



Análisis de estrategias discursivas visuales  
utilizadas en las campañas publicitarias oficiales  
del Gobierno Militar Argentino,  
comprendido entre 1976 y 1982

**María Florencia Martini**  
**Tutor: Javier Martín**

**Trabajo Final de Tesis**  
Título a obtener: Lic. En Diseño Gráfico  
Universidad Abierta Interamericana  
Sede Regional Rosario  
Facultad de Cs. de la Comunicación  
Junio de 2007

**Gracias...**

*A los que me dieron la vida, por otorgarme la libertad de ser.  
A mis dos hermanas de sangre y a mi hermana postiza, por su admirable tolerancia y por apuntalarme día  
a día en mis dudas y enigmas.  
A mi tutor Javier Martín, a Juan Pablo Dalmazzo, Josefina Cordera y Ana Paula Rosillo por la incodi-  
cionalidad profesional y su constante aporte para el crecimiento.  
A mis amigas de toda la vida, llevo adherida su temperamental manera de lanzarse al mundo.  
A los amigos que conocí en la facultad, por sobrellevar las rutinas y enseñarme el valor de la tenacidad.  
Por su increíble capacidad de ser y estar.  
A todos los que supieron despertar el comunicador visual que llevo dentro.*

## Resumen

El tema de este trabajo final de tesis es el análisis de estrategias visuales utilizadas en las campañas publicitarias oficiales del Gobierno Militar Argentino comprendido entre 1976 y 1982. El estudio está principalmente enfocado bajo la luz de la comunicación visual, pero ampliado y complementado con el aporte de otras disciplinas y autores afines. Lógicamente, se pretende ahondar en los límites de lo gráfico, dando real relevancia a las significaciones y regimenes de sentido que prevalecieron durante este período histórico.

Sin embargo, para llegar al núcleo de esta tarea, es importante clarificar los conceptos teóricos que justificarán el análisis. La primera parte del Marco Teórico expone consideraciones acerca del discurso y detalla las estrategias que luego constituirán los ejes de observación para las piezas publicitarias seleccionadas. La segunda parte corresponde a una contextualización histórica con los hechos previos y posteriores más destacados; que ayudarán a comprender la compleja trama política, social y económica en la cual se inscriben dichas publicidades. Es significativo destacar, que el contexto, hasta en sus expresiones más sutiles, es de suma importancia para comprender el verdadero sentido de todo discurso.

Por último, el trabajo consta del análisis propiamente dicho; abordaje en el cual se entrecruzan los conceptos teóricos, la situación contextual y los datos arrojados por las tablas de observaciones. Esta última parte, corresponde el verdadero desafío de este trabajo final de investigación.

## Índice

<b>Resumen</b>	<b>3</b>
<b>Introducción</b>	<b>7</b>
<b>Objetivos</b>	<b>9</b>
<b>Marco Teórico</b>	<b>10</b>
<b>Parte 1: El discurso visual y sus estrategias</b>	<b>10</b>
<b>Capítulo 1: Consideraciones sobre el discurso</b>	11
1.1 El discurso	11
1.2 Estrategia	13
<b>Capítulo 2: La imagen</b>	15
2.1 La significación de la imagen.	16
2.2 Retórica visual. Retórica publicitaria.	17
2.2.1 Figuras sintácticas.	18
2.2.2 Figuras semánticas.	19
2.3 Relación imagen texto.	21
<b>Capítulo 3: La tipografía</b>	23
3.1 La imagen de las palabras.	23
3.2 Las clasificaciones tipográficas.	25
3.2.1 Categorización de Blanchad.	25
3.3 Variables tipográficas.	30
<b>Capítulo 4: La composición general</b>	32
4.1 La grilla constructiva.	32
4.2 Consideraciones básicas sobre el equilibrio.	34
4.3 Recorrido Visual.	35
<b>Parte 2: Contextualización Histórica</b>	<b>36</b>
<b>Capítulo 1: Hechos previos.</b>	38
1.1 Influencias internacionales	38
1.2 La guerrilla Argentina. Formación de los grupos políticos armados.	39
1.2.1 El brazo armado del PTR. El ERP	39
1.2.2 Montoneros	40

1.3 Desde el exilio de Perón al gobierno de Isabelita.	42
1.4 La triple A	43
1.5 Crisis económica, represión y movilización social.	44
<b>Capítulo 2: El golpe y el terrorismo de Estado.</b>	<b>45</b>
2.1 La toma del poder.	45
2.2 El plan económico de Martínez de Hoz.	46
2.3 El sistema represivo ilegal.	48
2.3.1 El plan Cóndor	49
2.3.2 La censura en la cultura, los medios y la educación.	50
2.4 La visita de la CIDH y las Organizaciones de Derechos Humanos.	52
2.5 El mundial de fútbol de 1978	53
<b>Diseño de la Investigación</b>	<b>55</b>
<b>Imágenes de análisis</b>	<b>57</b>
<b>Tablas de Observación</b>	<b>70</b>
<b>Análisis: estrategias discursivas visuales y publicidad oficial</b>	<b>83</b>
1 El valor del orden y el progreso.	84
2 Humanización y naturalización de la imagen militar.	88
3 El miedo y el sistema de control.	92
4. El nacionalismo y el amor a la patria.	96
5. La construcción de los roles sociales.	99
6. La guerra interna. Subversivos versus autoridad.	101
<b>Conclusiones</b>	<b>106</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>109</b>

*Más que tomar la palabra, hubiera preferido verme envuelto por ella y transportado más allá de todo posible inicio. Me hubiera gustado darme cuenta de que en el momento de ponerme a hablar ya me precedía una voz sin nombre desde hacía mucho tiempo...*

**Michel Foucault**

El orden del discurso

*Yo detesto a la gente que tiene poder de decir lo que es bueno y lo que es malo también, sólo el pueblo, mi amigo, es capaz de entender, los censores de ideas temblarán de horror ante el hombre libre con su cuerpo al sol.*

**Charly García**

Las increíbles aventuras del señor tijeras

*...lo que ustedes llaman aciertos son errores, los que reconocen como errores son crímenes y lo que omiten son calamidades...*

**Rodolfo Walsh**

Carta Abierta de un escritor a la Junta Militar

## Introducción

Todas las acciones cotidianas absorben las radiaciones de una época. Ninguna se mantiene al margen de los sucesos políticos y económicos que perturban la historia de un país y de cada uno de sus ciudadanos. A tan pocos años de distancia, y a la vez tantos para mí; busco filtrarme en los lineamientos de una época de impiedad y abusos, movida principalmente por el interés de investigar, desde un enfoque discursivo crítico, este gobierno dictatorial autodenominado *Proceso de Reorganización Nacional*.

Este trabajo de tesis pretende analizar las estrategias de discurso gráfico más recurrentes, utilizadas en la publicidad oficial del Gobierno Militar comprendido entre 1976 y 1982, para poder develar el funcionamiento de un complejo mecanismo de comunicación que apeló al consenso, al encubrimiento y a la participación social. Todo este sistema, incluida la publicidad, representó en la dictadura una manera disimulada de manipular la estructura social y la vida cotidiana de los argentinos.

Abordar e integrar el estudio de este complejo discurso visual, constituido a partir de disímiles lenguajes y habida cuenta de la diversidad de sus materias de expresión, implica una doble perspectiva. Por un lado se tratará de comprender las formas específicas de producción de sentido que le confieren identidad. Por el otro, se intentará demostrar que todos los discursos producidos en una sociedad, en un momento dado, están recorridos por líneas de sentido comunes y constituyen un discurso propio y unificado, configurador de la realidad y la cultura en cuestión.

En cuanto al primero de los aspectos, la investigación permitirá desentrañar los mecanismos en base a los cuales el sentido se construyó a favor de valores, ideologías, doctrinas y regímenes de verdad y poder. Se intentará descubrir como los juegos de discursos fundan marcos de significación y persuasión concretos. Desde la otra perspectiva de análisis, más generalista, se aspirará a delimitar y demostrar la importancia de los discursos visuales como espacios simbólicos de construcción de la realidad.

Sin embargo, estos objetivos no estarán desvinculados uno de otros, sino que se complementarán y potenciarán entre sí, a partir de las sucesivas ejemplificaciones que las piezas publicitarias vayan arrojando a lo largo del análisis. No existe un único y absoluto método para llevar adelante esta tarea, sino múltiples elecciones para hacer o para inventar según los fines propuestos.

Es intención de esta investigación, alcanzar las metas propuestas no solo a partir de los contenidos específicos abordados por la comunicación visual, sino también, junto a los aportes y conceptos de otras disciplinas y ciencias.

## **Objetivos**

- Establecer la importancia del discurso visual como espacio simbólico de construcción de la realidad.
- Analizar la utilización de estrategias discursivas visuales como recursos de significación y persuasión en campañas publicitarias oficiales del gobierno Militar Argentino comprendido entre 1976 y 1982.
- Analizar la coherencia de dichas estrategias discursivas visuales en relación a los hechos sucedidos durante el gobierno Militar Argentino comprendido entre 1976 y 1982.

**Marco Teórico**  
**Parte 1: El discurso visual y sus estrategias**

## Capítulo 1: Consideraciones sobre el discurso

### 1.1 El discurso

Introducir el concepto de discurso es abrir una ruta para la investigación de la relación entre lenguaje, enunciado y sujeto de la enunciación. Se trata de un concepto multidisciplinar que ha sido utilizado ampliamente y del que, en cierta manera, se ha abusado mucho en discusiones recientes, en parte porque deriva de numerosas y variadas ramas del conocimiento. No se propone describir cada una de ellas, sino más bien especificar algunos de sus rasgos fundamentales pertinentes a este trabajo.

En su teoría de la enunciación, Emil Benveniste sostiene que *el discurso es lenguaje puesto en acción*<sup>1</sup>, es el acto mismo de producir un enunciado. Para que exista el discurso es necesario un proceso de apropiación subjetiva que supone la conversión individual del lenguaje en discurso. Sin la intervención de un sujeto, el lenguaje no es más que la posibilidad del lenguaje. De modo similar, Bajtin afirma que la situación dialógica establecida entre sujetos concretos es lo que, en primer lugar, confiere estatuto de enunciado a cualquier emisión.

No se puede concebir un discurso sin un sujeto de la enunciación, y por ello no puede suponerse la existencia de discursos neutrales, apolíticos y desvinculados del contexto y la situación coyuntural en que éstos son emitidos. El discurso pone en funcionamiento la compleja trama ideológica del sujeto, ya que toda ideología se hace presente donde existe la significación. Parafraseando a Valentín Voloshinov<sup>2</sup>, el ámbito discursivo, más que armónico y desinteresado en la designación de lo que las cosas son, es de disputas, polifónico y conflictivo, ya que existe siempre la posibilidad de que se pongan diferentes acentos sobre un mismo referente.

Por su parte, Ferdinand de Saussure, fundador de la lingüística moderna, rompiendo con la tradición normativa y diacrónica del estudio lingüístico, propone considerar el lenguaje como *un sistema de signos que expresan ideas*<sup>3</sup>. Reflejo de su ambición de constituir una ciencia general de los signos, la Semiología, Saussure sostiene que *para descubrir la verdadera naturaleza de la lengua, hay que empezar a considerarla en lo que tiene de común con todos los otros sistemas del mismo orden*<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Benveniste, Emil. Problemas de Lingüística General. México: Editorial Siglo XXI

<sup>2</sup> Citado en Guitelman, Paula. La Infancia en dictadura. Modernidad y conservadurismo en el mundo del Billiken. Buenos Aires, Argentina: Prometeo 2006.

<sup>3</sup> Saussure, Ferdinand. Curso de lingüística general. Madrid: Alianza Editorial. 1983.

<sup>4</sup> Idem anterior.

Completa su idea afirmando que no solo comunicamos a través de la lengua; sino que existen otros sistemas de signos, como por ejemplo los ritos simbólicos, el alfabeto de los sordomudos, las formas de cortesía, las señales militares y los signos gráficos.

Consecuentemente, el proceso de conversión que efectúa el sujeto, ya no se limita a signos puramente lingüísticos, sino que le permite enunciar discursos mediante la apropiación de otros códigos e inclusive mediante la interrelación de varios sistemas simultáneos. En el ámbito de la comunicación visual, que interesa a este trabajo, existen multiplicidad de relaciones entre los diversos lenguajes, que tienen como propósito encauzar el sentido de interpretación, reforzando la intención del emisor, generalmente persuasiva. Como constata Fernand Saint-Martin: *Las categorías de elementos que componen el lenguaje visual son numerosas, y en el interior de cada una reina una proliferación que parece infinita.*<sup>5</sup>

Eliseo Verón, inclinándose a una semiótica entendida como teoría de la producción de sentido, define al discurso como *todo fenómeno de manifestación espacio-temporal de sentido, cualquiera sea el soporte significante*. Esta consideración espacio-temporal dada por el autor, revela el carácter social del discurso, que ya no puede existir aislado del sujeto de la enunciación, de un *tu* receptor y de una interrelación de construcción de significados en una realidad concreta. Porque a medida que el individuo se apropia de su lenguaje, modela la sociedad en la cual se encuentra inserto e instituye un régimen propio de significados. Parafraseando a Bajtin, todo enunciado es una totalidad de sentido inmersa en una cadena discursiva, que solo puede ser analizada teniendo en cuenta diversos aspectos; ante todo, las complejas determinaciones sociales e ideológicas que la prefiguran y moldean. Por ello el discurso resulta ser una realización de los lenguajes sociales y por lo tanto implica siempre un trabajo social de producción de sentido.

Austin<sup>6</sup> señaló que el discurso es entablar un cierto tipo de interacción social. Del mismo modo, la escuela materialista del discurso de Pecheux y Robin<sup>7</sup> enfatizó esta concepción reafirmando al discurso como toda práctica enunciativa considerada en función de sus condiciones sociales de producción, que son fundamentalmente condiciones institucionales, ideológico-culturales e histórico coyunturales.

También es en el discurso donde se plasman las significaciones imaginarias sociales; no significaciones fijas y eternas sino factibles de ser modificadas, significaciones que admitirán la impresión de órdenes de sentido específicos.

Ahora bien, resulta complejo encontrar una única definición de discurso y del mismo modo no podemos encasillar los discursos en una misma tipología. Hemos visto que los discursos pueden ser de naturaleza variada de acuerdo al sistema de signos o lenguaje del cual se valen, pero al mismo tiempo se modifican de acuerdo a las entidades y contextos en los cuales se enuncian. Si nos referimos concretamente a nuestro análisis, estaremos frente a un dis-

<sup>5</sup> Citado en Joly, Martine. *La imagen Fija*. Buenos Aires, Argentina: Ed. La Marca 2003. Pag 116.

<sup>6</sup> Citado en Gutiérrez, Silvia. *Discurso Político y argumentación*. Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Xochimilco. México. Disponible on-line en: [http://www.filosofia.uchile.cl/editorial/libros/discurso\\_cambios/72Gutie.pdf](http://www.filosofia.uchile.cl/editorial/libros/discurso_cambios/72Gutie.pdf)

<sup>7</sup> Idem anterior.

curso publicitario y gráfico, pero al mismo tiempo político. Su naturaleza política está explícitamente determinada por su vinculación a las instituciones del Estado, más allá de lo sostenido anteriormente acerca de la carga ideológica que todos conllevan.

Eliseo Verón sostiene que cuando se intenta caracterizar y analizar un tipo de discurso, lo que se conceptualiza es un campo discursivo, ya que el objetivo real consiste en construir una tipología *de juegos de discursos*. En consecuencia, la definición de un *tipo* de discurso, supone la definición de una serie de variantes del mismo, que no son otra cosa que diferentes *estrategias* dentro del mismo juego. La definición de un *tipo* supone pues la descripción de múltiples estrategias discursivas y de las variaciones que cada estrategia experimenta en cada circunstancia dada. María Ledesma adhiere a esta teoría y reafirma que la comunicación humana, en todos sus modos, supone como un a priori, el establecimiento de un conjunto de estrategias. Tanto la filosofía del lenguaje, como la semiótica analítica se han ocupado desde distintos ángulos de establecer esta condición propia de la posibilidad de comunicar.

## 1.2 Estrategia

Mucho se habla hoy de estrategia, desde la política, la economía, el marketing hasta inclusive el deporte. Como todos los conceptos macros, la estrategia es algo que resulta difícil de definir, algunas veces por la vaguedad de las definiciones generales para ser aplicadas a un ámbito específico, y otras por la dificultad de dar cabida en una frase sintética a todas las facetas o dimensiones que el concepto estrategia tolera.

La palabra estrategia (del latín *strategia* y ésta del griego *stratēgos*, que significa general, jefe) aparece con el paradigma militar y evoluciona hasta la incursión en el paradigma científico. El General chino Sun Tsu<sup>8</sup> fue el primero en redactar un tratado sobre estrategia militar con su famoso libro *El arte de la Guerra*, escrito entre los siglos VI y V a. de C., y fue Alejandro Magno quién en el 330 a. de C., ya refirió a la estrategia como *la habilidad en el empleo de las fuerzas para superar la oposición y crear, como reacción, un sistema unificado de gobierno general*<sup>9</sup>.

Rafael Alberto Pérez sostiene que la evolución de esta concepción no queda en la antigüedad, sino que atraviesa el Renacimiento a partir de los aportes de Nicolás Maquiavelo; quien refunda la estrategia en una doble dirección: la abre a la política y la racionaliza, compartiendo la creencia del período sobre la razón del hombre y su optimismo. Luego, durante el Barroco, es reconceptualizada como el arte del ingenio. En el Romanticismo, 1843, la Real Academia Española acepta la palabra estrategia como analogía del uso militar; y llegando a finales del siglo XX se comienza a hacer uso del término en otras disciplinas principalmente relacionadas con las ciencias empresariales del marketing y la publicidad.

Actualmente, en un intento de abarcar las repercusiones del vocablo, la Real Academia Española define a la estrategia como:

<sup>8</sup> Citado en Pérez, Rafael Alberto. *Estrategias de Comunicación*. Barcelona, España: Editorial Ariel, 2001.

<sup>9</sup> Idem anterior.

1. *Arte de dirigir las operaciones militares.*
2. *Arte, traza para dirigir un asunto.*
3. *En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.*<sup>10</sup>

Más allá de su concepción macro y generalizadora, es necesario entender la estrategia en su especificidad en las problemáticas del discurso y la comunicación.

Las estrategias discursivas son acciones específicas o recursos propios del lenguaje, que se ponen en funcionamiento para lograr de la manera más eficiente, ordenada y armoniosa, los objetivos discursivos previamente determinados. Es decir, desde la discursividad gráfica, permiten la resolución de mensajes socioculturalmente inscriptos que facilitan la trasmisión de un concepto, a través de la articulación creativa de los recursos visuales. Las estrategias otorgan un sentido de unidad, orientación y propósito, poniendo en común los mismos valores y dando coherencia a la compleja pluralidad de voluntades que implica una comunicación.

María Ledesma, a partir de un concepto de Perret, define a la estrategia como *una regularidad internalizada y valorada que genera la secuencia semiótica desde el contexto de producción- comprensión*<sup>11</sup>. La regularidad es la que la convierte en algo que se repite ante las mismas condiciones contextuales; el hecho de que sea internalizada es lo que la vuelve competente y la valoración refiere a un reconocimiento social. El mero hecho de plantear una intervención del lenguaje, implica adoptar una estrategia que tiene en cuenta, de manera consciente o no, el contexto en el cual se desenvuelve.

Como elemento constitutivo del discurso subyacen en ellas, una intencionalidad implícita del emisor y una postura frente al receptor. Son mecanismos de modelación ideológica; ya que facilitan la imposición, generalmente oculta, de un sistema de creencias. Su análisis permite delinear el perfil del enunciador y determinar a que postura adhiere. El emisor construye (de manera más o menos conciente) un proyecto de comunicación en función de sus necesidades y del régimen de verdad que desea hacer prevalecer. Realiza este proyecto, poniendo en escena dichas estrategias de discurso, testimonio de sus intereses.

Hay que agregar que las estrategias de discurso son puestas en función de las posibilidades no solo del lenguaje, sino también de los medios en las cuales se materializan. Como afirma Eliseo Verón, la descripción de un *tipo* de discurso también depende de su soporte y sus condiciones de circulación. Es evidente que no se pueden analizar de la misma manera los discursos que aparecen en la prensa gráfica, en la radio, la publicidad o la imagen televisiva. Sin bien en este análisis se estudiarán las estrategias discursivas utilizadas por el gobierno militar de 1976, se abarcará solamente las que pertenecen a la comunicación gráfica, puntualmente la publicidad, lo cual le imprime cierto sentido propio del medio.

<sup>10</sup> Diccionario de la Real Academia española en <http://buscon.rae.es/draeI/>

<sup>11</sup> Ledesma, María. El diseño gráfico, una voz pública. 1ª ed. Buenos Aires: Editorial Argo-nauta: 2003.

## Capítulo 2: La imagen

Sin duda sería el momento de delimitar mejor lo que se entiende cuando hablamos de imagen. Haciendo un inventario de los distintos usos y significaciones de la palabra imagen en el lenguaje cotidiano, podemos constatar que es generalmente entendida como *algo que se parece a otra cosa*<sup>12</sup>, y al final de cuentas, como una representación analógica principalmente visual. Pero la imagen también puede ser reflejo, ilustración, semejanza, proyección, recuerdo, ilusión, reputación, imagen mental, metáfora

De todas formas, las imágenes son muy variadas y la tarea del teórico será buscar precisamente el modelo que subyace a las diversas manifestaciones visuales que llamamos imágenes, sea cual fuere la forma social que tomen y que esta forma esté legitimada o no. Porque sin duda, la imagen abarca desde la fotografía, los esquemas, los graffitis, la pintura, la ilustración, la publicidad o un dibujo infantil; solo que en algunas de estas formas la concepción de imagen está más socialmente instituida.

Barthes, en sus primeros trabajos semiológicos, precisa que etimológicamente la palabra imagen debería desprenderse de la raíz *imitari*. Sin embargo, limitar la imagen a esta concepción resulta una tarea sumamente arbitraria, porque más allá de su materialidad, toda imagen expresa ideas por medio de un proceso dinámico de inducción e interpretación. Una imagen significa y parafraseando nuevamente a Barthes, significar quiere decir que no transmiten solamente informaciones, sino también sistemas estructurados de signos, es decir, esencialmente sistemas de diferencias, oposiciones y contrastes.

Por otro lado, hay que tener en cuenta que la imagen no es necesariamente visual, aprehendemos a través de nuestros cinco sentidos y entonces podemos, no solo imitar cualidades visuales de un objeto, sino también sus cualidades sonoras, olfativas, táctiles o incluso gustativas. Martine Joly, expone que *la imagen remite, no a una materialidad común, sino más bien a un modo de funcionamiento común, que consiste en retomar o fabricar ciertas cualidades de un objeto, como reaprendiéndolas y asociándolas al él como si le pertenecieran*<sup>13</sup>. Este hecho explica a su vez lo preciso y lo impreciso del empleo múltiple de este término.

En cuanto a este trabajo, trabajaremos exclusivamente con imágenes visuales, pero también analizaremos que no explotan el mecanismo de la imagen bajo un único aspecto visual. El

---

<sup>12</sup> Joly, Martine. La imagen Fija. Buenos Aires, Argentina: Editorial La Marca 2003.

<sup>13</sup> Idem anterior.

enfoque de la imagen concebida como un conjunto de signos visuales nos permitirá delimitar mejor su especificidad como herramienta de comunicación y explicar el tipo de relación que mantiene con lo que acostumbramos a llamar *realidad*. Porque las imágenes se presentan, no como la realidad misma, sino como signos de la realidad que reflejan. No se debe caer en la creencia de que las imágenes son capaces de mostrar objetivamente la realidad. Sólo muestran la realidad previamente interpretada. Es por eso que resultará imprescindible hablar de sus modos de significación.

## 2.1 La significación de la imagen

Uno de los atributos más populares de la imagen es declararla polisémica, particularmente en el campo de las ciencias de la comunicación o en el de la publicidad. *Una imagen visual proporciona una gran cantidad (poli) de informaciones (semias) visuales, puede tener múltiples significaciones y prestarse también a múltiples interpretaciones.*<sup>14</sup> Barthes también afirma que la imagen se ofrece fácilmente a muchas lecturas de sentido: frente a un objeto, hay casi siempre muchas lecturas posibles, y esto no sólo si se pasa de un lector a otro, sino que también, algunas veces, en el interior de cada hombre hay varios léxicos, varias reservas de lectura, según los niveles culturales de los que dispone.

Sin embargo, la polisemia no es específica de la imagen, las palabras también pueden tener varias significaciones de acuerdo al contexto en el cual se inscriben. La discursividad misma es rehén de la polisemia y de allí que su interpretación depende del sujeto, de sus saberes interiorizados y de la cultura en la cual se relaciona.

En el marco de este análisis, la polisemia se hará presente, ya que cada estrategia discursiva visual será interpretada bajo términos no sólo conceptuales y contextuales, sino también personales. Sin embargo, la publicidad es especialmente creada y equipada para que su polisemia no desvíe la interpretación del receptor, lo cual en un punto facilitará la tarea. Según Barthes, en publicidad la significación de la imagen es sin duda intencional. Lo que configura a priori los significados del mensaje publicitario son ciertos atributos del producto, y estos significados deben ser transmitidos con la mayor claridad posible para que la mayoría los comprenda rápidamente, aunque escondan más allá de su superficialidad significativa, una cadena de mensajes ocultos.

La imagen no es un signo, sino un complejo tejido de signos que nos hablan secretamente. La semiología de la imagen se planteó la tarea de comprender como se elabora este discurso secreto de la imagen, para luego explicitarlo y al mismo tiempo justificarlo. Esto es lo que precisamente impulsó a Barthes cuando escribió su retórica de la imagen, que más adelante se explicitará. Siguiendo la fórmula de Eco, donde cada figura remitía primero a un objeto del mundo, agregó la existencia de un segundo nivel de significación. Dicho de otro modo, la imagen no se significa a ella misma como objeto del mundo, sino que se apoya en un primer nivel de significación llamado *denotativo*, descriptivo o referencial, para significar

<sup>14</sup> Joly, Martine. La imagen Fija. Buenos Aires, Argentina: Ed. La Marca 2003.

otra cosa en un segundo nivel. Barthes llamó a este segundo discurso, el *discurso de la connotación*, (o mensaje simbólico) a partir de un término que tomó prestado de la lingüística y de la lógica. En otras palabras, la connotación establece la imposición de un sentido implícito, que obliga al receptor a un verdadero desciframiento.

La imagen denotada desempeña en la estructura general del mensaje un papel particular, naturaliza el mensaje simbólico, vuelve inocente el artificio semántico, muy denso (principalmente en publicidad), de la connotación. Intenta enmascarar el sentido construido bajo la apariencia del mensaje dado.

Martine Joly, aludiendo a las palabras de Barthes, sostiene que no es la imagen en sí misma la que tiene este nivel de significación encubierto, sino que la connotación es constituyente del sistema de signos que opera en ella, porque dado el signo, existen constantes posibilidades de deslizamiento de sentido. Es en esta posibilidad donde existe la retórica y por lo tanto donde existe la persuasión.

## 2.2 Retórica visual. Retórica publicitaria.

La retórica nace en Grecia como el arte de la oratoria, ligada principalmente a tres ámbitos: el discurso político, el discurso jurídico y el discurso sacro religioso. Los primeros maestros de la Grecia clásica fueron los sofistas, quienes hacían un uso peyorativo de la palabra fingida. Utilizaban sentencias brillantes más que posibles, apartándose del verdadero asunto, haciendo traslaciones de palabras para vencer a su adversario. Aristóteles introdujo como base de su Retórica el argumento personificado en la figura del entimema, que definió como un razonamiento elaborado mediante premisas probables. Pero con el paso de los años la argumentación dejó de ser la piedra angular sobre la que se construía el discurso y la disciplina quedó reducida a un mero catálogo de figuras retóricas. Esto ha supuesto para la Retórica un gran obstáculo que impidió su desarrollo y generó una connotación peyorativa en torno a ella, de lenguaje redundante y rebuscado.

Hoy la retórica, oprimida por el peso de su propia tradición, ha perdido relevancia desde la perspectiva de su uso histórico y clasicista; pero ha sido reestructurada a la luz de la semiótica. Tomas Maldonado fue el primero que expuso ideas que más tarde, constituirían la retórica moderna; y gracias a los aportes de Barthes y su discípulo Jacques Durand, la retórica dejó de ser una manifestación excluyente del lenguaje verbal, para ser percibida en todos los lenguajes posibles. A partir de allí muchos autores comenzaron a incursionar en el campo.

Bonsieppe definió a la retórica como un *conjunto de técnicas heurísticas seductoras, utilizadas para influenciar los sentimientos y emociones del destinatario del mensaje*.<sup>15</sup> Definió que el objeto de la retórica consiste en el estudio de esos instrumentos de persuasión y su aplicación en cada circunstancia dada.

---

<sup>15</sup> Bonsieppe, Gui. Del objeto a la interfase. Mutaciones del diseño. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito 1998.

Desde la perspectiva del diseño, la retórica consiste en una serie de reglas que ayudan al comunicador visual a encontrar el metalenguaje adecuado para elaborar un mensaje. Estas reglas o recursos constituyen una alteración del uso normal del lenguaje y tienen el propósito de hacer más eficiente la comunicación. Reciben el nombre de imágenes o figuras retóricas.

La terminología semiótica permite clasificar estas figuras con mayor precisión. Si partimos del supuesto que se pueden distinguir dos aspectos de un signo, *forma (significante)* y *significado*, podemos llegar a definir dos tipos de figuras retóricas: las figuras sintácticas y las figuras semánticas. De todas maneras, en ambos casos, forma y significado actúan interdependientemente en todo discurso visual, ya que las estructuras siempre inducen a la significación. A continuación se expondrán las figuras retóricas más recurrentes a partir de las ideas de Cecilia Iuvare y Beatriz Podestá, publicadas en su libro *El discurso visual y sus Medios de expresión*.<sup>16</sup>

### 2.2.1 Figuras sintácticas

Se basan en la simple mostración y su nivel significativo permanece en el límite de lo que se expone visualmente. Tienen por objeto el significado, pero apelan al sujeto por medio de las leyes sintácticas de la composición, entendiendo por sintaxis visual las leyes que regulan el ordenamiento y la disposición de los elementos visuales. En otras palabras, operan a través de diversas maneras de ordenar los signos con fines semánticos particulares. Hacen referencia a lo *denotativo* (primer nivel de significación según lo expuesto por Barthes).

- 1- **Transpositivas:** se basan en una alteración del orden normal, o sea, de la disposición esperada visual o verbalmente por el receptor. En el campo visual son ejemplos de orden preestablecidos: el eje axial, el constructo horizontal-vertical y las secuencias de lectura. Se caracterizan por la omisión de nexos y la supresión de las coordinaciones entre los elementos.
- 2- **Privativas:** consisten en suprimir parte de la imagen, que finalmente se sobreentiende de acuerdo al contexto. Visualmente, esta figura denominada *elipsis* es a la inversa de la repetición. La supresión de los elementos puede referirse a:
  - Los elementos accesorios que acompañan al producto; se trata de darle valor al objeto promocionado, de indicar claramente qué es lo esencial de la imagen.
  - Al producto mismo; tiene como objetivo demostrar que el producto importa menos que los servicios que brinda al usuario.

Dentro de las figuras privativas, un caso particular consistiría la supresión de uno o varios elementos de la imagen representantes de un tabú social. Cuando se omite intencionalmente hacer apología sobre las cualidades del producto porque se consi-

<sup>16</sup> Citado en Camusso M; Gastaldo S; Leiva D; Marchetti V; Provencal, A; compiladores. Retórica de la Imagen. Módulo 5. Cátedra Comunicación visual gráfica. Comunicación Social. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Rosario.

dera que con la simple mostración se está diciendo mucho más, se está en presencia de una *tautología*.

