



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

Título del documento: Las revoluciones empiezan por la palabra : documental sobre La Izquierda Diario

Autores (en el caso de tesis y directores):

Christian Bialoguski

Kevin Wright

Santiago Gándara, tutor

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2023

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



Buenos Aires, 15 febrero 2023

La tesina “Las revoluciones empiezan por la palabra: documental sobre La Izquierda Diario” (**Número XXXX –completa la Dirección de la Carrera**) es una tesina de producción. Se puede acceder a ella de forma permanente y sin restricciones aquí:

<https://youtu.be/LXpc68-Uu60>

El documento a continuación es el informe que la acompaña y que forma parte de los requisitos de las tesinas de producción de la Carrera de Ciencias de la Comunicación (UBA).

Los derechos de autor y de copia comprendidos en las obras publicadas en sitios ajenos al repositorio no comprenden a la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.

Christian Bialogurski
Christianbialogurski@gmail.com
Kevin Wright
Kevin91wright@gmail.com

Informe de Tesina

Las revoluciones empiezan por la palabra: documental sobre La Izquierda Diario

Estudiantes: Christian Bialoguski y Kevin Wright

Tutor: Santiago Gándara

Fundamentación

La decisión de hacer un documental surge para poder responder audiovisualmente, a través del estudio del caso de La Izquierda Diario (LID), las siguientes preguntas:

1- ¿Por qué un partido de izquierda crea su propio diario digital? ¿Cuál es el lugar que LID busca conquistar en el sistema de medios?

2- ¿Qué diferencias existen entre la propuesta de LID y las que presentan la prensa burguesa, alternativa y partidaria? Para eso, abordaremos las tradiciones de la prensa, en particular la prensa obrera y de izquierda; repasaremos la tradición de prensa obrera y de izquierda en nuestro país; y finalmente examinaremos las especificidades de LID en el sistema de medios, a partir de la agenda y la construcción del enunciatario.

Nos remitiremos a los estudios históricos sobre los medios de prensa, la prensa política y , de manera aproximada, a la corriente del análisis del discurso; temas que supimos abordar a lo largo de la carrera.

A partir de entrevistas a distintos actores sociales, miembros de LID, periodistas de diversos medios de comunicación, escritores, y académicos, intentaremos responder estas preguntas. El formato documental, creemos, nos posibilita presentar de forma didáctica nuestras hipótesis y el resultado de la investigación.

Prensa burguesa

Si partimos de la prensa burguesa, cuando abordamos las raíces del periodismo con Jürgen Habermas (1981) nos remontamos a finales del siglo XVIII. En esos años, la burguesía naciente, franceses e ingleses (en el caso inglés, ya integrados éstos a la Cámara de los Comunes, a diferencia del caso francés donde estaba a punto de estallar la revolución) solían juntarse en los clubs o en los cafés (lo más animadamente que pueda narrarse este pedazo de la historia), donde discutían en Londres y París respectivamente las necesidades que les acogían por los abusos de la aristocracia. Los señores feudales, reyes y nobles, seguían teniendo el poder político en la sociedad, y cobraban los impuestos altísimos en las rutas de mar, a los comerciantes, que a su vez eran industriales. Ellos se reunían para intercambiar "atajos" marítimos para evadir estos impuestos, y principalmente para escribir sus opiniones políticas y denunciar al antiguo régimen. Acto seguido repartían su prensa, su "publicidad representativa" como la definió Habermas. Sin embargo, esa esfera de opinión pública era limitada (al varón burgués), pero a mediados del siglo XIX y, desde entonces, se fue conformando una esfera que incluiría a la clase obrera, de donde surgirían sus diarios (Roldán, 2017).

Al mismo tiempo que la prensa se iba haciendo más masiva, la burguesía en ascenso la utilizaba para proyectar su interés de clase a las masas desposeídas, hundidas en la miseria absoluta por la crisis económica debido a las guerras; la burguesía, clase en ascenso, culta y con poder económico, comenzaba a germinar sus propios dirigentes, intelectuales, que defenderán los principios de la protección absoluta a la propiedad privada. La revolución burguesa para destruir el feudalismo toma el poder político, e impone una nueva forma de organización social y económica. Despojaron a la mayoría del pueblo de la posibilidad de satisfacer sus necesidades más básicas en nombre de la libertad, la fraternidad, y la igualdad ficticia que proclamaban.

Los medios masivos de comunicación (MMC) eran entonces y lo son actualmente una de las cartas más importantes de la clase dominante y las corporaciones mediáticas, para ocultar (desde un punto de vista marxista) el principal motor de la historia: la lucha de clases.

En palabras de Marx y Engels:

...la burguesía se asombra cuando hablamos de abolir la propiedad privada cuando por la concentración de riqueza absoluta en manos de unos pocos ya produce la abolición de la propiedad privada para un noventa por ciento de la población mundial. (*El Manifiesto Comunista*, p.33)

Dos lógicas en contradicción

Eliseo Verón, en *Los cuerpos efímeros: de los panfletos a los papeles de noticias* (2013), refiere a la génesis del periodismo moderno, arribando a una contradicción fundamental en el nacimiento de éste con dos cabezas: la lógica política y la lógica comercial.

En su texto, el autor describe cómo a fines del siglo XIV, en tiempos de Lutero y la contrarreforma en la Iglesia Católica, la creación de la imprenta de Johannes Gutenberg cambiaría para siempre, tras un largo proceso, la producción y circulación del conocimiento humano. Verón encuentra los antecedentes del **periodismo moderno** en los panfletos, los almanaques y las hojas de noticias.

Por un lado, los *panfletos* y sus contenidos fueron fundamentales en cada lucha social. Por citar un ejemplo, asegura Verón que

“las guerras de los panfletos” atravesaron toda la historia del S XVII en Inglaterra, en particular el proceso que llevó a la caída de la monarquía y a la breve República liderada por Oliver Cromwell. Eisenstein habla de explosión mediática en 1640. (p.222)

En sus comienzos “el panfleto materializa la necesidad de intervenir en la secuencia de los hechos, decisiones, o puntos de vista de los que justamente se habla” (p. 224).

