de la dramatización y el de la política. El drama: “POMPEYA SIGUE ESTREMECIDA”, “Milagroso que no haya víctimas”, “Una verdadera tragedia”. Y la crítica al poder, en este caso en la figura de los funcionarios (también hay cuestionamientos a la empresa responsable) y no sólo como lectura de contexto y análisis sino desde una interpelación cómplice, en la que el enunciador se pone en el lugar de los afectados y reclama con ellos, amplifica su voz: “¿QUIÉN PAGA EL DAÑO?”, “Martín anunció que la Sala de Representantes considerará el siniestro. Seguramente habrá medidas, porque no bastarán palabras para tanta destrucción”. Y ya más explícitamente autoreferencial, recurso bastante frecuente aunque no dominante: “Cuando todavía humean los escombros, el vecindario y la *juventud* buscan soluciones” (cursivas nuestras), “VECINOS CON JP: ESTO NO PUEDE QUEDAR ASÍ”.

De hecho, al día siguiente, el tema continuó jerarquizado en tapa (12.12.73), esta vez ya solamente con la foto (tapa *por contraste* con el gran titular: “ATENTARON CONTRA PELÉ”). El epígrafe: “Se movilizó Pompeya. Vecinos, policías, inspectores y juventud investigaron depósitos. Nadie quiere que el desastre se repita”.

Así, el “PAVOROSO INCENDIO” derivó en “INDIGNACIÓN EN POMPEYA” y concluyó con una movilización del barrio para que “el desastre no se repita”. Trilogía en primera plana, cuyo tratamiento nos parece uno de los mejores ejemplos de la construcción enunciativa y del posicionamiento político-periodístico de *Noticias* en relación con las “tragedias” que afectan la vida cotidiana de los sectores populares, en este caso, un barrio obrero del sur de la ciudad.

También destacaremos el tipo de interpelación privilegiada: una suerte de sensacionalismo politizado en tapa, una narrativización y dramatización que se articula con el discurso informativo y una mirada política sobre los hechos en las notas. Combinación de rigor periodístico y sensibilidad, textos e imágenes que dan cuenta de una observación aguda y de una escucha atenta de la voz de los afectados. Para darla

a conocer y potenciarla. Para que haya soluciones. O transformaciones. *Desde y con* los sectores populares.

Esto último nos parece muy importante porque, más allá de que el diario a veces incurre en posicionamientos paternalistas (en tanto se involucra directamente en la solución de un problema o intermedia ante los funcionarios) o destaca con cierta insistencia autoreferencial el rol de la militancia juvenil en la realización de tareas de asistencia y organización social<sup>111</sup>, el discurso predominante es el de acompañar la organización y movilización política de los sectores populares.

Y lo interesante es que no lo hace de modo declamatorio o panfletario, no se ubica en el lugar de decir *lo que hay que hacer* o “lo que tiene que hacer el pueblo” sino que, por lo general, acompaña, difunde y promueve el proceso de politización a partir de su presencia en el lugar de los hechos y de su permanencia, en la medida en que da seguimiento y continuidad a los problemas que afectan la cotidianeidad de las clases subalternas y las respuestas que éstas se dan para enfrentarlos.<sup>112</sup>

Más allá de que, como veremos, este posicionamiento se va modificando a medida que se endurece el contexto político y la línea de la conducción de Montoneros se hace más evidente en las páginas del diario.

## **Tensiones entre diversidad y homogeneidad en las portadas**

Ya hemos dicho al referirnos a la tipología de las portadas que una de las construcciones más originales de la enunciación en *Noticias* es la de su interpelación *por contraste*, que alude a la jerarquización gráfica de dos hechos diferentes en el gran titular por un lado y la foto por otro.

---

<sup>111</sup> La crítica es a cierta insistencia en el auto elogio y a los momentos en que el diario parece acercarse más a los procedimientos tradicionales de la prensa partidaria, perdiendo originalidad y construyendo un destinatario militante en un sentido excluyente (en la línea, por ejemplo, de *El Descamisado*). No estamos cuestionando la difusión y noticiabilidad ni mucho menos el trabajo barrial o la inserción militante de la JP y las organizaciones de base de Montoneros en las villas que, si bien excede los alcances de este trabajo, nos parece una experiencia política sumamente destacable.

<sup>112</sup> En este sentido, *Noticias* no construye un lugar de enunciación en el que el diario motoriza estas iniciativas (aunque en algunos casos lo haga de hecho, conjuntamente con las organizaciones de la Tendencia, en tanto se encuadra en un proyecto político). Si bien el medio produce un discurso que politiza los hechos (en tanto los encuadra y los da leer políticamente, en su propuesta de contrato de lectura), eso no significa que la acción política comience con su llegada e intervención (al menos no necesariamente) sino más bien que la hace noticia y la visibiliza. Y desde luego que la difunde, la promueve y pretende aportar a su fortalecimiento y propagación en todo el país. En esta línea, es claro el ejemplo de la nota del 12.12.73, pág. 7, “LOS VILLEROS SE ORGANIZAN”, en el que se da a conocer la experiencia de 106 familias que formaron una “cooperativa de vivienda, trabajo y consumo” en la villa “12 de octubre” de Rosario. La nota es descriptiva y aporta mucha información sobre la iniciativa y sobre la importancia de que los vecinos se hayan organizado. El epígrafe, como es habitual, explicita la posición del enunciador y deja un mensaje: “Ahora el futuro es de ellos: tendrán que seguir luchando”.

Ahora bien, ese contraste no sólo se estructura a partir de dos informaciones o noticias puntuales sino mediante la disociación de zonas temáticas más generales. Básicamente, entre la variedad de temas y motivos que hemos aludido se representan con las fotos y el predominio de lo político en el título principal.

A la vez, la predominancia de esa organización por contraste es la que posibilita, con la ruptura de la regla, la potencia del procedimiento de doble énfasis, esto es, cuando una noticia se jerarquiza a la vez con el título principal y la foto, ocupando casi toda la portada.

Sin embargo, hay otra alteración más sutil, y al mismo tiempo esencial, de la composición por contraste, que es la que tiene que ver ya no con la doble jerarquización de un hecho noticioso sino con la duplicación de una temática. Es lo que sucede cuando al habitual titular político se lo acompaña de una fotografía que da cuenta de otro hecho político y las temáticas duras (política, economía) terminan por desplazar la más compleja construcción disociada y, de algún modo, opacan la diversidad de las portadas.

A la vez, este desplazamiento, también se extiende a los titulares medianos y pequeños, otro lugar de la diversidad de temas y tonos privilegiados por el diario, en la línea de lo que sucede con las fotografías pero con menor jerarquía gráfica y predominancia de lo político.

La variedad de temas y el tono coloquial, cómplice y directo, junto con la dramatización y el énfasis sensacionalista, también se irá perdiendo a medida que pasan los meses y el contexto político se vuelve más hostil. De hecho, y como puede observarse en el anexo, durante la etapa final del diario las tapas se estructuran casi exclusivamente en base a dos grandes noticias políticas (gran titular y foto) y dejan de utilizarse los títulos menores o se reducen a uno o dos noticias, también predominantemente políticas.<sup>113</sup>

Esta univocidad temática a menudo se ve acompañada por un repliegue de la fotografía en favor del recurso tipográfico (en definitiva, también, un predominio de lo verbal por sobre lo visual, más allá del carácter icónico de las letras y, sobre todo, del gran titular) y una homogeneización discursiva que se expresa muy notoriamente en

---

<sup>113</sup> El desplazamiento de la variedad temática en los títulos menores hacia las temáticas exclusivamente políticas es más progresivo pero el rediseño gráfico de las portadas que los excluye y reduce las portadas a un gran titular y foto excluyentemente políticos (salvo los lunes, por el suplemento deportivo que envolvía el diario), es notable luego de la muerte de Perón y hasta el final del diario. En el anexo, ver las portadas del 06.07 hasta el último ejemplar del 27.08: prácticamente no hay excepciones a la nueva regla que transforma a *Noticias* en un periódico político, en el sentido más tradicional del término. De la articulación compleja y diversa entre las matrices culturales, sólo queda la gigantesca tipografía.

el uso del lenguaje, que pierde hilaridad y sentido del humor y gana en seriedad, solemnidad y un consignismo cada vez más explícito.<sup>114</sup>

Obviamente que nos referimos a regularidades y alteraciones que se producen en el conjunto de las tapas y no a portadas ni hechos noticiosos puntuales. De hecho, la duplicación de la jerarquización política puede plasmar una interpelación igualmente potente según la construcción de los acontecimientos en el titular y la imagen y en virtud de la gravedad de los propios hechos.