- 3- **Repetitivas:** la repetición es un fenómeno expresivo natural. La reiteración es síntoma de interés, de emoción o énfasis, atrae la atención y hace más intenso el significado. La resonancia emotiva del primer elemento resulta incrementada en el segundo. Las figuras repetitivas se basan en operaciones de simple reiteración, acumulación o gradación.
- 4- **Acentuativas:** la acentuación es un recurso netamente gráfico. Consiste en acentuar o destacar un elemento o parte de él por medios diferentes: color, textura, nitidez, cambio de forma, cambio de proporción, contraste, etc.
- 5- **Tipogramas:** es un juego tipográfico simplemente sintáctico, que alude únicamente a una composición determinada. Sin pedir que connote algún tipo de significado, el valor reside en lo estético de la composición. Generalmente la lectura no mantiene la orientación tradicional, el texto no dirige necesariamente la visión de tal manera que se desplace de izquierda a derecha, sino que se cumplen varios movimientos diferentes que imprimen un ritmo especial al tiempo de lectura

### 2.2.2 Figuras semánticas

Continuando con las ideas expuesta por Iuvaro y Podestá<sup>17</sup>, las figuras semánticas tienen por objeto el significado y se desplazan más allá del primer nivel de significación, apelan al valor que el objeto remite. Comprometen más al destinatario, porque implican un proceso de interpretación activo y promueven respuestas, actitudes e intentan generar cambios en el comportamiento del receptor. Hacen referencia a lo *connotativo* (segundo nivel de significación) y remiten directamente a algunas de las cualidades de lo que se pone en lugar de referente. Se ordenan en cinco grupos diferentes, según los distintos modos de relacionar los significados.

- 1- **Contrarias:** consisten en la unión de referentes opuestos, se basan en una contraposición de dos ideas o pensamientos. Es una asociación por contraste, por choque, para dar mayor relieve al mensaje. Se cuestiona el principio de contradicción resaltando lo que se pretende por yuxtaposición de lo contrario, con la intención de percibir mejor sus diferencias y las peculiaridades de cada uno. Las figuras contrarias se prestan para el humor, inclusive tomando la forma de la ironía.
- 2- **Comparativas:** se basan en la comparación de referentes. La comparación es esquematizar en un juego de similitudes y diferencias, es decir, en el poder fragmentador de la mente para poder ver y expresar distintos aspectos de una realidad uni-

<sup>17</sup> Citado en Camusso M; Gastaldo S; Leiva D; Marchetti V; Provencal, A; compiladores. Retórica de la Imagen. Módulo 5. Cátedra Comunicación visual gráfica. Comunicación Social. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Rosario.

taria. Los modos de comparación más comúnmente utilizados son: hipérbolos, metáforas y personificaciones.

- **Hipérbolo:** consiste en una comparación desmesurada, es decir, fuera de límite y medida. Implica una exageración de términos, ya sea en el sentido positivo o negativo, un aumento o disminución de elementos en relación a un punto de comparación, a un indicador que determina la escala.
- **Metáfora:** es un juego de la fantasía. Enriquece la visión de lo que se presenta, con una nueva perspectiva de algo que se le superpone. Lo que enriquece a un elemento de la metáfora es, precisamente, todo aquello que le es ajeno y que el otro elemento le aporta desde su mundo. Consiste en una traslación de sentido; las cosas se presentan por su aspecto menos conocido y habitual y cobran un valor que, de otro modo, nunca alcanzarían. En el caso de la metáfora puede haber una comparación o una fusión de elementos. Afirma la identidad absoluta entre dos cosas que coinciden en un punto esencial, cuya semejanza acentúa la desemejanza real entre ellas. Se usan para eludir el nombre cotidiano de las cosas.
- **Personificaciones:** aquí se comparan elementos animales, fantásticos o inanimados con los seres humanos, para lo cual se les atribuye palabra, vida, acción e incluso sentimientos y actitudes. La personificación o *prosopopeya* es la técnica usada muy recurrentemente en la creación de dibujos animados.

**3- Sustitutivas:** se basan en la sustitución de un referente por otro. Hay dos tipos de relaciones en que se fundamenta dicha sustitución. Relación de contigüidad, *metonimia* o relación de inclusión, *sinécdoque*.

- **Metonimia:** en la metonimia se usa, en vez de la palabra propia, otra que significa lo mismo y que se toma de algo consiguiente, aunque sea traslación de distinto género. En la metonimia no hay semejanza ni inclusión, sino una relación de contigüidad, lo importante es la intención, el sentido figurado. Las relaciones de contigüidad más frecuentes son: el efecto por la causa, el autor por la obra, continente por contenido o viceversa, instrumento por quién lo maneja, productor por su producto, atributo por su poseedor, mención de lo físico por lo moral, mención del signo por la cosa significada.
- **Sinécdoque:** se sustituye un elemento por otro en base a una relación de inclusión. Se basa en la relación de más por menos, del todo por la parte. Expresa una decisión selectiva y postula el realce de un elemento entre todas las posibles descomposiciones de un objeto. La relación de inclusión es un recurso expansivo que crea lo grande con lo pequeño, lo importante con lo accesorio.

- 4- **Secuenciales:** se basan en el desarrollo de una serie de elementos, que se relacionan entre sí progresivamente, generalmente por una relación de tiempo. Un caso muy particular y muy frecuente dentro de las figuras secuenciales es el *enigma*, que consiste en retardar la aparición de un elemento del mensaje mediante incidentes que sólo guardan con él relación de contigüidad. Otro casi habitual lo constituye el *reconto*, que consiste en la presentación de un personaje que relata una historia o situación concreta.
- 5- **Gags tipográficos:** los gags son instrumentos tipográficos con valor semántico muy enfatizado, que aluden y remiten a una significación determinada. Implican una semantización de la grafía, alteran la caligrafía para que la letra pondere su mensaje connotado. Cuando la representación ha sido lograda con éxito, la comprensión se resuelve en una doble captación visual, las dos vías trazan una trayectoria convergente concurriendo a un mismo punto, el concepto. No se sustituye el signo alfabético sino que se lo incorpora a su fisonomía. El *gag* no se ubica dentro de un tipo exclusivo de figuras retóricas puesto que se adapta a cada una de ellas, según se basen en operaciones de oposición, comparación, sustitución o secuencialidad.

Para concluir, la retórica dinamiza la estructura lógica del pensamiento creador, permite pensar una manera de comunicar implícitamente, algo que podría ser dicho de modo directo, simple o neutro, pero no tan eficiente. De todos modos, para el diseñador, el mensaje explícito solo existe en la abstracción, porque tan pronto comienza a buscar unidades de sentido y significación comienza un proceso de infiltración retórico.

El hombre no tiene la habilidad de comunicar nada de forma totalmente objetiva, actúa constantemente movido por necesidades y deseos, por su escala de valores, su herencia cultural o su relación de pertenencia con ciertos grupos sociales. Así como no existen discursos neutros, no existen discursos que no sean atravesados por la retórica. Como afirma Bonsieppe *la comunicación sin retórica es una utopía que concluye en el silencio total*.<sup>18</sup> Hilvanando esta idea, Magariños de Moretín sostiene que la retórica es la condición necesaria, pero no absoluta para que exista el mensaje publicitario. Casi podría afirmarse que no existe la publicidad sin la retórica.

### 2.3 Relación imagen texto

Pese a su poder de significación y a su fuerza connotativa, la imagen aún no ha podido independizarse o prevalecer por sobre el discurso de las palabras. Para encontrar imágenes sin palabras, es necesario remontarse a sociedades prehistóricas o civilizaciones primitivas. Actualmente, y más aún a nivel de comunicación masiva, la imagen aparece siempre acompañada de un mensaje lingüístico, no importa su longitud o ubicación, ya sea en forma de

---

<sup>18</sup> Citado en Camusso M; Gastaldo S; Leiva D; Marchetti V; Provencal, A; compiladores. Retórica de la Imagen. Módulo 5. Cátedra Comunicación visual gráfica. Comunicación Social. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Rosario.

titular, bajada, slogan o leyenda. Como afirma Barthes, *aún somos una civilización de la escritura, porque la escritura y la palabra son siempre términos completos de la estructura informacional*.<sup>19</sup>

Barthes también respondió, a través de las investigaciones de su semiótica, el interrogante acerca de cuales son las funciones del mensaje lingüístico respecto de la imagen. Determinó dos: de *anclaje* y de *relevo*.

Como ya se ha mencionado anteriormente, la imagen es polisémica, implica subyacente a su sentido, una cadena flotante de significados posibles. A través de su función de *anclaje*, la palabra, permite identificar de modo más o menos directo, los elementos de la escena y la escena misma. A nivel denotativo, ayuda a elegir el nivel de percepción, permite acomodar la visión y la intelección, guiando al receptor en la identificación de las formas y de los objetos. A nivel connotativo, la palabra escrita, permite encauzar la interpretación, impidiendo que los sentidos proliferen en direcciones subjetivas equívocas e impensadas, es decir que limita el poder proyectivo de la imagen. Dicho en otras palabras, el mensaje lingüístico orienta la lectura del sentido de la imagen, acerca un significado y aleja otros.

Es evidente que el anclaje puede ser ideológico, y esta es sin duda, su función principal. El texto es una guía sutil que conduce a la interpretación de un significado pensado con antelación. El creador o diseñador de la imagen es quién tiene el poder de controlar el nivel proyectivo de la imagen; y este poder lo ejercerá según su sistema de pensamiento, ideológico y de valores.

El anclaje es la función más frecuente del mensaje lingüístico; aparece por lo general en la fotografía de prensa y en publicidad. La función de *relevo* es menos frecuente, por lo menos en lo referente a la imagen fija. Se la encuentra principalmente en dibujos humorísticos y en historietas. Aquí la palabra y la imagen están en una relación complementaria. El texto no tiene una simple función de elucidación, sino que dispone de sentidos que no se encuentran en la imagen, hace avanzar la acción en forma efectiva.

Barthes agrega que las dos funciones del mensaje lingüístico pueden evidentemente coexistir en una misma imagen, pero el predominio de una u otra no es por cierto indiferente. Cuando la palabra tiene una función de relevo, la información es más costosa, puesto que requiere el aprendizaje de un código digital (la lengua); cuando tiene un valor sustitutivo (de anclaje, de control), la imagen es quién posee la carga informativa, y, como la imagen es analógica, la información es en cierta medida más directa.

---

<sup>19</sup> Barthes, Ronald. De lo obvio a lo obtuso. Barcelona, España: Paidós Ibérica. 1986

## Capítulo 3: La tipografía

Abordar el estudio de la tipografía intentando dejar en claro los límites de cada concepto resulta una tarea compleja. Esto se debe a que no existe una nomenclatura única y universalmente válida para cada concepción, dado que existe disparidad de criterio entre autores y teóricos de la disciplina.

La Tipografía es la representación gráfica del lenguaje a través de la escritura formalizada y estandarizada. Como disciplina se encarga del estudio y la clasificación de familias o tipos de letras, así como del diseño de caracteres y su composición para formar un texto. Pero también es el procedimiento de impresión mediante tipos móviles utilizados en la confección de libros, revistas, periódicos y otros materiales de comunicación escrita.

Tras estas definiciones vislumbramos cómo la tipografía se encarga, primero de perfilar las formas de las letras y segundo, de organizarlas en palabras, oraciones, párrafos, en definitiva, textos que sean capaces de cautivar al lector. En la primera afirmación subyace la idea de que una letra es también una imagen y en la segunda, la idea de texto. El tipo es imagen y texto a la vez. A Martin Solomon<sup>20</sup> le gustaba llamarlo *tipo-incono-grafía*, una única palabra en la que se unen la letra, la imagen y la escritura.

Parafraseando a Ruari MacLean una *familia tipográfica* es un sistema de signos y otros símbolos, del mismo tamaño de cuerpo, que responden a un programa de diseño específico; es decir, que comparten los mismos rasgos morfológicos y estéticos. Una familia de tipos comprende el diseño de 27 letras en mayúscula y minúscula, versalitas, 10 números, símbolos especiales, signos de puntuación, matemáticos y ligaduras, conjunto que a veces, llega a sumar hasta 150 caracteres.

### 3.1 La imagen de las palabras.

Pocos autores y estudiosos del lenguaje han prestado atención a la tipografía, para considerarla como un elemento secundario de la palabra escrita, como un contenedor pasivo, como la transposición de la palabra del medio auditivo a un medio visual. Gui Bonsiepe se opone a dicho paradigma y sostiene que *se puede formular una tesis que se aleja de la concepción*

---

<sup>20</sup> Citado en Retórica de la Imagen. Módulo 5. Cátedra Comunicación visual gráfica. Comunicación Social. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Rosario.

*servil de la tipografía, interpretando a la tipografía y a la proyección tipográfica como los elementos constitutivos de un texto, dirigidos a hacerlo visible como tal.*<sup>21</sup>. Aludiendo a las ideas de Martine Joly necesitamos considerar también la imagen de las palabras, la elección de la tipografía, de los colores, de la textura y de las formas de las letras como dimensión independientemente significativa, llena de recursos y de potencialidades expresivas.

Desde la comunicación visual, la tipografía debe ser considerada como algo más que un vehículo para la transmisión de contenidos. La morfología, la particularidad y funcionalidad de los trazos, y los valores estéticos e históricos de los caracteres, acarrear consigo un sentido implícito, son reveladores de significados secretos. No existen las tipografías neutrales, todas están llenas de simbolismos. Los trazos gruesos tienen fuerza, los finos delicadeza, los curvos flexibilidad, los rectos rigidez, los elaborados complicación y los sencillos ligereza. Un contenido formal debe presentarse con funcionalidad y elegancia, mientras que un texto informal puede transmitirse con un tipo ligero, curvo y menos elaborado y quizás la poesía sea la mejor merecedora de las rúbricas caligráficas. Para ejemplificar esta idea, Martínez-Val expone: *hay letras líricas y otras pesadas como elefantes; tipografías femeninas y tipografías masculinas; caracteres que emprenden el vuelo con facilidad y dilatan la fantasía y escrituras que nos pegan a la dura piel de los negocios.*<sup>22</sup>

La fuerza simbólica que tiene la tipografía y que señala Martínez-Val no es otra cosa que retórica. La retórica tipográfica es un conjunto de operaciones que transforman el sentido estricto del lenguaje, en un lenguaje figurado lleno de nuevos y múltiples significados que permiten persuadir a la lectura. Los caracteres pueden transmitir no sólo información textual, sino también variadas emociones, sensaciones, ideologías o dogmas a través de sus formas.

Como ciertamente lo proponen algunas investigaciones históricas, y en palabras del historiador americano del diseño Steven Heller<sup>23</sup>, la tipografía debe ser vista como algo más que un puente entre la escritura y la impresión, o como una manifestación del lenguaje: es una guía cultural con la que pueden ser examinados una variedad de fenómenos sociales. Por ejemplo, el régimen nazi condenó las tipografías secas como un *invento judío* y enarboló como símbolo de nacionalismo las germanas y puntiagudas *Fraktur* utilizadas en su potente cartelería. De hecho Hitler manchará de sangre la tipografía *Futura*, habilitándola como tipografía oficial durante la segunda guerra, y a este aséptico diseño tipográfico de Paul Renner le costará unas cuantas décadas limpiar su pasado, para volver sobre los ochenta con renovadas fuerzas.

La elección de un tipo de letra nunca es arbitraria y requiere un ejercicio de reflexión que siempre tiene en su punto de mira al lector-receptor, a los conceptos e ideas que se le quieren transmitir. Es decir, que cuando un diseñador realiza la elección de una familia tipográfica, debe tener en cuenta la pertinencia de acuerdo a lo que desea comunicar, porque la tipografía, como todo elemento constitutivo del diseño, interactúa y aporta sentido al mensaje. Tal como señala Bonsiepe respecto de los caracteres tipográficos, *sus formas despiertan en*

<sup>21</sup> Bonssiepe, Gui. Del objeto a la interfase. Mutaciones del diseño. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito 1998.

<sup>22</sup> Citado en Gamonal Arroyo, Roberto. Una aproximación a la retórica tipográfica. Revista Icono 14. 2005. N°5.

<sup>23</sup> Citado en <http://www.unostiposduros.com>

*el observador juicios automáticos y sus correspondientes contenidos como jocoso, serio, tradicional, experimental y similares. Este potencial de matices es utilizado a través de la sensibilidad individual de los gráficos, ya que hasta ahora no existen heurísticas unívocas para asociar determinados caracteres tipográficos a la semántica del texto.*<sup>24</sup>

Existen estudios tipográficos pero generalmente desarrollados desde una perspectiva formalista o historicista, ligados a la práctica del oficio. Siguiendo esta idea de Bonsiepe, no es frecuente encontrar análisis e investigaciones que aporten consideraciones de relevancia cognitiva o cultural; es decir que la interpretación, es el plano de tratamiento menos usual. Sin embargo, durante el siglo XX, diversos autores intentaron teorizar las connotaciones tipográficas organizándolas en grupos de significados a través de las conocidas clasificaciones tipográficas.

### 3.2 Las clasificaciones tipográficas.

Ha habido muchas clasificaciones, pero se elegirán algunas de las más conocidas y de diversos ejes de análisis para contextualizar el amplio espectro. La más clásica de las clasificaciones es la de Thibaudeau, de 1921, que se basa en la existencia, ausencia o forma de los remates. Esta clasificación fue utilizada frecuentemente como punto de partida de otras sucesivas categorizaciones que han continuado su perspectiva formalista, como el caso de Tschichol en 1952, con carácter algo más genérico y Novarese en 1964 con carácter aún más formal.

Otra dirección es la iniciada por Maximilien Vox, cuya clasificación de 1954, retocada en 1963, intenta perfilar tres grandes campos de sentido correspondientes a tres tipologías, aunque algo indecisas entre lo histórico y lo formal. En su misma línea de semantización de lo gráfico se encuentra Dair, quien fija como elemento determinante el contraste fino y grueso de los trazos. El intento de encontrar sentido a las formas de las letras es ya un punto central para Lindekens en 1976, quién de modo empírico distribuye los tipos en grupos según tres ejes semánticos.

Con el transcurso del tiempo la necesidad de sentido comienza a hacerse cada vez más fuerte, y por fin Blanchard en 1999, utiliza un esquema de tendencias que sitúa los tipos según valores de significación. A pesar de no ser la más tradicional entre los diseñadores, el análisis publicitario posterior se fundamentará sobre la categorización de este autor; principalmente porque sus diez grandes grupos tipográficos, están enumerados y descriptos integrando consideraciones históricas, formales y connotativas.

#### 3.2.1 Categorización de Gerard Blanchard

- 1- **Góticas y Civiles.** Corresponden a escrituras arcaicas o medievales que connotan los viejos tiempos, el pasado, la edad media, la religión y la gastronomía. Los caracte-

<sup>24</sup> Bonsiepe, Gui. Del objeto a la interfase. Mutaciones del diseño. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito 1998. Pag 69

teres góticos son más rebuscados y los civiles de trazos más dinámicos. Las mayúsculas están adornadas por rúbricas caligráficas suaves, rígidas en las góticas y más flexibles en las civiles. Las minúsculas evidencian el trazo de la pluma.

- 2- **Humanas.** Son letras redondeadas descendientes de los humanistas italianos y luego adoptadas por todos los humanistas europeos. Las mayúsculas imitan las inscripciones lapidarias latinas y las minúsculas evocan la escritura del siglo XIV, la época de Carlo Magno. La cursiva se inspira en la época de la cancillería papal y la terminación de sus trazos responden a los detalles de la pluma. Connotan una tradición de robusta salud y de amanerada elegancia.

**Características principales:**

- Contraste pobre y gradual entre los trazos gruesos y finos.
- Filete oblicuo en la “e” de caja baja.
- Las letras de caja baja presentan ascendentes oblicuas y trazos terminales.
- Las letras de caja alta tienen la misma altura que las ascendentes.
- Trazos terminales gruesos e inclinados.
- El espaciado de las letras es esencialmente amplio.
- Presentan un peso y color intenso en su apariencia general.

- 3- **Garaldas.** La fuente *Garamond* (o *garamont*) es la representante por excelencia de este grupo. Sus letras romanas son típicas del equilibrio de formas alcanzado ya en el siglo XVI por *Garamond* y *Aldo Manuzio*. Las mayúsculas cuentan con una silueta tradicional, con un exquisito contraste entre trazos gruesos y finos. Las minúsculas conservan la misma medida y las cursivas son más delgadas y animadas que las redondas debido a su trazo más caligráfico. Connotan elegancia y tradición.

**Características principales:**

- La línea de la “e” minúscula toma la ubicación horizontal.
- Modulación oblicua.
- Contraste medio entre los trazos gruesos y finos.
- Ascendente oblicua y trazos terminales en los pies de las letras de caja baja.
- Trazos terminales encuadrados más ligeros que en las Humanas.
- Trazo horizontal de la “e” de caja baja.
- Altura de mayúsculas más baja que las ascendentes.

ABCDE  
 abcdefg  
 123456789

---

Fuente: Garamond

- 4- **Reales o de Transición.** Nacidas del clasicismo del siglo XVIII, son caracteres austeros marcados por la racionalidad de quienes los concibieron. Aumentan el contraste en sus trazos debido a que se desarrollan en plena mutación histórica, son considerados caracteres de transición. Inauguran un nuevo tipo de caracteres más débiles, con minúsculas de serif muy contrastados y construidas sobre un eje de tendencia vertical. Las mayúsculas, influenciadas por el grabado en cobre, dejan de lado el diseño lapidario romano. Las cursivas mayúsculas están adornadas por rasgos caligráficos, mientras que las minúsculas ganan en redondez. Connotan un preciosismo en la gama de las romanas tradicionales.

**Características principales:**

- Los ejes son verticales o casi verticales.
- En la mayoría de los casos, el contraste entre los trazos gruesos y finos oscila de medio a alto.
- Los trazos ascendentes de las letras de caja baja son ligeramente oblicuos (o a veces horizontales) y los trazos inferiores son usualmente horizontales o casi horizontales.
- Los trazos terminales son generalmente angulosos y encuadrados.

ABCDE  
 abcdefg  
 123456789

---

Fuente: New Baskerville

- 5- **Didonas.** *Bodoni* en Italia y *Didot* en Francia dieron a estas familias, muy contrastadas, sus formas definitivas en el límite del siglo XIX. En ellas se enfatiza la verticalidad, el contraste entre finos y gruesos y los serif son absolutamente horizontales. En las mayúsculas, la letra romana lleva al máximo el contraste entre los trazos. En las minúsculas, el contraste máximo en los gruesos aporta a los finos una delicadeza que tiende a fragmentar visualmente la letra en dos. Las cursivas son más bien letras inclinadas que recuerdan vagamente la escritura manual. Connotan dignidad, austeridad y frialdad.

**Características principales:**

- Ejes verticales
- Contraste abrupto entre trazos gruesos y finos.
- Los serif y los trazos de las ascendentes son horizontales.
- Los trazos terminales horizontales son delgados (en algunos casos filiformes) y usualmente encuadrados, aunque no siempre.
- En la mayoría de los casos, un espaciado estrecho.

ABCDE  
 abcdefg  
 123456789

Fuente: Bodoni

- 6- **Mecanas.** También son conocidas con el nombre de *Egipcias* o *Slab Serif*. Surgen en Inglaterra a partir de 1817 como tipos de rotulación especialmente pensados para trabajos de publicidad. Su pesada estructura, así como las terminaciones cuadradas y sin enlazar, daban mayor impacto que las letras que se utilizaban hasta entonces en carteles y comunicaciones publicitarias. Su popularidad se prolongó hasta el último cuarto del siglo XIX. Si los asientos tienen ángulos rectilíneos se dice que siguen el modelo francés (*Rockwell, Lubalin Graph*); si una redondez suaviza el contacto de la vertical con el asiento, se trata de un modelo inglés (*Egizjo, Clarendon*). Las minúsculas son tradicionales pero muy marcadas. Representan el modernismo del siglo XIX.

**Características principales:**

- Poco o nulo contraste en el grosor de los trazos.
  - El espaciado es normalmente ancho.
  - Los trazos terminales son generalmente del mismo grosor que las astas.
  - La “g” de caja baja prácticamente no desciende.
  - Lo habitual es una gran altura de x.
- 7- **Incisas.** Son formas intermedias entre la romana tradicional y las de palo seco. Los asientos de las mayúsculas se reducen a una forma triangular muy etérea. Lo mismo ocurre en las minúsculas. No podemos hablar de un serif sino más bien de un sutil ensanchamiento del trazo al terminar la línea, que remite al grabado de cincel. Las cursivas, como en las lineales, se diferencian de las regulares por una simple inclinación, es decir, no hay un diseño específico para ellas. Connotan clasicismo modernizado. Principales fuentes del estilo: *Optima, Albertus*

ABCDE  
 abcdefg  
 123456789

Fuente: Optima

- 8- **Lineales Geométricas.** Letras de palo seco austero y funcional que reducen el signo a su esquema esencial, a su esqueleto geométrico. Un ejemplo emblemático de este estilo es la *Futura* diseñada por *Paul Renner* en 1927. Comienzan a surgir a partir de 1920 como consecuencia de las propuestas estéticas y postulados de los movimientos de vanguardia en Europa y de la *Bauhaus* en Alemania. Las mayúsculas son

el retorno a las antiguas formas fenicias, griegas e incluso etruscas. Las minúsculas recurren a la línea recta y al círculo, unidos en todo tipo de posiciones. Las cursivas responden a la misma forma que las redondas, pero con el eje inclinado. Connotan modernismo, funcionalismo y a la industria. Principales fuentes del estilo: *Futura*, *Kabel*, *Eurostile*.

**Características principales:**

- Construidas a partir de formas geométricas simples.
- Usualmente monolineales.
- Normalmente presentan una “g” de caja baja no ascendente.

ABCDE  
 abcdefg  
 123456789

---

Fuente: Futura

- 9- **Lineales Moduladas.** Se trata de letras de palo seco que conservan el constante grueso y fino tradicional de las romanas. Se las conoce también con el nombre de *doble gracias* o *lineales humanísticas*. La modulación del trazo es más o menos acusado en sus mayúsculas según las variantes tipográficas. En las minúsculas, la modulación es más tradicional pero sin serif terminales. Connotan modernismo elegante. Principales fuentes del estilo: *Gill Sans*, *Antique Olive*

**Características principales del tipo Humanístico:**

- Basadas en las proporciones de las mayúsculas inscripcionales romanas y el diseño de caja baja de las romanas de los siglos XV-XVI
- Algún contraste en el grosor de los trazos.
- La “a” y la “g” de caja baja son ascendentes y descendentes respectivamente.

ABCDE  
 abcdefg  
 123456789

---

Fuente: Antique Olive

- 10- **Escritas.** Sus formas y siluetas traducen la escritura manual corriente y su aspecto final depende de la herramienta con la cual fueron trazadas: pluma, pincel, punzón. Sus mayúsculas pueden tener la simplicidad y la austeridad de las lineales o, por el contrario, las afectaciones de las rúbricas caligráficas. Las minúsculas son muy simplificadas o bien reproducen el manierismo de los calígrafos, y generalmente, están diseñadas para que los caracteres se entrelacen entre sí. Más que itálicas o

inclinadas son cercanas a las pulsiones cursivas, tratando de trasladar la velocidad del gesto al escribir. Por lo tanto connotan la escritura personal, los intercambios epistolares tradicionales. En el extremo más informal y menos normalizado, connotan espontaneidad. Dentro de este grupo se inscriben fuentes de comic hasta descendientes de la caligrafía Inglesa.

ABCDE  
 abcdefg  
 123456789

Fuente: Mistral

ABCDE  
 abcdefg  
 123456789

Fuente: English

### 3.3 Variables tipográficas

Las variables tipográficas constituyen alfabetos alternativos dentro de una misma familia, que si bien mantienen criterios de diseño comunes, presentan alteraciones en algunas de sus propiedades. Las variaciones dentro de una familia pueden darse a partir de la modificación de:

- **Caja:** mayúsculas o caja alta, minúsculas o caja baja y versalitas.
- **Ojo, tono o peso:** ultrafina o ultralight, fina o light, book, redonda o regular, demibold o seminegra, bold o negrita, ultranegra o ultrabold, black y extrabold.
- **Figura o inclinación de los ejes:** redonda o regular, inclinada o itálica y cursiva.
- **Proporción:** condensada, redonda o normal, ancha, expandida.

Todas estas variables no son condicionantes de una familia. Algunas de ellas, como por ejemplo la *Univers* de *Adrián Frutiger*, incluyen gran cantidad de alfabetos; otras en cambio, presentan muy pocos o solo uno.

En un principio las variables tipográficas fueron utilizadas con diversos propósitos, tanto estéticos como de orden, pero sin que prevaleciera un criterio definido. A lo largo de su evolución histórica comenzaron a demarcarse pautas más ortodoxas para su correcto uso. En la actualidad estas leyes permanecen en vigencia dado el peso de su tradición. Sin embargo, su puesta en práctica, no es excluyente u obligatoria a la hora de diseñar con textos.

La letra comúnmente llamada *redonda o regular*, de diseño recto y circular, es óptima para el texto de lectura corrida. Su uso puede asociarse a cierta rigidez plástica, pero es de fácil decodificación y connota estabilidad. El resto de las variables de *peso y de figura* deben reservarse como recurso diacrítico, para alterar el valor de ciertas palabras, tal como se haría en la entonación en el lenguaje hablado.

La *cursiva* y la *inclinada* son dos tipos de caracteres muy diferentes. Las primeras nacieron en el seno de la Imprenta de Aldo Manuzio comenzado el siglo XVI, como una solución para ahorrar espacio. A diferencia de las *itálicas*, que son rigurosamente una versión inclinada de la redonda; las *cursivas* poseen una morfología específica que recuerda las letras caligráficas. Su uso actual se reserva principalmente para títulos de obras, nombres propios, vocablos de otro idioma, palabras o frases con doble sentido o citas bibliográficas. A pesar de que su diseño denota cierta aceleración, su uso afecta negativamente a la legibilidad de los textos extensos. Su alusión al trazo manual connota elegancia, flexibilidad, intimidad y hasta cierta feminidad, e imprime a la lectura una oralidad calma y de sosiego.

Las *variables de peso* dan estilo a la lectura, ya que permiten generar diferentes tonos de grises; sin embargo, para un texto extenso, es más favorable limitarse a las clases intermedias. La *negrita* es común en construcciones especiales como los títulos o en publicidad, donde el impacto u otro efecto prevalece por sobre la legibilidad.

La función primordial de la *mayúscula* es la de ser iniciales al comenzar una frase o un nombre propio, no obstante es muy recurrente su uso en titulares o menciones especiales. Escribir en alfabeto mayúscula un texto corrido, sólo muestra incultura tipográfica. Su práctica disminuye la legibilidad y también incide en la entonación de la escritura, ya que se pierden matices tonales que han logrado crearse a lo largo de siglos. El texto escrito en *mayúsculas* grita y establece distancia, frente a la *minúscula* que habla y crea cercanía entre el emisor y el receptor. Como sostiene Blanchard *la decisión de su empleo, por lo tanto, va más allá de una función decorativa o gramatical.*<sup>25</sup>

Las *versalitas*, menos utilizadas en la actualidad para la composición corriente, cumplen una importante función en los subtítulos, los títulos y los textos corrientes. Su diseño no es en absoluto una reducción por homotecia de las mayúsculas, sino que se trata de un diseño original y relativamente más abierto y más grueso que el de caja alta. Su particularidad consiste en tener el mismo espesor de ojo y contraste que la caja baja. Su uso ayuda a evitar el efecto de acumulación de color que producen las mayúsculas.

La utilización de variables en su conjunto, ayuda al establecimiento de las jerarquías de información. Su uso refuerza los recorridos de lectura y otorga a cada componente del lenguaje verbal, su propia razón de ser, su naturaleza inherente. Así por ejemplo, un titular no puede ser codificado como tal, sin la alteración de alguna de sus características en relación al texto regular. No obstante, debe considerarse que la sobreabundancia de recursos para un mismo fin, no acentúa el énfasis del texto, solo recarga y ensucia su presentación. La jerarquía tipográfica correctamente elaborada ayuda a la comprensión del texto y aligera la lectura. Además, una presentación ordenada es el reflejo de un escrito coherente y bien elaborado.

---

<sup>25</sup> Blanchard, Gerard. La letra. Barcelona, España: Grupo Editorial Ceac. 1988.

## Capítulo 4: La composición general

El comunicador visual es una especie de arquitecto del espacio gráfico. Debe distribuir los elementos en función de una estructura interna que tenga significación o una intención pertinente a su proyecto de mensaje. Es imprescindible considerar, como ya ha sido desarrollado en los capítulos anteriores, que cada elemento que se utiliza en la composición está cargado de un potencial significativo propio, y que, manejados adecuadamente, llegan a construir un sólido núcleo de sentido.

En una composición hay que procurar no excederse en la utilización de elementos por el mero hecho de hacer acopio de datos gráficos, porque probablemente se volverán en contra de la comunicación, entorpeciéndola y produciendo un número excesivo de ruidos, que sólo servirán para enmascarar y ocultar el mensaje principal. Cada elemento utilizado debe cumplir su función específica, sin interferir en importancia y protagonismo a los elementos restantes.