Luego el autor se refiere a otros cuerpos efímeros que son parte de la transición al periodismo moderno. Los conocidos *almanaques* que se imprimían a propósito de difundir no solamente fechas exactas sino también información sobre el clima, la forma de la luna, etc. Existe una nueva “penetración en la vida social y psíquica más compleja”, según el autor en este caso “el almanaque representó una nueva articulación de la producción discursiva periódica, con la vida cotidiana” (p.225).

Paralelamente estaban construyéndose los *papeles de noticias*. Estos nuevos cuerpos efímeros, son la antesala del periodismo moderno, y en ellos la contradicción en tiempo de publicación y contenido comienzan a hacerse latentes. El autor asegura que “se caracterizan por una articulación problemática entre periodicidad o modalidad enunciativa”. Las dos cabezas a las que al principio nos referíamos, la lógica política y la comercial, comienzan a atarse y a enroscar sus cuellos en este momento de la historia. Comienza a darse como lo llama Verón “una paradoja contractual”. El autor cita el ejemplo de “Publik Occurrences” que se refiere a sus lectores diciendo “la publicación tendrá lugar una vez al mes, o si algún exceso de ocurrencias se produjera, con mayor frecuencia” (p. 226). Cuando Verón refiere a la “paradoja contractual”, asegura que “con los papeles de noticias se estaba fundando por primera vez un vínculo de comunicación fundado en el puro *principio de la periodicidad*” (p. 227). Como ejemplifica el autor “me comprometo a hablarte una vez por mes, pero no sé qué decir” (p.227).

Algo que no sucedía hasta el momento con los panfletos, ya que estos respondían a un hecho concreto, por ejemplo, en forma de denuncia, ni con los almanaques, ya que estos difundían información preestablecida que eran demandada por quienes lo consumían en un momento determinado. El contrato que proponían los papeles de noticias era inestable. El equilibrio lo traerían esas **dos lógicas** que al principio decíamos con Verón: **la política y la comercial**. La primera, orientada por la estrategia de los políticos, es decir, sus intereses de clase, su necesidad política de conservar la hegemonía o disputarla. Por otro lado, la lógica comercial, donde sencillamente se encuentra un equilibrio cuando se convierten en un negocio.

Campo periodístico

A propósito de la “objetividad” que se adjudica la prensa burguesa desde su surgimiento, Pierre Bourdieu (1995) asegura que

aquellos que identifican la “objetividad” con una suerte de cortesía y de neutralidad ecléctica respecto de todas las partes involucradas- toman a productos de la cultura media por obras de vanguardia o denigran las búsquedas de la vanguardia (y no solamente en el arte) en nombre de los valores del sentido común. (págs. 55-64)

Es a este sentido común al que vendrá a disparar (periodísticamente hablando) la prensa obrera. La siguiente cita de César Coca García, en su investigación *Lenin y la prensa* (1988), es un ejemplo de lo que plantea Bourdieu:

“La prensa comunista se funda en posiciones políticas e ideológicas verticalmente contrarias a la burguesa, y persigue, como es natural, otros fines cualitativamente diferentes (...). La prensa comunista sirve a la gran causa de la transformación del mundo sobre los cimientos de los principios del comunismo (Bekasov, 1979,51-2)”,

Vladimir Ilich Lenin, uno de los fundadores de esta prensa de y para las y los trabajadores, a pesar de no desarrollar en su época una teoría de la prensa, aportó muchas concepciones útiles que nos permiten pensar el rol de la prensa obrera en relación a su pugna constante con la prensa burguesa. Lo hizo desde su carácter de revolucionario, periodista y teórico excepcional.

Para esto desarrolla dos categorías estructurales que ayudan a pensar la función educativa de un periódico obrero. Lenin no olvidaba la diferente formación de sus lectores potenciales y por eso consideraba que los periódicos debían cumplir la **doble función** de **agitadores** y **propagandistas**. La diferencia entre unos y otros la explicó en una cita que ha llegado a ser célebre pese a su extensión en *¿Qué hacer?*

Un propagandista, si trata, por ejemplo, la cuestión del paro forzoso debe explicar la naturaleza capitalista de las crisis, señalar la causa de la inevitabilidad de las mismas en la sociedad actual, indicar la necesidad de transformar la sociedad capitalista en socialista, etc. En una palabra, debe ofrecer «muchas ideas», tantas que todas esas ideas, en su conjunto, podrán ser asimiladas en el acto sólo por pocas (relativamente) personas. En cambio, el agitador, al hablar de esta misma cuestión, tomará un ejemplo, el más destacado y más conocido de su auditorio — pongamos por caso, el de una familia de desocupados muerta de hambre, el aumento de la miseria, etc.— y, aprovechando ese hecho conocido de todos y cada uno, dirigirá todos sus esfuerzos a dar a la «masa» una sola idea: la idea de lo absurdo de la contradicción existente entre el incremento de la riqueza y el aumento de la miseria; tratara de despertar en la masa el descontento y la indignación contra esa flagrante injusticia, dejando al propagandista la explicación completa de esta contradicción (Lenin, V. p. 417). (*Lenin y la prensa*, p. 47)

Estas ideas asentaron las bases de una nueva prensa obrera a principios del siglo XX y fueron tomadas por partidos que se consideraban revolucionarios, comunistas, socialistas y anarquistas a lo largo de todo el mundo en aquellos años.