Sin embargo, creemos que esta homogeneización de la diversidad (no casualmente producida en los momentos de mayor tensión política), conspira contra una de los mayores hallazgos de la original y compleja interpelación de *Noticias* en sus portadas y, en definitiva, restringe el más amplio universo de lectores construidos por el diario.

Creemos que esta alteración de la regularidad temática, gráfica y estilística en ciertos momentos de la vida de *Noticias* modifica su contrato de lectura y termina por privilegiar un lectorado más politizado y militante, en desmedro del destinatario popular comúnmente priorizado.<sup>115</sup>

Al final del trabajo, señalaremos algunos hechos políticos significativos que, desde nuestra perspectiva, evidencian estos cambios de la enunciación del diario en sus portadas.

### **Las noticias del país son policiales**<sup>116</sup>

Entre las reapropiaciones que hace *Noticias* de los temas y estilos predominantes en la prensa sensacionalista, el abordaje de los tradicionalmente encuadrados en “policiales” es uno de las más relevantes.

---

<sup>114</sup> El repliegue de la fotografía al que aludimos es en relación con su variedad de motivos y su calidad, no se altera su ubicación ni su tamaño en la tapa. Ya hemos señalado que una muy buena foto podía llegar a alterar el formato de la portada o a definir la inclusión de un tema insólito o una viñeta costumbrista por el propio mérito de la imagen, más allá de su importancia noticiosa. Pues bien, a medida que los tiempos políticos se endurecen, esto dejará de ser habitual.

<sup>115</sup> Destacamos que esto es una observación realizada en relación con nuestro análisis del contrato de lectura que propone el medio. Desde luego que no estamos afirmando que una tapa política no puede construir un lector popular (toda una discusión que ya hemos abordado en relación con las tradiciones de la prensa popular y sensacionalista y a partir de los estudios de Sunkel) sino haciendo hincapié en que hay momentos en que se evidencia un cambio de línea en la construcción habitual de las portadas de *Noticias* que rompe con su procedimiento habitual y más complejo de representación de lo popular y de interpelación de un lector popular.

<sup>116</sup> “Noticias del país” (con “noticias” en minúsculas al igual que la marca del diario) era el nombre de la sección más importante, que agrupaba las sub-secciones “Política nacional”, “Policiales”, “Información general”, “Gremiales” y, no todos los días, “Universitarias”. Seguidamente presentaremos brevemente las secciones y sub-secciones en las que estaba dividido el diario

Ya hemos destacado todo aquello vinculado con los accidentes, siniestros y catástrofes (su alta jerarquización y el encuadre político de ciertos hechos graves, sobre todo cuando afectaban a las clases subalternas), de modo que ahora nos centraremos en el tratamiento por parte del diario de los temas vinculados de modo excluyente con la cuestión del delito común y lo vincularemos con el tratamiento que hace *Noticias* de los hechos relacionados con la violencia política.

En cuanto a su jerarquización, el lector de policiales nada tenía que envidiarle a *Crónica*. *Noticias* dedicaba tres páginas diarias a la sección y con frecuencia anunciaba crímenes y delitos en tapa, con un lenguaje donde resonaban los ecos de un estilo típicamente sensacionalista. Dado que ya hemos presentado algunos, destacamos ahora los que más apelan a la interpelación sensacional aunque, como veremos, se empiezan a cruzar con la cuestión de la violencia política: "PIDIÓ UN SANDWICH EN LA UNIÓN OBRERA METALÚRGICA Y LO MATARON" el 08.07; "UN EJECUTIVO FUE ASESINADO EN LA BAÑADERA" el 08.03; "APARECIÓ DESCUARTIZADO EL OCCISO DE SAN LUIS" el 15.03; "INVESTIGAN EL CASO DE LA JOVEN MUJER DESCUARTIZADA" el 23.02.

Ahora bien, salvo excepciones, lo habitual era que estas noticias ocuparan los titulares medianos o pequeños. Muy rara vez un tema vinculado a delitos comunes ocupó el gran titular y en contadas ocasiones se le destinaba la fotografía.

En este sentido, la frecuencia de los hechos delictivos en las fotos es sensiblemente menor que la de los accidentes y catástrofes. Y desde luego que la de la información deportiva.

Además, algo decididamente alejado de la estética sensacionalista clásica, las imágenes no apelan al recurso de la exhibición de cadáveres o hechos de sangre, salvo algunas excepciones que veremos en relación con la violencia política.

Tampoco las fotos de la propia sección policial apelan a este recurso. Aún en los casos de crímenes graves y violentos, las imágenes muestran con más frecuencia el contexto donde sucedieron los hechos (señal fuerte de enunciación de que el diario *estuvo ahí*) e imágenes de las víctimas o sus familiares. Son frecuentes las fotos de marcas y "pruebas del delito" que registra el fotógrafo y destaca el cronista en el texto de la nota y los epígrafes. En este sentido, una de las líneas fuertes de la sección recupera el lugar del cronista investigador, en la tradición del periodista-detective de policiales de *Crítica* aunque con la perspectiva política que evidencia la presencia y el inconfundible estilo de Rodolfo Walsh.

Además de la obsesión por los detalles que se evidencia en cada crónica, la habitual puesta en duda, cuestionamiento y refutación de la información policial, atraviesa todas las informaciones, desde un pequeño recuadro, que da cuenta del desproporcionado números de delincuentes muertos en un supuesto enfrentamiento con la policía a las investigaciones más ambiciosas y serializadas de hechos vinculados con el asesinato de militantes políticos.

A la vez, la representación compleja de lo popular que destacamos en relación con la fotografía y la otra sección a cargo de Walsh (“información general” o, para nosotros, “vida cotidiana popular”), también se expresa en la variedad de tópicos que se abordan en las páginas de “policiales”: robos, asesinatos, abusos policiales y penitenciarios, condiciones de detención en cárceles e institutos de menores, motines y otros reclamos de los reclusos, ataques sexuales, estafas, crímenes pasionales, riñas, ejercicio ilegal de la medicina por parte de curanderos, además de los accidentes y siniestros ya mencionados.

Y, fundamentalmente, en el abordaje, que combina elementos clásicos de la dramatización sensacionalistas, la personalización y el relato de historias de interés humano con una lectura política de los hechos, un mirada que atiende a las condiciones de vulnerabilidad social en la que se producen ciertos crímenes y que pone en contexto el hecho dramático, además de indagar profundamente en el análisis de las causas y la determinación de responsabilidades, sobre todo cuando recaen en agentes de las fuerzas de seguridad, en funcionarios de gobierno o miembros de patotas sindicales y comandos paraestatales.

En las páginas interiores también se utiliza con regularidad el recurso del dibujo, que representa los crímenes en un estilo a medio camino entre las reconstrucciones gráficas de los dibujantes policiales y la Justicia y la historieta. De hecho, la ilustración constituye un elemento fuerte de ficcionalización que rompe con el código del verosímil fotográfico que construye la interpelación predominante del diario. No obstante la ruptura, la centralidad del nivel icónico sigue jerarquizado, como con la fotografía.

El recurso es utilizado para reconstruir el fusilamiento de tres militantes peronistas en Quilmes, uno de los cuales sobrevive y brinda su testimonio a *Noticias*, que lo transforma en una denuncia a tapa completa, totalmente tipográfica y que ya hemos mencionado: “HABLA EL FUSILADO” (26.08). Dos días antes, en la página 9 se representa el crimen con un dibujo que recrea el fusilamiento, acompañado de varias fotos que complementan el retrato con imágenes del vehículo baleado y del basural donde se los ejecutó.