### 4.1 La retícula o grilla constructiva.

La grilla constructiva es un sistema de líneas dispuestas paralela y transversalmente, a modo de rejilla, que facilitan la organización armónica de los elementos de diseño en el plano. Muller Brockman la define como un *medio para expresar tanto la arquitectura (o la estructura) como la música (o el ritmo) que son inherentes al material con el cual se trabaja.*<sup>26</sup>

Esta trama de líneas horizontales y verticales en intersección a intervalos, provoca divisiones generalmente regulares. El ancho de columna es equivalente a su altura, y su medida esta determinada en función de los tamaños tipográficos que deban utilizarse según la tipología de pieza que se trate. Es evidente que las estructuras compositivas de las piezas publicitarias son disímiles de las estructuras que rigen un libro o un proyecto editorial de mayor magnitud. Inclusive, algunas piezas de diseño, requieren para su significación el quiebre del orden, como algunas otras, precisan su ajuste arbitrario.

John Kane agrega a esta conceptualización que *es importante considerar que una retícula es un sistema, no un objeto en sí mismo. Para que este sistema resulte objetivo tiene que ser tanto orgánico como*

---

<sup>26</sup> Citado en Kane, John. Manual de tipografía. Barcelona, España: Editorial Gilli 2005.

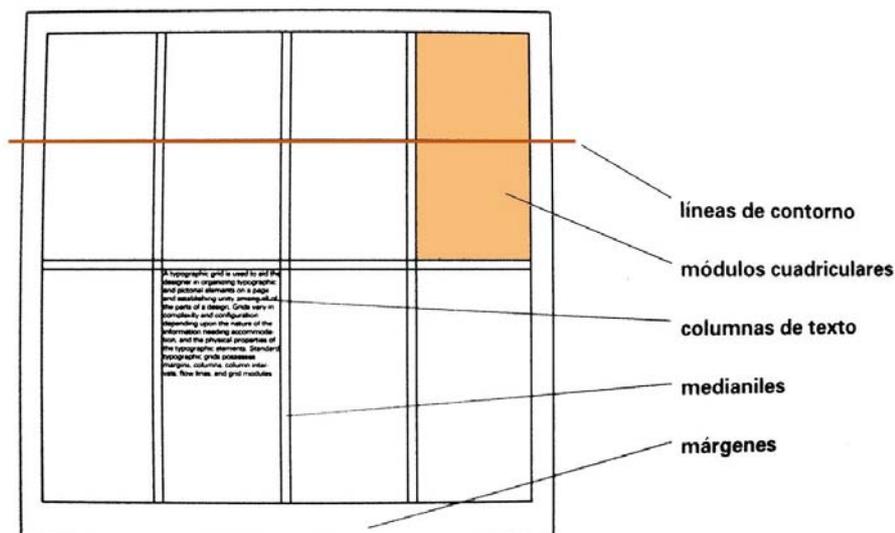
*receptivo. En otras palabras antes de diseñar una retícula, hay que comprender con claridad: la cantidad de texto, la clase de textos e imágenes, los niveles de significado y las relaciones que vinculan estos elementos.*<sup>27</sup>

Por lo tanto, la utilización de este sistema de diagramación, constituye la expresión de cierta actitud mental donde el diseñador concibe su trabajo de forma constructiva, ordena su pensamiento creador de modo transparente, funcional y estético, y su trabajo se convierte en riguroso y sistemático. Esta configuración constructivista e inteligible, constituye una transformación de las leyes de composición en soluciones prácticas.

Parafraseando a Muller Brockman, trabajar con este sistema de composición significa someterse a leyes consideradas universalmente válidas en el diseño; es una voluntad de orden y claridad, de objetividad por sobre subjetividad. El diseñador se guía según criterios legitimados, y esta subordinación no solo favorece la legibilidad e interpretación de la información, sino que también facilita su retención en la memoria y su credibilidad. Exponiendo una antítesis, donde reine la superposición y la desalineación de los elementos gráficos; la información connotará un caos no solo complejo sino aparentemente inestable y poco confiable.

Las retículas de composición no sólo permiten ordenar los elementos gráficos entre sí; además ayudan a estructurar armónicamente dicho conjunto de componentes en relación a los espacios vacíos. Los espacios blancos también deben tenerse en cuenta en una composición, ya que su impacto puede ser similar a planos totalmente atosigadas de elementos.

Los principales elementos que constituyen una grilla constructiva son: columnas de texto, también llamadas área de texto o más vulgarmente mancha tipográfica; medianiles; módulos; líneas de contorno y márgenes.



La división en columnas no es en principio un recurso estético. Sigue propósitos eminentemente prácticos en la búsqueda del orden. Sin embargo, hay que tener en cuenta que para

<sup>27</sup> Kane, John. Manual de tipografía. Barcelona, España: Editorial Gilli 2005.

lograr esta legibilidad, hay que otorgar a la columna las dimensiones adecuadas respecto al cuerpo y cantidad de pulsaciones del texto. Una columna demasiado angosta provoca un movimiento excesivo de ojos en la lectura y por lo tanto, obstaculiza el reconocimiento de las frases. Las columnas con renglones extremadamente extensos también son desfavorables, hacen más lenta y aburrida la tarea de leer.

## 4.2 Consideraciones básicas sobre el equilibrio.

Cuando se habla del equilibrio de una imagen, se habla de una compensación de pesos visuales en el plano. Se puede determinar el peso visual de cada elemento del diseño, analizando la importancia y el impacto visual de ellos dentro de la composición. Existe una clasificación básica que diferencia dos tipos de equilibrio:

- 6- **Equilibrio simétrico:** se produce cuando encontramos igualdad de peso y tono en ambos lados de nuestra composición. Da sensación de orden y alivia la tensión.
- 7- **Equilibrio asimétrico:** se produce cuando no existen las mismas dimensiones en ambos lados, pero aún así existe equilibrio entre los elementos. Muchas veces crea agitación y tensión, pero puede conseguir que una imagen sea menos monótona y tecnicista.

El equilibrio de una composición puede depender de muchos factores, tales como la ubicación de los elementos gráficos, el tamaño y la posición de cada uno de ellos, el sistema cromático y la relación que establecen entre sí.

En cuanto a su posición, los elementos situados a la derecha del área de diseño poseen un mayor peso visual porque están adelantados óptimamente y dan idea de proyección y avance. En cambio, los elementos que situamos en la zona izquierda, retroceden y transmiten una sensación de ligereza visual más acentuada. El punto intermedio es la composición centrada, donde el equilibrio subyacente es estricto y casi siempre su utilización asegura una organización armónica. La ubicación de los elementos, y por lo tanto sus pesos visuales, también puede alterarse según el eje vertical de diagramación. Los elementos presentes en la zona superior tienen menos peso al verse equilibrados con el espacio blanco que aparece por debajo. Connotan liviandad y otorgan vuelo al estar despegado de su piso imaginario (el borde inferior de la pieza). Contrariamente, son más pesados los que se encuentran próximos al pie del diseño y connotan fuerza, solidez y rigidez.

Resulta casi obvio aclarar que los elementos más grandes tienen mayor peso respecto a los de menor dimensión. Un elemento de gran tamaño genera un punto de atención y de concentración óptica, que al mismo tiempo, puede ser enfatizado según la posición que ocupe en la pieza de diseño. Sin embargo, esta relación puede invertirse de acuerdo a los colores que se le asignen a cada elemento. Considerando un plano blanco, un punto rojo pequeño, tendrá más peso visual que un punto grande gris claro, casi imperceptible.

Considerando las escalas cromáticas, los elementos de color poseen mayor fuerza visual que los valores neutrales y las tonalidades frías son más ligeras óptimamente que las cálidas. Para diagramar armónicamente piezas con elementos de escalas cromáticas diferentes, habrá que buscar la manera de equilibrar sus fuerzas visuales, teniendo en cuenta otros factores como la posición o el tamaño.

### 4.3 Recorrido Visual.

Según nuestro sistema de percepción visual, e influenciados por normas culturales, procedemos siempre a leer la información gráfica según un esquema direccional constante y pre-establecido. En el mundo occidental, la lectura de un texto impone una disciplina ocular lineal, de izquierda a derecha y en zigzag, una línea después de otra y de arriba abajo. Es un movimiento adquirido culturalmente y que ha sido normalizado. Como sostiene Moles y Costa, *es la tiranía de la línea tipográfica*.<sup>28</sup>

Contrariamente a esta obligación mecánica impuesta en la lectura de los textos, las imágenes son percibidas con mayor libertad, propia de su expresividad y su esteticismo. Sin embargo esta libertad es sólo aparente, pues poseemos una inclinación natural a mantener esta direccionalidad de decodificación tan fuertemente arraigada en nuestro inconsciente. Parafraseando nuevamente a Moles y Costa, el diseñador es quién establece a las grandes masas, las líneas de fuerza, las relaciones estructurales y las tensiones expresivas entre las partes que sustentan la disposición del mensaje. El diseñador es quién debe establecer las relaciones entre los diversos componentes visuales, o más estratégicamente, quien debe instituir los recorridos de la mirada. La estructura subyacente en el mensaje gráfico, es de hecho, una red invisible cuyos itinerarios, sus nudos, sus idas y venidas, son predeterminados por el comunicador visual.

Investigaciones realizadas sobre la percepción visual, establecen algunas leyes básicas en cuanto a los recorridos de lectura visual. Cuando la pieza corresponde a una única página o plano, la entrada al área de diseño se realiza siempre por el margen superior izquierdo; la salida se efectúa siempre por el margen inferior derecho y casi siempre el recorrido visual es descendente de izquierda a derecha.

Dado este circuito de percepción, la información más importante o de primer impacto deberá ser diagramada en la parte superior, como el caso de los titulares. El titular es el elemento de máxima importancia en la comunicación, porque resume de modo breve y conciso el contenido de la información general. Es en muchos casos el único elemento de texto que el receptor alcanza a leer, de allí que su ubicación más coherente es al principio de nuestra composición. Contrariamente, la información que debe retener el receptor en última instancia, deberá estar situada al límite inferior derecho, como los logotipos, direcciones y teléfonos que generalmente aparecen al pie de la página sobre todo en las piezas publicitarias.

---

<sup>28</sup> Moles, Abraham y Costa, Joan. *Publicidad y Diseño*. Buenos Aires: Ediciones Infinito. 1999.

## **Parte 2: Contextualización Histórica**

*El pasado es siempre conflictivo. A él se refieren en competencia la memoria y la historia, porque la historia no siempre puede creerle a la memoria, y la memoria desconfía de una reconstrucción que no ponga en su centro los derechos del recuerdo. Pensar que podría darse un entendimiento fácil entre estas perspectivas sobre el pasado es un deseo o un lugar común.*

*Más allá de toda decisión pública o privada, más allá de la justicia y de la responsabilidad, hay algo intratable en el pasado. Pueden reprimirlo sólo la patología psicológica, intelectual o moral; pero sigue allí, lejano y próximo, acechando el presente como el recuerdo que irrumpe en el momento menos pensado, o como la insidiosa que rodea el hecho que no se quiere o no se puede recordar. Del pasado no se prescinde por el ejercicio de la decisión ni de la inteligencia; tampoco se lo convoca simplemente por un acto de voluntad. El regreso del pasado no es siempre un momento liberador del recuerdo, sino un advenimiento, una captura del presente.*

**Beatriz Sarlo - Tiempo Pasado**

## Capítulo 1: Hechos previos.

### 1.1 Influencias Internacionales.

Durante los años que van desde mediados de la década del 50 a mediados de la década del 70, el mundo entero fue protagonista de una ola de hechos revolucionarios de distintas dimensiones. Comenzaron a sucederse cambios en la esfera social que afectaron la política, la cultura, el arte y las relaciones internacionales, e influenciaron a muchos grupos y países dependientes a enarbolar la bandera de la liberación nacional y la lucha contra el capitalismo.

Desde el fin de la Segunda Guerra Mundial (1945) se percibió en el mundo un acelerado impulso descolonizador, que comenzó con la emancipación de colonias Asiáticas y Africanas del dominio de las grandes potencias Europeas; y que llegó a su climax tras la derrota de los Estados Unidos en la Guerra de Vietnam. La experiencia Vietnamita significó un ejemplo para los movimientos revolucionarios del Tercer Mundo; derrocar a la fuerza bélica más poderosa y más aún, *el imperialismo* en carne propia, demostraba que ningún poder es invencible.

En América Latina existían movimientos revolucionarios modelados por diferentes tradiciones, pero unificados por la ideología Marxista y por la lucha antiimperialista contra la hegemonía de los Estados Unidos. Planteaban un cambio radical en el sistema socioeconómico y consideraban al socialismo como un modelo justo, equitativo y defensor de las dignidades humanas; en oposición al capitalismo, fuente de injusticias sociales y desigualdades en el desarrollo de las naciones.

Es indudable que la Revolución Cubana (1959) fue uno de los sucesos de mayor envergadura en el contexto Latinoamericano. En Cuba, tras algunos años de guerrilla rural, las tropas a cargo de Ernesto *Che* Guevara y Fidel Castro lograron derrotar al ejército de la dictadura de Fulgencio Batista, tomar el poder e implementar un nuevo régimen socialista. Cuba consagró la idea misma de revolución, la convicción de que la realidad era moldeable y que la acción humana organizada podía modificarla. Así, y tras su muerte en Bolivia en Octubre de 1967, la figura del *Che* se convirtió en síntesis del compromiso revolucionario y en símbolo de aquella generación de jóvenes que intentaban cambiar al mundo.

El resto de Latinoamérica vivía recurrentes Golpes de Estados y gobiernos antidemocráticos, lo que demostró que las clases dominantes no estaban dispuestas a ceder su poder y rescindir sus intereses. En Chile, en septiembre de 1973, tras un sangriento golpe de estado apoyado por el

gobierno de los EEUU, Augusto Pinochet derrocó el gobierno socialista de Salvador Allende y la utopía de lograr un socialismo por vía pacífica comenzó a disgregarse. Los grupos revolucionarios encontraron la lucha armada como única y necesaria salida a los conflictos.

## 1.2 La guerrilla Argentina. Formación de los grupos políticos armados.

La formación de grupos políticos armados fue la expresión local de las influencias ejercidas por la Revolución Cubana. Frente a un contexto nacional caracterizado por sucesivos gobiernos débiles y carentes de legitimidad política, como así también golpes de estados y enfrentamientos violentos, los grupos Argentinos comenzaron a organizarse. Fue necesario además el clima contestatario que se formó en pocos años del gobierno de Onganía. Los primeros indicios de que el orden social y político se habían roto, fueron las revueltas populares del año 1969; a lo que se sumó la insipiente proliferación de agrupaciones estudiantiles luego de la supresión de la autonomía universitaria como medida para combatir la infiltración Marxista.

En 1976, al inicio del Proceso de Reorganización Nacional, las organizaciones armadas de mayor importancia por su capacidad de movilización y por su incidencia en el desarrollo de los acontecimientos fueron dos: Montoneros de descendencia peronista; y el ERP (Ejército Revolucionario del Pueblo), brazo armado del Partido Revolucionario de los Trabajadores (PTR) defensor de los ideales Marxistas.

Ambos grupos tenían una convicción común: coincidían en la lucha antiimperialista, en la necesidad de construir un orden económico-social justo e igualitario y consideraban la violencia como un instrumento legítimo para la toma del poder. Sus militantes, en su mayoría estudiantes universitarios de clase media y alta, se encontraban desilusionados con la izquierda tradicional porque consideraban su dogmatismo, sus propuestas y sus discursos políticos cada vez más ajenos a la realidad local y a la urgencia de los tiempos. Sin embargo, existía entre ambas corrientes una diferencia sustancial, su postura frente al peronismo y al socialismo. El objetivo del ERP era la implementación de un socialismo puro, mientras que la izquierda peronista se adhería a un *socialismo nacional* conducido por el líder Perón que se encontraba en el exilio.

### 1.2.1 El brazo armado del PTR. El ERP

Se fundó formalmente el 28 de julio de 1970 durante el V Congreso del PTR. Sus fundadores, un grupo de jóvenes de 25 años de edad promedio, suponían que en el país comenzaba a librarse una lucha protagonizada por el pueblo contra el imperialismo y sus aliados nacionales, y que debía constituirse un ejército armado capaz de ir a la vanguardia de dicha lucha. *El documento constitutivo del ERP es suficientemente ilustrativo en esta concepción: “El ejército revolucionario del Pueblo, uniendo su actividad combatiente a las de otras organizaciones hermanas, ha asumido junto a ellas la responsabilidad política y militar en el proceso de guerra revolucionaria que ha comenzado a*

*vivir nuestro pueblo... ésta es una guerra del pueblo, nuestras acciones tienen un objetivo principal: despertar la conciencia popular y mostrar a todos los patriotas el camino para acabar con la explotación, el hambre, la miseria a que nuestro pueblo se ve sometido*<sup>29</sup>.

Sus profundos desacuerdos con la izquierda peronista se hicieron evidentes en las elecciones políticas de 1973, donde el ERP llamó a votar en blanco sosteniendo que los intereses peronistas eran contrarios a los populares y que además era imposible llevar a cabo la revolución socialista por vía parlamentaria. *El PTR-ERP consideraba que el policlasismo peronista era una trampa burguesa para la revolución, que siendo socialista, debía estar necesariamente conducida por el proletariado. Desconfiaba, en consecuencia de que la conducción de Perón pudiera tener alguna utilidad para un proyecto revolucionario.*<sup>30</sup>

El 24 de septiembre de 1973, el nuevo gobierno de Perón declaró ilegal las acciones del ERP. Sin embargo, a pesar de su paso a la clandestinidad, continuó con su estrategia reforzando su práctica armada. En marzo de 1974 creó la Compañía del Monte, un foco guerrillero instalado en la selva Tucumana. En diciembre de 1975, 250 guerrilleros participaron en el copamiento del Batallón de Arsenales 601 de Monte Chingolo, que terminó con una derrota y un saldo de 49 militantes muertos.

El 19 de julio de 1976 murió Mario Roberto Santucho, líder del movimiento, cuando un grupo comando de las Fuerzas Armadas irrumpió en el departamento donde estaba preparándose para exiliarse en Cuba. La muerte de Santucho resultó un golpe demoledor para el partido y significó el inicio del proceso de disolución de la organización. Se estima que en 1975, contaba con alrededor de 600 militantes y un área de influencia de 20.000 personas. A nueve meses de comenzada la dictadura de Videla, sólo unos 50 militantes lograron salvar su vida exiliándose fuera del país.

### 1.2.2 Montoneros

La organización Montoneros se formó en 1970. *Su núcleo fundador provenía de grupos de la extrema derecha católica, y fue evolucionando junto con algunos sectores de la Iglesia conocidos como sacerdotes del Tercer Mundo, hacia posiciones más progresistas hasta situarse, a comienzo de los 70', en la izquierda del Peronismo.*<sup>31</sup>. Creció a partir de la fusión de otros movimientos peronistas ya existentes. Los principales grupos unificados fueron:

- *Descamisados* en 1970, pequeña agrupación que provenía del nacionalismo católico y de la juventud demócrata cristiana,
- *Fuerzas Armadas Revolucionarias (FAR)* en 1973, grupo originado a partir de fracciones del partido Comunista, del Partido Socialista Argentino de Vanguardia y de la Juventud Peronista., y
- *Fuerzas Armadas Peronistas (FAP)* en 1974, originadas en la izquierda del peronismo y

<sup>29</sup> Calveiro, Pilar. Política y/o violencia. Una aproximación a la guerrilla de los años 70. Buenos Aires, Argentina: Grupo Editorial Norma 2005.

<sup>30</sup> Idem anterior.

<sup>31</sup> Pigna, Felipe. Lo pasado pensado. Entrevistas con la historia Argentina (1955-1983). Buenos Aires, Argentina: Editorial Planeta 2005.

protagonistas del primer intento de guerrilla rural en la provincia de Tucumán en 1968.

El objetivo de la organización, más allá de su lucha antiimperialista compartida con el ERP y la búsqueda de *una Patria Justa, Libre y Soberana*<sup>32</sup>, era lograr el retorno de Perón a la Argentina, y a partir de entonces, concretar la revolución socialista. Mario Firmenich, uno de los líderes del movimiento Montonero declaró en 1973 que no existía *ninguna diferencia entre la patria Peronista y la Patria Socialista, puesto que el movimiento Peronista dirigido por el General Perón sirve a los intereses de los trabajadores y, precisamente por esta razón, se plantea la construcción del socialismo nacional*<sup>33</sup> Montoneros reconocía el liderazgo de Perón, que desde el exilio se encargaba de manejar el carácter integral de la lucha y el papel que cada actor debía realizar en ella.

La primera acción pública desarrollada por Montoneros fue el operativo *juicio revolucionario* el 29 de mayo de 1970, que consistió en el secuestro y posterior asesinato del ex presidente dictatorial Pedro Aramburu, enemigo clásico del Peronismo, responsable del derrocamiento del gobierno de Perón en 1955.

El regreso definitivo de Perón al país y su vuelta al poder tras la renuncia preorganizada de Campora, marcó un nuevo problema para la organización Montonera, ya que las diferencias ideológicas y las disputas por la dirección del proceso político se hicieron definitivamente evidentes. Montoneros reclamaba al líder su vieja promesa de *socialismo nacional*, mientras tanto, el general hablaba de acuerdo nacional respondiendo a los pedidos de los poderosos sindicatos y del aparato partidario. Es evidente que la imagen que se habían formado del líder, y que él mismo había alentado por correspondencia y encuentros durante el exilio, era equívoca. El momento culminante en esta relación fue el 1 de mayo de 1974 durante los festejos del *Día del Trabajador* donde la columna liderada por Montoneros, impaciente ante la presencia en el balcón de la Casa Rosada de López Rega, Isabel Perón y otros representantes de la derecha, comenzaron a corear insultos. En respuesta, Perón proclama: *“A través de estos veinte años, las organizaciones sindicales se han mantenido inmovibles, y hoy resulta que algunos imberbes pretenden tener más méritos que los que lucharon durante 20 años”*<sup>34</sup>. La multitud de jóvenes decepcionados, se retiró de la Plaza y la relación Montoneros-Perón quedó rota.

El 6 de septiembre de 1974, la organización Montonera decidió pasar a la clandestinidad y retomar su lucha armada después de haber sufrido el asesinato de varios de sus militantes y el bombardeo constante de sus sedes partidarias. Para ese momento ya comenzaba a tener vigencia la *Ley Antisubversiva* sancionada por el gobierno de Isabel Perón.

La primera acción militar de montoneros fue el secuestro de los hermanos Juan y Jorge Born, dueños del poderoso grupo empresarial Bunge & Born, por el cual obtuvieron un rescate de 60 millones de dólares destinados a mejorar su aparato militar.

<sup>32</sup> Documento 6-1970 en Montoneros, en Calveiro, Pilar. Política y/o violencia. Una aproximación a la guerrilla de los años 70. Buenos Aires, Argentina: Grupo Editorial Norma 2005.

<sup>33</sup> Firmenich, Mario. Construir el poder popular. El Descamisado, en Calveiro, Pilar. Política y/o violencia. Una aproximación a la guerrilla de los años 70. Buenos Aires, Argentina: Grupo Editorial Norma 2005.

<sup>34</sup> Discurso del Gral Perón citado en Pico, Fabián. Memoria Histórica para adolescentes. Dictadura y derechos humanos en Argentina. Rosario, Argentina: Homo Sapiens 2006.

Con el inicio de la dictadura militar, los guerrilleros y su entorno político se encontraron cada vez más acorralados. Poco a poco la mayoría de sus militantes fueron capturados y otros pocos lograron exiliarse. Las Fuerzas Armadas supieron detectar sus debilidades y las utilizaron adecuadamente para aniquilar todos los supuestos grupos guerrilleros.

### 1.3 Desde el exilio de Perón hasta el gobierno de Isabelita.

Hasta 1973 la Argentina fue protagonista del quinto gobierno militar de su historia, consecuencia del golpe de estado encabezado por el General Onganía contra la presidencia constitucional de Arturo Illia en 1966. El Peronismo estaba proscripto desde hacía 18 años y el líder Perón se encontraba en el exilio después de haber sido derrocado en 1955 por un grupo de militares opositores representados por el General Aramburu.

Tras la creación de nuevas organizaciones juveniles Peronistas y frente al contexto de violencia generado por repudio al gobierno militar vigente, la vuelta de Perón al país y al poder comenzó a vislumbrarse. Desde el exilio, el General, adaptó su discurso a las nuevas circunstancias nacionales e internacionales. Mediante un juego astuto respaldó a diferentes grupos políticos minoritarios, mientras otros dominantes amenazaban alcanzar independencia y protagonismo en la escena nacional. A partir de esta constante manipulación evitaba que las organizaciones consolidaran fuerza de movilización, apoyo popular y que lo destituyeran de su liderazgo en el contexto político.

El gran malestar de la política y la fuerte oposición ante un autoritarismo creciente, obligó a los militares del período a pensar una salida institucional que incluyera al peronismo. En 1972 se suprimió la proscripción y se convocó a elecciones para marzo del año siguiente. La única limitación de la convocatoria electoral fue la *cláusula de residencia*, que establecía que no podían ser candidatos quienes no estuvieran residiendo en el país con anterioridad a noviembre de 1972, o sea, que Juan Domingo Perón quedaba exento de los comicios.

El 11 de marzo de 1973 se realizaron elecciones y triunfó el Frente Justicialista de Liberación (Frejuli), con los candidatos Héctor J. Cámpora - Vicente Solano Lima, fórmula previamente elegida y diseñada por Perón, ya que la consigna electoral había sido: *Cámpora al gobierno, Perón al poder*.

El regreso definitivo de Perón se produjo el 20 de junio de 1973 frente a casi 2 millones de personas que esperaban ansiosas su retorno en Ezeiza, hecho que terminó en un enfrentamiento armado entre Montoneros y grupos revolucionarios antiperonistas.

El 13 de julio de 1973, Héctor Cámpora y Vicente Solano Lima fueron forzados a renunciar a sus puestos por los sectores tradicionales del Peronismo con el consentimiento de Perón. Luego de varias negociaciones fue designado presidente interino Raúl Lastrini, presidente de la Cámara de Diputados, quién convocó a nuevas elecciones el 23 de septiembre

de 1973. Allí se impuso la fórmula Juan D. Perón – María Estela Martínez de Perón, esposa del General. A pesar del aplastante triunfo peronista, la violencia no cesó y las internas del partido comenzaron a acrecentarse. Se produjo una ruptura entre Perón y los grupos guerrilleros de izquierda que estaban en descontento por la presencia de políticos derechistas entre las líneas del nuevo gobierno.

Desde el punto de vista económico, Perón apostó al Pacto Social, un pacto firmado entre el gobierno, la CGT y la CGE (central empresaria de donde provenía el ministro de economía, José Ver Gelbard) que acordaba priorizar la lucha contra la inflación a través del congelamiento de los salarios, precios y tarifas. Esta postergación de la recuperación salarial, sumado al acatamiento de las cláusulas por parte de los sindicatos, provocó descontento en la masa obrera. El alza de los precios internacionales del petróleo en 1973 y las consecuentes alzas en los insumos importados, complicaron el cumplimiento del pacto y el gobierno ya no pudo asegurar el control estricto sobre precios, tarifas y la expansión del mercado negro. Se intensificaron las protestas de los empresarios y de las bases obreras.

El 1 de julio de 1974, muere Perón y el gobierno queda en manos de la vicepresidenta Isabel Martínez de Perón. Isabel carecía de capacidades políticas y aunque en un principio logró cierto acatamiento a su autoridad por parte de las masas peronistas y de la dirigencia política y sindical, creció el vacío de poder y las medidas del gobierno se tornaron cada vez más deficientes. De inmediato apareció la imagen de López Rega un político de extrema derecha, secretario privado de la presidenta y ministro de Bienestar Social que se encargó de influenciar y manipular según sus intereses todas las decisiones del gobierno.

## 1.4 La triple A

La *Triple A*, *Alianza Anticomunista Argentina*, fue una organización parapolicial de extrema derecha fundada y comandada por el ministro de Bienestar Social y miembro de la Policía Federal, José López Rega. La *Triple A* fue responsable de los asesinatos y las desapariciones de más de mil dirigentes y militantes de la izquierda del peronismo, la organización Montoneros, el ERP y la CGT (Confederación General del Trabajo).

Su primera aparición pública fue a comienzos de 1974 con el asesinato de Hipólito Solari Yriyoyen, abogado defensor de presos políticos. Fue además responsable del asesinato del Padre Mugica, referente del movimiento de Sacerdotes para el Tercer Mundo, en mayo del mismo año. *En 1984, un tal Juan Carlos Juncos, ex custodio de López Rega, confesó ante el juez Eduardo Hernández Agramonte haber participado en el operativo para matar a Mugica por orden de López Rega.*<sup>35</sup>

El objetivo de la Triple A no solo era inmovilizar las actividades políticas de los actores sociales, sino que su intención era desterrarlos de la escena pública y sembrar el terror a través del uso de métodos represivos ilegales. Aparecieron las conocidas *listas negras*, figurar

<sup>35</sup> Pigna, Felipe. Lo pasado pensado. Entrevistas con la historia Argentina (1955-1983). Buenos Aires, Argentina: Editorial Planeta 2005.

en ellas significaba una amenaza de muerte y previendo este hecho, muchos argentinos optaron por el exilio.

A pesar de la situación incontrolable de violencia que generaba el funcionar de la Triple A, el Estado mantuvo pasividad, confundida con cierta complicidad. Investigaciones Judiciales posteriores demostraron que la organización se desempeñaba en las oficinas del Ministerio de Bienestar Social y que el financiamiento de los operativos provenía de fondos del estado. Esta violencia ejercida desde el abuso de poder, fue el primer indicio del terrorismo de Estado que estaba por erigirse en el país.

## 1.5 Crisis económica, represión y movilización social.

La situación económica del país seguía en pendiente. Isabel intentó buscar apoyo para sus planes de ajustes económicos y de combate de la supuesta subversión, pero las circunstancias demostraron la imposibilidad de mantener relaciones con los apoyos con que contaba por herencia peronista, y más aún, la de ganar otros nuevos acuerdos a sus objetivos.

En octubre, presionado por el fracaso evidente del Pacto Social, renunció su ministro de economía Gelbard y lo reemplazó Gómez Morales. Empezó un camino de ajustes: devaluó la moneda nacional y anunció una progresiva liberación de los precios. Sin embargo las medidas implementadas fueron efímeras y el ritmo inflacionario comenzó a devorar la economía de las cuentas públicas. Intentó reeditar el Pacto Social, no encontró respuesta positiva en los grupos empresarios y sindicales y debió irse. Asumió Celestino Rodrigo, quien efectuó un plan de ajustes exacerbados conocido como *Rodrigazo*. La CGT empezó un duro plan de lucha y la movilización sindical obligó a Isabel a desligarse de Rodrigo. Antonio Cafiero fue el último ministro, quién tras una nueva y frustrada reedición del Pacto Social, se esforzó por poner un poco de orden, pero la suerte estaba echada y toda medida parecía inútil.

En febrero de 1975 Isabel firmó un decreto que habilitaba la intervención de las Fuerzas Armadas para reprimir los focos de guerrilla rural instalados por el ERP en la selva Tucumana. Bajo esta cobertura legal se inició el *Operativo Independencia* a cargo de un antiguo militar, el general Vilas y se creó en Faimallá, provincia de Tucumán, el primer centro clandestino de detención conocido como *La escuela*. En octubre, mientras Isabel estaba con licencia por problemas de salud, Italo Luder, su reemplazante, firmó dos polémicos decretos en los que se pedía *aniquilar el accionar subversivo*, términos que luego invocarían la dictadura militar para intentar justificar la represión ilegal y su exceso de violencia.

La convicción de que el gobierno no tenía salida y que un golpe de estado se avecinaba se hizo masiva. La violencia, la crisis económica y la movilización social contribuyeron a disgregar el país y le otorgaron a las Fuerzas Armadas el equívoco papel que éstas siempre se atribuyeron, reponer y garantizar el orden de la nación.