En relación con el rol que juegan funcionarios políticos y los MMC, Bourdieu asegura que

los distintos poderes y, en particular, las instancias gubernamentales, actúan no sólo a través de las restricciones económicas que están en condiciones de ejercer sino también a través de todas las presiones autorizadas por el monopolio de la información legítimamente originado, especialmente, en las fuentes oficiales. Este monopolio otorga a las autoridades gubernamentales y a la administración (la policía, por ejemplo) pero también a las autoridades jurídicas, científicas, etcétera, las armas para la lucha que las enfrenta a los periodistas y en la que ellas tratan de manipular las informaciones o los agentes encargados de transmitir las mientras que la prensa, por su parte, intenta manipular a los poseedores de la información para tratar de obtenerla y de asegurarse su exclusividad. (págs. 55-64)

Adjudicándose casi poderes absolutos en el proceso de producción y circulación de la información cargan así sus cartuchos para derramar a borbotones su "**sentido común**". El rol educativo que la burguesía le da a su prensa está en marcha con toda su artillería.

En contraste, como analizaremos luego, la prensa obrera (como también los medios alternativos) necesita *autonomía* para constituir su propia opinión pública. Un rasgo importante para analizar es si la producción periodística está financiada por auspiciantes o por la autogestión. El hecho de ser financiado por empresas privadas, el gobierno o auspiciantes de todo tipo, subordina a los intereses de estos medios a su favor. ¿Dónde queda la pretendida objetividad? Bourdieu definió que

el grado de autonomía de un órgano de difusión se mide sin duda por el porcentaje de ingresos provenientes de la publicidad y de la asistencia estatal (bajo la forma de publicidad o de subvenciones) y también por el grado de concentración de anunciantes. (págs. 55-64)

Podríamos decir que la contradictoria objetividad se mide con signo dólares para los MMC.

Con el concepto de “campo periodístico” de Bourdieu podemos analizar la relación entre la producción mediática y los intereses de clase.

El objeto aquí no es el "poder de los periodistas" y menos aún el periodismo como "cuarto poder" sino mostrar la influencia ejercida por los mecanismos de un campo periodístico cada vez más sumiso frente a las exigencias del mercado (de lectores y anunciantes) primeramente sobre los periodistas (y los intelectuales-periodistas) y luego, y en parte a través de ellos, sobre los diferentes campos de producción cultural, el campo jurídico, el campo literario, el campo artístico, el campo científico. (págs. 55-64)

Y agrega:

cuando existe una dependencia entre los productos periodísticos que realices, los gustos de las masas, el termómetro del mercado, y los intereses políticos, en el siglo de la estadística como método para medir las aspiraciones generales de las masas, tantos periodistas como políticos se ven atados por la misma cadena compuesta de los eslabones de su ilusoria objetividad. (págs. 55-64)

En otras palabras, esta dependencia directa del periodismo burgués o de masas al mercado es el punto de distinción más claro con el periodismo obrero que intentaremos reconstruir breve e históricamente.

Nos parece importante resaltar que, en todas estas interrelaciones, a decir de Bourdieu, es posible que

una influencia creciente de la lógica comercial sobre un campo político permanentemente acosado por la tentación de la demagogia (especialmente en un momento en que el **sondeo** le ofrece el medio para ejercerla de manera racional) contribuya a debilitar la autonomía del campo político. (págs. 55-64)

Metodología

Realizaremos este análisis a través de la **entrevista cualitativa**, en profundidad, que usaremos para confeccionar el documental audiovisual, junto a la búsqueda de archivo, análisis y comparación de los discursos de los protagonistas y sus producciones. El enfoque es realizado desde el punto vista de la producción.

Marco teórico

Buscamos comprender desde una perspectiva histórica de la tradición de la prensa política (Lenin, Gramsci), la prensa obrera argentina (Mirta Lobato) y sus continuidades y diferencias, el análisis de *La Izquierda Diario*. Por el otro lado, aquellos autores que reflexionaron sobre el campo periodístico (Bourdieu), sobre la relación entre opinión pública y prensa (Habermas), sobre cuestiones de enunciación y del análisis del discurso (Voloshinov, Benveniste, Barthes y Verón).

La Izquierda Diario, desde la producción

El periodismo, producto de la modernidad, como unión concatenada entre práctica e investigación, es el arte de la recolección y transmisión de la información. Encontramos que el rol que el periodismo cumple en la estructura social es determinante y detenta una ligazón clara con otras esferas sociales desde la economía y la política, hasta la cultura y la religión.

Vamos a trabajar sobre el concepto de enunciación y la relación entre la prensa y los sujetos. La prensa, como el resto de los campos de la sociedad, cumple un rol pedagógico, educativo, en los sujetos (estructuras, estructuradas, estructurantes). En este sentido, están en polos opuestos las pedagogías que emplean los grandes medios masivos en relación con el sujeto de la **enunciación** que produce LID.

En este sentido de "lo pedagógico", el discurso de Lenin del 2 de octubre de 1920 ante el III Congreso de las juventudes comunistas, nos resulta pertinente:

Nosotros debemos aprender a hacer nuestra toda la suma de los conocimientos humanos, y hacerlo de modo que el comunismo no sea para vosotros algo aprendido mecánicamente, sino una cosa por ustedes mismos pensada, y que represente las conclusiones que se imponen desde el punto de vista de la cultura moderna. (Moscú, 1920. *Discurso en la I Sesión del III Congreso de Juventudes Comunistas de Rusia*. Consultado en Marxist.org).

En otro plano, la prensa burguesa reproduce un *método asimétrico educativo*, tomado de la ilustración, que le permite desarrollar una posición dominante sobre otras clases sociales. Así, refiriéndose a la educación, pero caracterizando a la vez

un nexo similar al que se da en la prensa y en otras formas de comunicación pública, Acanda (2004), investigador y locutor cubano, afirma que:

las relaciones intersubjetivas (sujeto-sujeto) solamente pueden ser comprendidas en los marcos de la ilustración clásica como relaciones objetuales (sujeto-objeto). Con ello la Ilustración, se traiciona a sí misma; divide a las personas en dos grupos: los educadores y los educandos (...), la educación, concebida como ilustración, se configura bajo el signo de la dominación. (*Concepción y metodología de la Educación Popular*:2004)

En oposición a esta postura encontramos la denominada **prensa revolucionaria** que busca hablarle a un sujeto.