El procedimiento de ficcionalización que mencionamos, además permite que se representen aquellos hechos de los que resulta imposible tener registro. De allí que sea empleado frecuentemente para la ilustración de hechos violentos. Otro ejemplo de este tipo de representación, ilustra la nota del 12.08, en página 4 y da cuenta del abordaje político de un tema “policial” vinculado con el drama de la pobreza. La nota se titula “POR NO TENER QUE COMER” y el dibujo, que ocupa un cuarto de página, retrata el momento en que una joven mujer y su hijo de dos años caen al vacío luego de arrojar desde la ventana de un edificio.

También es utilizado, con cuatro grandes viñetas que ocupan casi toda la página 12 de la doble central del 02.08 e ilustran con gran dramatismo el asesinato del diputado Rodolfo Ortega Peña.

La utilización de las imágenes dibujadas nos permite nuevamente vincular a *Noticias* con la tradición de la prensa popular rioplatense de principios de siglo (las secuencias o “dibujos agrupados” de *Caras y Caretas*, pionera en la utilización de reconstrucciones fotográficas de crímenes<sup>117</sup>) y, fundamentalmente, con las ilustraciones de hechos delictivos que eran una de las marcas del estilo del diario *Crítica*.

Dice Saítta, “las notas policiales que han hecho famoso a *Crítica* tienen como una de sus marcas más sobresalientes la primacía que se le otorga a la imagen. La enorme visibilidad de los títulos y subtítulos sensacionalistas de tipos y cuerpos de letras diferentes (...) se complementa con las reconstrucciones gráficas del crimen que los dibujantes realizan acentuando la crueldad de las situaciones por medio de expresiones malévolas en los rostros de sus protagonistas” (1998: 201-202).

A la vez, la centralidad de la historieta en la prensa popular y en la cultura de los sectores populares ha sido ampliamente destacada en los trabajos pioneros de Jorge B. Rivera, Eduardo Romano y Aníbal Ford.<sup>118</sup>

Otro recurso gráfico utilizado en la sección es el de los planos o croquis que reconstruyen el recorrido de ciertos hechos, sobre todo persecuciones o secuestros y

---

<sup>117</sup> Ver, por ejemplo, la “reconstrucción fotoficticia” de la muerte de Juan Moreira en el facsímil que reproduce Romano (2004: 312).

<sup>118</sup> Además de los trabajos pioneros de estos autores en las colecciones populares del Centro Editor de América Latina entre fines de los '60 y principios de los '70, destacamos varios artículos publicados entre 1973 y 1976 en la revista *Crisis* y el libro compartido *Medios de comunicación y cultura popular*, Legasa, Buenos Aires, 1985. En tren de destacar la contemporaneidad y los cruces de ciertas apuestas intelectuales, destacamos la serie de siete notas sobre la historia y actualidad de la historieta, publicada en la sección de cultura y espectáculos de *Noticias* entre el 13 y el 20.12.73. Si bien no hemos podido corroborarlo, imaginamos la pluma de alguno de estos tres grandes de la investigación sobre la cultura popular en esos trabajos.

que cumplen la función de contextualizar y facilitar, a través de las imágenes, la comprensión del hecho narrado. Lo que después harían las infografías.<sup>119</sup>

Pero regresemos a las portadas. Ya destacamos como disruptiva del tono sensacionalista la escasa presencia de fotos vinculadas con crímenes y delitos. Sin embargo, esta modalidad de representación se irá modificando, nuevamente, en la medida en que la situación política se endurece y los ataques contra la izquierda peronista se vuelven cada vez más graves y cotidianos.

Si en los inicios de *Noticias*, los hechos de violencia política se ubicaban más en los titulares menores que en el gran titular o la foto, durante los últimos meses del diario se produce el fenómeno inverso.

Pero no se trata de un *crescendo* lineal sino, más bien, de un proceso con momentos determinantes que fueron marcando alteraciones fuertes en la noticiabilidad del diario, en sus procedimientos habituales de jerarquización y en su ordenamiento gráfico, pero que luego se reacomodaban en la dirección de la línea inicial, más diversa y compleja.

Sin embargo, también ocurría que, mientras comenzaba a esbozarse un regreso a las fuentes del estilo y el contrato de lectura originales, volvían a sucederse nuevos hechos, atravesados fundamentalmente por los enfrentamientos al interior del peronismo -en los que Montoneros tuvo su parte de responsabilidad política aunque ésta no sea en absoluto parangonable con la responsabilidad criminal del Estado en la represión ilegal de la "Triple A" y otras organizaciones paraestatales, incluyendo, por acción u omisión, la del propio Perón<sup>120</sup>- que otra vez alteraban radicalmente el escenario político del país y, en definitiva, se expresaban en la línea del diario.

Entre los hechos políticos y criminales más importantes mientras el diario estuvo en la calle, destacaremos el ataque del ERP a la guarnición de Azul el 20.01.74, a dos

---

<sup>119</sup> En dos oportunidades se utilizaron mapas como imagen de portada: el 17.02 para dar cuenta de que "ESTÁ MEDIO PAÍS BAJO LAS AGUAS"; y el 03.06.74, con un mapa de Tucumán que complementa el anuncio de que "HAY UNA NUEVA GUERRILLA RURAL", en relación a la "Compañía de Monte" del ERP. En este caso y a diferencia del copamiento del regimiento de Azul en enero, el posicionamiento del diario (y de Montoneros) ya no es condenatorio de la acción guerrillera de la "organización declarada ilegal" (su mención estaba prohibida por decreto) sino que traza una continuidad histórica que de algún modo la hermana con experiencias anteriores, entre ellas, la de las Fuerzas Armadas Peronistas. Dice el epígrafe del mapa: "En 1959, los Uturuncos tucumanos golpearon en Frías, Santiago. En 1968 las FAP acamparon en Taco Ralo. Ahora el golpe fue en Acherá".

<sup>120</sup> Respecto de la responsabilidad política de Montoneros, nos referimos fundamentalmente al asesinato de Rucci, tanto por la gravedad del hecho como por el momento histórico elegido. Pero en un sentido más general aludimos al sistemático alejamiento de la política y la progresiva militarización de la organización. Ambos temas fueron presentados en la "Introducción" y han sido ampliamente abordado en la bibliografía sobre Montoneros y los años '60 y '70, aunque destacaremos los análisis de Flaskamp (2002), Anzorena (1988) y Amorín (2005) porque plantean revisiones críticas pero que reivindican la propia experiencia militante. En relación con la responsabilidad de Perón en los crímenes cometidos por organizaciones paraestatales durante su gobierno, recomendamos el artículo de Bufano (2005), "Perón y la Triple A", que ya mencionamos al comienzo.

meses de la salida de *Noticias*, el “Navarrazo” en Córdoba el 27.02, el enfrentamiento con Perón en el acto del 1° de mayo, el asesinato del cura Carlos Mugica diez días después, la muerte de Perón el 1° de julio y el asesinato del diputado nacional Rodolfo Ortega Peña el 1° de agosto, entre muchos otros.

Si bien el tratamiento de los temas relacionados con la violencia política se aleja de los procedimientos más frecuentes de la representación gráfica sensacionalista, en ciertos hechos se utilizan recursos bastante similares, con imágenes de alto impacto visual que incluso llegan a la exhibición de cadáveres.

En la mayoría de estos casos, la articulación del dramatismo de las imágenes y la contextualización política, construye una enunciación de denuncia, en la que la alteración del código visual parece justificarse por la ruptura de los límites de la política que expresan los hechos de violencia, más aún cuando terminan con muertes.