## Capítulo 2: El golpe y el terrorismo de Estado.

### 2.1 La toma del poder.

En la madrugada del 24 de marzo de 1976, María Estela Martínez de Perón fue derrocada por una Junta de Comandantes de las tres Fuerzas Armadas compuesta por el Jefe del Ejército Jorge Rafael Videla, el Almirante Eduardo Emilio Massera por la Armada y el Brigadier Orlando Ramón Agosti por las Fuerzas Aéreas. Esa noche, Isabel fue detenida y trasladada hasta la residencia *El Messidor* en la provincia de Neuquén. En su primer comunicado la Junta Militar estableció:

*Se comunica a la población que, a partir de la fecha, el país se encuentra bajo el control operacional de la Junta de Comandantes Generales de las FF.AA. Se recomienda a todos los habitantes el estricto acatamiento a las disposiciones y directivas que emanen de autoridad militar, de seguridad o policial, así como extremar el cuidado en evitar acciones y actitudes individuales o de grupo que puedan exigir la intervención drástica del personal en operaciones.<sup>36</sup>*

El nuevo gobierno, autotitulado *Proceso de Reorganización Nacional*, encontró justificación pública, por sobre todo, en el clima de guerra civil que tanto las organizaciones guerrilleras como las bandas paramilitares y las propias Fuerzas Armadas y de seguridad ayudaron a instalar en el país desde principios de 1975. Esto se hace evidente en el texto correspondiente al acta donde quedaron fijados los objetivos y el propósito del régimen:

*Propósito. Restituir los valores esenciales que sirven de fundamento a la conducción integral del Estado, enfatizando el sentido de moralidad, idoneidad y eficiencia, imprescindibles para reconstruir el contenido y la imagen de la Nación, erradicar la subversión y promover el desarrollo económico de la vida nacional basado en el equilibrio y la participación responsable de los distintos sectores a fin de asegurar la posterior instauración de una democracia republicana, representativa y federal, adecuada a la realidad y exigencias de solución y progreso del pueblo argentino.<sup>37</sup>*

Las primeras medidas del Gobierno Militar fueron el establecimiento de la pena de muerte para quienes atentaran contra las fuerzas de seguridad, el reemplazo de todos los miembros de la Corte Suprema de Justicia por jueces defensores del nuevo régimen, el allanamiento y la

<sup>36</sup> Citado en Pico, Fabián. Memoria Histórica para adolescentes. Dictadura y derechos humanos en Argentina. Rosario, Argentina: Homo Sapiens 2006.

<sup>37</sup> Citado en Pico, Fabián. Memoria Histórica para adolescentes. Dictadura y derechos humanos en Argentina. Rosario, Argentina: Homo Sapiens 2006.

intervención de los sindicatos, la disolución de la CGT, la prohibición de toda posible actividad política o gremial y la censura sobre los medios de comunicación. Todos los gobiernos provinciales y los ministerios, a excepción del de Economía y de Educación, fueron ocupados por militares de las tres fuerzas. Se clausuró el Congreso Nacional y en reemplazo se creó la CAL (Comisión de Asesoramiento Legislativo) que nunca tuvo funciones precisadas.

El 29 de marzo Videla fue designado presidente de la Nación, sin embargo, bajo reglamentaciones del *Estatuto para el Proceso de Reorganización Nacional* las funciones presidenciales quedaron acotadas y subordinadas a la aprobación de la Junta.

## 2.2 El plan económico de Martínez de Hoz.

Las Fuerzas Armadas llegaron al poder con intención de lograr un cambio drástico no solo en la antigua estructura política y social, sino también económica. El programa del gobierno cambió de raíz las orientaciones de industrialización sustitutiva que habían estado vigente en el país desde 1930. *Para lograr el ansiado disciplinamiento político de la clase obrera, la estrategia más eficiente debía consistir en una modificación drástica de las condiciones económicas funcionales que habían alentado históricamente el desarrollo de esa clase, es decir, en una modificación drástica de los modelos industrializados. De ahí la política de apertura externa de la economía.*<sup>38</sup>

El 2 de abril de 1976, José Alfredo Martínez de Hoz, nuevo ministro de economía designado por la Junta, anunció el programa económico del Proceso. En primera instancia marcó cuales eran para el nuevo gobierno los problemas económicos que atravesaba la Argentina, derivando responsabilidades a la inoperancia política de los años anteriores.

Martínez de Hoz sostuvo que existió un Estado empresario que asumió funciones correspondientes a la iniciativa privada, que reguló actividades económicas que debía normalizar el mercado a través de la oferta y la demanda, que intervino en el mercado laboral estableciendo pautas rígidas para las relaciones obrero-patronales (leyes sobre empleo estable, indemnización por despido, negociaciones colectivas) y que también protegió a los empresarios a través de subsidios y aranceles a la importación de mercaderías. Este conjunto de factores determinó un creciente déficit fiscal, una inflación vertiginosa y una burguesía reacia a invertir en nuevos negocios por no tener competencia y por el alto costo laboral debido a las constantes presiones de los poderes sindicales. Así quedó imposibilitado el crecimiento y la modernización del país.

Para revertir la situación, el ministro propuso una *Reforma de Estado* que garantizara la libertad de producción, circulación, precios e iniciativa. Para hacer más competitiva a la industria, planteó un modelo liberalista de apertura económica. Concibió al mercado externo como agente disciplinador de los precios internos y como instrumento para reorganizar la productividad y la asignación de capitales mediante la rebaja de aranceles, el retraso cambiario y la eliminación de todo tipo de restricciones al ingreso de artículos importados.

<sup>38</sup> Torrado, Susana. Historia de la familia en la Argentina Moderna. Buenos Aires: Editorial Sudamericana. 2001

Encaró la lucha contra la inflación (estimada en el 600% anual) mediante un plan de ajuste interno, que incluyó la liberación de precios, la devaluación de la moneda nacional, el congelamiento salarial y la disminución del déficit fiscal.

En el primer semestre de 1976, los precios al consumidor aumentaron el 87,5%, garantizando la ganancia empresarial y los sectores exportadores se beneficiaron por tener un dólar más cotizado en el mercado nacional. Para disminuir el déficit fiscal se redujeron los sueldos, se despidió personal del Estado, se aumentaron los impuestos indirectos (al consumo) y las tarifas de empresas públicas.

El haber logrado evitar la hiperinflación, revertir la fuga de capitales y comenzar la recomposición de reservas, fue considerado un éxito teniendo en cuenta el punto de partida, lo que causó un respaldo empresarial casi completo a las políticas económicas. Pero sobre el final de 1976, la inflación comenzó a reapuntar y se hizo una tregua de precios de 120 días.

Entonces Martínez de Hoz puso en marcha una reforma financiera que produjo la liberación de las tasas de interés, con una garantía oficial sobre los depósitos. Esa *reformula* incentivó la especulación y duplicó el número de bancos; que comenzaron a competir, sobre la base de un respaldo ficticio, por quién ofrecía la mayor tasa de interés.

Al mismo tiempo, para evitar la pérdida de competitividad de las empresas, apareció la famosa *tablita*, es decir, una devaluación programada, gradual y conocida del dólar. Los capitales comenzaron a ingresar al país en dólares, compraban pesos que luego colocaban en tasas de interés superiores a la inflación y mucho mayores que la devaluación, lo que al poco tiempo les permitía adquirir muchos más dólares y fugarse. Este fenómeno, conocido vulgarmente como *bicicleta financiera*, convivió con un espectacular atraso cambiario que abrió el período de la *plata dulce* y provocó una falsa expansión del poder adquisitivo de los argentinos.

La clase media disfrutó las ventajas del retraso de cambio y de la estabilidad del dólar y hubo una avalancha consumista de todo tipo de artículos extranjeros. Sin embargo, la otra cara del país, la clase obrera, era testigo de la pérdida del empleo y el cierre de fábricas por la desleal competencia ante el ingreso irrestricto de productos importados.

Martínez de Hoz también contó con el apoyo de los organismos internacionales. Tan solo tres días después del golpe, el FMI (Fondo Monetario Internacional) aprobó un demorado crédito por más de 100 millones de dólares para *estabilizar* la situación cambiaria que venía en picada por la fuga de capitales previos al golpe. Entre 1975 y 1982, la deuda externa aumentó de 8000 millones a 43.000 millones. Hacia 1981 los intereses pasaron a representar más del 10% del PBI.

En 1981, poco antes de dejar su cargo terminado el mandato del presidente Videla, Martínez de Hoz abandonó *la tablita* y devaluó. El nuevo presidente Roberto Viola, y su minis-

tro, Lorenzo Sigaut, debieron enfrentar mercados convencidos de que la devaluación seguiría. Se desató una inédita carrera de devaluaciones seguidas por la inflación.

### 2.3 El sistema represivo ilegal.

El golpe instauró en el país un sistema planificado de represión para llevar a cabo su lucha contra la subversión. Este plan persiguió a todos aquellos que prestaban resistencia al modelo económico, político y social; a los que no compartían la ideología de los integrantes del gobierno y a los que simplemente resultaban sospechosos. Hubo un abuso indiscriminado de poder. El secuestro, la tortura, la desaparición de personas, el robo ilegal de bebés y las sistemáticas violaciones a los derechos humanos, se convirtieron en el arma para disciplinar a la sociedad. La imposición del terror en la vida cotidiana constituyó su vía para acallar el posible accionar de las masas populares.

Para cumplir con los objetivos del plan, los altos mandos del gobierno dividieron al país en grandes zonas denominadas *Comandos de Zona* que distribuyeron entre las tres armas, las Fuerzas de Seguridad, la Policía, la Gendarmería y el Servicio Penitenciario. A su vez cada zona contaba con diversos *grupos de tareas*, que respondían institucionalmente a órdenes impartidas por una cadena de jerarquía. Esto evidencia el nivel de planificación de dicho sistema, que lejos de la improvisación, constituyó toda una estructura operativa que venía gestándose con antelación al golpe. Los grupos parapoliciales que ya accionaban durante el gobierno de Isabelita, como la *Triple A*, se unificaron al sistema.

Los secuestros estaban a cargo de los *grupos de tarea*, se realizaban generalmente por la noche o la madrugada en los domicilios o lugares de trabajo de las víctimas con un exuberante despliegue de militares, armas y vehículos. Durante el operativo también se realizaba el saqueo de la vivienda, el robo de bienes y muchas veces se obligaba a ceder la propiedad privada a los secuestradores. Luego los presos eran encapuchados y trasladados a centros clandestinos de detención.

Los primeros Centros Clandestinos de Detención fueron instalados en 1975, antes del golpe. En ese año ya funcionaban *La Escuelita* en Faimallá, Tucumán y *El Campito* en la Provincia de Buenos Aires. En el año 1976 llegaron a existir 610 centros, muchos de ellos temporarios y circunstanciales; luego de los primeros meses de gobierno militar, la cifra se estabilizó aproximadamente en 365. El eje del sistema fueron cinco grandes centros: la *ESMA (Escuela de Mecánica de la Armada)*, y el *Club Atlético* en Capital Federal; *El Campito (Campo de Mayo)* y el *Vesubio* en la provincia de Buenos Aires, y *La Perla* en la provincia de Córdoba.

Todos los centros clandestinos representaron un componente fundamental para el sistema y fueron diseñados para la práctica sistemática de la tortura. Cuando los presos llegaban a los centros, eran severamente torturados física y psicológicamente. Esta práctica se empleaba en un primer momento para la obtención de datos que condujeran a nuevas detenciones y a la localización de casas y asentamientos guerrilleros; pero su utilización prolon-

gada tenía por objetivo el castigo y la destrucción de la dignidad y la integridad del detenido. La mayoría de los detenidos, ante el sufrimiento ilimitado y la desesperación, buscaron una salida personal evitando la colaboración total con las Fuerzas Armadas. Rotos los lazos y perdida la confianza al proyecto revolucionario colectivo, buscaron una forma de salvación o al menos la atenuación de la tortura y entregaron información a cambio de promesas de libertad que nunca fueron cumplidas.

Los métodos de tortura más frecuentes fueron la picana eléctrica y las violaciones sexuales, sin embargo el grado de crueldad y los instrumentos de tormento fueron muy diversos. Los niños nacidos en cautiverio eran expropiados, privados de su identidad y concedidos a militares o personas vinculadas al sistema represivo, en numerosos casos partícipes del asesinato de sus padres biológicos.

Una vez vencido el plazo de *emergencia*, (tiempo antes de que la detención pudiera conocerse dentro de la organización guerrillera y se inutilizaran los datos que el secuestrado pudiera eventualmente brindar) los presos eran asesinados y desaparecidos a través de métodos que variaron desde los llamados *vuelos de la muerte*<sup>39</sup>, fusilamientos en masa, fosas comunes, tumbas NN o incineración de cadáveres. Algunos quedaban en libertad o continuaban detenidos en carácter de esclavos o rehenes. Pocos tuvieron la posibilidad de un juicio legal ante un tribunal de justicia, y en caso de ser *blanqueados* quedaban a disposición del Poder Ejecutivo que estaba en manos de las mismas autoridades que ordenaban las torturas.

El Estado que debió garantizar educación, salud, seguridad y bienestar social, se convirtió en un poderoso instrumento de represión ignorante de la justicia y de los derechos humanos más elementales. El ejemplo más claro es el de los *habeas corpus*, recurso legal que otorga la facultad de petitionar al juez para que, a través de un procedimiento rápido haga cesar toda orden de un funcionario tendiente a restringir la libertad personal. El magistrado tiene la obligación de averiguar el paradero de la persona por la cual se pide y debe garantizar sus derechos y garantías constitucionales. Entre 1976 y 1979 fueron presentados 5847 hábeas corpus y ninguno obtuvo la respuesta que debió dar la justicia.

### 2.3.1 El plan Cóndor.

Cóndor fue el nombre con el que se designó a la alianza represiva sostenida entre los servicios de seguridad de los regímenes militares de Argentina, Chile, Paraguay, Uruguay y Bolivia para perseguir más allá de las fronteras a quienes eran considerados opositores y enemigos. Este plan contaba además, con el apoyo de fuerzas militares de Perú, Ecuador, Colombia y Venezuela, y con la cooperación operativa de los Estados Unidos. El Plan Cóndor constituyó una organización clandestina para la práctica del terrorismo de Estado a escala internacional. Fue concebido y diseñado en 1975 por el chileno Coronel Manuel Contreras quien redactó un extenso documento con las cláusulas para su funcionamiento.

---

<sup>39</sup> La expresión *Vuelos de la muerte* refiere al mecanismo en el cual los presos eran arrojados vivos desde helicópteros al río, atados, drogados o con botitas de cemento en los pies.

Concretó acciones como los asesinatos del ex presidente de Brasil, João Goulart, en Corrientes (Argentina), del general Carlos Prats, del ex presidente de Bolivia Juan José Torres, del senador uruguayo Zelmar Michelini y del diputado Héctor Gutiérrez Ruiz, también uruguayo, todos cometidos en Buenos Aires (1974), del ministro Orlando Letelier y su esposa Ronni Moffitt en Washington (1976); el atentado contra Bernardo Leighton en Roma (1975); la colaboración argentina en el golpe de García Meza en Bolivia en 1980, y decenas de secuestros y atentados de opositores.

Este plan comenzó a desarmarse cuando cayó la dictadura Argentina en 1983, sin embargo los contactos y los asesinatos coordinados continuaron. En abril de 1991, se puso en marcha la Operación Silencio para impedir el enjuiciamiento de los responsables. El 22 de diciembre de 1992, se descubrió en una estación de policía de Lambaré, Asunción Paraguay, los llamados archivos del terror, expedientes que documentan que el Plan Cóndor causó 50.000 muertos, 30.000 desaparecidos y 400.000 presos.

### 2.3.2 La censura en la cultura, los medios y la educación.

La cultura fue una preocupación clave en el desarrollo del plan implementado por el *Proceso de Reorganización Nacional*. Como sostiene Judith Gociol *apuntaron al cuerpo y al alma. A la desaparición física de las personas se correspondió la desaparición sistemática de símbolos, discursos, imágenes y tradiciones*<sup>40</sup>.

La censura comenzó el mismo día en que los militares tomaron el poder, cuando llegó a toda la prensa argentina el comunicado n° 19 de la Junta Militar que establecía penas de diez años de reclusión al que por cualquier medio difundiere, divulgare o propagare, noticias, comunicados o imágenes con el propósito de perturbar, perjudicar o desprestigiar la actividad de las Fuerzas Armadas, de seguridad o policiales.

La censura de textos, la quema de libros, la persecución y el asesinato de autores, escritores, maestros y alumnos, la clausura de editoriales y la destrucción de bibliotecas fueron las formas más dramáticas que adoptó el siniestro plan de represión cultural. La literatura fue testigo de varios asesinatos, Conti, Urondo, Santoro y Walsh (desaparecido en 1977, luego de enviar una carta denunciante a la Junta con motivo del primer aniversario del golpe de Estado), entre otros 83 escritores.

La Dirección de Publicaciones del Ministerio del Interior centralizó el control de todas las publicaciones con excepción de los diarios. No solo censuró aquellos libros que referían de forma teórica a Marx, Engels, el Che, Lenin, Mao, la lucha de clases o el materialismo dialéctico; sino también los considerados subversivos por cuestionar el orden familiar o defender la sindicalización, la libertad sexual o la teología de la liberación.

<sup>40</sup> Gociol, Judith. Los libros que vos quemáis... Revista Caras y Caretas 2006. Marzo. N° 2196. Año 45. Pag. 52.

En los diarios hubo algo más de autonomía, salvo las secciones de política que fueron estrictamente controladas, devastadas de palabras y términos subversivos y ajustadas a las necesidades de propaganda del régimen. Hasta 1979, todos los diarios, con excepción del Buenos Aires Herald, ignoraron las denuncias internacionales por violación a los derechos humanos, los reclamos de los familiares de las víctimas y se refirieron al gobierno como si no fuera una dictadura. Como sostiene Marcos Novaro, muchos medios aplicaron la autocensura como estrategia para subsistir, pero otros apoyaron a la Junta, incitaron a la despolitización de la sociedad y ayudaron a construir la imagen de una vida cotidiana organizada.

Pese a la censura, la movida cultural logró sobrevivir en un ámbito underground. Algunas publicaciones contestatarias siguieron su curso en sótanos y lugares ocultos y diversos escritores, como Beatriz Sarlo o Ricardo Piglia, dictaron talleres y cursos a escondidas intentando invalidar la necesidad del exilio.

El régimen también actuó con extendido rigor en el ámbito educativo. Las escuelas eran consideradas el espacio donde la subversión penetraba la mente de los estudiantes, influyendo en la formación de las generaciones futuras. Bajo este punto de vista, los establecimientos educativos se transformaron poco a poco en sitios de regimentación conceptual y corporal. Se modificó la concepción pedagógica del rol docente y se incrustó un modelo simplista de concebir los procesos educativos. Los profesores y maestros se transformaron en los encargados de: eliminar todo espacio de participación y cuestionamiento, asegurar la disciplina y volver dóciles y manejables a los alumnos. El pelo corto, la buena conducta, el silencio y la obediencia fueron requisitos indispensables para la supervivencia.

*En 1977, el ministerio de Cultura y Educación distribuyó en todas las escuelas un ensayo titulado Subversión en el ámbito educativo. Conozcamos a nuestro enemigo. Allí se afirmaba entre otras cosas: El accionar subversivo se desarrolla a través de maestros ideológicamente captados que inciden sobre las mentes de los pequeños alumnos, fomentando el desarrollo de ideas o conductas rebeldes, aptas para la acción que se desarrollará en niveles superiores...<sup>41</sup> Este tipo de informes justificó la modificación de contenidos curriculares y la inhabilitación de docentes. Así, por ejemplo, se eliminó la palabra vector de la enseñanza de Matemática moderna y se sostuvo que la teoría lógica de los conjuntos era una amenaza al orden público. Las carreras de Psicología y Antropología fueron cerradas en algunas universidades.*

En 1977, el comando del Ejército organizó el operativo conocido con el nombre de *operación claridad*, en el cual 8.000 docentes de escuelas primarias, secundarias y universidades fueron cesanteados y muchos de ellos, junto a miles de alumnos, pasaron a formar parte del grueso número de desaparecidos.

---

<sup>41</sup> Clarín 2006. Marzo, 24. Suplemento Especial. A 30 años de la noche más larga.

## 2.4 La visita de la CIDH y las Organizaciones de Derechos Humanos.

Desde que comenzaron a vislumbrarse las primares huellas del plan represivo ilegal, las denuncias por los Derechos Humanos se fueron acrecentando, no solo en el ámbito nacional, sino también en el contexto Internacional. Algunos países se mostraron comprensivos con el pedido argentino de un *período de gracia* necesario para concluir las *acciones antisubversivas*. Sin embargo otros, como Francia y Suecia, acompañaron los reclamos con fuertes presiones y apoyaron a las organizaciones de exiliados Argentinos hasta presentar denuncias en los parlamentos correspondientes. Muchas instituciones, hasta prestigiosas organizaciones como Amnesty Internacional y la Comisión Internacional de Juristas, enarbolaron la bandera del antiproseso.

El presidente Videla insistió en desmentir las denuncias sobre desapariciones, haciendo esfuerzos por conservar cierta credibilidad en cuanto a que la represión había sido una lucha antisubversiva y que una vez concluida la *guerra interna*, no se repetirían los hechos de violencia. Novaro expone en su libro *Historia de la Argentina Contemporánea*, que Videla sostuvo públicamente un cínico argumento que atribuía cinco causas a la desaparición de personas, de las cuales una de ellas reconocía *posibles excesos* de autoridad por parte de las fuerzas armadas, pero principalmente lo atribuía a la clandestinidad, el suicidio o el exilio.

Como parte de esta misma estrategia, en septiembre de 1978 Videla acordó con el vicepresidente de EEUU, Walter Mondale, la visita al país de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH). En dicho encuentro Mondale se comprometió a destrabar créditos externos para obras de infraestructura y garantizó que la CIDH actuaría dentro de las pautas acordadas. Esta comisión debía encontrar *un país en paz* y debía declarar formalmente al mundo, que había habido un conflicto interno, pero que la situación ya se había normalizado. Para tal fin, el gobierno desmanteló varios centros clandestinos que seguían operando y liberó parte de los presos. Con estos recaudos Videla pensó tener asegurado un informe favorable.

No obstante, sucedió que los acuerdos con Mondale fueron rotos y la CIDH anunció su voluntad de entrevistar a todos los que desearan dar información. Esto abrió las puertas para que, por primera vez, las familias de las víctimas denunciaran públicamente lo que se vivía en el país. Pero más allá de eso, la misión de la CIDH que trabajó en Buenos Aires durante el mes de septiembre de 1979, visitó prisiones y cementerios, entrevistó a numerosos detenidos que reclamaron el trato inhumano, registró miles de tumbas de NN y recolectó testimonios de familiares de secuestrados, entre ellos más de 5000 denuncias de desapariciones.

En marzo del año siguiente se revelaron las conclusiones del trabajo realizado. Dieron por verídico que personas pertenecientes o vinculadas a organismos de seguridad del gobierno, causaron la muerte de numerosos hombres y mujeres después de su detención. El respaldo externo bastaría para dar un inmediato impulso al trabajo de los organismos, en particular a los que reunían a familiares de las víctimas, entre los que ya se destacaban las Madres. En 1977 un grupo de ellas, de no más de una docena, había comenzado a reunirse en Plaza de Mayo para reclamar al gobierno información acerca del paradero de sus hijos secuestrados;

para octubre de 1977 congregarían a cientos de familiares y militantes de derechos humanos y llegaría a un número mayor a 300. Su primera denuncia fue una carta enviada al Congreso de Estados Unidos, acompañada por 2400 firmas y una solicitada publicada en el diario La Prensa.

En agosto de 1980, alrededor de 700 personas se congregaron frente en Plaza de Mayo, para entregar a la Justicia un petitorio con 12.500 firmas, entre las cuales figuraban la de grande personalidades como Borges y Bioy Casares, pidiendo al gobierno que publique la lista de detenidos-desaparecidos, las causas de su encarcelación y su lugar de detención. Desde que se dio a conocer el informe de la CIDH, censurado por el gobierno pero igualmente difundido, el miedo y el silencio dieron paso a denuncias cada vez más difíciles de ocultar e ignorar.

## 2.5 El mundial de fútbol de 1978

La realización del Campeonato Mundial de Fútbol en la Argentina era un objetivo perseguido por dirigentes políticos y deportivos desde hacía más de cuatro décadas. Finalmente, en el año 1970, nuestro país fue confirmado como sede para 1978.

El 1976, llegada la dictadura, el gobierno militar resolvió que el tema de Mundial era una cuestión de Estado. El mundial representaba una estrategia útil para la dispersión de la atención de los argentinos, que anonadados por la pasión que despierta el fútbol olvidarían los conflictos con el gobierno. Por otro lado, permitiría mostrar al mundo una fachada de país ordenado que reivindicaría la imagen sostenida internacionalmente.

Para la organización del evento Videla creó el Ente Autárquico Mundial 78 (EAM 78), con un presupuesto ilimitado, que gastó 520 millones de dólares, el doble que España en el año 1982 con la mitad de las obras. Se inauguró ATC (Argentina Televisora Color), se mejoraron las instalaciones de los aeropuertos, se construyeron rutas, se levantaron tres nuevos estadios en la ciudad de Mendoza, Mar del Plata y Córdoba y se reformaron otros tantos. El 1 de junio Videla dejó abierto el campeonato diciendo: *Bajo el signo de la paz declaro inaugurado este undécimo Campeonato Mundial de Fútbol*<sup>42</sup>

Durante la transmisión del primer partido jugado entre Alemania y Polonia, dos periodistas alemanes hicieron comentarios sobre la situación de inestabilidad política de la Argentina, describiendo la situación de los Derechos Humanos, la presencia de los centros clandestinos de detención y agregaron que a pocas cuadras del estadio donde se estaba jugando el partido se encontraba la Escuela de Mecánica de la Armada, donde apresaban y torturaban detenidos.

Ante estas críticas el gobierno formuló una teoría de que los países extranjeros estaban predispuestos a llevar adelante una *campana anti argentina* porque no toleraban ver el progre-

<sup>42</sup> Citado en Pigna, Felipe. Lo pasado pensado. Entrevistas con la historia Argentina (1955-1983). Buenos Aires, Argentina: Editorial Planeta 2005.

so de nuestro país. Sin embargo las críticas iban directamente al accionar del gobierno y provenían de personalidades de verdadera relevancia como Joan Manuel Serrat, Fredy Mercury pasando por escritores como Julio Cortázar y Octavio Paz.

El 25 de junio de 1978 la selección Argentina se consagró campeona tras vencer a Holanda, equipo que no aceptó las medallas del subcampeonatos en mano de Videla como una forma de solidarizarse con la situación de nuestro país. Los festejos duraron varios días incentivados por algunos medios, quienes al mismo tiempo impulsaron a cambiar los lugares de festejo en Capital. El obelisco fue reemplazado por la Plaza de Mayo donde una multitud se congregó para agradecerle a Videla el triunfo obtenido.

Un año después se repitió la situación cuando la selección Juvenil ganó el mundial de Japón y los festejos se trasladaron a la Avenida de Mayo, donde centenares de personas hacían cola para realizar denuncias por violaciones a los derechos humanos, en la comisión Interamericana que visitaba en país en ese momento.

## Diseño de la investigación

**Variables de estudio:** Estrategias discursivas visuales.

**Material:** Campañas publicitarias oficiales del Gobierno Militar Argentino comprendido entre 1976 y 1982, publicadas en Diario La Prensa, Diario La Nación, Diario Clarín y Revista Gente.

**Método de selección:** No probabilístico intencional.

**Criterios de selección:**

- Publicadas en medios gráficos de tendencia oficialista y que prestaron apoyo al Gobierno Militar Argentino comprendido entre 1976 y 1982: Diario La Prensa, Diario La Nación, Diario Clarín y Revista Gente.
- Por disponibilidad.

**Tamaño de muestra:** 13 publicidades.

**Técnica de recolección de datos:** Observación.

**Ejes de observación:**

- Imagen Retórica
- Mensaje connotado - Denotado
- Relación Imagen – Texto
- Estructura general (Grilla constructiva, alineación, recorrido de lectura, equilibrio)
- Familia Tipográfica.
- Variables Tipográficas.