Por ello la importancia que tiene para nuestro análisis la teoría de la enunciación de Benveniste (2004). Por todo lo que dijimos, creemos que es importante **analizar La Izquierda Diario desde el punto de vista de producción**, cómo ellos producen sus mensajes multimedia y cómo lo hacen como *enunciadores* que construyen un *enunciatario* específico.

Otro concepto que abordamos es el de **agenda** de los medios. Como dice Martini y Gobbi (1997), "es el listado de los temas que los medios jerarquizan como relevantes y noticiables en cada edición de su oferta informativa al público". Este es otro elemento que nos permite pensar *La Izquierda Diario* desde la producción.

Por otra parte, volviendo al rol educativo de la prensa, Cesar Coca García (1988) asegura que

"[Lenin] no se refería a educación en el sentido de enseñar el alfabeto a los obreros, o conocimientos de geografía o física. La educación que pretende es la política, porque se trata de iniciar a los trabajadores en la actividad revolucionaria. Ahora bien, no pretende que se conviertan en activistas sin saber por qué causa luchan. De ahí que quiera crear una conciencia de clase que mueva a las capas inferiores de la población a luchar por un sistema que anule las diferencias. (p. 64)

Por qué La Izquierda Diario: las voces de productores, periodistas y especialistas

Es este el punto de partida de nuestro análisis, en otras palabras, nuestra pregunta de investigación es **¿Por qué un partido de izquierda crea su propio diario digital?** Para eso hicimos una investigación audiovisual a referentes, intelectuales y profesionales del periodismo de distintos medios, con la intención de que el material recolectado acompañe la fundamentación teórica.

Entre los entrevistados están, el periodista y editor de La izquierda Diario, Daniel Satur, también del mismo medio, pero en la sección radial y escrita, el periodista Fernando Rosso. A su vez tenemos la palabra de la Historiadora y escritora de varios libros Josefina L. Martínez, periodista y editora de La izquierda Diario Estado Español, medio que es parte de la red internacional de La izquierda Diario. También, nos da su opinión profesional el escritor e investigador en comunicación social Marcelo Maggio, especialista en la presa revolucionaria de los 70's en Argentina. Nos ayuda a reflexionar acerca del rol actual de un medio digital de izquierda, la conocida periodista y escritora de distintos medios, Adriana Meyer. Quien desempeña el rol de editora de la sección política de Página/12 y colaboradora del programa radial de Eduardo Aliberti. A su vez, conversamos con la editora y dirigente de Revolution Permanente (La Izquierda diario en Francia) Daniela Cobet y a la corresponsal y trabajadora ferroviaria en Paris, Laura Varlet. Y finalmente tomamos el testimonio del escritor y obrero de la fábrica recuperada Madygraf, Roberto Amador. Sumado a voces que recolectamos de diferentes archivos.

Esta variedad de testimonios y experiencias nos permiten reflexionar acerca de distintos elementos a destacar, según nuestra visión, de la producción mediática que viene haciendo el medio digital del Partido de los Trabajadores Socialistas (PTS), La izquierda Diario, desde el momento de su fundación en 2014 a esta parte.

A lo largo del documental audiovisual intentaremos responder distintos aspectos desde el punto de vista de la producción de este medio, hablando en términos de Eliseo Verón.

Es así que Daniel Satur asegura:

respecto a que rol cumple un diario, un periódico para la organización que lo impulsa, la pregunta porque un partido de izquierda crea su propio diario o medio digital, creo que tiene la respuesta doble en ese sentido, por un lado porque como leninista, de acuerdo a las condiciones que permite la época, buscamos la posibilidad de llegar lo más ampliamente posible con nuestros propios recursos y nuestras propias herramientas a la mayor cantidad de trabajadoras y trabajadores posibles.

De este modo, Daniel Satur no deja de destacar más allá de las diferencias el rol que cumple la Izquierda Diario en el concierto del aparato mediático actual:

el lugar que LID busca conquistar en el sistema de medios, bueno, es el máximo posible, sabemos que no nos dan la condiciones para ser Infobae, para ser Clarín, desde el punto de vista de la llegada, del alcance, de la posibilidad de tener acceso a fuentes de las más diversas, porque, justamente no hay recursos económicos y es por donde llegan esos grandes medios, esas grandes corporaciones, pero tampoco descartamos que con audacia y con el enorme capital, los enormes recursos humanos que tenemos, tanto en militancia como en adhesión amplia y con el enorme capital, los enormes recursos humanos que tenemos, tanto en militancia como en adhesión amplia podemos intentarnos en ese concierto de medios no solo con personalidad, sino también con amplia llegada y amplia aceptación a lo largo de los años, podemos decir que esa es una conquista ya, no es algo a lo que aspiramos sino que ya es una conquista, ni hay prácticamente nadie en el esquema mediático argentino que no conozca la izquierda diario, que no conozca la existencia de la izquierda diario.

La periodista multimediática Adriana Meyer aseguraba que

Es un medio donde además de encontrar muy bien trabajadas todas las noticias de actualidad, hay un plus, que esto que mencionaban ustedes hace un rato, que son los corresponsales obreros que permiten esto que decían ustedes mismos, que en la agenda mediática estén las luchas, las luchas desde abajo, la realidad contada desde abajo creo que decían uno de los eslogan en algún momento de la campaña.