Esta enunciación, en los comienzos del diario, respondía a un posicionamiento más bien pedagógico y aleccionador, podríamos decir que construía un lector al que era necesario alertar y concientizar respecto de la gravedad de los hechos que se estaban sucediendo, por ejemplo, en el Chile de Pinochet. La tapa de uno de los primeros números, del 05.12.73, adopta por segunda vez el formato vertical. La impactante foto se titula “TERROR EN CHILE” y muestra el momento en que dos militares levantan el cuerpo de un hombre al que acaban de fusilar. El sensacionalismo de la



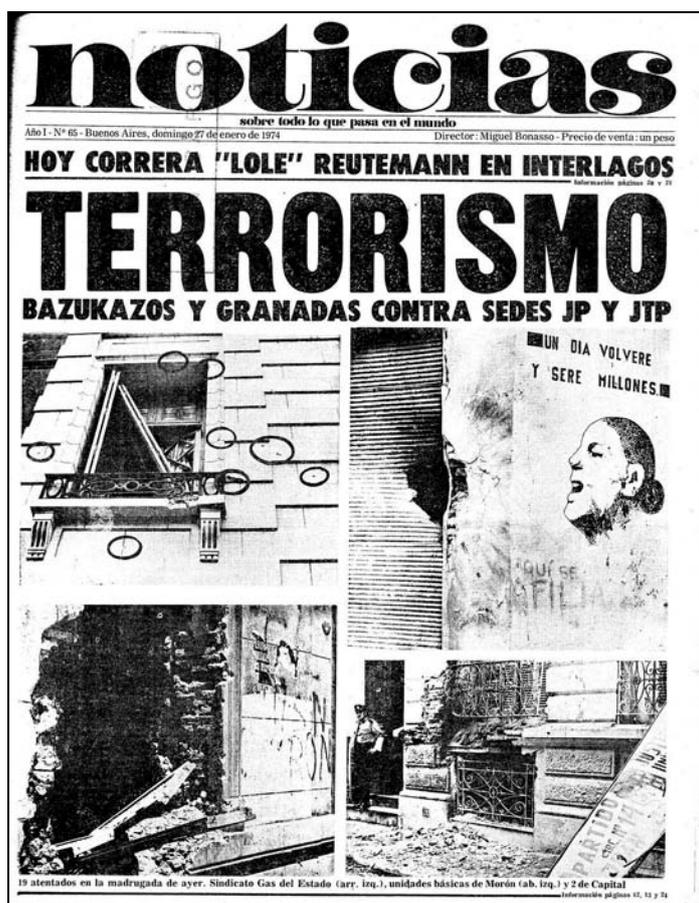
imagen parecería compensarse por la gravedad política del hecho. El epígrafe combina notoriamente los estilos de la prensa “amarilla” y la militante: “Santiago, Chile: fusilado, tirado a un pozo, luego izado. Así sufre el pueblo hermano”.

Otro ejemplo de este posicionamiento se da en el mismo diario, en relación con el presunto secuestro de una niña de 11 años, hija de un militante de la JTP que ya había sido amenazado. El gran titular que abre la contratapa es “¿ADONDE VAMOS A PARAR?”, pregunta que parece interpelar más al lector que a los propios secuestradores.

La exhibición de daños sí es más frecuente en los casos en que se representa la destrucción material producto de un atentado con explosivos o frente a la devastación de un incendio en una villa. Aquí las imágenes también buscan atraer la atención del lector e impactarlo como en las fotografías de choques y accidentes de tránsito. Sin embargo, el encuadre es político y la construcción, de denuncia. Si bien el tono coloquial y los juegos de palabras pueden estar presentes, la apelación no es al humor sino a la crítica o la ironía y marca un posicionamiento. Desde la “RACHA DE INCENDIOS” que serializa varios hechos en la portada del 04.12 al ya mencionado “Aquí hubo fuego” del 20.04, que dejó a cien personas sin techo.

En cuanto a los atentados, la foto del automóvil destrozado del diputado Lucero, integrante de la comisión investigadora por el asesinato del militante Brandazza en Santa Fe, en la tapa del 07.12.

Y la impactante tapa del domingo 27.01, tras el ataque coordinado a 19 locales de la JP y la JTP, tras el ataque del ERP al regimiento de Azul y la renuncia de los diputados de la Juventud Peronista a sus bancas, tras ser reprendidos públicamente por Perón y desestimados sus cuestionamientos al endurecimiento de las penas para los delitos políticos, que se efectivizaron dos días antes con la aprobación de cambios en el Código Penal. La portada está compuesta por un mosaico de cuatro fotos que



muestran los graves destrozos y un gran titular verdaderamente provocador en ese

contexto (“TERRORISMO”), seguido de un subtítulo tan increíble como los hechos que describe: “BAZUKAZOS (*sic*) Y GRANADAS CONTRA SEDES JP Y JTP”.

Otro ejemplo de utilización de la imagen dramática como prueba y denuncia (que podríamos comparar con la ya mencionada del asesinato del militante villero Chejolán en Plaza de Mayo), es la tapa del 21.04, con el título calado en la imagen “SANGRE EN LA CAMISA DE MAESTRE” y el epígrafe “La madre de Eusebio de Jesús Maestre exhibe la camisa ensangrentada que le entregaron en el Departamento de Policía”.

Aquí, el posicionamiento no denuncia lo irreparable de la muerte sino que, al igual que en el caso de la tapa analizada en el apartado “ANGUSTIA DE UNA ESPOSA” y, en general con la publicación de casos de secuestros de los militantes o sus familiares, el diario busca intervenir para salvar la vida de la víctima.

Distinto es el caso cuando los asesinatos ya se han consumado. Junto con el tono aleccionador, la denuncia busca también esclarecer el crimen y el castigo de los responsables. Es el caso del asesinato del reportero gráfico Julio César Fumarola, masacrado con 60 balazos en los bosques de Ezeiza a comienzos de febrero de 1974, una investigación que el diario asumió como propia desde un comienzo pero que no pudo esclarecer.<sup>121</sup>

En este caso, el procedimiento de representación combinó el tono

del sensacionalismo político que con frecuencia utiliza *Noticias* con imágenes que



<sup>121</sup> A un mes del asesinato del fotógrafo”, una detallada crónica da cuenta de que el “caso” “cayó finalmente en el silencio y el olvido”. Y concluye con una reflexión perturbadora: “Un hombre, cualquier hombre, puede ser horriblemente muerto por otros, en cualquier lugar, por cualquier causa, en cualquier momento. ¿Elo queda así, sin mayores precisiones ni respuestas? El vertiginoso sueño del crimen perfecto no es ya una ardua aventura de espíritus torcidos, sino la empresa de hombres oscuros sin marcha visible, organizados para el crimen cotidiano.” (*Noticias*, 07.03.74),

evitaron la exhibición de la muerte. El 08.02, en la línea detectivesca que asumió el diario con este crimen, la foto mostró el lugar del hecho y lo tituló “AQUÍ LO FUSILARON”.

Al día siguiente el tema fue jerarquizado con *doble énfasis* y un procedimiento que combinó dos mecanismos habituales en la representación “simbólico-dramática”: la narrativización del enorme titular (“EL CASO DEL FUSILADO”) y la ficcionalización de la imagen: la silueta recortada del rostro de Fumarola parece más un dibujo que una fotografía. La combinación de ambos en la portada parece más que nunca un afiche o la tapa de una novela policial. Y política: este hombre no es un muerto, es un *fusilado*. Y la expresión sería utilizada cada vez con más frecuencia en los titulares de *Noticias*.<sup>122</sup>

La exhibición del cadáver del ex dirigente sindical participacionista Rogelio Coria en la portada del 23.03 parece un fotograma de *El Padrino* de Coppola: el cuerpo trajeado yace en el hall de entrada de un edificio, su rostro queda fuera de cuadro, la imagen es fría, no se exagera el drama, simplemente se informa, el gran titular es neutro: “MATARON A TIROS A ROGELIO CORIA”. Pero el epígrafe, sin dejar de ser fiel a los hechos, se reserva el lugar de la ironía ante la muerte de un representante de la burocracia que acordó con los dictadores de la “Revolución Argentina”: “Habría recibido siete impactos de bala. Salía de ver a su médico”.

La misma frialdad y pretendida neutralidad del discurso informativa es la que se utiliza en la tapa del 16.07, *doble énfasis* para el gran titular “MATARON A MOR ROIG” y la foto del ingreso del cuerpo en el vehículo que lo llevaría a la morgue. Ese día, sin embargo, y a un mes de su clausura, el rigor periodístico de *Noticias* dejaría de ser una de sus más notables virtudes. El diario omitió consignar una información con la que seguramente contaba. Y no era un dato menor: al ex ministro del Interior de Lanusse durante la masacre de Trelew lo asesinó Montoneros.