Se adjuntan los modelos de tablas de observaciones utilizadas para la investigación:

Tabla de observaciones con respecto a la imagen

Publicidad	Tipo de imagen y mensaje connotado	Imagen retórica	Mensaje connotado	Relación texto/imagen

Tabla de observaciones con respecto a la tipografía

Publicidad	Familias / Características	Connotación tipos (s/ clasificación de familias)	Variables tipográficas	Connotación tipos (s/ variables tipográficas)

Tabla de observaciones con respecto a la estructura compositiva general

Publicidad	Estructura general	Connotación estructura

## **Imágenes seleccionadas**

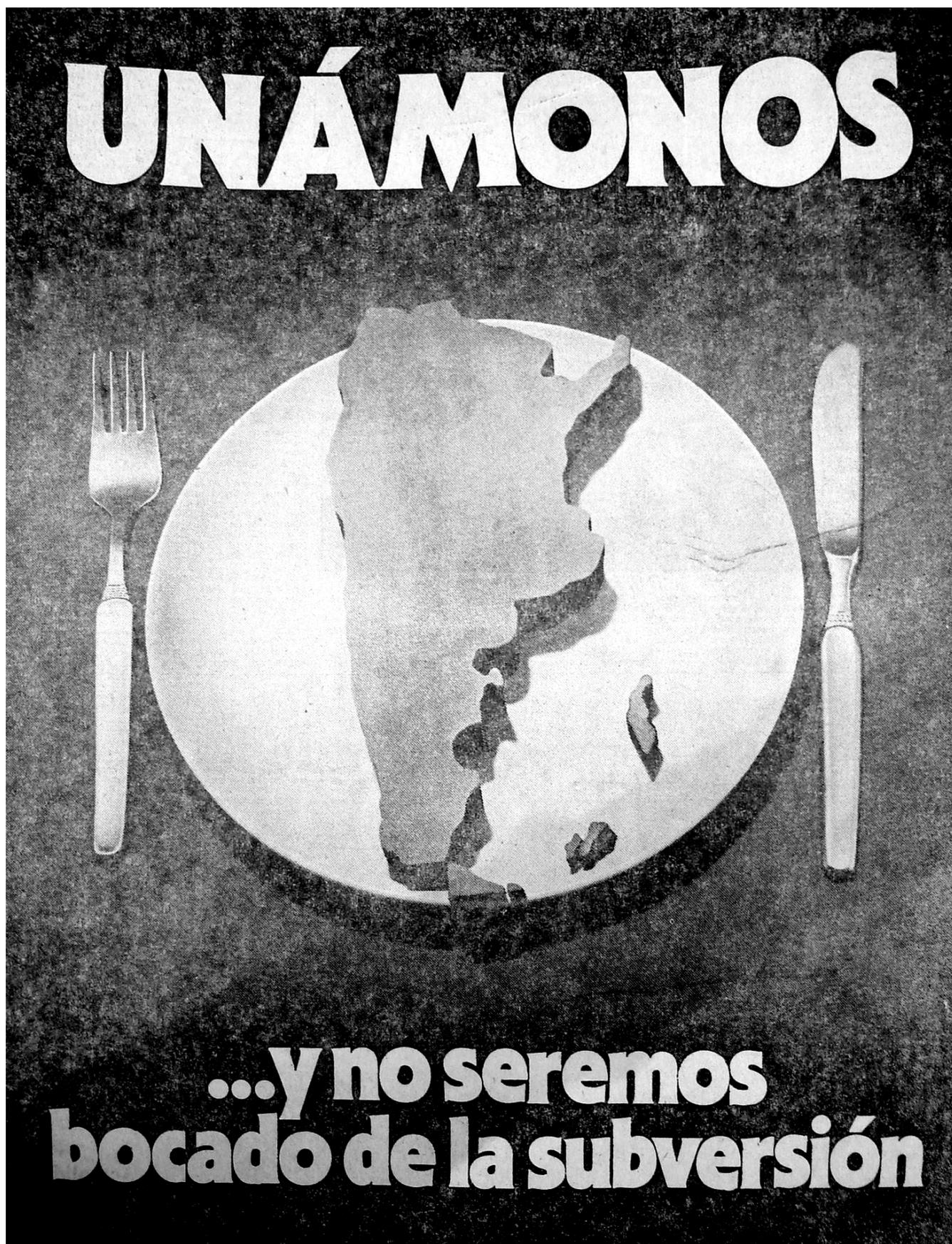


Imagen 1: *Diario La Nación* - 4 de octubre de 1977 – Pagina 13



Imagen 2: *Diario Clarín* diciembre de 1977



Imagen 3: *Diario La Nación* - 27 de mayo de 1977 – Pagina 11

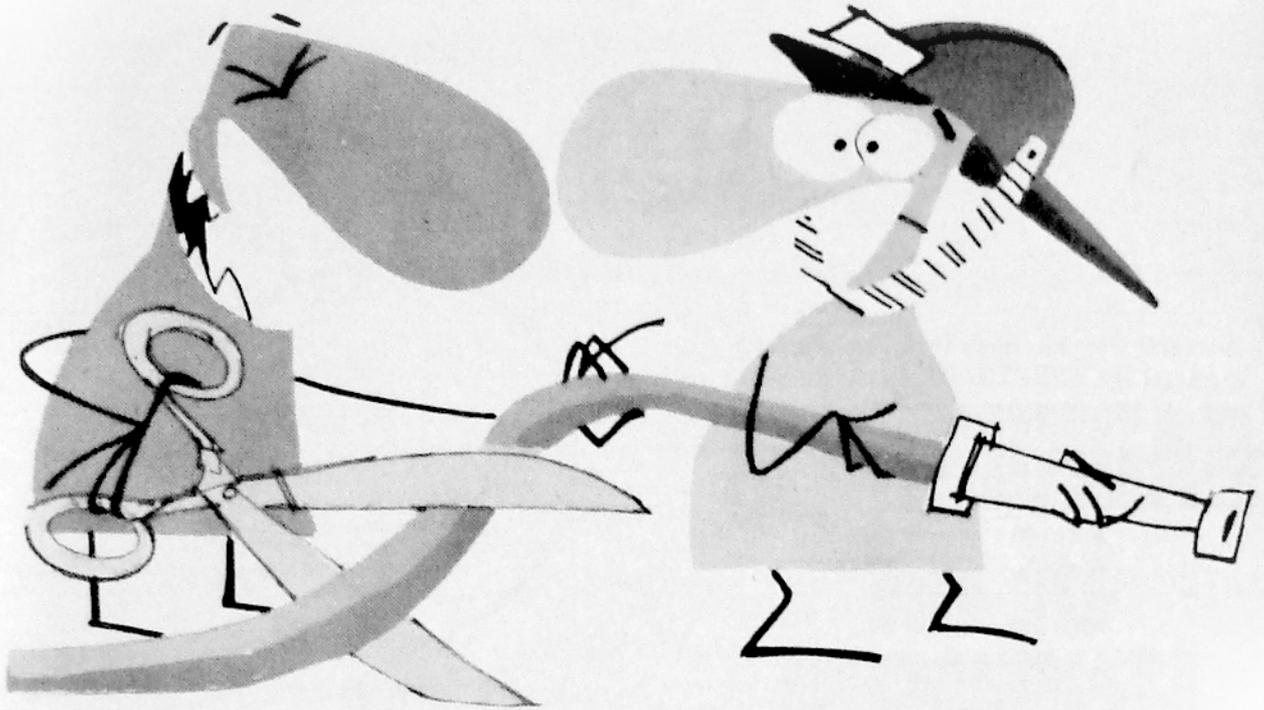


## **Su marido en peligro.**

**No señora.  
No subestime a las cosas inanimadas.  
En manos de su esposo una moneda —una simple moneda—  
puede convertirse en su rival.  
Sobre todo si representa el impuesto que él no quiso pagar.  
A esa moneda le seguirá otra, y después otra y otra más.  
Y su hogar estará en peligro.  
Cuando su esposo sea descubierto,  
la indexación de su deuda fiscal puede comprometer su patrimonio.  
Y usted quedarse sin casa.  
O sin auto.  
O con su marido preso.**

# **DGI**

Imagen 4: Revista Gente N° 684 - 31 de agosto de 1978

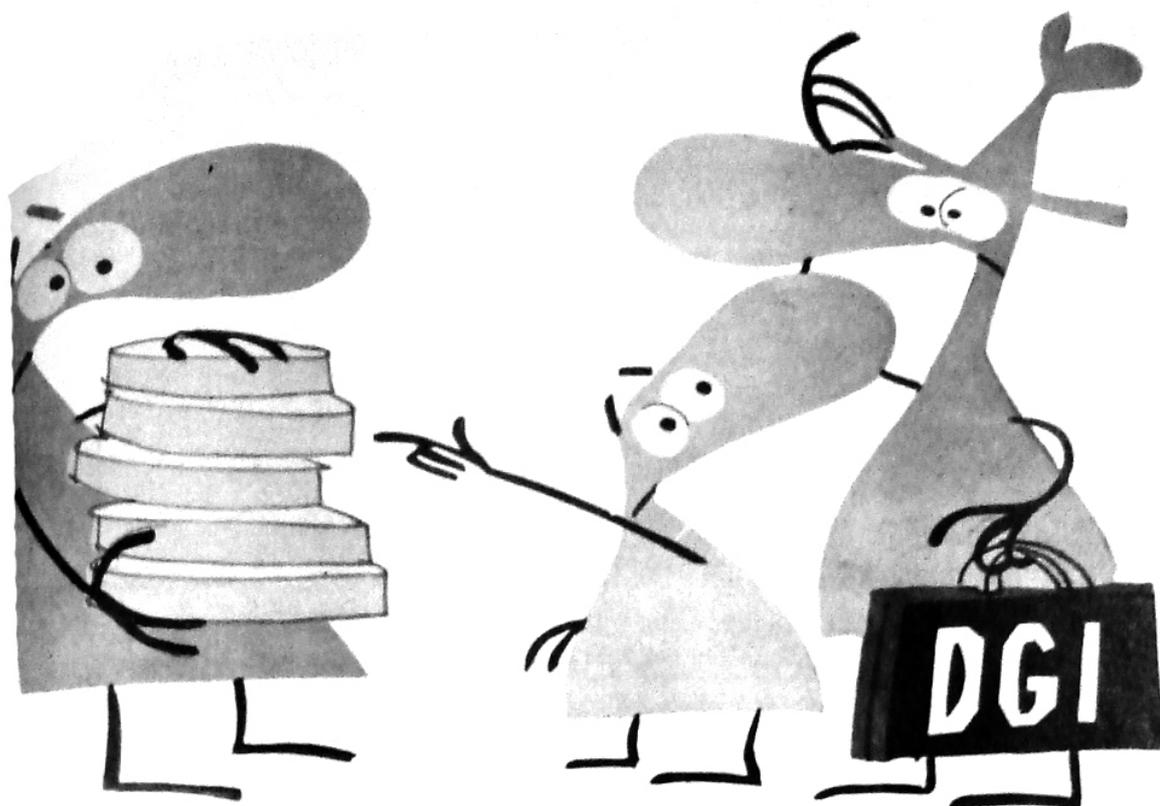


## **Antihéroes.**

Hay gente que todos los días se arriesga por el prójimo:  
el bombero, el policía, el soldado.  
Ellos, y muchos otros, abnegados y anónimos,  
entregan su esfuerzo y hasta su vida por los demás.  
En cambio, hay quienes sólo piensan en recibir, y se resisten a aportar  
para el mantenimiento de los bienes comunes.  
Ese es el caso del evasor. Un marginado egoísta y antisocial.  
Nadie le pide que sea un héroe.  
Todos se conformarían con que cumpliera la ley.

# **DGI**

Imagen 5: *Revista Gente* N° 677 - 13 de julio de 1978



## Señalar al culpable.

**El Estado necesita —imperiosamente— contar con los ingresos de carácter fiscal para equilibrar su presupuesto.**

**Si esos ingresos no se producen en la magnitud prevista, el equilibrio se rompe.**

**Debe entonces emitirse moneda sin respaldo, que genera inflación.**

**Y así se postergan los proyectos, se interrumpen obras, se reduce el poder adquisitivo en general, y usted —con justa razón— se queja.**

**La víctima de esta situación es el país, y el culpable el evasor.**

**La cosa es así de simple y de dramática.**

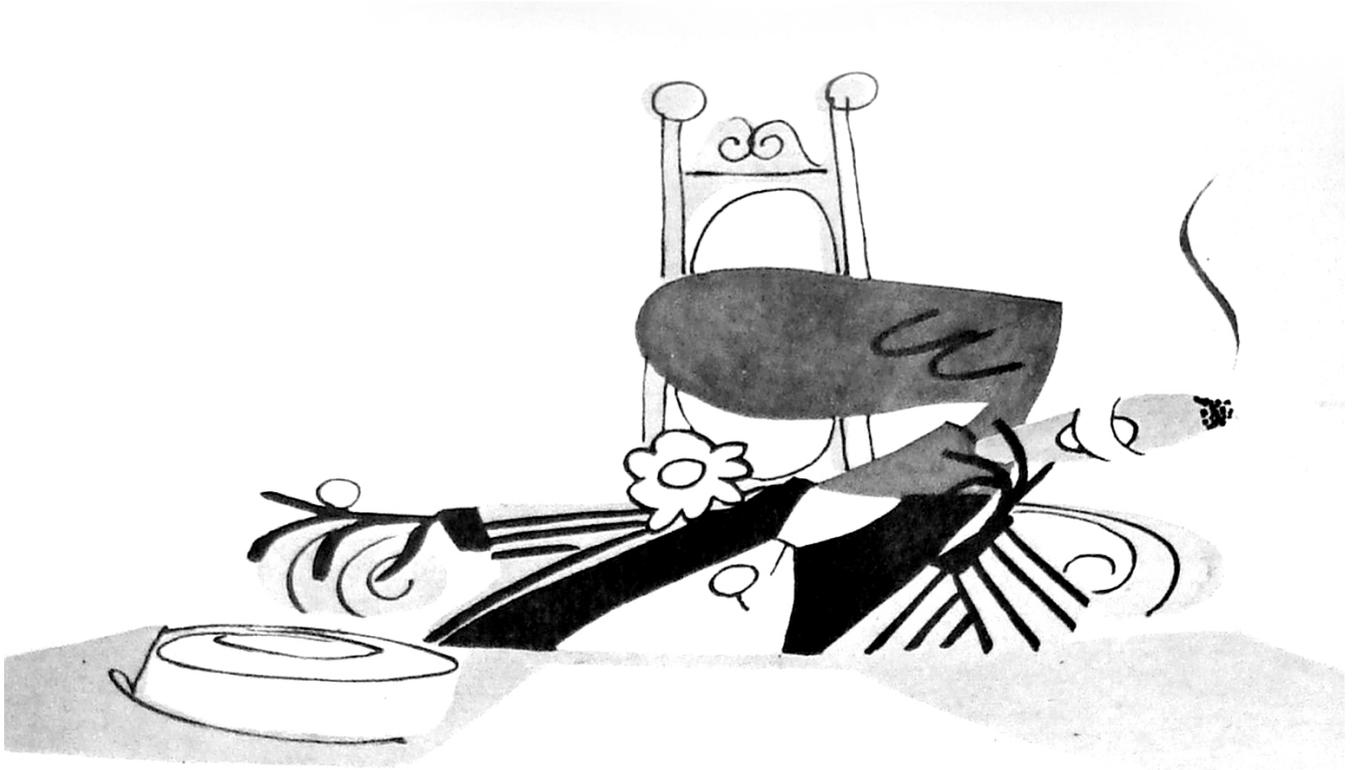
**Usted, que es un contribuyente honesto, no se limite a quejarse.**

**Señale al evasor.**

**Y será un ejemplo para los demás.**

# DGI

Imagen 6: *Revista Gente* N° 676 - 6 de julio de 1978



## “El padrino”

Existe un “padrino” muy conocido.  
La literatura y el cine lo hicieron famoso.  
Y es evidente el perjuicio que un personaje como él  
ocasiona a la sociedad.  
En cambio existe otro –el evasor– que aunque no usa métodos mafiosos,  
provoca muchos males.  
No aporta al bien común, se aprovecha de los demás,  
y se beneficia con el esfuerzo de todos.  
Y aún sigue obteniendo las ventajas de su anonimato.  
Para bien del país, será por muy poco tiempo más.  
La DGI lo está buscando.

# DGI

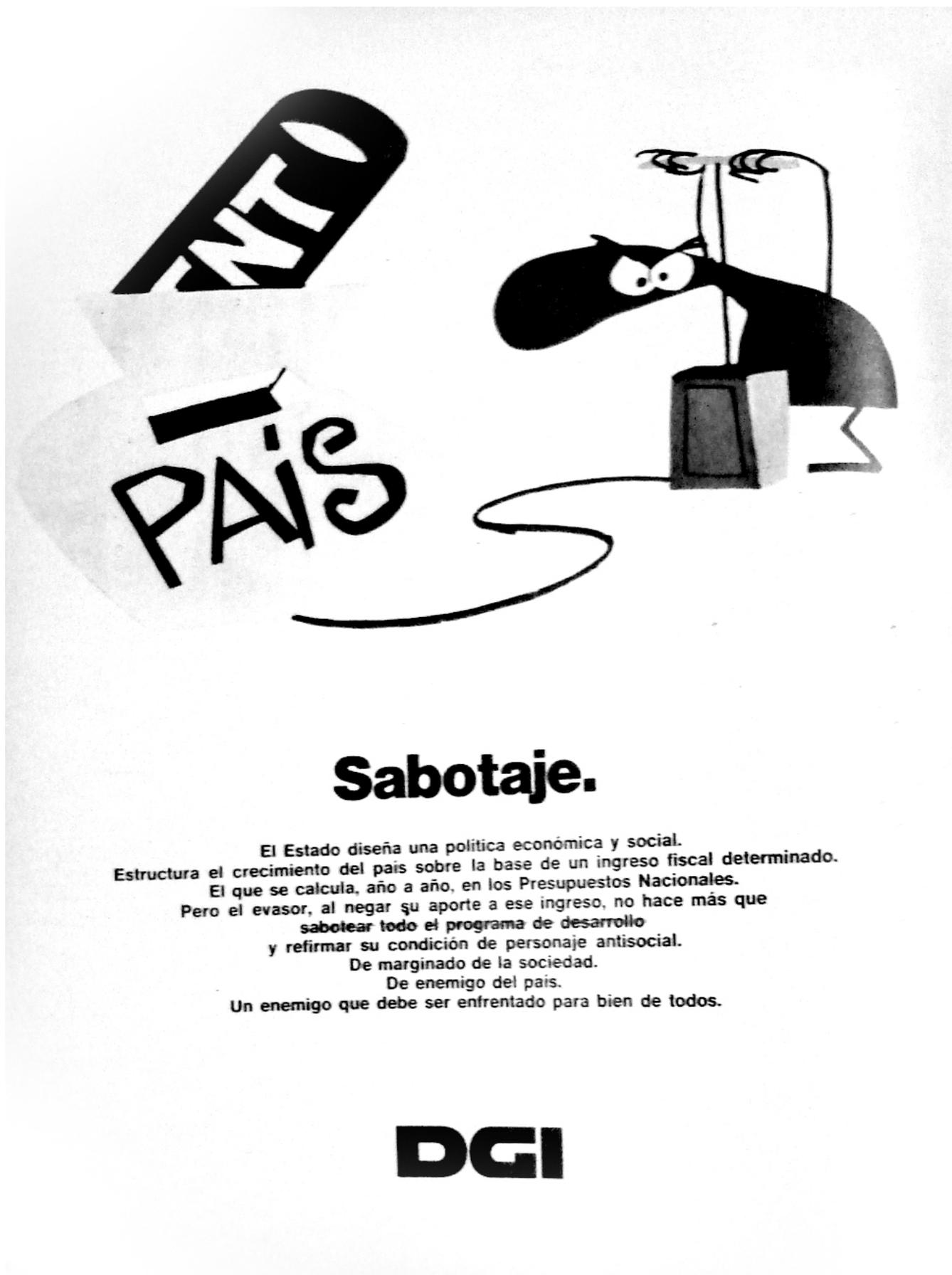


## Sólo para delincuentes.

Delito es el quebrantamiento de una Ley.  
Y en esta afirmación no importa precisar de qué Ley se trata.  
Es delito robar un auto, estafar a un tercero, asaltar un banco  
y muchas cosas más.

También evadir impuestos.  
Porque el tributo es una obligación legal tan concreta como cualquier otra.  
El evasor, cuando sea descubierto, ya no tendrá excusas.  
Y será sancionado sin contemplaciones.  
Como corresponde a un delincuente.

# DGI

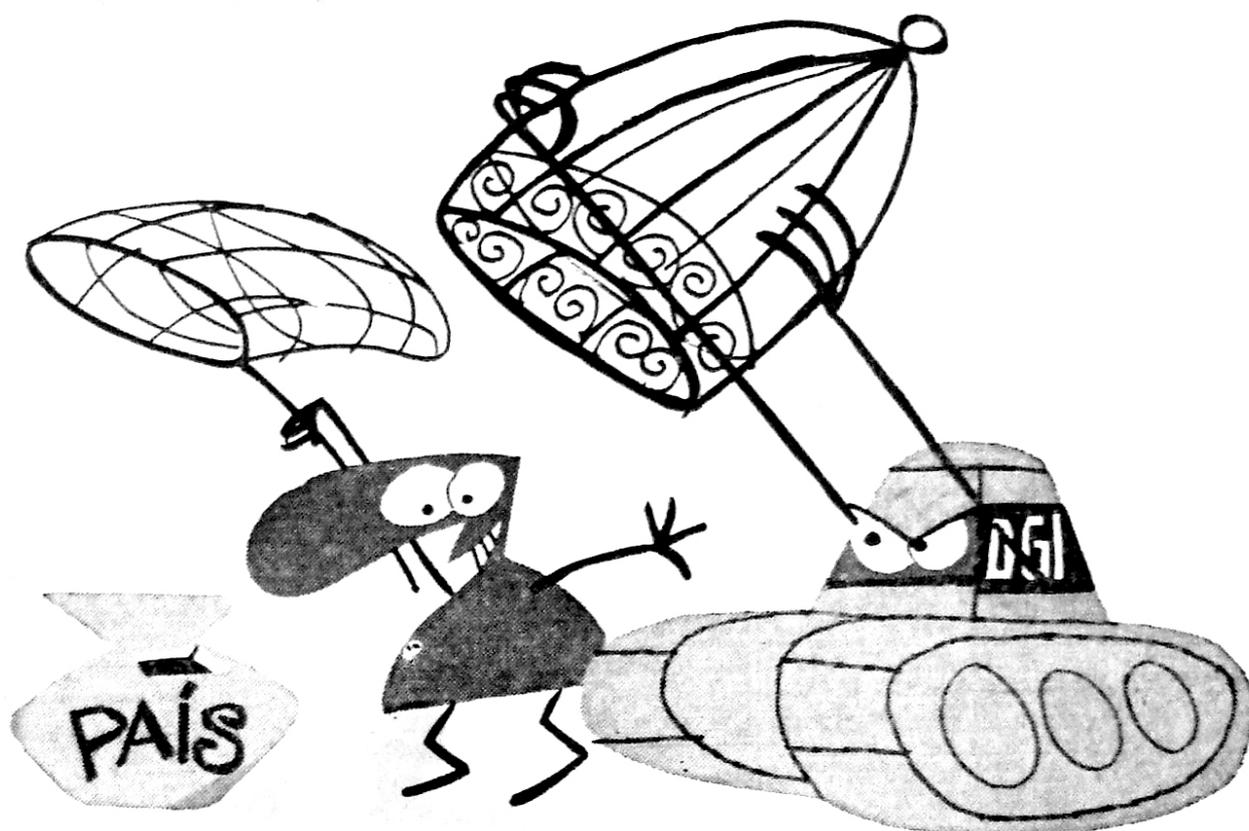


## Sabotaje.

El Estado diseña una política económica y social.  
Estructura el crecimiento del país sobre la base de un ingreso fiscal determinado.  
El que se calcula, año a año, en los Presupuestos Nacionales.  
Pero el evasor, al negar su aporte a ese ingreso, no hace más que  
sabotear todo el programa de desarrollo  
y refirmar su condición de personaje antisocial.  
De marginado de la sociedad.  
De enemigo del país.  
Un enemigo que debe ser enfrentado para bien de todos.

# DGI

Imagen 9: Revista Gente N° 679 - 27 de julio de 1978



## Hecha la trampa... hecha la ley.

Siempre existió alguna manera de esquivar las obligaciones fiscales.  
Quizá porque las leyes no eran muy completas,  
o porque no podían competir con la astucia de algunos.  
Pero también las leyes son el resultado de la experiencia. Y se modifican.  
Así ocurrió con la 11.683, de Procedimiento.  
Un arma perfeccionada para luchar contra la evasión.  
Un arma que destruirá la infraestructura del delito fiscal.  
Un arma prevista para poner al evasor en su lugar.  
Es decir, entre rejas.

# DGI

Imagen 10: *Diario La nación* - 1978



Imagen 11: *Calcomanía Mundial 78*

**Si la Argentina es hoy uno de los mejores países del mundo...**

**¿Por qué tenemos problemas?**

- Porque estamos en la mitad de un gran cambio.
- Porque estamos saliendo de una guerra que aún no terminó, y las guerras tienen su precio aunque en ellas se triunfe.
- Porque hemos soportado una economía distorsionada, deslealtad empresarial, abusos gremiales, corrupción, demagogia. Y el saneamiento no es ni rápido ni fácil.
- Porque creemos que uno puede "salvarse" aunque se hunda el país.
- Porque olvidamos que el país es la suma de cada uno de nosotros.
- Porque queremos todo o nada. Y para mañana.
- Porque buscamos culpables antes de buscar soluciones.
- Porque cuando nos juntamos 25 millones ganamos un mundial, pero nos juntamos una sola vez.
- Porque muchos piensan aún que la "viveza criolla" es una virtud.
- Porque algunos se olvidaron de la letra del himno y los colores de la bandera.
- Porque con la comodidad del "no te metás" se aceptó la corrupción a todo nivel. Y así la "coima" se hizo costumbre.
- Porque siempre somos excesivamente individualistas y nos cuesta trabajar en equipo.
- Porque muchos, por desconfianza, se llevaron el dinero afuera y todavía no lo trajeron de vuelta.
- Porque a muchos les cuesta reconocer que las ganancias "fáciles" son cada vez más difíciles.
- Porque a muchos otros les cuesta darse cuenta de que los enriquecimientos rápidos o son excepción, o son ilícitos.
- Porque muchos se sienten geniales al suscribir la frase "hecha la ley, hecha la trampa".
- Porque algunos separaron las clases en "trabajadores" y "empresarios" como si los "empresarios" no trabajasen o los "trabajadores" no pudieran llegar a "empresarios".
- Porque otros piensan que "trabajadores" son sólo los que hacen trabajos manuales.
- Porque muchos pensaron que los incapaces debían ganar lo mismo que los capaces.
- Porque siempre esperamos que los gobiernos lo resuelvan todo.
- Porque nunca los gobiernos pueden resolverlo todo.
- Porque pensamos que los errores sólo los comete el gobierno.
- Porque el gobierno también comete errores.
- Porque el gobierno de turno, nunca reconoció errores.
- Porque muchas veces votamos por gratas promesas, sin reflexionar que esas promesas no podían ser cumplidas.
- Porque muchos creen que "política" es una mala palabra.
- Porque muchos políticos hicieron pensar que "política" es una mala palabra.
- Porque durante muchas décadas nos inculcaron la idea de que el Estado debía intervenir en todo.
- Porque en un país que pretende tener economía libre, el Estado aún maneja casi el 50% de la economía.
- Porque el gasto público, nacida del crecimiento de la burocracia, llegó a límites nunca conocidos. Y ese gasto lo pagamos todos.
- Porque esta lista podría ser mucho más larga.
- Porque, al leer este mensaje, muchos tratarán de criticarlo en lugar de encontrar coincidencias.
- Porque todo es criticable, pero... el que esté libre de culpa que tire la primera piedra.

**Tenemos problemas. Pero tienen solución.**

Imagen 12: *Diario La Prensa* - 7 de diciembre de 1979

# El mundo tiene 5 grandes problemas:

-  1. Exceso de población.
-  2. Falta de alimentos.
-  3. Problemas raciales y religiosos.
-  4. Escasez de energía.
-  5. Economías estancadas con desempleo.

## La Argentina no tiene ninguno. ¿Entonces?

El tener una ventajosa situación no significa nada si no se la sabe aprovechar.  
Esta es la tercera gran oportunidad histórica que se nos presenta.  
La primera fue a fines del siglo pasado.  
Fue aprovechada y nos convertimos en uno de los países más avanzados.  
La segunda fue con la última guerra mundial.  
Fue desaprovechada y dejamos de ser uno de los países más avanzados.  
El aprovechar esta tercera gran oportunidad sólo depende de nosotros.  
Depende de

# un cambio de mentalidad.

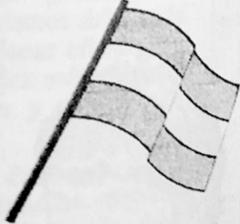


Imagen 13: *Diario Clarín* - 24 de enero de 1980

## **Tablas de observaciones**

## Tabla de observaciones con respecto a la imagen.

publicidad	Tipo de imagen y Mensaje denotado	Imagen retórica	Mensaje connotado (significados)	Relación texto/imagen
<i>Bocado de la subversión (Imagen 1)</i>	Ilustración de un par de cubiertos (un tenedor y un cuchillo), ubicados uno a cada lado de un plato que contiene un bife angosto, con la forma territorial de Argentina.	<i>Metáfora:</i> hay un desplazamiento de sentido desde el bife al símbolo país. Al mismo tiempo existe una comparación implícita entre estos dos elementos a partir de una fusión de su representación visual.	La posición de los cubiertos, de acuerdo a las normas culturales de la mesa en occidente, devela que la acción de comer está pronta a suceder (la mesa está servida). La imagen de Argentina actúa como símbolo de representación de todo el pueblo, porque no refiere a la territorialidad, sino a la construcción de país entendido como valores, costumbres, cultura, (la supuesta subversión devora el país a través de sus infiltraciones socialistas) y principalmente como símbolo que identifica a todos los ciudadanos que viven en él. Igualmente podría haberse utilizado una bandera nacional, sin embargo su sentido más abstracto, disgregaría su relación con la materialidad de la carne. La utilización de símbolos nacionales, como en este caso el esquema territorial, impone una visión nacionalista y casi fundamentalista, donde el respeto hacia esos signos significa el respeto a la patria misma. Esta idealización es propia de los rituales cotidianos impuestos por las sociedades autoritarias y responde a los mecanismos de acción del propio ejército. El bife también actúa como una desvalorización del estereotipo de país, aludiendo quizás a una forma de desprecio por parte de los supuestos subversivos.	<i>Anclaje:</i> La imagen encarrila su sentido a partir del texto de cierre. Por otro lado, la posición de los cubiertos, indicadora de que la acción de comer aún no ha comenzado, se corresponde al tiempo futuro con el cual se enuncia la frase de cierre. <i>Ser bocado</i> remite a un contexto animal, de fieras, lo que ayuda a construir la imagen de violencia de la subversión y ancla el sentido de la carne. Se establece un paralelismo entre la subversión y la acción agresiva de devorar.
<i>Felices fiestas (Imagen 2)</i>	Fotografía del rostro de un sujeto joven, con un casco de guerra, en postura casi de frente, pero con su mirada dirigida a la derecha (seudo tres cuarto perfil).	<i>Sinécdoque:</i> Hay una sustitución de la imagen completa del soldado por su rostro.	El casco devela que se trata de un soldado. La pose de frente establece una relación interpersonal con el receptor, pero al mismo tiempo, la mirada dirigida hacia la derecha, llena la imagen de sentido temporal; existe un antes y un futuro próximo. Esta alusión a la idea de futuro se vincula a un <i>por-venir</i> , un tiempo que promete siempre mejor, un progreso concebido como expansión. La edad joven del rostro, enfatizada por el gesto humano y cálido, connota ternura y humaniza la imagen militar. Al mismo tiempo es símbolo de un desarrollo prometedor, las connotaciones léxicas siempre con un futuro	<i>Anclaje:</i> la ternura connotada se relacione con la protección y el querer, dos sentimientos o valores que generalmente se dan entre sujetos con vínculos afectivos cercanos.

			<p>tantes del futuro.</p> <p>La presencia de un soldado, en lugar de un coronel o un general, connota carencia de jerarquía militar. Esto permite que el público receptor, ciudadanos de clase media y baja, se sientan identificados.</p>	
<i>Alto (Imagen 3)</i>	<p>Fotografía de un soldado de espalda levantando su brazo derecho. En un plano posterior se encuentra otro soldado con un fusil en manos y parte del frente de un auto. Y en el último plano de la imagen se visualiza un paisaje externo, con un camino y árboles.</p>	No se reconocen	<p>A través de la imagen, naturaliza una situación cotidiana del sistema de control que implementaron. Simula un mecanismo correcto, pese a que se evidencia una violación al derecho constitucional de circular libremente. La postura de los soldados connota firmeza en el accionar de las fuerzas armadas y la aparición conjunta de varios reclutas, potencia la imagen de cohesión y organización interna del ejército.</p> <p>El fusil es el elemento que remite al miedo y que otorga un poder superior por sobre la persona civil que conduce el vehículo. Es la razón para detener su marcha.</p>	<i>Anclaje:</i> el soldado en primer plano, que levanta la mano, responde al titular; su ademán es de obligación de detención, de <i>alto</i> . El texto de la bajada contribuye al objetivo específico de esta pieza, naturalizar una situación de control ajena a la sociedad e incluso al paisaje urbano y rural.
<i>Su marido en peligro (Imagen 4)</i>	<p>Ilustración humorística de tres personajes caricaturizados. Un hombre con un maletín con gesto de tranquilidad recibiendo un objeto circular (una moneda), una mujer entregando la moneda con gesto atormetado y un segundo hombre, reteniendo la acción de la mujer, con un gesto de fuerza. La situación se desarrolla en un escenario blanco y vacío.</p>	No se reconocen	<p>El hombre con el maletín responde al estereotipo de trabajador y empresario, da fe de la buena imagen de la DGI.</p> <p>La moneda representa el objeto que debe entregarse a la DGI, que de modo indirecto refiere a entregar al evasor, segundo personaje masculino. Se comprende que esta figura es el evasor por su actitud frente al inspector y a la moneda, y por su gesto y su postura se sobreentiende su negación a entregarla.</p> <p>La ironía de ser solo una moneda significa que cualquier objeto, por pequeño e inocente que parezca, puede resultar peligroso. Esto incentiva a la delación y a la enfatiza el miedo en la sociedad.</p> <p>La actitud de la mujer se relaciona con la intención de las fuerzas armadas de estimular a los ciudadanos a colaborar y participar en el sistema de control, delatando actos sospechosos. Por otro lado construye el rol de la mujer en la sociedad, cuidar a los integrantes de su familia, ocupándose de todos sus asuntos. La protagonista femenina, estimulada por un miedo dual, no duda en <i>entregar</i> a su marido. Este terror parte desde dos perspectivas: la primera es miedo a pérdidas materiales y segundo a agresión a sus intereses afectivos. (su marido puede ir preso)</p>	<i>Relevo:</i> (el texto permite avanzar la acción, da sentidos que no se encuentran en la imagen) Por ejemplo, la cara de tormento del personaje femenino remite a la posibilidad de que el marido vaya preso, se quede sin casa o sin auto, situaciones que la imagen no las muestra.

<sup>43</sup> La connotación del recurso humorístico es igual en todas las piezas pertenecientes a la campaña de la DGI.

<sup>44</sup> La connotación del escenario blanco es igual en todas las piezas pertenecientes a la campaña de la DGI.