En este sentido, podríamos destacar varios ejemplos de un tratamiento de noticia específico por el arco del aparato mediático burgués, y otro totalmente distinto, por la izquierda Diario, pero nos quedaremos aquí con el ejemplo emblemático de la desaparición forzada por parte de las fuerzas policiales y el Estado Nacional de Santiago Maldonado, donde medios alternativos y principalmente la Izquierda Diario realizo una investigación periodística paralela en el lugar de los hechos mientras que los grandes medios bombardean de mentiras y difamaciones al respecto para ocultar el rol cómplice del estado y la policía en ese hecho histórico de desaparición seguida de asesinato en plena democracia.

En relación con la red de diarios internacional de La izquierda Diario, y a las ventajas que esto genera Daniel Satur nos comentaba:

En la era digital el desafío era tener, justamente un diario digital, agregándole un elemento también desde la Concepción leninista que es que como somos una corriente con aspiración internacional, y de hecho tenemos una corriente internacional, con grupos de compañeras y compañeros en muchos países, lo que dijimos era que iba de suyo tener una red de diarios, en ese sentido, con el mismo... con la misma Concepción, con la misma matriz ideológica y política llevamos adelante esa red, que al día de hoy se transformó en una experiencia sumamente rica desde todo punto de vista, teniendo la posibilidad de hacer una cobertura minuto a minuto y en tiempo real, de acontecimientos muy importantes como los de Chile, como en Europa, como en EEUU y Bolivia, entonces esa fue la primera razón de porque u partido de izquierda crea su propio medio digital, por ese leninismo y esa aspiración de la llegada masiva con nuestras ideas y nuestra política a millones de personas.

En relación al rol que cumple La Izquierda Diario-España, Josefina Martínez nos decía:

Acá en el Estado Español, para llevar adelante el Diario digital, lo primero que creo que tal vez nosotros nos encontramos cuando empezamos a largar un diario propio acá, es que la agenda política está mucho más marcada por hechos internacionales, digamos, la pertenencia a la Unión Europea, y el ser parte de un país, digamos, Central e imperialista, hace que las discusiones internacionales

tengan un peso muy importante, por ejemplo, en la actualidad, el seguimiento de la guerra de Ucrania es un factor central porque la interacción que hay entre la política nacional estatal y la política internacional se puede decir, mucho más directa. Este es un primer aspecto y que se combina con que nosotros, desde Izquierda Diario de Estado Español, junto con compañeros de Francia, de Italia, de Alemania, actuamos, si se quiere un poco como una corresponsalía desde Europa, para la red de diarios en América Latina, entonces el aspecto internacional tiene un peso.

A su vez, ella destacaba la gran idea que es tener una red de diarios internacional a la hora de poder tratar la noticia

justamente en un momento que vimos con la pandemia, la pandemia fue un fenómeno global, que rápidamente como un dominó se contagió de un país a otro, las crisis, la inflación, la crisis de energía, so fenómenos absolutamente internacionales, globales, y también estamos viendo que cuando hay protestas, luchas, huelgas, también son contagiosas a nivel internacional, hay otros fenómenos globales reaccionarios, por ejemplo la extrema derecha, distintos fenómenos, entonces, poder tener, centros de redacción, de elaboración, de aportar ideas e intercambios de distintos países es fundamental no solo para cubrir la información sino también para formarnos una opinión mucho más, digamos, acertada a esa realidad compleja que es global y que es internacional. Entonces desde ese punto de vista me parece que es una gran conquista esta red internacional para aportar desde medios de la izquierda.

A este respecto, Adriana Meyer sostenía que

me parece un plus maravilloso, me parece algo que el resto de los medios envidia o envidiaría, porque eso es una cuestión agregaría a la definición: si le tuviera que explicar a alguien que es... bueno, el plus que tiene este medio es precisamente que al ser... no sé cómo decirlo, es como la mejor expresión periodística del internacionalismo, ahí está, ahí me salió más redondo (risas) porque esta esto ¿no?, en 5 idiomas, en un montón de países, así que uno se da cuenta que no sé... que cada versión de cada lugar, toma lo mejor del momento, ¿no cierto?, últimamente estaban saliendo unas notas de Izquierda.es super interesante, es decir, todo aquel que no siendo trotskista le interese lo internacional tiene una fuente muy valiosa. En izquierda diario (no sé cómo llamarlo) internacional.

Cuando hablamos de un medio digital de izquierda y de sus grandes ventajas a la hora de producir noticias, hablamos como dice Meyer de los "corresponsales obreros", gente común, trabajadora, que se transforma en periodista por tener la información al alcance de la mano y denuncia haciendo periodismo a los responsables. Adriana Mayer nos cuenta el ejemplo

"yo recuerdo que una de las notas más leídas en su momento fue una nota que hablaba de cómo se hacen las galletitas, que no te daban ganas de pasar por el quiosco nunca más. A ellos les sorprendía, yo le decía, no están bien porque esa nota solo las puede contar los que las hacen, los obreros, eso por decir un ejemplo ¿no?, que creo que el rol es fundamental en los conflictos, en los despidos, en la violencia institucional, bueno en una amplia gama de fenómenos que, en los medios, como decían ustedes, hegemónicos o tradicionales, no cubren. Y que Izquierda Diario cubre de manera magistral, y después, también notas de opinión, columnas, un despliegue audiovisual muy grande, y notas también no se... de música, de arte, de cultura, de género, de una variedad enorme de temas que hacen, lo hacen como más completo, lo hacen como un medio que a uno le da ganas leerlo, yo le tengo en el celular la app, el acceso directo, y a veces por entro para buscar algo pero me quedo mirando otro tipo de notas porque son como llamativas, son notas interesantes, cada vez mejor escritas, y entonces diría eso, que es un... excelente medio de comunicación, a pesar de que es, a pesar o no, de que su origen, su definición, es una prensa partidaria."