Ya en ese contexto, quince días después, el crimen de Rodolfo Ortega Peña tal vez haya sido, por su figura, el último y más impactante ejemplo de representación sensacionalista de la muerte política. En la portada del 02.08, se publica un desprolijo

---

<sup>122</sup> La mención a “fusilamientos” y “fusilados” es recurrente en el diario, pero sobre todo en los titulares de la última época, a medida que recrudecían los atentados contra militantes populares por parte de la Triple A y otros grupos paraestatales de derecha. La resonancia y el recuerdo de las masacres de José León Suárez en 1956 (dos tapas en el aniversario de la Revolución del Gral. Valle, el 09 y 10.06.74, y frecuentes menciones y artículos *ad hoc*) y Trelew en agosto de 1972 (suplemento especial el 23.08, a cuatro días de la clausura, que homenajeaba a todos “los caídos” entre 1955 y 1974) es permanente. Y los textos *walshianos*, presentes en tapas como la del penúltimo número del 26.08: “HABLA EL FUSILADO”, donde no es Livraga quien testimonia, pero sí un sobreviviente de otros basurales, ahora en Quilmes, donde cinco días antes, a dos años de Trelew, a Carlos Baglietto lo fusilaron junto con otros dos jóvenes militantes peronistas.

mosaico con tres fotos, una muy pequeña del ex diputado con vida, en una manifestación; otras de igual tamaño donde se muestra la esquina céntrica donde fue acribillado; y la tercera, de gran tamaño, atípicamente, exhibe su cadáver.

El gran titular “ORTEGA PEÑA ASESINADO” es acompañado de un largo texto, inhabitual en tapa, con un detallado informe de las circunstancias del crimen. El texto cierra con un párrafo sentido, que sintetiza la trayectoria de la víctima pero culmina con un tono acusatorio y militante que da cuenta del nuevo lugar de enunciación del diario: “La biografía de Ortega Peña como escritor e historiador peronista, como abogado defensor de presos políticos, como activista de la resistencia desde 1956, como editor de autores nacionales y de revistas militantes, como profesor universitario de historia, como diputado elegido por el pueblo, *es lo suficientemente categórica como para marcar a fuego la identidad de sus asesinos, verdugos imperialistas que se erigieron en herederos de los fusiladores de José León Suárez y Trelew, en continuadores de la carrera de sangre iniciada por la canalla oligárquica el 16 de junio de 1955*” (cursivas nuestras, para destacar el cambio de estilo).

Este cambio en la enunciación es el que ya señalamos respecto del proceso de endurecimiento de la línea política y de la homogeneización temática y gráfica de las portadas. La impresionante tapa del día siguiente y las que siguen, redoblan la apuesta. El diario se vuelve explícito. Y sus portadas, como las de la prensa partidaria, se dirigen a dos destinatarios privilegiados: los militantes convencidos y el enemigo político. Entre esos dos lectores construirá su interpelación durante los últimos dos meses.

En la portada del 02.08, compuesta con una única foto a tapa completa, se ve a Elena Villagra, la compañera de Ortega Peña, sola, junto al féretro, la mirada gacha, las manos en los bolsillos. Ya no es la “angustia de una esposa” del quinto número, coronada con la liberación del colectivero secuestrado. Aquí no puede haber esperanza posible sino todo el dolor de la muerte joven, inexplicable. Tampoco es la imagen desconsolada del “dolor de un padre” por la hija muerta del 01.04, ni el conmovedor adiós al villero Chejolán en la tapa del 27.03. Aquí estamos ante el vacío y el desasosiego más completo.

Sin embargo el lugar de la enunciación, nuevamente, parece corrido de eje. Hay algo que se impone por encima de la jerarquización sensible que primaba en el contrato de lectura de *Noticias* ante el dolor de las víctimas y que una lectura política, respetuosa, intentaba explicar, contextualizar. Acá el *contexto* es reemplazado por un *texto*, directo, explícito, que nos interpela desde el gran titular, ya no calado en la foto

sino inscripto dentro de la imagen, fotografiado. Es una bandera, que se ubica detrás de la viuda. Le habla a un lector militante, convencido. Y es también un mensaje para el enemigo: “La sangre derramada no será negociada”.

Pero los crímenes de la derecha seguirían aumentando. El penúltimo número tipográfico del diario titulaba lo que antes de Walsh era un imposible: “Habla el fusilado”. Y esa edición se agotó. Lo dicen al día siguiente, el 27 de agosto:



“muchos lectores pidieron la repetición del testimonio”. Y vuelve a hablar “el fusilado Baglietto”, por última vez. Es que el mejor proyecto de prensa popular de masas, de comunicación militante, llegaba a su fin. La comunicación estaba clausurada.

Diez días más tarde, la conducción de Montoneros decidiría unilateralmente retornar a la clandestinidad, dejando un tendal de militantes de superficie desguarnecidos en el peor momento de la represión. Antes, el 03.09.74 editaría el último número de *La Causa Peronista*, en el que Firmenich y Arrostito contaron cómo mataron a Aramburu. Tenía una nota sobre el cierre del diario. Se tituló “El pueblo sin *noticias*”.

## EPÍLOGO

### A modo de conclusión o recomienzo

Junto con la original apuesta gráfica y su reescritura de aspectos nodales del sensacionalismo y de una tradición de prensa popular rioplatense, *Noticias* jerarquizó temas y problemas relacionados con la vida cotidiana de los sectores populares.

Y en su representación incursionó en dimensiones complejas de esa cotidianeidad, como el delito común, el crimen político, la injusticia social y la falta de acceso a derechos, teniendo muy en cuenta las demandas y expectativas de las clases subalternas y otros aspectos culturales vinculados con los usos del tiempo libre y la recreación y que también se expresaban en el despliegue y la calidad de las páginas que el diario destinaba a la diversión y el esparcimiento, sobre todo deportes.

Esto es, desde una perspectiva que excede la prefiguración y el reduccionismo hegemónico en la prensa de izquierda (Sunkel, 1985) pero al mismo tiempo, en el marco de una lectura, un análisis y una interpelación política habitualmente ausente en los abordajes predominantemente fatalistas y sentimentales de la prensa sensacionalista. Y de buena parte del periodismo en la actualidad.

En este sentido, retomamos la pregunta de Ford en relación con la *casuística*<sup>123</sup> y hacemos propia su preocupación por vincularlo más “con la complejidad de la cultura de la pobreza que de las desestructuraciones de algunos teóricos del posmodernismo”, porque coincidimos en que, más allá de la potencia y el arraigo que hemos señalado en relación con los mecanismos de la personalización y el melodrama presentes en la cultura popular, “es peligroso que una sociedad pierda sus culturas discursivas, sus capacidades de generalización, su posibilidad de ordenar los debates públicos” (Ford, 1994: 224), en definitiva, que se pierda la política.

Y en este punto, el planteo del autor de *Navegaciones* es clave, ya que si bien está analizando los primeros años de la década del noventa (siempre pionero, su trabajo lleva por subtítulo *Comunicación, cultura y crisis* y nos sigue hablando de los problemas del presente), la crítica no es la hondura cultural de la narrativización y la casuística sino, fundamentalmente, a su generalización como procedimiento de construcción de la noticia y representación de la realidad hegemónico por parte, ya no del periodismo sensacionalista, sino de buena parte de los medios masivos de

---

<sup>123</sup> “Pareciera que nuestras culturas se caracterizan por la narrativización, por la casuística, y por lo que llamaría procesos de sinecdoquización. Es decir, la parte por el todo” (Ford, 1994: 224). Fenómeno que, no obstante, vincula con la “crisis sociocultural contemporánea” y la “caída de los metarrelatos organizadores”, sobre todo en relación con la política, y que “bien pueden explicar por qué el público abandona los discursos argumentativos y generales, les pierde credibilidad, y prefiere pensar su realidad desde instancias más tangibles, individualizables y situadas” (*Ibíd.*).

comunicación actuales, sobre todo audiovisuales, pero también en el caso de la prensa “seria”.

El problema principal era para Ford que, en el contexto de una sociedad fuertemente mediatizada, fuera la irrupción “aleatoria” de “casos” la que promoviera los debates públicos. Y que fueran “discusiones públicas ‘informales’, no ordenadas o jerarquizadas en relación con los problemas que tiene una sociedad desde el punto de vista duro y estructural” (225)

Todo lo contrario del abordaje político de la cotidianeidad de las clases subalternas en *Noticias*, que sin descuidar el abordaje narrativizado y sensible del drama personal, lo encuadraba en el contexto de las relaciones de poder.