			<p>El recurso de la caricatura y del humor gráfico, suaviza el tono imperativo de la comunicación. El género discursivo del humor esta emparentado a las costumbres populares del país, es una forma de acercarse al común de la gente. La ironía y la parodia propias del humor, son una crítica social encubierta y proponen un juego de rebelión con el que se seduce al receptor.<sup>43</sup></p> <p>El escenario blanco y vacío construye una imagen de “no lugares”, espacios que existen pero no se sabe donde; deja abierta la posibilidad que sea cualquier sitio y cualquier circunstancia. (Responde también a la simplicidad y limpieza de la comunicación expuesto en la tabla sobre composición general).<sup>44</sup></p> <p>Los personajes son gráficamente muy simples, y se asemejan a siluetas o sombras debido a su falta de detalles. Las siluetas tienden a que el público receptor se vea reflejado en ellas, hay una relación de identificación.</p>	
<i>Antihéroes (Imagen 5)</i>	Ilustración humorística de dos personajes. Uno vestido con casco de bombero y sosteniendo una manguera, con gesto sorprendido e inocente. Un segundo personaje riéndose sarcásticamente cortando con una tijera la manguera por detrás del bombero. La situación se desarrolla en un escenario blanco y vacío.	<i>Contraria:</i> Contraposición de dos personajes con características diferentes. A partir de la oposición pueden percibirse mejor las peculiaridades de cada uno.	<p>La contraposición que genera la figura retórica responde a la idea de dos bandos, teoría de <i>guerra interna</i> sostenida por el gobierno y muchas instituciones nacionales a lo largo de la historia. Los supuestos <i>buenos</i> contra los supuestos <i>malos</i>. Los gestos delimitan la pertenencia de cada personaje a cada grupo. El gesto inocente corresponde a los buenos y el gesto sarcástico a los malos. La actitud de cortar la manguera connota la interrupción de trabajo, el egoísmo del personaje (que se explicita en el contenido de la bajada de texto). Su accionar es <i>por la espalda</i>, encubierto y esta modalidad en la acción alude a la clandestinidad de las organizaciones guerrilleras.</p> <p>La imagen que utiliza para representar a los buenos es la de un bombero, un héroe cotidiano que se arriesga por el prójimo, antítesis del egoísmo con el que caracteriza al evasor. Se advierten claramente referencias a los componentes militaristas, basados en el coraje y la valentía.</p>	<i>Anclaje:</i> El titular antihéroe refiere a la actitud del segundo personaje. La utilización de la palabra Antihéroe supone la existencia de un Héroe por el obvio juego de opuestos. Mantiene coherencia con su discurso bipolar presente en casi todas las comunicaciones.
<i>Señalar al culpable (Imagen 6)</i>	Ilustración humorística de tres personajes. Uno de ellos con un portafolio de la DGI y un gesto sorprendido. El segundo, con gesto asustadizo, señala al tercero que se encuentra ubicado a la izquierda del primer personaje.	No se reconocen	<p>El gesto del personaje que señala remite a la acción de delatar. Además se encuentra del mismo lado que el inspector lo cual evidencia la necesidad de que los ciudadanos colaboren con el estado y sean piezas del sistema de control implementado.</p> <p>La pose de su mano es la que materializa este papel, demuestra que cumple con su supuesta obligación.</p> <p>El dedo índice señalando es un símbolo altamente ritualizado en todas</p>	<i>Anclaje:</i> El titular refiere a la actitud que realiza el personaje más pequeño. Resalta esta acción en el titular a modo de avalarla como válida, correcta y positiva. Apela a que la frase se popularice como un mecanismo cotidiano y como una obligación imposible de desatender.

	hacia la derecha a los otros dos, y lleva en sus manos una pila de objetos circulares (monedas). La situación se desarrolla en un escenario blanco y vacío.		los dispositivos de disciplina y posee un doble significado. Desde el punto de vista de quién realiza la acción de señalar, representa un mecanismo de control y de poder. Desde la perspectiva de quién es señalado, significa que ha cometido una falta, que ha desobedecido a una orden irrenunciable y por ello merece el castigo o la condena social. Apunta a que el sujeto se auto recrimine, se sienta en falta moral. El evasor se presenta como un sujeto sin salida. Su postura delata que no tiene escapatoria e incluso, se encuentra casi fuera del margen de la misma composición publicitaria. Se resguarda detrás de las mismas monedas porque es cobarde.	
<i>El padrino</i> (Imagen 7)	Ilustración humorística de un personaje vestido de forma lujosa, con smokin, anillo en la mano, fumando un habano, sentado en un sillón con detalles refinados frente a una mesa. La situación se desarrolla en un escenario blanco y vacío.	<i>Metáfora:</i> desplaza el sentido del evasor al símbolo del padrino, personaje fílmico altamente popular; razón por la cual su representación gráfica ha tomado carácter de símbolo.	Compara implícitamente al evasor con el estereotipo del famoso mafioso del film <i>El Padrino</i> , a través de signos comunes. Comparte con esta representación casi universalizada de mafioso, la vestimenta elegante tipo smokin, el cigarro o habano, la postura, la presencia de un sillón de clase, y la actitud y gesticulación de superioridad.	<i>Anclaje:</i> la imagen y el titular dejan en claro que el evasor es un mafioso.
<i>Sólo para delincuentes</i> (Imagen 8)	Ilustración humorística donde se caricaturiza y humaniza un tanque de guerra, con gesto de vigilancia, con un balde y un pincel en sus manos, pegando carteles-afiches de <i>buscado</i> en la pared. La situación se desarrolla en un escenario blanco y vacío.	<i>Personificación:</i> el tanquecito de la DGI es un objeto inanimado que toma características humanas.	La acción de pegar afiches de <i>buscado</i> remite a un estereotipo de persecución y búsqueda propia de los cowboys del oeste de EEUU. Esta metáfora resignifica una circunstancia de ficción, llevándola a la realidad y, connota un ente del estado que controla los movimientos de quiénes pueden infringir su ley, la única ley posible. Pero el objetivo no es solo recalcar la condena establecida por la propia legalidad del estado, sino que aluden a lograr la condena social del evasor exponiéndolo en el espacio público, la calle, con esta supuesta pegatina de afiches. El tanque de la DGI personifica al control de las fuerzas armadas, humaniza y naturaliza su imagen en la vida cotidiana. Se utiliza un elemento de guerra de peso, que sugiere presencia, estabilidad y firmeza. Un tanque de guerra tiene más poder q una persona o que un arma. Es un claro ejemplo de su pretensión de afianzar ideales de dominio y de exterminio. Por otro lado, este tipo de representación sustenta la racionalidad técnica característica de todos sus discursos.	<i>Anclaje:</i> el titular explicita la búsqueda de la DGI. El evasor es un delincuente.

			El gesto que mira de reojo responde a la vigilancia, estar al acecho de quién busca.	
<i>Hecha la trampa, hecha la ley. (Imagen 9)</i>	Ilustración humorística de un tanque de guerra humanizado, con una jaula en sus manos por encima de un segundo personaje, que utilizando una red, <i>símil caza mariposas</i> , intenta capturar un objeto con la leyenda país.	<i>Personificación</i> : el tanquecito de la DGI es un objeto inanimado que toma características humanas. <i>Metáfora</i> : la jaula refiere a la cárcel.	La representación de los entes públicos, como en este caso la DGI a través de un elemento de guerra, remite a la intervención cotidiana de las Fuerzas Militares como aseguradoras del orden. El segundo personaje remite a la figura del evasor, que intenta esquivar sus obligaciones encerrando al propio país. La jaula que sostiene el tanquecito es más resistente materialmente a la red del evasor. Connota una relación de poder y jerarquía. Incluso la jaula está más alta que la red del evasor. El personaje aún no está <i>enjaulado-encarcelado</i> . Implícitamente tiene una mínima posibilidad de evitar el hecho, porque al mismo tiempo la dinamita no ha sido explotada. Es un personaje que puede disciplinarse. La prisión o la privación de su libertad, como corrección de su falta, está representada ante la inminente posibilidad de ser encarcelado. Por otro lado avala como correcto la opresión del estado sobre el ciudadano. Por el solo hecho de cumplir la ley, su ley, la DGI puede violar el derecho de la libertad, paradójicamente utilizando los mismos métodos que el supuesto evasor utiliza para con el país.	<i>Anclaje</i> : la trampa refiere al evasor que intenta engañar al país y la ley al tanquecito encargado de hacer cumplir la nueva ley sancionada para evasores. En el titular utiliza un dicho popular pero alterando su estructura sintáctica. El original es <i>hecha la ley, hecha la trampa</i> . Invierte el sentido aludiendo a que es el evasor quién construye su propia trampa. En la bajada, utiliza reiteradamente la palabra arma, luchar, destruir, poner entre rejas; las mismas prácticas de castigo que se utilizaban con los subversivos. De este modo relaciona al evasor con el subversivo.
<i>Sabotaje (Imagen 10)</i>	Ilustración humorística. En primera plana el mismo jarrón con la leyenda país que aparece en la imagen anterior, con una dinamita TNT dentro. En un segundo plano, un personaje con un detonador a punto de hacer explotar la bomba TNT.	No se reconocen.	La bomba de TNT es un recurso muy utilizado por la supuesta guerrilla. Histórico y socialmente la bomba está vista como un símbolo de rebelión, de barricada. La utilización de este signo establece una relación directa entre la imagen de evasor y la concepción de subversivo. La acción de dinamitar el país por parte del <i>evasor-subversivo</i> , se vincula a la intención de las fuerzas armadas de mostrar al subversivo como un enemigo interno.	<i>Anclaje</i> : <i>sabotaje</i> es una acción destinada a debilitar un enemigo mediante la subversión, la obstrucción, la interrupción o la destrucción de material. En este caso, el evasor es considerado enemigo del país y de allí su acción destructiva con la bomba TNT.
<i>Los argentinos somos derechos y humanos. (Imagen 11)</i>	Calcomanía de una bandera argentina con forma simbólica de corazón.	No se reconocen	Utiliza el estereotipo de representación de un corazón. Este símbolo cultural ha heredado una pesada tradición en todas las fronteras internacionales, lo cual hace más masiva la comunicación. Su forma es una connotación del sentimentalismo que roza el límite de lo explícito. Su fusión con la bandera nacional encausa el sentido de la pieza, entendiendo que ese amor es hacia la patria	<i>Anclaje</i> : El texto tiene por objetivo mejorar la imagen desvalorizada del país y allí su relación al corazón fusionado con la bandera. Con un tono contestatario, responde a la supuesta <i>campana anti argentina</i> que los militares intentaron imponer

			La utilización de este emblema nacional tiene el mismo sentido que el esquema territorial en el caso de la imagen 1. Hay una imposición de los símbolos patrios como aseguradores del respeto al país; como si fueran condicionantes para la unidad nacional. Por ser una campaña internacional (ya que esta destinada principalmente a todos los extranjeros llegados a Argentina por el mundial) los colores de la bandera, permiten que sea una comunicación de fácil decodificación, puesto que las banderas son los emblemas más recurrentes para remitir a un país determinado.	como forma de librarse de los constantes reclamos de las organizaciones de derechos humanos, por el uso de su macabro sistema de represión ilegal.
<i>Grandes problemas 1 (Imagen 12)</i>	No posee imagen.	No se reconocen	Ninguna	(Puede analizarse la relación del texto con respecto a la composición general, explicada en la tabla N°3). <i>Anclaje:</i> La enumeración, como eje central de sentido de la pieza publicitaria, queda evidente en los tres últimos puntos donde habla de la longitud de la lista.
<i>Grandes problemas 2 (Imagen 13)</i>	Puede considerarse que tiene dos imágenes. Una conformada por una serie de rectángulos redondeados que contienen una mano en posición diferente cada uno y una segunda imagen de estilo icónico, de una bandera argentina junto a la comunicación de cierre.	<i>Secuencial:</i> .Existe una repetición de imágenes morfológicamente similares y temporalmente en evolución.	La secuencialidad de los cuadros de las manos refiere a un conteo. Al igual que otras piezas ya analizadas, la bandera vuelve a aparecer como símbolo de nacionalismo y patriotismo. Su pertinencia es discutible, no por la temática del aviso publicitario, sino por la disposición forzada en el plano. Esto demuestra, la exacerbación del gobierno por manifestar un sentir patriota, una unidad nacional consolidada y un código compartido entre ciudadanos y autoridades.	<i>Anclaje:</i> las manos responden al conteo de los cinco problemas con los que cuenta el mundo de los que habla el titular. Inclusive esta relación se enfatiza en el modo de enumerar los problemas, uno por debajo de cada cuadro.

Tabla de observaciones con respecto a la tipografía.

publicidad	Familias/características	connotación tipos (s/ clasificación de familias)	variables tipográficas	connotación tipos (s/ variables tipográficas)
<i>Bocado de la subversión (Imagen 1)</i>	Familia tipográfica de tipo incisas. Se evidencian remates triangulares pequeños. Trazo con escasas modulaciones y trazos geométricos de relevancia. Tipografía simple y sin ornamentos.	Clasicismo modernizado.	<i>De peso:</i> negrita para todos los textos. <i>De caja:</i> mayúsculas para el titular. Minúscula para el texto de cierre. <i>Figura:</i> redonda. <i>Proporción:</i> regular.	La negrita conjugada con la mayúscula, en el caso del título, alude a un grito, a una orden. Acompaña a la función enunciativa del texto, que es imperativa y persuasiva.
<i>Felices fiestas (Imagen 2)</i>	Familia tipográfica de lineales moduladas. Trazos gruesos con modulaciones, pero sin serif. Constituidas a partir de formas básicas. Presentan poco contraste en sus trazos y son muy legibles.	Modernismo elegante. Por tratarse de fuentes de palo seco connotan claridad y austeridad, sin embargo la modulación del trazo, quiebra la frialdad y hace más libre el diseño. La sencillez de sus formas remite a la funcionalidad, coherente a la comunicación tecnicista propia de la publicidad. La modulación es una herencia de las romanas, por lo cual	<i>De peso:</i> negrita para el texto de cierre. Romana para el primer texto. <i>De caja:</i> todo el texto está compuesto en mayúsculas. <i>Figura:</i> redonda en toda la composición. <i>Proporción:</i> regular en todos los textos, pese a que la fuente utilizada tiene una tendencia a ser condensada.	El abuso de mayúsculas remite a una comunicación extremadamente monótona y estructurada. A través de esta variable queda alterado el ritmo de lectura. La falta de ascendentes y descendentes propias de las minúsculas, estructuran un ritmo constante. La utilización de una fuente regular, con tendencia condensada, remite a un contexto puramente publicitario. Afirma los estereotipos estéticos propios de la revolución industrial, presentes y muy vigentes en este período.

<i>Alto (Imagen 3)</i>		nal. Los trazos gruesos son sinónimo de fuerza y estabilidad, algo complejo de derribar; son tipografías con temperamento.	<i>De peso:</i> negrita para el titular y el slogan. Marca la jerarquía en la lectura de la información. <i>De caja:</i> mayúsculas para el titular y el slogan. Minúscula para el texto de cierre. <i>Figura:</i> redonda en toda la composición. <i>Proporción:</i> regular en todos los textos, pese a que la fuente utilizada tiene una tendencia a ser condensada.	Hay una conjugación significativa de dos <i>variables tipográficas</i> : de peso y de caja. Las dos alteraciones puestas simultáneamente en escena, sugieren un grito, una orden estricta; al mismo tiempo que establecen distanciamiento entre los actores de la comunicación. Además representa el modo en el que se establecen las comunicaciones dentro de las fuerzas armadas. Generalmente el grito impartido es sinónimo de autoridad y jerarquía y, por lo tanto, tiene como objetivo principal el disciplinamiento de quién la recibe. Su función desde lo gráfico, es llamar la atención para detener la mirada. Hay una preponderancia del impacto por sobre la estética.
<i>Campaña DGI (Imagen 4 a Imagen 10)</i>	Familia tipográfica de lineales moduladas.	Modernismo elegante.	Poca utilización de recursos tipográficos de las variables. <i>De peso:</i> negrita para el titular. <i>De caja:</i> Minúscula en toda la composición y uso correcto de las mayúsculas (Inicio de oraciones y nombre propios). <i>Figura:</i> redonda en toda la composición. <i>Proporción:</i> regular en todos los textos. Para las palabras o frases destacadas utiliza comillas como diacrítico.	La negrita conjugada con un cuerpo tipográfico mayor al del texto corrido, destaca la función de titular. El ahorro en el uso de variables responde coherentemente a la simplicidad de toda la composición.
<i>Los argentinos somos derechos y humanos. (Imagen 11)</i>	Familia tipográfica de lineales moduladas con influencias de la familia de las lineales geométricas. Morfológicamente cada letra recurre a figuras geométricas básicas como la recta y el círculo, sin embargo presentan modulaciones leves notorias en el caso de la “h”, “n” y “a”.	Modernismo elegante. Por influencia de las lineales geométricas también connotan el modernismo, el funcionalismo y la industria. Son familias muy austeras. El ascetismo de este diseño responde al significado de la leyenda escrita.	<i>De peso:</i> negrita. <i>De caja:</i> Minúscula en toda la composición y uso correcto de las mayúsculas (Inicio de oraciones y nombre propios). <i>Figura:</i> redonda en toda la composición. <i>Proporción:</i> regular en todos los textos.	El objetivo del uso de la <i>negrita</i> es sobrevalorar el impacto de esta frase significativa. Por otro lado, pretende hacer más visible y legible un texto, que por el formato y tamaño de la pieza, no permite aumentar el cuerpo tipográfico. La intención es que el texto se pueda leer a distancia y en un instante reducido de tiempo.
<i>Grandes problemas 1 (Imagen 12)</i>	Familia tipográfica de tipo incisas. Se evidencian remates triangulares negros	Clasicismo modernizado.	<i>De peso:</i> negrita en el copete, el titular y el texto de cierre. Remate para los textos de	El uso de variables responde a leyes de diseño consideradas editorialmente correctas. La utili

	ños. Trazo con escasas modulaciones y trazos geométricos de relevancia. Tipografía simple y sin ornamentos.		lectura corrida, (los ítems). <i>De caja:</i> Minúscula en toda la composición y uso correcto de las mayúsculas (Inicio de oraciones y nombre propios). <i>Figura:</i> redonda en toda la composición. <i>Proporción:</i> regular en todos los textos.	zación de las variables de peso, ayuda al establecimiento de las jerarquías de información. Su uso refuerza los recorridos de lectura y otorga a cada componente, su propia razón de ser, su naturaleza inherente. Por ejemplo, el titular no sería codificado como tal, sin la alteración de su peso en relación al texto regular.
<i>Grandes problemas 2 (Imagen 13)</i>	Reales o de Transición, por la verticalidad de su eje, la horizontalidad del asta de la “e”, por sus trazos terminales angulosos y su modulación media. Sin embargo esta fuente hereda algunas características de las Didonas, porque en algunas letras, como en las mayúsculas, los contraste son abruptos.	Connotan un preciosismo en la gama de las romanas tradicionales. Por influencia de las Didonas connotan dignidad, austeridad y frialdad.	<i>De peso:</i> negrita en todos los textos. <i>De caja:</i> Minúscula en toda la composición y uso correcto de las mayúsculas (Inicio de oraciones y nombre propios). <i>Figura:</i> redonda en toda la composición. <i>Proporción:</i> regular en todos los textos.	La <i>variable de peso</i> con la simultánea alteración del cuerpo tipográfico, esclarece la información relevante. Pese a que su estructura general, analizada más adelante, no es sumamente ordenada, el manejo de variables permite otorgarle mayor legibilidad. No hay uso de cursivas, con la intención de no suavizar el tono de la lectura.

### Tabla de observaciones con respecto a la estructura compositiva general.

publicidad	Estructura general	Connotación estructura.
<i>Bocado de la subversión (Imagen 1)</i>	Una columna. Alineación central de la imagen con respecto a los textos. Título en caja con segunda línea de la bajada. La alineación central de los textos responde al eje vertical que divide el espacio de dos sectores con pesos visuales similares, donde el esquema territorial de la argentina queda dividido en dos superficies similares. Tres campos compositivos: Superior titular, central imagen e inferior bajada.	Orden estricto. Sumisión de todos los elementos a la estructura planteada. Comunicación estructurada bajo matrices racionalistas. Se vincula a un imaginario técnico.

<i>Felices fiestas (Imagen 2)</i>	Una columna. Alineación central de los textos. Dos campos asimétricos. Superior predominante para la imagen e inferior para el discurso lingüista. La composición general es coherente respecto a la composición de la imagen, responden a un eje central vertical que divide la pieza publicitaria en dos partes con pesos visuales similares.	Orden estrito. Armonía entre los elementos. Sumisión de la pieza a las leyes de diagramación más ortodoxas.
<i>Alto (Imagen 3)</i>	Dos columnas. Utilización de la columna izquierda para la contención de los textos. Columna derecha libre para no interferir con la imagen. (Podría pensarse que se supo en que lugar de la página del diario iba a ser publicada la pieza, y por eso se colocaron los textos a la izquierda, dado que es el lugar más visible. El derecho, contra el margen, pierde impacto.) La caja de texto es ordenada y su recorrido de lectura es estándar, donde es evidente la función de cada uno de los elementos que la constituyen.	La disposición de los elemento no tiene un sentido específico. Responde a una funcionalidad en la lectura de acuerdo al espacio de publicación en el diario. Pese al equilibrio asimétrico connota orden y organización. El peso de las cajas de textos, queda equilibrado en relación a los claroscuros que presenta la fotografía.
<i>Campaña de la DGI (Imagen 4 a Imagen 10)</i>	Una columna. Alineación central. Dos campos de composición proporcionalmente simétricos. Superior: imagen, inferior: mensaje lingüístico y cierre del logotipo. Simplicidad de recursos y síntesis en la utilización de los elementos compositivos. La estructura es de tinte minimalista, coherente con las imágenes utilizadas, que más allá de algunos detalles propios del estilo, ahorra elementos hasta la concepción de un fondo vacío, y un tanto estéril.	El minimalismo responde a un paradigma artístico moderno surgido a consecuencia del desarrollo tecnológico e industrial. Revela funcionalidad y orden. Hay una supresión de elementos banales que puedan disgregar el verdadero sentido de la imagen. La funcionalidad es inherente a la naturaleza militar y da cuenta de un ideario técnico-político presente en todas las comunicaciones.
<i>Los argentinos somos derechos y humanos. (Imagen 11)</i>	Los textos aparecen sueltos y desalineados entre sí, adaptándose a la forma de corazón de la pieza.	La estructura no aporta un sentido específico a la pieza. Su diagramación responde a una necesidad de espacio, para lograr la legibilidad de las tipografías. La frase que expone es lo suficientemente significativa para comunicar la idea, para atraer y retener la atención de los receptores. Al igual que en las observaciones respecto a la tipografía, se prevalece el impacto y la legibilidad por sobre el sentido específico de la diagramación.

<p><i>Grandes problemas 1</i> (Imagen 12)</p>	<p>La composición se divide en tres campos. Uno superior delimitado por un contenedor negro, donde aparece el copete y el titular. Un segundo campo dividido en tres columnas del mismo ancho y separadas con el mismo medianil, donde aparece una lista de ítems. Un tercer campo inferior correspondiente al texto de cierre.</p> <p>La alineación es central excepto en los ítems que se alinean en bandera izquierda y se separan uno de otro con un salto de párrafo.</p> <p>Los espacios blancos son muy armónicos entre sí y con respecto al peso determinado por las cajas de textos. Si bien la pieza publicitaria contiene abundante información, es “aireada” y muy ordenada. El titular queda destacado por presentarse calado sobre un contenedor negro de gran impacto visual. Sin embargo los textos de corrido conservan su versión positiva para asegurar la legibilidad.</p>	<p>La estructura remite a una comunicación tecnicista, símil manual de normas. La información expuesta de manera ordenada sugiere más autoridad y legitimidad. Incluso los ítems poseen la misma sintaxis y comienzan como un reiterado porque, enfatizando el mecanismo de repetición propio de las enumeraciones. El ordenamiento tipo lista insinúan una serie de tareas aún no resueltas, pero posibles.</p> <p>Toda la pieza se ajusta a las leyes de composición editoriales y de legibilidad tipográfica, lo que la convierte en una pieza totalmente “correcta”.</p>
<p><i>Grandes problemas 2</i> (Imagen 13)</p>	<p>De todas las piezas analizadas es la excepción al orden y minimalismo estricto. Hay una sobreabundancia de recursos, los recorridos de lectura no están bien delimitados y las jerarquías de la información se entremezclan. Hay coherencia respecto a las alineaciones de las cajas de texto, todas responden a una bandera izquierda. Sin embargo no hay orden de columnas y los espacios blancos son asimétricos.</p>	<p>No se reconoce una connotación específica.</p>

**Análisis:** Estrategias discursivas visuales  
y publicidades oficiales

## 1. El valor del orden y del progreso.

El orden y el progreso fueron causa de estado. Las primeras circulares y decretos de los militares se encargaron de delimitarlos como objetivos básicos de su proceder. Inclusive el nombre que se auto confirieron, *Proceso de Reorganización Nacional*, revela claramente su aparente propósito. En los primeros días de dictadura, los diarios y medios de comunicación manipulados a través de la censura, publicaron falsarios méritos acerca de un gobierno que comenzaba a reestructurar la armonía en la vida cotidiana. La publicidad siguió los mismos pasos y mantuvo latente esta estrategia a través de todo el período.

El primer vestigio gráfico de orden se evidencia en la repetida utilización de elementos de diagramación sistemáticos y en el acatamiento a leyes de diseño ortodoxas. La *grilla constructiva* aparece en todas las piezas analizadas, y en la mayoría de los casos, todos los componentes gráficos se encuentran estrictamente sometidos a ella. No hay elementos que quiebren la diagramación de columnas o que desarticulen la *alineación*, generalmente dominante en un solo estilo.

Las piezas responden habitualmente a una estructura armónica; si bien encontramos simetrías y asimetrías, el equilibrio es un factor siempre perceptible. En la *campana de la DGI*, un eje vertical central determina dos planos con pesos visuales similares, coherentes con la alineación central de las cajas de textos, al igual que en las imágenes N° 1 y 2 donde se repite el mismo criterio. En el caso de la imagen N° 3, *Alto*, el *equilibrio* es asimétrico. Las cajas de texto quedan armonizadas por el tipo de encuadre de la fotografía. Si bien el mensaje lingüístico se encuentra concentrado en la columna derecha, se complementa con la predominancia de blanco en la franja izquierda de la fotografía. Es decir, el texto calado en blanco se armoniza por el claroscuro de la imagen.

Los *recorridos de lectura* son *estándar*. Queda claro el espacio y la función del titular, la bajada de texto reforzando el sentido de la imagen y la frase de campaña a modo de cierre. Cada elemento conserva su función y su lugar correspondiente. Un ejemplo es la imagen N° 1, *Bocado de la subversión*, diagramada en tres campos compositivos fácilmente identificables: superior titular, central imagen e inferior bajada o copy.

La pieza N° 12, *Grandes Problemas*, posee una gran cantidad de texto pero es fácil de decodificar; dado que sus elementos se encuentran metódicamente organizados. El copete y el titular aparecen calados en el contenedor superior, el cuerpo del texto se encuentra en el

plano central dividido en tres columnas de iguales dimensiones, e inferiormente aparece el texto de cierre. La estructura remite a una comunicación tecnicista, símil manual de normas. La información expuesta de manera ordenada sugiere autoridad y legitimidad. Los ítems del cuerpo de texto poseen la misma sintaxis; comienzan con un reiterado *porque* enfatizando el mecanismo de repetición propio de las enumeraciones. La sistematización *tipo lista* insinúa una serie de tareas aún no resueltas pero posibles, y al mismo tiempo connota una visión unilateral en la manera de actuar, nombrar y pensar.

El orden también se observa en la simplicidad de recursos y en la síntesis de elementos compositivos. La *campana de la DGI* es de tinte minimalista, coherente con las ilustraciones que utiliza, que más allá de algunos complementos propios del estilo, ahorran detalles hasta la concepción de un fondo vacío e instrumental. Hay una supresión de elementos banales para no disgregar el verdadero sentido de la imagen.

El minimalismo, paradigma surgido a consecuencia del desarrollo tecnológico e industrial, confiere al diseño un sentido de funcionalidad y orden inherente a la naturaleza militar, y da cuenta de la fortaleza de un imaginario técnico-político presente en todas las comunicaciones.

Más allá del esqueleto donde se sustenta la diagramación, hay otros recursos que refuerzan coherentemente este sentido modernista y minimalista. Anteriormente se expuso, que cuando un diseñador realiza la elección de una *familia tipográfica*, debe tener en cuenta su pertinencia de acuerdo a lo que desea comunicar, porque la tipografía, como todo elemento constitutivo del discurso visual, interactúa y aporta sentido al mensaje.

Las familias tipográficas utilizadas en la mayoría de las piezas tienen un diseño austero, de trazos simples, sin ornamentos y frecuentemente de estilo geométrico. Varían desde las *Incisas, las Lineales o de Transición*, sin embargo casi todas están desprovistas de remates. Las imágenes N° 2 *Felices Fiestas* y N° 3 *Alto*, están diagramadas con tipografías de la familia de las *Lineales Moduladas*, poseedoras de un diseño muy aséptico y sencillo, pero a la vez temperamentales dado el grosor de sus trazos. En la imagen N° 11, *Los argentinos somos derechos y humanos*, se utiliza una fuente influenciada por las *Lineales Geométricas*, ya que todas sus letras se adaptan morfológicamente a figuras básicas como el círculo y el rectángulo.

La síntesis también abarca la edición de las *variables tipográficas* en los textos. No hay sobreabundancia de alfabetos y la función diacrítica está correctamente utilizada con un único recurso. Incluso ninguna de las piezas analizadas utiliza *cursivas o itálicas* ya que su caligrafía, un tanto flexible, intimista y débil, podría perjudicar su ambición de aludir a una estructura fuerte y estable. Del mismo modo, las manchas de texto quedan en general regidas por una única alineación. Los textos respetan una direccionalidad modelo, no hay utilización de cajas inclinadas o palabras verticales que requieran un ejercicio de lectura más complejo.

Todas estas estrategias del discurso visual buscaron transmitir la voluntad del gobierno de connotar una imagen pública transparente y organizada, que hiciera indiscutible su auto proclama como *Fuerzas del Orden*. Necesitaban demostrar que el nuevo gobierno estaba

logrando aplacar el caos desatado en los años previos a la dictadura, porque era la justificación de su presencia y permanencia en el poder. Políticamente las Fuerzas Armadas se posicionaron como las únicas capaces de asegurar la armonía en la vida cotidiana y solucionar una situación, que se presentaba ingobernable y amenazaba con convertirse en el derrumbe de la Nación. Ante esta perspectiva, el tecnicismo fue utilizado con la intención de reforzar un modernismo progre. El gobierno fundamentó en la técnica y en la tecnología una evolución a un futuro que promete siempre mejor; un progreso entendido como expansión. Promovió ideales pragmatistas, eficientistas y modernizantes.

Paula Guitelman expone que *el imaginario técnico se constituye antes que nada por paradigmas de racionalidad, cosmovisiones*<sup>45</sup>. Debe ser pensado como complejas matrices culturales forjadoras de sentimientos, sensibilidades, imaginaciones colectivas, identidades y modos de actuar, distinguiéndoselo así de los propios artefactos tecnológicos que, en sí mismos, no corresponden a este concepto. Si bien estos artefactos son especie de interfaces de las cuales se vale el sujeto para reconstruir su imaginario de realidad, lo que aquí interesa indagar es la matriz *socio-política técnica* que dio sentido a los fenómenos sociales sucedidos. Los militares persuadieron a la construcción de un imaginario tecnicista por considerar a la técnica en sí misma neutral. Sin embargo, la crítica reside en que jerarquizaron la técnica sobre la voluntad y el sentir del sujeto. El tecnologismo, al no dejar lugar a otras formas posibles de relación con el mundo, se vuelve una ideología totalitaria, que solo deja la opción de una aceptación pasiva.

La necesidad de impresionar en orden, también fue fundamento para forjar la propia imagen de las Fuerzas Militares. Más allá de una respuesta al contexto, intentaron transmitir armonía y organización interna, pese a las muchas discrepancias que existían en los altos mandos, sobre todo entre Videla y Massera. Por ejemplo en la publicidad N° 3, la aparición conjunta de varios soldados revela un accionar coordinado, potencia una imagen de cohesión en el ejército. Como sostiene Foucault *la unidad se convierte en una especie de máquina de piezas múltiples que se desplazan las unas respecto de las otras*<sup>46</sup>, y esta posibilidad de comparación con una maquinaria, descubre objetividad, perfección en el funcionamiento y calca los mismos pilares del tecnicismo explicado arriba.

Pilar Calveiro agrega que *hay un estrecho contacto entre las formas de dominación externas e internas. El poder que disciplina se disciplina de una manera tan brutal como para internalizar, hacer carne aquello que se imprimirá sobre el exterior*.<sup>47</sup> Entonces puede pensarse, que la impresión del orden interno fue una maniobra forzada para legitimarse como una institución coherente al modelo que intentaban imponer en la sociedad.

Las ideas desarrolladas hasta aquí, pueden sintetizarse y justificarse, a partir de un pequeño fragmento de noticia publicado el 5 de marzo de 1976 en el diario La Nación, medio caracterizado por una tendencia editorial oficialista. El artículo, titulado *Lo que termina y lo que*

<sup>45</sup> Guitelman, Paula. La infancia en dictadura. Modernidad y conservadurismo en el mundo del Billiken. Buenos Aires, Argentina: Prometeo 2006.

<sup>46</sup> Foucault, Michel. Vigilar y Castigar. Nacimiento de la prisión. Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno Editores 2002.

<sup>47</sup> Calveiro, Pilar. Política y/o violencia. Una aproximación a la guerrilla de los años 70. Buenos Aires, Argentina: Grupo Editorial Norma 2005.