En relación con el **trabajo internacional** de la Izquierda diario digital, el periodista radial y gráfico Fernando Rosso nos decía:

la Red también, tener una organización internacional, políticamente internacional, te permite muchas cosas, una cosa que hoy no la hace ningún medio, y esto nos lo dijo alguien de algún medio, o de La Nación, que estábamos consultando como hacer, era que teníamos un plus que era que, uno puede agarrar la noticia de España y traerla a nuestra Home de Argentina, de México, de Brasil no porque es otro idioma, tenes que traducir, pero, de cualquier lugar vos podés traerla a la home, con unas leves modificaciones, cuestión que eso no lo puede hacer nadie, hoy lo puede hacer el Diario AR, que abrió acá porque es una sucursal del Diario Es.

Cuando consultamos a Fernando Rosso acerca del Diario digital y de su relación con el Partido político reflexionaba que

hay una definición de Gramsci que nosotros la tomamos (de Gramsci, Antonio Gramsci, un comunista italiano) que es que un diario es un partido, que el propio diario, la propia idea de diarios, en Lenin particularmente, en la tradición leninista está muy en el centro, también tiene que ver por las condiciones de la época, pero que era como centralizar en un órgano de difusión y concentración de las ideas políticas de las ideas programáticas, de la propaganda socialista, de las denuncias de los sectores obreros y populares, de las fábricas, de las empresas, concentrado en un lugar, que se expanda y que unifique ideológicamente, en principio a la clase obrera, la idea por delante ¿no?. O sea, eso cambió mucho con lo digital, el concepto de periódico cambio mucho.

Y completaba:

en Lenin y la prensa, hay un montón de textos en los cuales trabaja la importancia del periódico, en ese momento eso era lo técnicamente más avanzado que había de su época, no es que dijo yo voy a sacar un periódico y tengo otra posibilidad y saco un periódico, no nono, el periódico el creía que podía llegar más lejos.

Es por eso que asegura que en los comienzos del medio se valoraban ciertos cambios en la sociedad porque la forma de escribir a su vez estaba cambiando con el uso de las redes sociales.

Cuando se lanzó LID, algunos compañeros planteaban con razón, hay gente que escribe, por ejemplo, escribe muy bien en su Facebook o escribe muy bien en.... Porque la gente tiene mucha más cultura de escribir ahora, todos se comunican por escritura, entonces la sociedad desarrolló una capacidad de escritura muy superior. Entonces dice, ahora, todos pueden ser periodistas, era una consigna ¿no?, yo estaba de acuerdo en general, y más o menos, porque para competir con el sistema de medios... te tienes que buscar... (y al final) gente que tengas capacidades de escribir ¿no?. Y al final, creo que estuvo un poco, fue una fusión de las distintas cosas.

Cuando abordamos el ejemplo histórico de la prensa obrera Argentina, específicamente el caso del PRT y su periódico El mundo, para establecer una línea histórica del origen y las funciones de la prensa partidaria de la clase trabajadora, el escritor e investigador Marcelo Maggio nos decía

lo que podemos encontrar en la bibliografía del PRT, es permanente citas a Lenin, yo creo que en algún punto la figura de Lenin, para el PRT es como un... más que teórica , casi que funciona, esto es una hipótesis ¿no?, para trabajarla, figura como una marca identitaria, porque cuando Marx te da el contenido, si se quiere analítico, Marx te da los conceptos para decir bueno... identificar las clases sociales, las relaciones de poder entre, a través de lo que sería la economía mundial, bueno, una cantidad de análisis, yo creo que el leninismo es parte de lo que es, bueno, como asumo mi organización política, como asumo el rol del partido político, incluso, empieza a funcionar como marca identitaria en términos de decir bueno... porque es marxismo leninismo? ¿Es como si fuera uno el sustantivo y otro el adjetivo?

Y agregaba:

Es decir, esto me parece que es central, porque es la idea del rol del partido político para Lenin, que ellos la retoman, y como este tipo de tarea de prensa que es nueva o es derivada de alguna Concepción leninista de la prensa: ellos la aplican. Pero no como para decir vamos a poner un diario porque tenemos ganas de difundir nuestras ideas no, esta es una herramienta política para la revolución socialista.

A esta altura de la reflexión creemos haber echado un poco de luz acerca del rol que cumple un diario digital de izquierda como es La red internacional de La Izquierda Diario, en relación con su enunciatario y a la manera de producir su contenido. El rol pedagógico que intentar desplegar en la sociedad con intenciones de transformarla de manera revolucionaria. La disputa desigual pero constante con la conformación sistemática de opinión pública desarrollada por parte de los grandes medios masivos siendo una pata más del proceso de hegemonía que apuntala la clase dominante desde todas sus instituciones. El rol de un medio es clave a la hora de hacer pensar una sociedad diferente.

Al respecto aseguraba Fernando Roso que el periódico debe cumplir:

Un rol pedagógico, pero no en el sentido "ciruela", del término... Ir compartiendo un camino...No es que yo no tenga la intención de convencerlo, pero que también sienta la satisfacción de que llego por sus propios medios. Como le pasa a cualquiera.

Revolución Permanente: el ejemplo francés

A la hora de buscar un ejemplo que condense la ligazón fundamental entre diario y partido, encontramos en el periódico digital francés: *Revolution Permanente*, que refleja la relación inherente que existe entre el periódico y la formación de cuadros militantes para transformar el sistema social vigente de manera radical. Como dijimos las revoluciones empiezan por la palabra, y los testimonios de Laura Varlet y Daniela Corbet reflejan “el ejemplo de Revolution Permanente como periódico y su crecimiento se confunde con el ascenso de lucha de clases en Francia en el último periodo”. Graficando ambas con diversas anécdotas y reflexiones, el rol fundamental que cumple el periódico de acuerdo con el tridente que desarrolla Vladimir Lenin en *¿Qué hacer?*: agitación, propaganda y organización.