Y que además de dar testimonio de los hechos (con un agudo, respetuoso y profundo conocimiento del mundo popular, atento a sus demandas y expectativas), lo actualizaba y estructuraba mediante el seguimiento, la serialización y la generalización (rearticulación del “caso” en series más amplias y contextualizadas). Es que -ya lo hemos dicho desde la primera línea- se trataba de un proyecto político-periodístico, que buscaba intervenir activamente en la transformación de la realidad.

Es por ello que la visibilización de lo popular en *Noticias* (la irrupción de los cuerpos y las voces populares en primera plana) no era exhibicionista sino política: daba cuenta de un reconocimiento y, a la vez, de un conflicto. Y, por lo tanto, de situaciones de injusticia que no podían desconocerse y de las había que ocuparse: una interpelación a las autoridades (muchas veces explícita en el diario, más allá del esmero por no cuestionar la figura de Perón) pero, también, a todos los actores políticos que quisieran recoger el guante. Aunque sobre todo, una apuesta por la interpelación y la identificación empática de los lectores populares privilegiados en la construcción enunciativa del diario con los problemas, las expectativas y las luchas que sus páginas daban a conocer. Y que predominantemente, daban cuenta de los problemas, las expectativas y las luchas de las clases subalternas y, en particular, de las de los habitantes de las villas de emergencia. O al menos lo intentaban.

Sunkel (2002: 127) plantea otro aspecto destacable en su estudio en recepción respecto de la lectura de la prensa sensacionalista por parte de los sectores populares y es que, al ser entrevistados, sus lectores la califican como “realista”, ya que -contrariamente al etiquetamiento que implica la denominación desde la cultura ilustrada- consideran que “no exagera” los hechos.

En esa línea, una de las conclusiones de su investigación es que “para el lector popular esta prensa es relevante en la medida que lo conecta fundamentalmente con

su propia realidad” (128). Porque el diario sensacionalista “habla a sus lectores/as de (y sobre) ellos. La trama de los relatos policiales se sitúa preferentemente en las poblaciones marginales de Santiago u otras ciudades del país y los actores de esa trama son residentes de esas poblaciones. Los dramas que tratan esos relatos son también conflictos característicos de las poblaciones” (128). De allí que, para Sunkel y siempre desde el punto de vista del lector, la clave esté en el “reconocimiento de esos contextos, esos actores y esos conflictos” (128).

Y en este punto, “no es un informarse de lo que ocurre en la actualidad nacional e internacional. Es un ‘informarse’ de lo que nos está ocurriendo a ‘nosotros’, o más bien, de lo que estamos viviendo” (129).

Expresada en los procedimientos que presentamos del sensacionalismo político y la politización de la vida cotidiana de los sectores subalternos, tal vez el aporte más significativo de *Noticias* haya sido su novedosa articulación de las matrices culturales “racional-iluminista” y “simbólico-dramática” y este esfuerzo por construir una representación compleja de lo popular (en cuanto a sus actores y contextos, pero también mediante la reapropiación de temáticas y lenguajes), combinación que no parece registrar antecedentes ni descendencia parangonables, al menos en lo que tiene que ver con la prensa de masas.<sup>124</sup>

Ahora bien y para terminar, diremos que nuestra indagación no estuvo guiada por la necesaria recuperación de una experiencia profesional y militante que supo fascinarnos desde un comienzo, cuando durante el verano de 2002 conocimos la historia de *Noticias* a través del *Diario de un clandestino* de Bonasso, a escasos días de las movilizaciones populares de diciembre de 2001.

---

<sup>124</sup> En cuanto a la inexistencia de antecedentes, hacemos hincapié en la especial articulación de política y sensacionalismo que hace *Noticias*, también a la originalidad y potencia de su propuesta visual y gráfica. Ya hemos mencionado la genealogía en la que sí creemos que se integra, especialmente en relación con el diario *Crítica*, aunque sus modos de politizar lo popular (y desde luego que los objetivos y los alcances institucionales de cada proyecto no sean en absoluto comparables. Respecto de la herencias, tal vez *Página 12* sea el diario que recuperó más elementos del diario de Montoneros, sobre todo en relación con la jerarquización de una noticia principal y una única imagen ocupando casi toda la portada, además del desenfado, la apelación al humor, la ironía y la cita en sus títulos, la calidad de sus textos e investigaciones y sus denuncias. Sin embargo, *Página 12* nunca se posicionó como un diario popular: su construcción enunciativa interpela predominantemente a un lector progresista, de centro izquierda, urbano, instruido y ávido de competencias y consumos artístico-culturales (cine, teatro, libros). Sin embargo, resulta curioso que en tiempos en que la lectura y la gráfica parecían condenadas al desplazamiento por los medios audiovisuales y electrónicos, la prensa popular de masas y sensacionalista, luego de años de caída en sus ventas, parecería estar resurgiendo. En la actualidad, el diario más leído entre los sectores populares es *Diario Popular*, que dejó atrás el liderazgo histórico de *Crónica*, este último afectado por una complicada situación económica que hace tiempo amenaza su funcionamiento y sus fuentes de trabajo. El posible final del periódico fundado por Héctor Ricardo García en 1963 y una mejora de la situación económica de los sectores de menores ingresos (en parte por el crecimiento de la actividad productiva durante 2009 y en gran medida por la implementación por parte del Estado de un subsidio universal por hijo para los trabajadores desocupados y en negro) parece haber alentado esta recuperación.

Nuestra exploración, si bien respetuosa del marco académico en el que se inscribe (es pues, una tesina de licenciatura en Ciencias de la Comunicación de una universidad pública) estuvo motivada fundamentalmente por una inquietud política.

Una inquietud política sobre lo popular y sobre los modos en que la comunicación y el periodismo pueden estar al servicio de las clases subalternas y de un proyecto de transformación social.

Las cifras de ventas y circulación que acompañaron al diario de Montoneros desde el comienzo y lo breve de su existencia, nos invitan a preguntarnos qué hubiera sido del proyecto de haberse sostenido en el tiempo, del mismo modo que nos inquieta pensar qué hubiera sido del periodismo, la literatura y la política argentina si Rodolfo Walsh y Paco Urondo no hubieran sido asesinados por el terrorismo de Estado.

O si casi toda una generación militante exterminada hubiera podido compartir con nosotros sus experiencias, sus conquistas y derrotas, sus incertidumbres, sus anhelos, para seguir construyendo juntos nuevos proyectos emancipatorios.

*Los pasos previos* que nos negó el genocidio pero que, obstinadamente, nos interpelan desde sus obras (y *Noticias* es una gran obra de Walsh, Urondo, Gelman, Verbitsky, Bonasso y Smoje, entre otros), desde sus textos y los de quienes alcanzaron a salvar la vida. Y desde el testimonio vivo, presente, de los sobrevivientes del horror que hoy, a casi 35 años del golpe de Estado, están posibilitando que se juzgue y se condene a los responsables.

Es por eso que todo el tiempo nuestra indagación y nuestro análisis estuvieron atravesados por pensar las conexiones posibles entre la experiencia de *Noticias* y el presente. Nuevamente, la reapropiación del proyecto político-periodístico del diario y de sus modos de decir; la reflexión sobre sus alcances y sus límites en los tiempos (hipermediatizados) que corren; y la inquietud por la representación del pueblo y lo popular hoy, en la prensa, la radio, la televisión y los medios electrónicos que no supimos conseguir, al menos por ahora.

Nos preguntamos entonces -y hacemos extensivo el interrogante a nuestros lectores- si muchas de las invenciones y aportes de *Noticias* no ameritan otras recuperaciones, nuevas reescrituras y puestas a punto para su exploración y experimentación en proyectos comunicacionales actuales, no sólo a nivel de la prensa sino también, por qué no, en soportes audiovisuales y digitales.

Más aún, en tiempos en que la reciente sanción de una nueva legislación de servicios de comunicación audiovisual -en reemplazo de la ley de radiodifusión de la última dictadura- amplió el debate y promovió una fuerte participación y compromiso

por parte de diversos sectores sociales en pos de la democratización de los medios de comunicación,<sup>125</sup> creemos que se abre un escenario promisorio -aunque pleno de incertidumbres por la magnitud de los intereses empresariales y políticos en juego- para el desarrollo de experiencias comunicacionales que no se rijan por el lucro ni la defensa de intereses corporativos.