*comienzo sostiene que se necesitan planes sólidos para facilitar la rehabilitación material y moral de una comunidad herida por demasiados fracasos y dominada por un excepticismo contaminante. Precisamente por la magnitud de la tarea por emprender, la primera condición es que se afiance en las Fuerzas Armadas la cohesión con la cual han actuado hasta aquí*<sup>48</sup>.

Esta constante demanda de orden parte, además, de un temor al conflicto, a la potencial amenaza. La necesidad de espacios transparentes, en los que nada se encuentre oculto ni haya obstáculos a la mirada o el movimiento, son los espacios que buscan construir quienes tienen por función la vigilancia y el control. Quizás esta idea permita explicar la redundante aparición de espacios blancos y vacíos en las piezas pertenecientes a la campaña de la DGI. La presencia de estos *no lugares* es una exclusión gráfica que tiene una intención. Los blancos no son espacios silenciosos, por el contrario, como testifica Guitelman, *brindan nuevos marcos de comprensión que resignifican lo efectivamente enunciado*<sup>49</sup>. Omitir objetos que contextualicen el paisaje urbano es un modo de destruir conceptualmente el espacio público, porque es ahí donde generalmente se producen los conflictos y rebeliones sociales.

No debemos olvidar que la calle es históricamente testigo de revueltas y manifestaciones sociales. El accionar de los grupos de izquierda, más allá de su clandestinidad y su guerrilla rural, actuaba en el ámbito público, no solo dejando rastros en los muros del espacio urbano sino también en instituciones como universidades, ex sedes de partidos políticos, organizaciones de derechos humanos, etc.

---

<sup>48</sup> Lo que termina y lo que comienza. Diario La Nación. 1976. Marzo, 25. N° 37 468 Año 107.

<sup>49</sup> Guitelman, Paula. La infancia en dictadura. Modernidad y conservadurismo en el mundo del Billiken. Buenos Aires, Argentina: Prometeo 2006.

## 2. Humanización y naturalización de la imagen militar.

Luego de comenzado el gobierno militar, y ante la evidencia del funcionamiento de un sistema represivo ilegal que estaba cobrándose miles de víctimas, se instauró una necesidad de humanizar la imagen del régimen y la de todos sus actores. Como sostiene Guitelman: *Existió toda una actitud tendiente a hacer de los afectos un arma política, mostrándose a los personajes del “Proceso” en su calidad humana, en una destacada condición de seres tiernos que ocultaban la dictatorial detención del poder político. Una estrategia destinada a mostrar a los militares como buena gente que no tuvieron otra opción que tomar el poder por las armas.*<sup>50</sup>

La publicidad de *Felices Fiestas*, (imagen 2) publicada en Clarín en diciembre de 1977, evidencia dicha estrategia. A través de los textos valoriza la actividad de los soldados, que ya no son meros personajes de guerra, sino personas predisuestas a la protección de las familias y guardianes de la paz del país.

La fotografía se desliga de los estereotipos de representación recurrentes, en los cuales los militares aparecen como hombres de postura firme, con fusil en mano y vista al frente; en un intento de suavizar la imagen ruda formada históricamente en el imaginario colectivo. A través del recurso retórico de la *sinécdoque*, sustituye la imagen completa del soldado por su rostro. Esta estrategia ayuda a encubrir casi por completo que se trata de un soldado; no con la intención de ocultar los indicios de su participación en las Fuerzas Armadas, sino porque remitir a un plano completo dejaría al descubierto un uniforme masificado e insensible. Por otro lado, permite poner en relieve el verdadero sentido de la imagen; acentuar un rostro joven, con mirada *inocente*, gesto compasivo y tierno.

La postura de frente establece una relación interpersonal con el receptor, pero al mismo tiempo, la mirada dirigida hacia la derecha llena la imagen de sentido temporal, existe un antes y un futuro cercano. Esta alusión al futuro coincide con la idea expuesta anteriormente sobre el *por-venir*, sobre ese progreso expansivo y prometedor. El rostro joven, representante de las generaciones futuras, también encarna esa temporalidad vanguardista que vislumbra crecimiento próximo y verdadero.

No es casualidad que la fotografía muestre un recluta en lugar de un general o un comandante, porque implícitamente, su rango militar carente de jerarquía lo concibe socialmente

---

<sup>50</sup> Guitelman, Paula. La infancia en dictadura. Modernidad y conservadurismo en el mundo del Billiken. Buenos Aires, Argentina: Prometeo 2006.

más emparentado a las clases bajas y medias, estratos sociales que se intentaba persuadir con el mensaje.

Qué insinuación más clara de esta necesidad de humanizar a los militares, que encontrar un corazón que grita que *Los Argentinos somos derechos y humanos*. Y como si esta frase, profundamente significativa resultara insuficiente, el formato de la calcomanía corresponde a un símbolo cultural que ha heredado una pesada tradición en todas las fronteras internacionales. Su forma es una connotación del sentimentalismo que roza el límite de lo explícito. La fusión del corazón con la bandera encauza el sentido de la pieza, entendiendo que ese amor es hacia la patria, hacia los valores nacionales, que más adelante serán expuestos detalladamente.

Entre la imagen y el texto existe una función de *anclaje*. El lenguaje verbal tiene por objetivo mejorar la imagen desvalorizada de país, y a través de un tono contestatario, responde a la supuesta campaña anti-argentina que los militares inventaron para evadir los constantes reclamos de las organizaciones de derechos humanos por el uso de su macabro sistema de represión ilegal.

Otro ejemplo concreto son las sucesivas *personificaciones* del *tanquecito de guerra* que aparecen en la campaña de la DGI. Un objeto inanimado toma características humanas con la intención de atribuirle sentimientos y actitudes propias del hombre. Aquí se conjuga la racionalidad técnica propia del discurso militar y la necesidad de docilitar una concepción ruda del gobierno. Este armamento propio de la imagen Militar, connota jerarquía y firmeza, porque su temperamento es superior al de un sujeto. Para quebrantar la rigidez impresa por la propia materialidad del objeto, se vale de la *retórica* del humor gráfico.

El recurso de la caricatura mitiga el tono autoritario presente en todas las comunicaciones. El humor como discurso, está vinculado a las costumbres populares del país, es propio de la idiosincrasia argentina y es una estrategia para acceder directamente a los receptores. Por otro lado, la ironía y la parodia propias del humor, son una crítica social encubierta y proponen un juego de rebelión con el cual se cautiva al destinatario. Por eso, hasta la actualidad, los diarios y periódicos se valen de esta técnica para complementar el sentido crítico de sus noticias. Este recurso fue correctamente implementado por el gobierno de 1976 si se tiene en cuenta las repercusiones que ha tenido esta campaña. La imagen del famoso *tanquecito de guerra de la DGI* se ha perpetuado hasta estos días, en la memoria de quienes vivieron durante esta época.

Un artilugio más sutil de redundar en esta concepción humanista de los militares, fue la elección de las *familias tipográficas*. Como se explicó anteriormente, la mayoría de las piezas emplean fuentes del grupo de las *Lineales Moduladas*, tipos que a pesar de su mesura, quiebran con sus modulaciones la frialdad y la rigidez de los trazos homogéneos.

Este movimiento tendiente a hacer *amigable* la imagen de las fuerzas armadas, tuvo su contracara puesta en los supuestos subversivos. Así como intentaron auto humanizarse, des-

humanizaron a las víctimas de la represión; y no en imágenes o campañas publicitarias, sino con hechos de violencia indiscriminada y crueles tratos en su red de centros clandestinos de detención.

Como hemos dicho en capítulos precedentes, el lenguaje visual, como todo discurso, es una práctica social que interviene en la configuración de la fisonomía de una realidad particular. Las imágenes que percibimos todos los días, inconscientemente, se transforman en los ejes a partir de los cuales moldeamos nuestra cotidianidad. Incluir la imagen del soldado y aludir constantemente a los componentes y valores de la doctrina militar, fue además una estrategia para *naturalizar* y legitimar la presencia de las fuerzas armadas en las calles.

Como sostienen Berger y Luckmann *el mundo de la vida cotidiana no solo se da por establecido como realidad por los miembros ordinarios de la sociedad, en el comportamiento subjetivamente significativo de sus vidas. Es un mundo que se origina en sus pensamientos y acciones, y que está sustentado como real por éstos.*<sup>51</sup> Es interesante analizar entonces, como los militares intentaron modificar la estructura de pensamiento de los argentinos; para así imprimirle a su proyecto, cierta legitimidad con la cual no contaba en apariencia real. Estos autores agregan que la vida cotidiana *se presenta como una realidad interpretada por los hombres y que para ellos tiene el significado subjetivo de un mundo coherente.* Es decir, a medida que el gobierno manipulaba los ejes de interpretación de la realidad, estaba persuadiendo a los destinatarios a que validen como certeras y reales, dichas configuraciones forzadas.

El paisaje urbano y las actividades de los ciudadanos comunes fueron alterados con el nuevo régimen. Las esquinas se convirtieron en trincheras y fueron testigos de hileras de militares y control de documentos de identidad. Hubo una estrategia tendiente a naturalizar estos operativos y a fomentar la inclusión de los militares como actores sociales cotidianos y por lo tanto necesarios. Es evidente que el régimen intentó, por todos los medios, transmitir *normalidad*. En los primeros años se evidencia una línea comunicacional tendiente a justificar la irrupción del gobierno democrático, pero avanzados los capítulos de dictadura, tendieron a neutralizar una situación anómala para la política y así perpetuar su presencia en el poder.

La publicidad N° 3 incorpora a través de la fotografía, una situación cotidiana del sistema de control. Connota un supuesto mecanismo correcto de intervención del estado, aunque el atrincheramiento y el desfile de armas en la vía pública no son propios de una sociedad que, aunque inestable, venía atravesando una democracia. Muestra la acción de detención y control como legítima, pese a que se evidencia una violación al derecho constitucional de circular libremente. Naturaliza esta situación en carácter de protección de la sociedad; la bajada publicitaria lo afirma.

Pese a que los militares enarbolaron la bandera de la legalidad, el orden y la armonía, la imagen deja en evidencia como ellos mismos constituyeron la única excepción posible del cumplimiento de sus propias reglas. Como afirma Pilar Calveiro, *cuando el poder militar se*

<sup>51</sup> Berger, P y Luckmann, T. La construcción social de la realidad. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu. 1999

*despliega socialmente suele tener la capacidad para modificar la legalidad según sus objetivos*<sup>52</sup>. Lo mismo sucede si se piensa en los mecanismos que utilizaron para combatir a los supuestos subversivos. Como sostiene Beatriz Sarlo *la crítica de la lucha armada, por ejemplo, parecía trágicamente paradójica cuando los militantes eran asesinados*<sup>53</sup>.

Esta recurrente alusión a la estructura militar es lo que la instauro como una realidad palpable, como una circunstancia natural. A medida que transcurre el tiempo, y con la sucesiva repetición de estas estrategias discursivas, el público receptor es persuadido a tolerar. Guitelman lo afirma; *lo que en algún momento fue creado por la sociedad instituyente se estabiliza y pasa a formar parte, por algún tiempo, de la sociedad instituida*.<sup>54</sup>

---

<sup>52</sup> Calveiro, Pilar. Política y/o violencia. Una aproximación a la guerrilla de los años 70. Buenos Aires, Argentina: Grupo Editorial Norma 2005.

<sup>53</sup> Sarlo, Beatriz. Tiempo pasado. Cultura de la memoria y giro subjetivo. Una discusión. Bs As, Argentina: Siglo Veintiuno Editores 2005.

<sup>54</sup> Guitelman, Paula. La infancia en dictadura. Modernidad y conservadurismo en el mundo del Billiken. Buenos Aires, Argentina: Prometeo 2006.

### 3. El miedo y el sistema de control.

El Estado instauró el miedo en la sociedad para persuadir a los ciudadanos a que permanezcan sumisos ante el régimen, y lo enfatizó en todas sus comunicaciones a partir de un tono implícito y muchas veces explícito de advertencia-amenaza.

Lo obvio sería creer que el terror intentaba persuadir principalmente a la red subversiva, sin embargo apuntó principalmente a los ciudadanos indecisos ideológicamente. Los militantes guerrilleros sabían de la represión mucho antes de comenzado el golpe y resultaban más terroríficas las noticias que se develaban internamente dentro de las organizaciones, que las amenazas publicadas en los diarios. No era lo más favorable para los militares manipular el miedo en grupos que prácticamente ya estaban aniquilados, sin embargo si lo era en el resto de la sociedad.

El gobierno institucionalizó el miedo a partir del supuesto peligro que significaba para la seguridad de la familia y del bienestar social, la violencia desmedida desatada por el levantamiento subversivo. Según Foucault, *cuantos más crímenes haya, más miedo tendrá la población y cuanto más miedo en la población, más aceptable y deseable se vuelve el sistema de control policial. La existencia de ese pequeño peligro interno permanente es una de las condiciones de aceptabilidad de ese sistema de control, lo que explica por que en los periódicos, en la radio, en la televisión, en todos los países del mundo sin ninguna excepción, se concede tanto espacio a la criminalidad como si se tratara de una novedad cada nuevo día*<sup>55</sup>. El peligro potencial legitimó la exacerbación del control. El miedo instaurado en la sociedad se convirtió en un elemento funcional para la organización del aparato de vigilancia, porque como afirma Pilar Calveiro, el miedo se une a la obligación de obedecer, reforzándola.

Hay una clara necesidad de que el pueblo valide el sistema de represión, que adhiera a la lógica militar. Como dijo Sandra Russo en el artículo publicado en el diario Página 12, *todas las dictaduras necesitaron de alguna manera falsear un consenso*<sup>56</sup>, consenso al servicio de su permanencia en el poder. Claro ejemplo resulta la publicidad *Unámonos o seremos bocado de la subversión* (imagen 1). La función apelativa del discurso y la utilización de la primera persona plural que incluye al destinatario, deja en evidencia la incitación a la alianza con el gobierno.

<sup>55</sup> Foucault, Michel. Vigilar y Castigar. Nacimiento de la prisión. Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno Editores 2002.

<sup>56</sup> Citado en Ranzani, Oscar. Como las dictaduras utilizaron la publicidad. Diario Página/12. 2006. Abril, 24.

En realidad participar era inevitable porque no había posibilidades de elección. La gente respondía obedientemente a lo que se pedía de manera de no estar en la mira del fusil. Cualquier vinculación a la política o negación de identidad podía significar pertenecer a las fuerzas subversivas, o ser simple *sospechoso* y eso bastaba para el arresto. Como escribe María Seasone, *sobrevino el terror descarnado a ser mirado. Y, poco a poco, sobrevino como alivio la negación del terror en una vida ordenada. Y, al mismo tiempo, una decisión casi instintiva de resistir la tentación de ser complaciente con una matanza.*<sup>57</sup>

La dictadura intentó fundar el miedo a la *sospecha*. Las fuerzas militares nunca precisaron con exactitud a que se referían cuando hablaban de subversión, porque de este modo podían justificar cualquier tipo de represión sobre cualquier persona y en cualquier circunstancia. La amplitud para definir al enemigo tenía como objetivo hacer partícipe a la población de los mecanismos de control, a través de la vigilancia del entorno, las denuncias y la reproducción de la doctrina y valores militares en el interior de la vida privada. Transformaron el silencio en miedo, en culpa.

La publicidad de la Campaña de la DGI, *Su marido está en peligro*, evidencia esta idea desde un tono cómico y exagerado, afirmando que *una moneda, una simple moneda, puede convertirse en su rival*. La ironía de ser solo una moneda significa que cualquier objeto, por pequeño e inocente que parezca, puede resultar peligroso. Este texto mantiene una función de *anclaje* con la ilustración, donde un personaje femenino con cara atormentada *entrega*, ese objeto enemigo a un agente de la DGI, símbolo del Estado. La comunicación incita a la mujer a controlar a su marido para evitar *comprometer su patrimonio... quedarse sin casa, o sin auto o con su marido preso*. La imagen del evasor, del supuesto culpable, se funda a partir de una *retórica* de la resistencia. El personaje se resiste, se niega a entregar la moneda y su gesto y su postura exagerada lo desenmascaran. Dada esta actitud de obstinación es necesaria la participación del personaje femenino, que movilizado por el miedo finaliza favoreciendo a las Fuerzas del Estado.

Otro ejemplo gráficamente más certero es la publicidad *Señalar al Culpable* (imagen 6) donde un protagonista, con gesto asustadizo, señala a otro mirando miedosamente a un agente de la DGI. El hecho de estar parado al lado del inspector connota que está del bando del Estado, que apoya la política de delación que estimula el gobierno. Su mano que señala materializa este papel, demuestra que cumple con su supuesta obligación. El dedo índice señalando es un símbolo altamente ritualizado en todos los dispositivos de disciplina y posee un doble significado. Desde el punto de vista de quién realiza la acción de señalar, representa un mecanismo de control y de poder. Desde la perspectiva de quién es señalado, significa que ha cometido una falta, que ha desobedecido a una orden irrenunciable y por ello merece el castigo o la condena social. Apunta a que el sujeto se auto recrimine, se sienta en falta moral. Como sostiene Foucault *en la disciplina, son los sometidos los que tienen que ser vistos. Su iluminación garantiza el dominio de poder que se ejerce sobre ellos.*<sup>58</sup>

<sup>57</sup> Seasone, María. Bananas Maduras y el último mito dictatorial. Revista Caras y Caretas 2006. Marzo. N°2196.

<sup>58</sup> Foucault, Michel. Vigilar y Castigar. Nacimiento de la prisión. Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno Editores 2002.

En el caso de la publicidad *Alto* (imagen N° 3), la fotografía muestra un auto de un ciudadano que se detiene frente al ademán de alto de un soldado. Sin embargo, si se hila más minuciosamente en el sentido de la imagen, se puede interpretar que esa detención del vehículo es provocada por el fusil y la vestimenta militar que lleva a cuesta. El arma estimula el miedo, es símbolo de poder y un instrumento de dominio. Esta interpretación es posible gracias a la función de *anclaje* del mensaje lingüístico. El sujeto se detiene, porque sino “se levanta el fusil”. El sujeto *participa comprendiendo*, porque sino “se levanta el fusil”. La pieza agrega *si usted es gente de paz, sepa que no debe preocuparse*. Sin embargo la frase tiene por objetivo significar lo contrario, *sea gente de paz, porque sino va a tener que preocuparse por sí mismo*.

Además del sentido verbal del texto, lo que realmente llama la atención es el énfasis gráfico que se le otorga al titular *Alto*. Hay una conjugación de dos *variables tipográficas*: de peso (negrita o bold) y de caja (mayúscula). Las dos alteraciones puestas simultáneamente en escena sugieren un grito, una orden estricta; al mismo tiempo que establecen distanciamiento entre los actores de la comunicación. Esta alusión es sinónimo de autoridad y, por lo tanto, tiene como meta principal el disciplinamiento de quién la recibe. Además, es indudable que se trata de un mandato obligatorio por su tono apelativo y por su enunciación concisa y escueta. Como sostiene Foucault *toda la actividad del individuo disciplinado debe ser ritmada y sostenida por órdenes terminantes cuya eficacia reposa en la brevedad y la claridad; la orden no tiene que ser explicada, ni aún formulada; es precisa y basta que provoque el comportamiento deseado*.<sup>59</sup>

No está de más aclarar, que todo sistema de control se fundamenta en la disciplina del sujeto, porque sin no existe la necesidad de hacer dócil un grupo social, el sistema de vigilancia pierde sentido. La desobediencia y la mínima posibilidad de rebeldía, justifican la persistencia del control. Como sostiene Pilar Calveiro, las *Fuerzas Armadas, y el Ejército como núcleo de éstas, al irse constituyendo, a su vez, en el eje de las instituciones políticas, asumieron el disciplinamiento de la sociedad para moldearla a su imagen y semejanza*.<sup>60</sup>

La publicidad *Sólo para delincuentes* es otro caso paradigmático para este análisis. Esta vez el *tanquecito de la DGI* trae pegado a su impronta un nuevo objetivo. Su gesto y por sobre todo su mirada de reojo delata sus intenciones; está al acecho de su presa, vigilando meticulosamente su alrededor mientras pega afiches de *buscado* con la fotografía del delincuente perseguido, el evasor. Esta situación es una cita fílmica, propia de las películas norteamericanas de cowboy del oeste, donde el *Sheriff* (policía del pueblo vaquero) ponía al malhechor en escena social a través de esta pegatina y, de este modo, manifestaba que era un perseguido por la ley. Esta *metáfora* resignifica una circunstancia de ficción, llevándola a la realidad y, connota la existencia de un ente del estado que controla los movimientos de quienes pueden infringir su ley, la única ley posible. Pero el objetivo publicitario no es solo recalcar la condena establecida por la propia legalidad del estado, sino que pretende lograr la condena social del evasor. Para ello lo exponen en el espacio público, la calle, con esta supuesta pegatina de afiches. Nuevamente vuelve a reiterarse la necesidad del consentimiento de todos los ciudadanos con el sistema político implementado.

<sup>59</sup> Foucault, Michel. *Vigilar y Castigar. Nacimiento de la prisión*. Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno Editores 2002.

<sup>60</sup> Calveiro, Pilar. *Política y/o violencia. Una aproximación a la guerrilla de los años 70*. Buenos Aires, Argentina: Grupo Editorial Norma 2005.

Si bien la dictadura militar apeló al consenso como mecanismo para justificar la brutalidad de su violencia, es muy errático decir que el pueblo Argentino le prestó su apoyo. Aún en los regímenes más brutales las personas siempre tienden a buscar pequeños espacios para construir algún tipo de rutina e incluso alguna, al menos epidérmica, indiferencia o impasibilidad. Cada sujeto intentó por su instinto de supervivencia, habituarse, agacharse y conformarse. Sin embargo existieron pequeños gestos de rebeldía en el orden microsocial, lo que da cuenta de un repudio avasallado por el abuso del poder y la fuerza.

El miedo y la indiferencia no son sentimientos opuestos en toda circunstancia. La mayoría de los argentinos vivió esa ambivalencia. No hubo consenso, ni complicidad, ni delación, solo hubo terror y silencio, principalmente porque nunca existió la libertad de decidir. Y quizás es esa impotencia la que no nos permite mirarnos en el espejo de lo que somos. Porque como dice Saramago, *de lo feo y de lo hermoso, de la verdad y de la mentira, de lo que se confiesa y de lo que se esconde, construimos toda nuestra azarosa existencia.*<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> Saramago, José. De este mundo y del otro. Madrid, España: Santillana Ediciones Generales. 2003

## 4. El nacionalismo y el amor a la patria.

Los militares tomaron abruptamente el poder la noche del 24 de marzo de 1976. Pese a que el Golpe pareció un plan de emergencia, su modo de operar no fue azaroso; estuvo regido por un proyecto que venía gestándose dentro de las Fuerzas desde hacía varios meses. Sin embargo, no era conveniente para su estrategia de comunicación develar sus intenciones, por lo tanto concibieron un modo más disimulado de justificarse. Nadie debía pensar que se trataba de una actitud egoísta, o que respondía a oscuros intereses particulares y grupales. Esta decisión debía alegar *al cumplimiento de una obligación irrenunciable... por la Patria*<sup>62</sup>.

Restituir los valores esenciales, reconstruir la imagen de la Nación, erradicar la subversión, promover el desarrollo económico, garantizar la vigencia de la moral cristiana, de la tradición, la dignidad, y la seguridad nacional, son algunas de las incoherentes frases empleadas por el régimen, todas cargadas de falsarias promesas de acción. De ellas se desprende la imagen omnipotente que el gobierno se auto confirió, el ficticio rol de custodios de los valores de *argentinidad*.

Avalada por una manera paternalista de concebir la autoridad, la publicidad oficial impuso una visión restringida de cómo debía construirse y entablarse la relación de los ciudadanos con su país. Hurgaron en los sentimientos más atávicos y ancestrales del nacionalismo para involucrar a los argentinos en su proyecto militarista. Internalizaron en la comunidad un discurso fundamentalista y nacionalista propio de las sociedades autoritarias.

La recurrente aparición de símbolos nacionales y la demanda continua de respeto hacia ellos, revela una sobre valoración de la imagen país; actitud propia de la disciplina del ejército. En la actividad militar y en sus mecanismos de acción internos, florece incesantemente el reclamo de que el conscripto demuestre amor incondicional por *su* patria, para aseverar su pertenencia a la institución. Llevaron esta idealización a la realidad diaria de los argentinos. Entre las publicidades analizadas hay tres ejemplos muy claros. La imagen N° 1, donde aparece el esquema territorial del país, la imagen N° 11, donde aparecen los colores nacionales celeste y blanco y la imagen N° 13, donde vuelve a reiterarse la presencia de la bandera.

---

<sup>62</sup> Proclama de la Junta Militar; 24 de marzo de 1976. Citado en Pico, Fabián. Memoria Histórica para adolescentes. Dictadura y derechos humanos en Argentina. Rosario, Argentina: Homo Sapiens 2006.

En el segundo caso, como fue explicado anteriormente, el corazón es la representación que complementa y pondera el sentimentalismo y el aire argentinista implícito en el tono de la comunicación. Como se dijo en el marco teórico, el discurso gráfico debe ser analizado teniendo en cuenta las complejas determinaciones sociales e ideológicas que lo moldean y la situación coyuntural en el que surge. Esta pieza se realizó con motivo del Mundial de Fútbol de 1978, ávida herramienta que los militares supieron utilizar para la distracción de la opinión pública, pero que no pudo mejorar la imagen del país en el contexto internacional. Aprovecharon el sentimiento pasional del fútbol combinado con cierto aire triunfalista, para dispersar los repudios sociales y afianzar los ideales nacionalistas (estrategia que volverá a hacerse evidente durante la guerra de Malvinas).

Sin embargo sus artilugios deportivos fueron conjuntamente un recurso para optimizar la imagen política y humana de las Fuerzas Armadas. Es por eso que la pieza analizada toma relevancia al comprender la conjugación de todos los recursos visuales con la frase de campaña *Los argentinos somos derechos y humanos*. Los colores, el formato y la frase se nuclean en pro de un objetivo común: que la mejora de la imagen pública del país se convierta en causa nacional y popular. Este fin codiciado por las autoridades es también una forma de dejar expuesta su repetida necesidad de consenso.

Por otro lado, la calcomanía utiliza los colores de la bandera, dado que es el emblema más recurrente para remitir a un país determinado. Esta estrategia amplía el segmento de receptores, que ya no solo abarcará argentinos de todas las clases sociales identificados y unificados por esta simbología, sino además, grupos de extranjeros presentes en el país por motivo del evento.

En el caso de la imagen 13, hay una imposición del elemento bandera. Su pertinencia es discutible, no por la temática del aviso publicitario, sino por la disposición forzada en el plano. Esto demuestra, la exacerbación del gobierno por manifestar un sentir patriota, una unidad nacional consolidada y un código compartido entre ciudadanos y autoridades.

Este discurso manchado de entusiasmo nacionalista también fue puesto en escena desde otra perspectiva. Utilizaron un lenguaje visual repleto de significaciones axiológicas y transmitieron permanentemente valoraciones de tipo social y moral. Determinaron ciertas conductas de los ciudadanos como expresión de patriotismo. Sus preferidas fueron la sumisión a las autoridades y al orden establecido y la manifestación de acciones concretas como delatar, denunciar, sospechar, desconfiar o justificar. En la publicidad *Señalar al culpable* se ilustra una de estas acciones. Conjuntamente, el discurso verbal acentúa positivamente el significado de esta actitud para el bienestar del país. *La víctima de esta situación es el país...no se limite a quejarse. Señale al evasor y será ejemplo para los demás*. Pone en evidencia que todo ciudadano tiene la posibilidad de arriesgarse por su nación, más allá de la escala de riesgo que esta acción implique. Esto también corresponde a su restringida construcción del ideal argentino.

Para consumir con esta ambición nacionalista, también acudieron a un discurso binómico. Sobrevaloraron la imagen correcta de argentino exponiendo en el imaginario social una

noción de características opuestas. El anti argentino estuvo nuevamente relacionado con la subversión. Inventaron en sus antecedentes una marcada y eterna actitud destructiva para con el país.

En la publicidad N° 1 se observa transparentemente que la subversión es la fuerza negativa que intenta arrasar con el país, con su estabilidad política y también con el sentir de los ciudadanos, grupo a quién va enunciado el discurso. El *anclaje* de la imagen con el texto facilita el camino a esta interpretación; supone que la acción *unámonos* y *seremos* refieren a los argentinos, por la aparición del esquema territorial del país.

Hay otros dos ejemplos quizás más sutiles, pero que pueden explicitarse bajo este punto de vista, la publicidad N° 9 *Hecha la trampa, hecha la ley* y la N° 10 *Sabotaje*. Esta vez es la figura del evasor la que se mimetiza con el imaginario de anti-argentino. En ambas piezas, el personaje atenta directamente sobre la representación de país, en el primer caso intentando atraparlo con una red y en el segundo dinamitándolo.

Pese a que no es específico de este trabajo el análisis del discurso verbal, no puede dejarse de lado los aportes que nos brinda para ejemplificar este punto. La publicidad N° 12, *Grandes Problemas II*, expone que la Argentina de esos momentos, era el mejor país del mundo. Pese a que su primera intención es juzgar las actitudes de los ciudadanos que ocasionan problemas, secundariamente, pero de manera relevante, enardece e idealiza ese sentir nacional. Ese modo de ver la perfección a pesar de los defectos, es propio de los fanatismos.

Conjuntamente aporta peculiaridades a la construcción del imaginario anti-argentino, volviendo a recurrir a los símbolos patrios. Califica como raíz problemática el olvido de la letra del himno nacional y de los colores de la bandera. Asimismo adhiere a la búsqueda de la unidad nacional valiéndose nuevamente del Mundial de Fútbol: *Porque cuando nos juntamos 25 millones ganamos un mundial, pero nos juntamos una sola vez.*

A pesar de que se pueden describir diversidad de estrategias que tendieron a reafirmar la soberanía nacional, no existe la más mínima posibilidad de creer que estos gestos fueron auténticos. La dictadura se sometió al poder imperial, cambió radicalmente la estructura económica del país para lograr el disciplinamiento político de la masa obrera. La tablita, la bicicleta financiera, el modelo neoliberal de Martínez de Hoz y su generalato de los grupos económicos que se enriquecieron y engordaron durante la dictadura, fue la razón para cerrar fábricas, mortificar el bienestar de la gente, expulsar y secuestrar obreros, vigilar a los artistas e intelectuales y destrozar los vínculos de solidaridad entre los argentinos. Lejos de amparar ideológicamente una actitud nacionalista, este gobierno paternalista sirvió a los intereses de los EEUU a través de la doctrina social y el Plan Cóndor. Avalaron y practicaron la represión ilimitada con el fin de destruir la organización y proliferación de los movimientos de izquierda en todo Latinoamérica.

## 5. La construcción de los roles sociales.

El gobierno llegó al poder acompañado de un plan de reestructuración de todas las esferas sociales. Así como apuntaron a dismantelar instituciones y agrupaciones políticas, apelaron a la modificación de las conductas y las relaciones en el seno familiar. La familia, por ser el grupo y el ámbito natural de desenvolvimiento de los sujetos, fue considerada el pilar para la reforma social.

Con el objetivo de restaurar sus principios de autoridad y jerarquía, la estructura de la doctrina de las fuerzas militares fue llevada al interior de la vida familiar. Así como existía una autoridad indiscutible en el país, el ejército (gobierno), existía en la familia un superior que regía los movimientos y acciones de todos sus integrantes: el padre. La cadena jerárquica paternalista aparecía en el seno de la representación familiar y la potestad siempre tenía su acento en la imagen masculina. El padre era el pilar fundamental, quién salía a trabajar, y quién aseguraba el bienestar y el buen pasar de todo el grupo.

Por ejemplo, no es casual que en la *campana de la DGI*, los inspectores aparezcan siempre representados por un hombre, de buena presencia, bien vestido, con sombrero y portafolio, símil estereotipo minimalista de empresario ejecutivo. Esta caracterización está relacionada con el tipo de formación profesional, o su carencia, a partir de la cual la publicidad representa a hombres y mujeres. Así vemos en todas las piezas que el varón aparece identificado con el soldado, el bombero, el inspector, el policía. En cambio la mujer, presente en un solo diseño, aparece desplazada y casi ausente.

Tanto el imaginario técnico, como el bélico se planteaban mayoritariamente masculinos. Si bien puede conjeturarse que la generalidad de los mensajes no discriminaba el género de sus destinatarios, los personajes presentes eran mayoritariamente varones, también en cuanto a los oficios, y los textos que versaban siempre parecían estar dedicados a ellos.