El ejemplo que destaca a Anasse Kazib como trabajador del ferrocarril y su transformación en dirigente revolucionario, mediático y candidato a presidente de un país como Francia, cristaliza, desde nuestra visión, en la práctica política, cómo el rol del medio es una llave única y fundamental, para avanzar en la construcción de sujetos políticos activos que instan una transformación social radical en uno de los países centrales del viejo continente. Como diría la máxima de Gramsci, “todo diario es un partido”.

Laura Varlet nos cuenta:

El impacto que tuvo la campaña con Anasse, que fue nuestro candidato presidencial, y el rol del periódico en ese sentido que logró tocar a sectores muy amplios. Incluso sectores de la cultura, por ejemplo, con una actriz muy famosa Adele Haenel que se hizo muy conocida acá cuando fue todo lo del fenómeno Mee Too y toda la movida de la lucha contra la violencia hacia las mujeres. Ella fue una actriz muy conocida que denunció todo lo que estaba pasando alrededor de la industria cinematográfica

acá en Francia y bueno ella nos mandó un mensaje de apoyo diciendo que “revolución permanente le había hecho comprender que había que llevar adelante una lucha anticapitalista” y remarcando en ese sentido el rol del periódico para ir acercando al conjunto de los trabajadores, o a un sector importante, las ideas anticapitalistas y revolucionarias.

Reflexiones y conclusiones

Una vez planteadas las preguntas centrales que dimos cuenta al comienzo, fuimos en busca de las voces de diferentes actores que fueron respondiendo estas cuestiones. Queremos destacar aquí algunos problemas y algunas virtudes que distinguimos a lo largo del proceso de investigación y entrevistas.

En primer lugar, ante la pregunta: ¿por qué un partido de izquierda crea su propio diario digital? Podemos decir que es por una necesidad, pero también por una tradición.

Desde la tradición, nos referimos a la prensa obrera y partidaria argentina y mundial, que incluye sus temáticas como explica la historiadora Josefina Martínez que hablaban sobre:

Noticias sobre la vida de la clase trabajadora, sobre denuncias de sus condiciones laborales, de vivienda, pero también las primeras formas de protesta, las huelgas, las primeras formas de organización contra la patronal, la represión del gobierno, digamos toda la actividad de la propia clase obrera, y por otro lado, era muy importante para transmitir ideas, es decir, para aportar un punto de vista alternativo, cuestionador del sistema capitalista.

También, especialmente, desde la concepción marxista-leninista, el Partido de los Trabajadores Socialistas fundó *La Izquierda Diario*. Todo lo que nos plantearon sus miembros que fuimos entrevistando es que toman, como lo llama Daniel Satur el “tridente de Lenin” que se resumía en “agitación, propaganda y organización”. A su vez, buscan constantemente el medio más avanzado de la época para que se conozca la línea política del partido (por eso hoy es un diario digital y no en papel).

Ya que, por un lado, es un medio para que las ideas de este partido lleguen a la gente, a la mayor cantidad de personas posibles (agitación), como también para formar con ideas marxistas y revolucionarias a estas personas que se acercan al partido o consumen el diario (propaganda). Puesto que cumple un rol pedagógico muy importante para estos agentes.

No solamente es un recurso para agitar o propagandizar ideas, sino también, como plantean muy enfáticamente los entrevistados, una necesidad para organizar a las personas que se acercan. Ya sea alrededor de una lucha política puntual o alrededor de la formación de agrupaciones, reuniones periódicas, movilizaciones, comités de acción o cualquier formato que busquen construir lazos entre la militancia “orgánica” del PTS y aquellos que son considerados “independientes”. Sin dejar de lado que está al pie del cañón la propia formación de los militantes a través del periódico, como también la difusión de la política y/o directrices cotidianas que se expresan a través del diario y que “bajan” desde la dirección del partido.

Como todo diario tiene su línea editorial, lo que nos lleva a otra conclusión es que tomando a Gramsci plantean en la acción la idea de que “todo diario es un partido”, como lo dice claramente Fernando Rosso.

Sin embargo, este aspecto es el más problemático. No es una tarea fácil, ni sencilla, la que implica la organización de personas. Luego de las entrevistas, podríamos decir que la parte “organizativa” del periódico es la más compleja y difícil de llevar adelante por estos agentes e incluso muchas veces no lo logran.

Por otro lado, ante la pregunta: ¿cuál es el lugar que LID busca conquistar en el sistema de medios? Consideramos que la respuesta de Satur fue la más sintética y concluyente:

Es el máximo posible. Sabemos que no nos dan las condiciones para ser Infobae o Clarín, desde el punto de vista de la llegada, el alcance, de la posibilidad de tener acceso a fuentes de las más diversas, porque justamente no hay recursos económicos que es por donde llegan. Tampoco descartamos, que con la audacia y con el enorme capital y enormes recursos humanos que tenemos, tanto en militancia

como en adhesión amplia podemos insertarnos en ese concierto de medios de comunicación, en ese esquema.

Aquí podemos ligarlo a la otra pregunta que nos hacíamos: ¿qué diferencias existen entre la propuesta de LID y las que presentan la prensa burguesa, alternativa y partidaria?

Por un lado, comparte con la prensa alternativa la forma de financiación. En el caso de LID es con el aporte de sus militantes y simpatizantes, no reciben dinero de ningún tipo de publicidad (tampoco lo buscan, cuestión que algunos medios alternativos, sí). Este elemento es también problemático puesto que impide financiar la difusión o la recepción de fuentes de información pagas.

Con relación a la prensa partidaria, creemos que lo que más diferencia a LID es la búsqueda de una amplia agenda de temáticas, tanto culturales como deportivas, etc., esta característica la emparenta con la experiencia del diario *El Mundo* en los setenta, como lo señala Maggio. Se asemeja a la prensa partidaria en general en que constantemente están expresando explícitamente en su línea editorial el pensamiento o las opiniones del partido, en este caso, del PTS.