Las radios comunitarias, la prensa autogestionada, los grupos militantes de documentalistas y los nuevos medios de comunicación digital (*blogs*, radio y tv *on line*, redes sociales), entre otros, vienen llevando adelante experiencias de comunicación alternativa, en algunos casos desde hace décadas. Si bien no alcanzan el nivel de masividad de los medios hegemónicos, muchas de ellas llevan adelante acciones de difusión y denuncia de otras realidades y problemáticas invisibilizados por las señales comerciales. Y con frecuencia, conforman proyectos políticos de transformación que buscan interpelar a los sectores populares, con dimensiones más bien locales que masivas.

Vaya aquí un intento en todas estas direcciones, para pensar la comunicación, la política y la representación de lo popular en el terreno de lo local y de lo masivo, desde la militancia territorial y barrial y desde los medios, en el marco de proyectos comunitarios y autogestionados.

Pero sobre todo, algo fundamental desde nuestra perspectiva, mediante el decidido e impostergable involucramiento del Estado en la planificación e implementación de una política comunicacional y cultural que, con la participación de los más diversos actores sociales que la nueva legislación contempla, reflexione sobre el problema de lo popular (en definitiva, el problema del conflicto, del poder, de la política) y sobre los modos de la representación de lo popular en el marco de un proyecto de país verdaderamente democrático e inclusivo.

Esperamos que nuestro trabajo contribuya, en alguna medida, a despertar nuevas inquietudes, nuevas indagaciones y nuevos proyectos de transformación en esa dirección.

---

<sup>125</sup> Al cierre de este trabajo, no obstante, su aplicación fue suspendida por decisiones judiciales de dudosa legalidad que ya fueron apeladas y están a la espera de decisión de la Corte Suprema de Justicia de la Nación. No obstante, la expectativa de que tarde o temprano la ley entre en vigencia (aunque será como hasta ahora, producto de incontables tensiones y disputas con las empresas de medios difusión más concentradas) se sostiene en la importante movilización social que dio forma al proyecto, motorizó su sanción y actualmente exige su aplicación. También debemos agregar, como dato de importancia en relación con la democratización de las comunicaciones, el inminente lanzamiento de la Televisión Digital Terrestre, en tanto posibilitará no sólo la ampliación del espectro de canales sino, muy especialmente, la gratuidad de la recepción en todo el país. No parecen asuntos menores a la hora de pensar las posibles articulaciones con el presente de los problemas abordados en nuestro trabajo.

## BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- **Albarces, Pablo** (2002): "Cultura(s) [de las clases] popular(es), una vez más: la leyenda continúa. Nueve proposiciones en torno a lo popular", VI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, Córdoba.
- ----- y **Añón, Valeria** (2008): "¿Popular(es) o subalterno(s)? De la retórica a la pregunta por el poder", en Albarces, Pablo y Rodríguez, María Graciela (comp.): *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*, Paidós, Buenos Aires.
- ----- y **otros**, (2005): *Hinchadas*, Prometeo Libros, Buenos Aires.
- ----- y **Rodríguez, María Graciela** (comp.) (2008): *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*, Paidós, Buenos Aires.
- **Amorín, José** (2005): *Montoneros: la buena historia*, Catálogos, Buenos Aires.
- **Anderson, Perry** (1981): *Las antinomias de Antonio Gramsci. Estado y revolución en Occidente*, Fontamara, Barcelona.
- **Anguita, Eduardo** y **Caparrós, Martín** (1997 y 1998): *La voluntad. Una historia de la militancia revolucionaria en la Argentina*, Tomos I (1966-1973) y II (1973-1976), Grupo Editorial Norma, Buenos Aires.
- **Anzorena, Oscar** (1988): *Tiempo de violencia y utopía*, Contrapunto, Buenos Aires.
- **Asociación de Periodistas de Buenos Aires** (1986): *Con vida los queremos. Las voces que necesitaba silenciar la dictadura*, Buenos Aires.
- **Baschetti, Roberto** (1994): *Rodolfo Walsh, vivo*, De la Flor, Buenos Aires.
- **Bayer, Osvaldo** (1994): *Rebeldía y esperanza*, Ediciones B, Buenos Aires.
- **Bernetti, Jorge Luis** (1983): *El peronismo de la victoria*, Legasa, Buenos Aires.
- **Blaustein, Eduardo** y **Zubieta, Martín** (1998): *Decíamos ayer. La prensa argentina bajo el Proceso*, Ediciones Colihue, Buenos Aires.
- **Bonasso, Miguel** (1997): *El presidente que no fue*, Planeta, Buenos Aires.
- ----- (2000): *Diario de un clandestino*, Planeta, Buenos Aires.
- **Borrat, Héctor** (1989): *El periódico, actor político*, Gustavo Gili, Barcelona.
- **Bufano, Sergio** (2005): "Perón y la Triple A", en revista *Lucha Armada en la Argentina*, N° 3, junio-agosto.
- **Casullo, Nicolás** (2007): *Las cuestiones*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- **Caviasca, Guillermo** (2006): *Dos caminos. ERP-Montoneros en los setenta*, Ediciones del Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini, Buenos Aires.
- **De Certeau, Michel** (2009 [1974]): *La cultura en plural*, Nueva Visión, Buenos Aires.
- **De Dann, Cecilia** (1998): *Militancia y periodismo: Noticias (sobre todo lo que pasa en el mundo)*, tesina de grado de la licenciatura de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- **De Ípola, Emilio** (2005): *La Bemba. Acerca del rumor carcelario y otros ensayos*, Siglo XXI Editores, Buenos Aires.
- **De Santis, Daniel** (selección) (1998): *¡A vencer o morir! PRT-ERP Documentos*, Eudeba, Buenos Aires.
- **De Santis, Pablo** (1998), "Sudamérica para los Antartes", introducción a Oesterheld, Héctor Germán y Trigo, Gustavo: *La guerra de los Antartes*, Buenos Aires, Colihue.

- **Eco, Umberto** (1993): *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*, Lumen, Barcelona.
- **Esquivada, Gabriela** (2004): *El diario Noticias. Los Montoneros en la prensa argentina*, Ediciones de Periodismo y Comunicación, Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, La Plata.
- ----- (2009): *Noticias de los Montoneros. La historia del diario que no pudo anunciar la revolución*, Sudamericana, Buenos Aires.
- **Feinmann, José Pablo** (2007-2010): *Peronismo. Filosofía política de una obstinación argentina*, Fascículos 1 a 129, diario *Página 12*, Buenos Aires, (publicación inconclusa al cierre de este trabajo).
- **Feld, Claudia y Stites Mor, Jessica** (comp.) (2009): *El pasado que miramos. Memoria e imagen ante la historia reciente*, Paidós Estudios de Comunicación, Buenos Aires.
- **Ferro, Roberto** (1990): "Prólogo", en Walsh, Rodolfo, *Yo también fui fusilado, Vuelve la secta del gatillo y la picana y otros textos*, GenteSur, Buenos Aires.
- **Flaskamp, Carlos** (2002): *Organizaciones político-militares. Testimonio de la lucha armada en la Argentina (1968-1976)*, Ediciones Nuevos Tiempos, Buenos Aires.
- **Ford, Aníbal** (1985): "Cultura dominante y cultura popular". En: Ford, Aníbal; Rivera, Jorge y Romano, Eduardo: *Medios de comunicación y cultura popular*. Buenos Aires, Legasa.
- ----- (1994), *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*. Buenos Aires, Amorrortu.
- -----; **Rivera, Jorge; y Romano, Eduardo** (1985): *Medios de comunicación y cultura popular*, Legasa, Buenos Aires.
- **Gillespie, Richard** (1987): *Soldados de Perón. Los Montoneros*, Grijalbo, Buenos Aires.
- **Giussani, Pablo** (1997): *Montoneros. La soberbia armada*, Editorial Planeta, Buenos Aires.
- **González, Horacio** (1992): *La realidad satírica. 12 hipótesis sobre Página 12*, Paradiso Ediciones.
- **Graña, Juan M. y Kennedy, Damián** (2008): "Salario real, costo laboral y productividad. Argentina 1947-2006. Análisis de la información y metodología de estimación", *Documentos de Trabajo N° 12*, CEPED (Centro de Estudios sobre Población, Empleo y Desarrollo), Instituto de Investigaciones Económicas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Noviembre.
- **James, Daniel** (2006): *Resistencia e integración. El peronismo y la clase trabajadora argentina, 1946-1976*, Siglo XXI, Buenos Aires.
- **Jozami, Eduardo** (2006): *Rodolfo Walsh. La palabra y la acción*, Norma, Buenos Aires.
- ----- (2009): *Dilemas del peronismo*, Norma, Buenos Aires.
- **Larraquy, Marcelo y Caballero, Roberto** (2001): *Galimberti. De Perón a Susana, de Montoneros a la CIA*, Grupo Editorial Norma, Buenos Aires.
- **Levenson, Gregorio** (2000): *De los bolcheviques a la gesta montonera. Memorias de nuestro siglo*, Ediciones Colihue, Buenos Aires.
- **Link, Daniel** (ed.) (1995): Walsh, Rodolfo: *El violento oficio de escribir. Obra periodística 1953-1977*, Planeta, Buenos Aires.
- **Lobato, Mirta Zaida** (2009): *La prensa obrera. Buenos Aires y Montevideo 1890-1958*, Edhasa, Buenos Aires.