Pese a que la imagen N° 4 es la única que da cabida a la figura femenina, deja vislumbrar el rol específico que el gobierno le confería. La mujer era mostrada como una persona ingenua, que solo debía preocuparse por su hogar. En la pieza de análisis, la ingenuidad se erige sobre la irónica suposición de que una pequeña moneda puede representar un gran enemigo. La preocupación, en cambio, se divide en dos puntos de interpretación posibles: primero desasosiego por sus intereses materiales, como la casa y el auto (...*quedarse sin casa, o sin auto*) y segundo por sus intereses afectivos, su marido (*o con su marido preso*).

Aunque ciertamente parezca limitado el espacio social otorgado, la persuasión de las mujeres fue una tarea muy perseguida por las Fuerzas Militares. Como sostiene Nazareno Bravo *las mujeres fueron convertidas en apéndices del poder militar y en colaboradoras de la lucha contra la supuesta subversión*.<sup>63</sup> Se la concibió como la encargada de cuidar a la familia, de proteger sus intereses, de transmitir valores y disciplinar a sus hijos, y sobre todo cumplimentar el rol de madres. Dentro de esta tarea de ser madres, su principal actividad estaba relacionada con proteger a sus hijos de la infiltración subversiva, evitando cualquier contacto, controlando sus actitudes, actividades, pensamientos y si llegara a ser necesario denunciándolos ante la autoridad competente. Cabe señalar que, en este contexto, las tareas desempeñadas por las mujeres madres, eran redescubiertas desde su utilidad educativo-represiva. Debían brindar educación pero siempre al servicio del proyecto militar.

En el caso publicitario explicitado anteriormente, esta delación está representada pero hacia el marido. Ella es quién entrega al inspector de la DGI la moneda, delatando la falta de pago de impuestos cometido por la figura masculina. No se debe olvidar también, que la entrega de supuestos sospechosos, estaba vista como un acto nacionalista e instituido por el miedo propio de las sociedades autoritarias y los mecanismos de control.

Otros de los roles sociales construidos a partir de la publicidad fueron el del subversivo; el propio estado, incluyendo todos sus entes e instituciones, principalmente la DGI en los casos analizados; y las fuerzas militares con un claro acento en la imagen del soldado. Todos estos roles pueden fácilmente entrecruzarse tras las ideas y ejemplificaciones expuestas en los puntos anteriores. Sería redundante volver a explicitarlas, pero si es relevante destacar que no quedaron fuera del alcance de las estrategias discursivas. Coherentemente se recurrió a la imagen de cada uno de ellos según el mensaje y el destinatario que se predeterminara. Así como se dijo que el gobierno formuló un plan de reestructuración en todas las esferas sociales, cada uno de esos cambios vino acompañado de una reformulación de roles sociales.

Específicamente el rol del estado y del subversivo, quizás los más relevantes, serán ampliados y cumplimentados con la ejemplificación del siguiente estudio.

---

<sup>63</sup> Bravo, Nazareno. El discurso de la dictadura militar argentina (1976-1983). Definición del opositor político y confinamiento, valorización del papel de la mujer en el espacio privado. Incihusa-Conicet. Mendoza, Argentina.

## 6. La guerra interna. Subversivos versus autoridad.

Como se dijo precedentemente, los militares se auto definieron como las fuerzas que asumieron el poder para rescatar a la Nación del desborde de violencia, generado en parte por la inoperancia política, pero principalmente por los ataques de la subversión. Consideraron a la subversión como un verdadero problema, como una enfermedad de característica social que tendía a destruir la convivencia armónica. Los subversivos fueron definidos por el gobierno de la época, no sólo como militantes de organizaciones revolucionarias, sino como personas que pensaban diferente, que promulgaban ideas contrarias a las del gobierno, como sostuvo Videla, *ideas contrarias a nuestra civilización cristiana y occidental*<sup>64</sup>. Desde una mirada opuesta, y quizás más certera, Rodolfo Walsh escribió en su carta abierta a la Junta Militar, *los aparentes subversivos fueron simples sospechosos a los que se mata para equilibrar la balanza de las bajas según la doctrina extranjera de cuenta cadáveres que usaron los invasores en Vietnam*.<sup>65</sup>

Inventaron roles de víctimas y victimarios para llevar adelante la impresión social del término de guerra interna y alimentaron una construcción de sentido en la que el terror se jugó entre dos bandos, frente a una sociedad inerme e indecisa. Escondieron la sistemática ejecución de rehenes en lugares descampados y en horas de la madrugada bajo el protocolo de combates y resistencias imaginarias. Gran parte del accionar de las Fuerzas fue enmarcado dentro de la *lucha contra los subversivos*. Como dijo Massera en una ocasión: *nosotros que creemos en la democracia pluralista estamos luchando una guerra contra quienes idolatran el totalitarismo, aquí y hoy, contra quienes favorecen la muerte y por quienes defendemos la vida*.<sup>66</sup>

Es un poco contradictorio intentar entender este discurso en un contexto donde la violencia, el totalitarismo y el abuso del poder fueron ejercidos por el mismo gobierno. Sin embargo, sus estrategias discursivas sirvieron para intentar esconder este juego ilógico y perverso; donde el mismo hecho de aniquilar a la guerrilla, fue la justificación de los medios que usaron para quebrantar la condición humana. La publicidad no quedó exenta de esta tarea. Más allá de discursos políticos oficiales, la aparición-desaparición de la subversión y la idea de guerra interna se expandieron en los recursos de representación gráficos.

No es intención de este trabajo ahondar en las implicancias ideológicas que encierra el uso del término *guerra*, y desde luego vale aclarar que no se avala la teoría de una confrontación

<sup>64</sup> Videla. 1 de diciembre de 1977. Citado en Clarín 2006. Marzo, 24. Suplemento especial A Treinta Años de la Noche más Larga.

<sup>65</sup> Walsh, Rodolfo. Carta Abierta de un escritor a las Juntas Militares.

<sup>66</sup> Citado en Barón Ana, El lexicón del terror. Clarín 1998. Abril, 6. Segunda Sección.

entre dos demonios promovida por muchos sectores sociales de la Argentina. Simplemente se intenta vislumbrar la utilización que hizo la dictadura militar de este concepto.

Esta teoría se evidencia, por ejemplo, en la imagen N° 5 *Antihéroes*. A través de una *figura retórica contraria* genera en la imagen una situación de interrelación entre dos personajes con características opuestas. La aparición y el accionar simultáneo de los dos protagonistas, permite percibir y distinguir las peculiaridades de cada uno, y al mismo tiempo enfatizarlas por el obvio juego de contrastes. Cada una de las caricaturas representa de manera implícita a cada uno de los supuestos bandos; uno es de los *buenos*, el otro de los *malos*. Los gestos delimitan la pertenencia a cada grupo. El gesto inocente y de sorpresa corresponde a los buenos, en antítesis al gesto de risa sarcástica que personifica a los malos.

El sujeto *malo*, portador de una tijera, actúa guiado por su egoísmo (como explicita la bajada de texto) e interrumpe el trabajo escindiendo la manguera del bombero. Es además un personaje encubierto porque procede *por la espalda*, y este tipo de actitud es una alusión a la clandestinidad de las agrupaciones militantes. Por lo tanto, puede que exista una correspondencia indirecta del rol del subversivo con el del evasor.

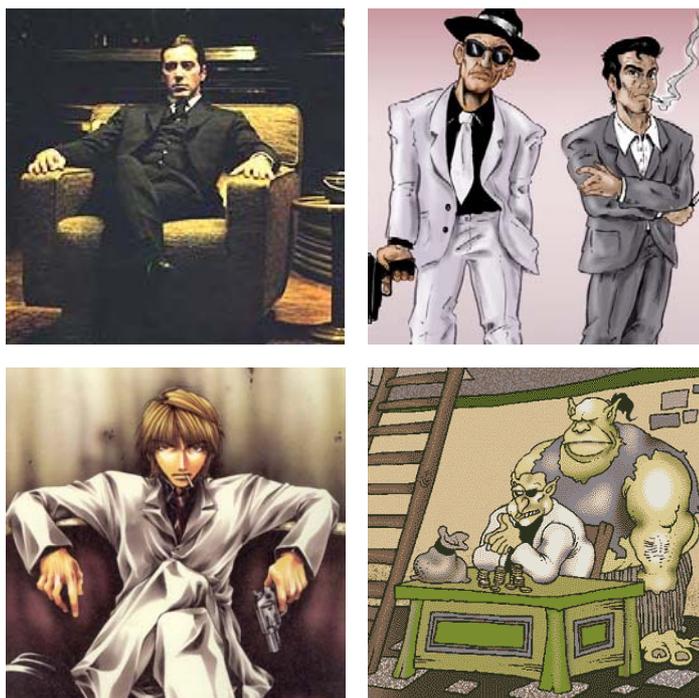
La imagen que utiliza para representar a los buenos es la de un bombero, un héroe cotidiano que se arriesga por el prójimo, (como afirma el texto de la bajada) antítesis del egoísmo con el que caracteriza al evasor. Se advierten claramente en su descripción referencias a componentes militaristas basados en el coraje, la valentía y el dar la vida por los demás. Si bien utiliza la ilustración de un bombero, la bajada explicita y enfatiza que el soldado está dentro de la misma categoría cuando afirma que *Hay gente que todos los días se arriesga por el prójimo, el bombero, el policía, el soldado*.

Dentro del contexto de la campaña de la DGI, el evasor siempre aparece emparentado a características propias de la descripción que daba el gobierno de los subversivos. No es casual que en la pieza N° 6, *Señalar al Culpable*, el evasor aparezca como un cobarde que se esconde detrás de una pila de monedas; que adopta física y gestualmente una postura de acorralado, que no tiene escapatoria y que incluso se encuentra desplazado casi fuera de los márgenes derechos de la composición publicitaria.

En el caso de la imagen 10, *Sabotaje*, sucede algo similar. Un personaje aparece en un segundo plano a punto de detonar una bomba TNT colocada dentro de un objeto que contiene la leyenda *país*. La bomba es un recurso muy utilizado por la supuesta guerrilla e histórico y socialmente es un símbolo de rebelión, de barricada. La utilización de este símbolo unifica la imagen explícita del evasor con la concepción implícita de subversivo. Apela a la necesidad de las Fuerzas Armadas de personificar a este sujeto como un adverso de toda la nación, para así justificar su desaparición o exterminio. Además utilizar este símbolo es una manera de forjar esta concepción ficticia de guerra interna en el imaginario colectivo. Los sujetos tienden a relacionar la bomba, no con un crimen unitario como puede ser el caso de un arma, sino con una situación de violencia de mayor gravedad y dimensión. Esto es posible de entender si se tiene en cuenta que la televisión, las noticias periodísticas y otros me-

dios, siempre han mostrado esta única visión de la guerra. Entonces, no es casual que utilice el titular *Sabotaje* porque según la definición del diccionario, corresponde a una acción destinada a debilitar un enemigo y es más que obvio que refiere a los del hipotético bando que perjudica el desarrollo del país.

Las publicidades N° 7 y N° 8 aportan su ejemplo de la misma manera. En la 8, se fusiona la imagen del *evador-subversivo* con la representación del delincuente buscado por la ley, propio de las películas vaqueras norteamericanas, y en la 7, *El padrino*, con el estereotipo de mafioso del film que lleva el mismo nombre. Esta *metáfora* es meritoria de ser ejemplificada y desarrollada. La primera de la serie de imágenes expuesta a continuación corresponde al protagonista de la película; las demás son caricaturas de diferentes estilos y nacionalidades, que dan cuenta de una representación casi universal del mafioso. Todas tienen algún punto en común con la ilustración utilizada en la publicidad. La postura en el sillón, el cigarrillo o habano, la vestimenta lujosa tipo smoking e incluso la mirada y el gesto de superioridad. Es obvio que el personaje de la pieza N° 7, el *evador-subversivo*, es un mafioso. Hay un *recurso metafórico* que desplaza el sentido a esta construcción ideológica y una función de *anclaje* del texto, específicamente el titular, que lo reafirma.



Caso paradigmático para esta perspectiva de estudio es la publicidad N° 1. Hay una representación de la subversión a través de la formulación futura de una acción. La utilización del término *devorar*, no es por mero sinónimo de comer, su intención es remitir a un contexto animal, de fieras hambrientas. Esta exageración contribuye a establecer un paralelismo entre lo salvaje y la supuesta actividad violenta de los subversivos, al mismo tiempo que actúa como *anclaje* de la imagen.

La ilustración muestra un plato de comida, donde un bife con la misma forma del territorio argentino, está a punto de ser devorado (lo demuestra la posición de los cubiertos). La utili-

zación de esta *metáfora* desplaza el sentido de la carne al símbolo país, gracias a la unificación de sus representaciones visuales, de sus significantes. Utiliza esta estrategia a modo de connotar la figurada enemistad de la subversión, no solo con el gobierno, sino con todo el país. La imagen de la Argentina opera como símbolo masivo, como símbolo de identificación de todo el pueblo, porque no refiere a su materialidad palpable, sino a la construcción de país entendido como conjunto de valores, costumbres, cultura, como su idiosincrasia (no se debe olvidar que la subversión supuestamente devoraba al país a través de sus infiltraciones marxistas). Es correcto pensar que podría haberse utilizado una bandera nacional, porque su fuerza simbólica y a la vez sentimental, es históricamente mayor. Sin embargo su sentido más abstracto disgregaría su vinculación con la materialidad de la carne.

Todos los sujetos representados en la campaña de la DGI, son gráficamente muy simples y se asemejan a siluetas o sombras debido a su falta de detalles, con excepción del inspector que lleva, en algunas circunstancias, sombrero y portafolio. Las siluetas tienden a que el público receptor se vea reflejada en ellas, se identifique y proyecte su propia imagen en el desenvolvimiento de ese rol. Es una estrategia interesante de analizar y puntualizar si se tiene en cuenta que el discurso de la dictadura, en todos sus ámbitos y medios, apeló a la persuasión del rango social que se encontraba neutral e inerte en esta supuesta guerra interna. Es obvio que las publicidades no están dirigidas a los que ellos catalogaban como subversivos, sino a un destinatario no definido políticamente y al mismo tiempo más fácil de manipular.

Existe un caso particular que ejemplifica transparentemente la impunidad con la cual sostuvieron esta absurda conjetura del conflicto bélico. La imagen N° 12 *Grandes problemas II*, contiene una leyenda que afirma: *estamos saliendo de una guerra que aún no terminó, y las guerras tienen su precio aunque en ellas se triunfe*. Esta pieza sintetiza lo expuesto desde un principio. Asimismo permite descubrir, que esta dualidad de grupos que se contraponen, siempre tuvo para el discurso oficial un solo triunfador posible, el gobierno mismo.

Resulta casi innegable que la autoridad paternalista de las fuerzas del estado, enunció y manipuló la idea de un enfrentamiento siempre especificando que la derrota estaba del lado de los aparentes revoltosos. Además el gobierno creaba la sensación de una guerra lejana y al mismo tiempo omnipresente, que siempre estaba a punto de terminar, pero a la que siempre le faltaba cumplimentar una etapa final. En la construcción del escenario bélico, la posición del gobierno siempre fue favorable, pero al mismo tiempo precaria, de manera de advertir sobre la inconveniencia de bajar la guardia ante la eventualidad de los últimos golpes subversivos. De este modo conseguía justificar sus intereses de dominio y exterminio y su permanencia en el poder.

Esta impresión social de una guerra interna fue acompañada en toda circunstancia de un discurso binómico de orden-desorden. El orden repetidamente remitió a las fuerzas militares, la autoridad, el gobierno; y el desorden se vinculó al conflicto, la guerrilla, las armas, la protesta y la violencia. Sin este juego de antítesis, no hubiese sido posible despertar la dualidad ideológica que figuradamente se enfrentaba.

Actualmente, muchas instituciones nacionales e incluso gran cantidad de ciudadanos que vivieron esa época, siguen apelando a la idea de que existió una guerra interna librada por dos bandos enemigos. Es que como se dijo anteriormente, la imposibilidad de decidir, de tomar postura ideológica frente a un paisaje devastador, es lo que actualmente nos ha convertido en un pueblo carente de memoria, o quizás, en una sociedad que no puede mirarse retrospectivamente porque sigue buscando la legitimidad a un período de la historia que nunca la tuvo. Como afirma O'Donnell, *es un modo de fugarse de la posibilidad, dolorosa pero creativa, de reformular identidades y valores que eviten la repetición de nuestros lados más destructivos.*<sup>67</sup>

---

<sup>67</sup> Citado en Zuker, Cristina. El terror y la vida. Revista Caras y Caretas 2006. Marzo. N° 2196. Año 45.

## Conclusión

El autodefinido *Proceso de Reorganización Nacional* expuso un discurso visual coherente pero al mismo tiempo ambivalente. Teniendo en cuenta uno de los objetivos planteados al comienzo de este trabajo, *analizar la utilización de estrategias discursivas gráficas como recursos de significación y persuasión*, he llegado a la conclusión de que el gobierno nacional comprendido entre 1976 y 1982, mostró dos caras de una misma moneda. En su condición bifronte, planificó modos de inducir, manipular y significar según que cara nos estuviera mostrando.

Una de ellas actuó en las sombras, en secreto, por las noches. Su mirada reposó sobre cuerpos que acarreaban modos de ser, de pensar y de sentir que había que desterrar de la escena social, que había que *desaparecer*. Se encargó de clausurar ideales políticos, manipulado por las fuerzas imperialistas de la gran potencia. Tardó en hacerse presente. Se mantuvo entre telones alimentado con el miedo de los argentinos y resguardado bajo un régimen severamente autoritario. Se ocultó mientras pudo detrás de una cara visible, ficticiamente legítima. Sin embargo dio pequeñas apariciones a través de comunicaciones apelativas, cargadas de amenazas implícitas; constantes intentos de naturalizar la presencia de los militares y los mecanismos de control; y a través de la instauración forzada del miedo a la *sospecha*.

La otra cara, la perceptible; era feliz, humana, clara y tranquilizadora, pero por sobre todo ordenada y preocupada por los valores, la soberanía nacional y el futuro de nuestra patria. Apeló a otros sujetos; al conjunto inerte de una sociedad carente de libertades que había que disciplinar, reeducar y silenciar. Esta cara visible fue construida, entre otras hábiles herramientas, a partir de publicidades oficiales cargadas de virtudes, progresos y porvenires. Mostró la promesa recurrente, y recurrentemente burlada, de un nuevo comienzo. Fue la que se desligó de los rudos estereotipos de representación militar, para mostrar la calidad humana de los militares, su condición de buenas personas que no tuvieron otra opción que tomar el poder por las armas.

Desde este perfil visible, ocultaron su sistema represivo intentando convencer a todos los argentinos de la existencia de un supuesto enemigo interno, que solo podía ser combatido por las fuerzas del Estado. Hace falta recalcar, que no hay posibilidad de un régimen militar sino existe un enemigo, por eso lo inventaron. Apelaron al consenso para justificar la brutalidad de su violencia, e intentaron hacer partícipe a la población de los mecanismos de control a través de la vigilancia del entorno, las denuncias y la reproducción de la doctrina militar en el interior de la vida privada.

Instuyeron un imaginario técnico regido por una matriz racionalista y atravesado por ideales pragmatistas, eficientistas y modernizantes; con el objetivo de implantar una visión legítima y ordenada de país. Las *estructuras compositivas* diagramadas sistemáticamente; la elección de *familias tipográficas* austeras, asépticas y sencillas y el carácter minimalista de las imágenes, son los vestigios de esta concepción. Basaron en la técnica la promesa de un futuro mejor, de un progreso expansivo, para así justificar su permanencia en el poder. Además apelaron a este imaginario, a través de *recursos fotográficos y retóricos*, para connotar cohesión, organización y coordinación en el interior de su propia institución.

El gobierno también promulgó un imaginario bélico influenciado por valores nacionalistas y fundamentalistas, propios de las sociedades autoritarias. El disciplinamiento, la cadena jerárquica paternalista, la impresión del término guerra, el sistema de control, la institucionalización del miedo, la definición del enemigo interno, el supuesto *subversivo*, y la autoridad estricta; fueron las significaciones y sentidos que más fuertemente entretejió este imaginario. Quedó gráficamente evidenciado a través de una *retórica* militarista, que recurrió a constantes apariciones de soldados, armas, símbolos patrios y personificaciones del famoso *tanquecito de la DGI*. Hizo hincapié sobre el adversario político y guerrillero, y complementó su protagonismo con otras construcciones significativas tales como el anti-argentino y el evasor de la campaña de la DGI.

Frente a este panorama, e intentando cumplimentar otro de los objetivos planteados al comienzo de este trabajo, *analizar la coherencia de dichas estrategias discursivas visuales en relación a los hechos sucedidos durante este gobierno*; no podría dejar de recalcar que la planificación, utilización y la pertinencia de cada una de ellas, permitió la eficiente construcción de mensajes socioculturalmente inscritos en el contexto. Las Fuerzas Militares, esencialmente en los primeros años, manipularon hábilmente los hechos sucedidos para instaurar su política y su modelo de país. Entre tantos otros posibles ejemplos, el Mundial de Fútbol de 1978 permitió disipar la mirada de la opinión pública; así como el clima de violencia desatado previo al golpe, fue enfatizado en todas las comunicaciones oficiales a favor de la permanencia de las *Fuerzas* en el poder.

Uno juzga el discurso de los militares movido por un motor ideológico que presiona fuertemente a ver siempre su versión negativa. Sin embargo, intentando dejar de lado ideales y políticas, y objetivizando la crítica desde una mirada de comunicadora, el discurso visual del autodenominado *Proceso de Reorganización Nacional*, fue estructurado eficientemente al servicio de sus objetivos. Como se formuló en su definición del marco teórico, todas las estrategias discursivas gráficas se conjugaron otorgando sentido de unidad, orientación y propósito; poniendo en común los mismos valores; y dando coherencia a la compleja pluralidad de voluntades que implica una comunicación.

Lo que sucede es que la perversidad no estuvo en la utilización de dichas estrategias, sino en el planteo de sus fines. No es intención quitarle poder y méritos al discurso, sino todo lo contrario; demostrar su capacidad ineludible de manipular realidades y regímenes de verdad

de acuerdo a quién sea el que se proponga adueñárselo. Como ya se ha sostenido en el capítulo N° 1 del marco teórico, a medida que el sujeto de la enunciación se apropia del lenguaje, modela la sociedad en la cual se encuentra inserto e instituye un orden propio de significados. De este modo, queda cumplido el primer objetivo de este trabajo, *determinar la relevancia del discurso visual como espacio simbólico de construcción de la realidad*.

Y frente a estas conclusiones, más allá de los objetivos pertinentes a mi disciplina, vale la pena plantearse ¿qué está diciendo sobre nuestra sociedad el hecho de que estos discursos sean posibles? No se trata solo de una cuestión histórica. Estas formaciones de la memoria inciden de manera directa en las luchas políticas presentes. En ellas se juegan nuestro presente y nuestro régimen político. Las estrategias no constituyeron una mera expresión de un acotado discurso político. Eso lo prueba el hecho de que, aún pasado 31 años, esté tan presente en nuestras vidas. Todo converge en un lugar común básico: hacer discursos, es hacer historia. Porque como se dijo anteriormente, junto a la lucha política, se erige la lucha por el discurso y su relevancia ha de ser similar.

También es equívoco pensar y creer que estas estrategias se desvanecieron junto a la caída del régimen dictatorial. No hace falta una búsqueda tan intensa para encontrarlas en nuestro presente; quizás perduren entreveradas en creativos avisos publicitarios de grandes corporaciones. Lo mismo ha sucedido con la doctrina autoritaria del ejército, que a pesar de que ya no es una cuestión de estado, aún sigue rondando de tanto en tanto en nuestras cotidianidades y en nuestra forma de relacionarnos con las instituciones.

Por último resultaría interesante que cada uno de nosotros nos preguntásemos ¿qué está diciendo acerca de nuestra idiosincrasia argentina, que estos valores militaristas aún sigan existiendo en nuestro presente? Quizás ayude apelar a la memoria. Por una parte, porque la memoria es un acto de recreación del pasado desde la realidad del presente y el proyecto del futuro. Por el otro, porque es desde las particularidades de ese pasado, desde sus coordenadas específicas que podemos construir una memoria fiel.

Como sostiene Beatriz Sarlo en su libro *Tiempo pasado. Cultura de la memoria y giro subjetivo. Una discusión*. Se trata en consecuencia, de recuperar la historicidad, y más allá de eso, revisar el pasado como algo cargado de sentido para el presente, entenderlo sinceramente para abrirnos hacia el futuro.

## Bibliografía.

- **Barthes**, Ronald. *De lo obvio a lo obtuso*. Barcelona: Paidós Ibérica. 1986
- **Benveniste**, Emil. *Problemas de Lingüística General*. México: Editorial Siglo XXI
- **Berger**, P y **Luckmann**, T. *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu. 1999
- **Blanchar**, Gerard. *La letra*. Barcelona: Grupo Editorial Ceac. 1988.
- **Bonsiepe**, Gui. *Del objeto a la interfase. Mutaciones del diseño*. Buenos Aires: Ediciones Infinito 1998.
- **Buen Unna**, Jorge de. *Manual de diseño editorial*. México: Editorial Santillana. 2000.
- **Calveiro**, Pilar. *Política y/o violencia. Una aproximación a la guerrilla de los años 70*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma 2005.
- **Carter**, Rob. *Diseñando con tipografía 2*. Barcelona: Rotovisión 1999.
- **Foucault**, Michel. *El orden del discurso*. Buenos Aires: Tusquets Editores 1992.
- **Foucault**, Michel. *Vigilar y Castigar. Nacimiento de la prisión*. 1ª ed. 4º reimp. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores 2002.
- **Guitelman**, Paula. *La Infancia en dictadura. Modernidad y conservadurismo en el mundo del Billiken*. 1ª ed. Buenos Aires: Prometeo 2006.
- **Joly**, Martine. *Introducción al análisis de la imagen*. Buenos Aires: Editorial La Marca. 1999
- **Joly**, Martine. *La imagen Fija*. Buenos Aires: Editorial La Marca 2003.
- **Kane**, John. *Manual de tipografía*. Barcelona: Editorial Gilli 2005.
- **Lanusse**, Lucas. *El mito de sus 12 fundadores*. Buenos Aires: Editorial Vergara. 2005
- **Ledesma**, María. *El diseño gráfico, una voz pública*. 1ª ed. Buenos Aires: Editorial Argonauta: 2003.
- **Magariños de Moretín**, Juan. *El mensaje publicitario*. Buenos Aires: Editorial Hachette. 1983.
- **McLean**, Ruari. *Manual de tipografía*. Madrid: Tursen-Hermann Blume. 1993
- **Moles**, Abraham y **Costa**, Joan. *Publicidad y Diseño*. 1ª ed. 1ª reimpr. Buenos Aires: Ediciones Infinito. 1999.
- **Müller Brockmann**, Josef. *Sistema de Retículas*. Editorial Gustavo Gilli. 1982.
- **Novaro**, Marcos. *Historia de la Argentina Contemporánea. De Perón a Kirchner*. 1ª ed. Buenos Aires: Edhasa 2005.
- **Pérez**, Rafael Alberto, *Estrategias de Comunicación*. Barcelona: Editorial Ariel, 2001.
- **Pico**, Fabián. *Memoria Histórica para adolescentes. Dictadura y derechos humanos en Argentina*. 1ª ed. Rosario, Argentina: Homo Sapiens 2006.

- **Pigna, Felipe.** *Lo pasado pensado. Entrevistas con la historia Argentina (1955-1983)*. 2ª ed. Buenos Aires: Editorial Planeta 2005.
- **Saramago, José.** *De este mundo y del otro*. Madrid: Santillana Ediciones Generales. 2003
- **Sarlo, Beatriz.** *Tiempo pasado. Cultura de la memoria y giro subjetivo. Una discusión*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores 2005.
- **Saussure, Ferdinand.** *Curso de lingüística general*. Madrid: Alianza Editorial. 1983.
- **Torrado, Susana.** *Historia de la familia en la Argentina Moderna*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana. 2001
- **Verón, Eliseo y otros.** *El discurso político. Leguajes y acontecimientos*. Buenos Aires: Machette 1987.
- **Verón, Eliseo.** *Discurso, poder, poder del discurso. Análisis del primer coloquio de Semiótica*. Río de Janeiro: Ediciones Loyola 1980.

### Artículos y entrevistas.

- **Barón, Ana.** *El lexicon del terror*. Clarín 1998. Abril, 6. Segunda Sección.
- **Bravo, Nazareno.** *El discurso de la dictadura militar argentina (1976-1983). Definición del opositor político y confinamiento - "valorización" del papel de la mujer en el espacio privado*. In-cihusa-Conicet. Mendoza, Argentina. Disponible on-line en: [http://www.serbi.luz.edu.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S131552162003007000006&lng=en&nrm=iso](http://www.serbi.luz.edu.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S131552162003007000006&lng=en&nrm=iso). 2006
- **Camusso M; Gastaldo S; Leiva D; Marchetti V; Provencal, A;** compiladores. *Retórica de la Imagen*. Módulo 5. Cátedra Comunicación visual gráfica. Comunicación Social. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Rosario.
- **Camusso M; Gastaldo S; Marchetti V; Menéndez, C; Provencal, A;** compiladores. *Estrategias en la producción de Comunicaciones Visuales*. Módulo 10. Cátedra Comunicación visual gráfica. Comunicación Social. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Rosario.
- **Carbone, Alejandra.** *Apunte de clasificaciones tipográficas*. Cátedra Tipografía 1. Carrera de Diseño Gráfico. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Universidad Nacional de Buenos Aires. 2006.
- **Caviglia, Mariana.** *Testigos del horror*. Revista Caras y Caretas 2006. Marzo. N° 2196. Año 45. Pag. 19.
- **Clarín** 2006. Marzo, 24. *Suplemento Especial. A 30 años de la noche más larga*.
- **Copley, Florencia.** *Cuando el terror es gobierno*. 2006. Artículo on-line disponible en: <http://www.nuestraamerica.info>.
- **Gamonal Arroyo, Roberto.** *Una aproximación a la retórica tipográfica*. Revista icono 14. 2005. N°5. Disponible on-line en: <http://www.icono14.net/revista/num5/articulo6.1.htm>
- **Gociol, Judith.** *Los libros que vos quemáis...* Revista Caras y Caretas 2006. Marzo. N° 2196. Año 45. Pag. 52.
- **Gutiérrez, Silvia.** *Discurso Político y argumentación*. Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Xochimilco. México. Disponible on-line en: [http://www.filosofia.uchile.cl/editorial/libros/discurso\\_cambios/72Gutie.pdf](http://www.filosofia.uchile.cl/editorial/libros/discurso_cambios/72Gutie.pdf)

- *Lo que termina y lo que comienza* [Artículo Periodístico]. Diario La Nación 1976. Marzo, 25. N° 37.468. Año 107. Pag 3.
- **Olmo Barbero**, Jesús. *Cultura tipográfica para entornos virtuales y reales*. Universidad Rey Juan Carlos. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Madrid, España. Disponible on-line en: <http://www.formatex.org/micte2006/pdf/347-351.pdf>
- **Oviedo** Jorge. *La tablita, la plata dulce y un futuro amargo*. Diario La Nación 2006. Marzo, 19. Suplemento Enfoques. Pag 4-5
- **Ranzani**, Oscar. *Como las dictaduras utilizaron la publicidad*. Diario Página/12. 2006. Abril, 24.
- **Seasone**, María. *Bananas maduras y el último mito dictatorial*. Revista Caras y Caretas 2006. Marzo. N° 2196. Año 45. Pag. 9.
- **Solas**, G. Javier. *26 letras en busca de sentido*. Espéculo, revista de estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid. 2003. N° 17. Disponible on-line en: <http://www.ucm.es/info/especulo/numero17/tipopoli.html>
- **Sosa**, Cecilia. *Dictadura para principiantes*. Diario Página/12. 2006. Mayo, 21. Suplemento Radar.
- **Walsh**, Rodolfo. *Carta Abierta de un escritor a las Juntas Militares*.
- **Zuker** Cristina. *El terror y la vida*. Revista Caras y Caretas. 2006. Marzo. N° 2196. Año 45. Pag. 14.

### Páginas webs consultadas.

- <http://es.wikipedia.org>
- <http://www.unostiposduros.com>
- <http://www.clarin.com.ar>
- <http://www.lanacion.com.ar>
- <http://www.pagina12.com.ar>
- <http://buscon.rae.es/draeI/>