Luego de todas las entrevistas creemos que las mayores diferencias son, desde ya, con la prensa burguesa. Por un lado, la financiación. Por otro lado, como explica en el documental Adriana Meyer, en el “el cuidado del texto” -o sea el aspecto del tratamiento de la noticia- como también en la horizontalidad del trabajo de producción:

Ellos tienen una forma muy colaborativa, no verticalista, de trabajar con los periodistas, donde nos preguntan título, fotografía, si nos parece bien la bajada. Entonces uno termina participando en la edición, es muy lindo eso, en los medios tradicionales uno entrega la nota y ya está, y a veces la guardan, no la publican, no te avisan (...).

Otro aspecto que también podemos observar en muchas notas de LID es la falta de profesionalismo -comparado con los medios burgueses- debido a que en esta

horizontalidad también escriben y publican personas que no son periodistas profesionales que ellos llaman "corresponsales obreros" (otro elemento de la tradición leninista). Estos corresponsales también le dan una distinción con respecto a la prensa burguesa, ya que, si bien no pueden comprar fuentes pagas, reciben de estas corresponsalías una fuente directa de la clase trabajadora que brinda una información que aparece en otros medios (como el caso de la producción de galletitas que nos cuenta Meyer como ejemplo o como lo destaca Tenenbaum en la radio).

En conclusión, respecto al enunciario, Daniel Satur afirmaba que:

"Dando un paso más, también nuestro enunciario, es todo aquel que quiera debatir con nosotros, como ideas contrarias incluso, y también queremos que sea parte de nuestro enunciario el propio estado y los capitalistas, porque queremos que la clase trabajadora que es la que habla como enunciadore en nuestro medio, sea escuchada cada vez más, entonces si se quiere desde el punto de vista del enunciario queremos ser lo más revolucionario que podemos, es decir canalizar las ideas, no todas las ideas, canalizar una parte de las ideas que son las que nosotros queremos transmitir, pero que estamos sumamente convencidos que son ideas que la clase trabajadora".

Y agregaba que:

"justamente como parte de la ideología burguesa, hay una intención de los medios de comunicación capitalistas de construir un enunciario aclasista, construir un enunciario incluso, amorfo, si bien obviamente es imposible desconocer las diferencias sociales, las diferencias políticas, las diferencias tareas, geográficas, etnográficas y demás, los medios de comunicación tratan de recrear todo el tiempo una sociedad de iguales que como la burguesía intenta dominar, haciendo creer que todos somos iguales ante la ley, que eso está incluso puesta en la letra de las propias constituciones nacionales burguesas y de más, esa falsa forma de tratar de construir, o mejor dicho, esa forma de construir un enunciario global, un enunciario total, para los cuales esos medios se dirigen, es ni más ni menos que camuflar las verdaderas intenciones que tienen los sectores capitalistas, en ese

marco nosotros, no vamos a andar mintiendo en ese sentido, tenemos nuestros enunciatarios bien claros.

Por último, a partir de la intervención del obrero escritor, Amador, queremos destacar su idea de organizar a cada colaborador o colaboradora del diario como objetivo principal de la tarea del periodista en un medio de un partido revolucionario. Reproducimos aquí una parte de su testimonio:

Pensar que todos esos problemas que parecen problemas individuales o triviales, en realidad no son problema de uno o de una, sino que son problemas colectivos que nos atraviesan a las trabajadoras y trabajadores, y aparte de escribir, crónicas, y ver los problemas, es también darle una salida, que eso me parece es una vuelta de tuerca, no solo quedarnos con la crónica o la denuncia sino que también mostrar que como trabajadoras y trabajadores también podemos darle una salida y que el diario es una herramienta para eso, buscar la voz de los que no tienen voz.

En ese lema de “La voz de los que no tienen voz”, el obrero periodista y periodista obrero resume la propuesta de LID. Ahí, se condensa su diferencia en un sistema de medios capitalista y concentrado.

Bibliografía citada

- ACANDA, J. Luis (2004) “Educación, Ciencias Sociales y cambio social”, en *Concepción y metodología de la Educación Popular*. Editorial Caminos.
- BARTHES, R. (2008). *Mitologías*. Bs. As.: Siglo XXI.
- BENVENISTE, É (2004). *Problemas de lingüística general*. Tomo I y II. Bs.As.: Siglo XXI.
- BOURDIEU, P. (1995). La influencia del periodismo. *Causas y azares*, n°3, p. 55-64.
- GARCÍA, C.C. (1988). *Lenin y la prensa*. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- GIMÉNEZ, G. (1997). La Sociología de Pierre Bourdieu. Recuperado el 4 de septiembre de 2012 en la *Wayback Machine*, Instituto de Investigación Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. Consultado el 5 de abril de 2013.
- GRAMSCI, A. (1984). *Cuadernos de la cárcel*. México. Editorial Era.
- HABERMAS, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- LENIN, I. V (2013). *¿Qué hacer?* en *Obras selectas*. Volumen 1. Ediciones IPS. Buenos Aires.
- LENIN, I. V. (1920) Discurso en la I Sesión del III Congreso de Juventudes Comunistas de Rusia. Consultado en la URL <https://www.marxists.org/espanol/lenin/obras/1920s/2-x-20.htm>
- LOBATO, M. (2009). *La prensa obrera*. Bs.As.: Edhasa.
- MARTINI, S. y GOBBI, J. (1997). *La agenda de los medios y el reconocimiento del público: una propuesta de discusión*. Cuadernos de cátedra.
- MARX, K. y ENGELS, F. (2014). *El Manifiesto Comunista*, Edición IPS, Buenos Aires.
- ROLDÁN, E. (2017). Las contraesferas públicas de Kluge y Negt: experiencia, fantasía, utopía. *Nómadas*, 47, pp. 65-79.

- VERÓN, E. (2013). *La Semiosis Social 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Bs.As.: Paidós.
- VOLOSHINOV, V. (2009). *El Marxismo y la Filosofía del Lenguaje*. Bs.As.: Ediciones Godot.