- **Martín-Barbero, Jesús** (1985): "Prólogo" a Sunkel, Guillermo, *Razón y pasión en la prensa popular. Un estudio sobre cultura popular, cultura de masas y cultura política*, ILET, Santiago de Chile.
- ----- (1987): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Ediciones Gustavo Gili, Barcelona.
- **Martini, Stella** (1999): "El sensacionalismo y las agendas sociales". En *Diálogos de la comunicación*, nº 55, Lima, junio.
- ----- (2000): *Periodismo, noticia y noticiabilidad*, Norma, Buenos Aires.
- ----- y **Luchessi, Lila** (2004): *Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder*, Biblos, Buenos Aires.
- ----- y **Pereyra, Marcelo** (editores) (2009): *La irrupción del delito en la vida cotidiana. Relatos de la comunicación política*, Editorial Biblos, Buenos Aires.
- **McQuail, Dennis** (1998): *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*, Amorrortu, Buenos Aires.
- **Mestman, Mariano** (1997): "Semana CGT. Rodolfo Walsh: Periodismo y clase obrera", en revista *Causas y Azares. Los lenguajes de la comunicación y la cultura en (la) crisis*, Buenos Aires, Nº 6.
- **Oesterheld, Héctor Germán y Trigo, Gustavo** (1998): *La guerra de los Antartes*, Buenos Aires, Colihue.
- **Pastoriza, Lila** (2006): "La 'traición' de Roberto Quieto. Treinta años de silencio", en revista *Lucha Armada en la Argentina*, Nº 6, mayo-julio.
- **Pozzi, Pablo** (2004): "Por las sendas argentinas..." *El PRT-ERP. La Guerrilla Marxista*, Imago Mundi, Buenos Aires.
- **Rivera, Jorge B.** (1976): "Historia del humor gráfico argentino". En: Ford, Aníbal; Rivera, Jorge y Romano, Eduardo: *Medios de comunicación y cultura popular*. Buenos Aires, Legasa.
- ----- (1986): "Introducción", *El relato policial en la Argentina*, Eudeba, Buenos Aires.
- ----- (1995): *El periodismo cultural*, Buenos Aires, Paidós.
- ----- (1998): *El escritor y la industria cultural*, Buenos Aires, Atuel.
- **Romano, Eduardo** (1973): "Apuntes sobre cultura popular y peronismo", en AA.VV., *La cultura popular del peronismo*, Buenos Aires, Cimarrón.
- ----- (1991): "Imágenes de los obreros y marginales en la prensa porteña hacia 1920", en *Unidos*, Nº 23, Buenos Aires, agosto. Disponible en: <http://www.croquetadigital.com.ar>
- ----- (2004): *Revolución en la lectura. El discurso periodístico-literario de las primeras revistas ilustradas rioplatenses*, Catálogos, Buenos Aires.
- **Romero, José Luis** (1987): *El desarrollo de las ideas en la sociedad argentina del siglo XX*, Buenos Aires, Ediciones Nuevo País.
- **Romero, Luis Alberto** (1994): *Breve historia contemporánea de la Argentina*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- **Saítta, Sylvia** (1998): *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*, Buenos Aires, Editorial Sudamericana.
- **Seoane, María** (1992): *Todo o nada*, Editorial Planeta, Buenos Aires.
- ----- (1998): *El burgués maldito*, Editorial Planeta, Buenos Aires.
- **Sidicaro, Ricardo** (1993): *La política mirada desde arriba. Las ideas del diario La Nación (1909-1989)*, Editorial Sudamericana, Buenos Aires.

- **Sigal, Silvia y Verón, Eliseo** (2008 [1986]): *Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*, Eudeba, Buenos Aires.
- **Sondereguer, María** (comp.) (2008): *Revista Crisis (1973-1976): antología. Del intelectual comprometido al intelectual revolucionario*, Editorial Universidad Nacional de Quilmes, Bernal.
- **Sontag, Susan** (2006): *Sobre la fotografía*, Alfaguara, México.
- **Sunkel, Guillermo** (1984): *La representación del pueblo en los diarios populares de masas. Un estudio sobre las relaciones entre cultura popular, cultura de masas y cultura política*, ILET, Santiago de Chile.
- ----- (1985): *Razón y pasión en la prensa popular. Un estudio sobre cultura popular, cultura de masas y cultura política*, ILET, Santiago de Chile.
- ----- (1987): "La representación del pueblo en los diarios de masas", en *Diálogos de la Comunicación*, N° 17, FELAFACS, junio.
- ----- (2002): *La prensa sensacionalista y los sectores populares*, Bogotá, Grupo Editorial Norma.
- **Ulanovsky, Carlos** (1997): *Parén las rotativas. Historia de los grandes diarios, revistas y periodistas argentinos*, Editorial Espasa Calpe, Buenos Aires.
- **Verbitsky, Horacio** (1985a): *Ezeiza*, Contrapunto, Buenos Aires.
- ----- (1985b): *Rodolfo Walsh y la prensa clandestina (1976-1978)*, Ediciones de la Urraca, Buenos Aires.
- **Verón, Eliseo** (1971): "Ideología y comunicación de masas: la semantización de la violencia política", en VV.AA., *Lenguaje y comunicación social*, Nueva Visión, Buenos Aires.
- ----- (1985): "El análisis del contrato de lectura: un nuevo método para los estudios de posicionamiento en los soporte de los media". IREP, Paris.
- **Vinelli, Natalia** (2000): *ANCLA. Una experiencia de comunicación clandestina orientada por Rodolfo Walsh*, La Rosa Blindada, Buenos Aires.
- **Walsh, Rodolfo** (1981 [1967]): *Obra literaria completa*, México, Siglo XXI.
- ----- (1995): *El violento oficio de escribir. Obra periodística 1953-1977*, Planeta, Buenos Aires
- ----- (1996 [1957]): *Operación Masacre*, Planeta, Buenos Aires.
- -----, *Ese Hombre y otros papeles personales*, Buenos Aires, Seix Barral, 1996.
- -----, *Yo también fui fusilado, Vuelve la secta del gatillo y la picana y otros textos* (investigación bibliográfica, selección y prólogo: Roberto Ferro), GenteSur, Buenos Aires, 1990.

#### FUENTES COMPLEMENTARIAS:

Colecciones completas de las publicaciones:

- Semanario *CGT* (1968-1970). Disponible en: <http://www.cgtagentinos.org/>
- Revista *El Descamisado* (1973-1974). Fuente: Archivo Nacional de la Memoria
- Revista *El Peronista* (1974). Fuente: Archivo Nacional de la Memoria
- Revista *La Causa Peronista* (1974). Fuente: Archivo Nacional de la Memoria
- Revista *Militancia* (1973-1974). Fuente: Archivo Nacional de la Memoria
- Revista *De Frente*, segunda época (1974). Fuente: Archivo Nacional de la Memoria
- Revista *Unidos* (1983-1991). Disponible en: <http://www.croquetadigital.com.ar>