

# **De etiquetas y etiquetados. La construcción discursiva de alteridad en la prensa semanal durante el “Proceso de Reorganización Nacional”.**

Ezequiel Román Berlochi.

Cita:

Ezequiel Román Berlochi (2016). *De etiquetas y etiquetados. La construcción discursiva de alteridad en la prensa semanal durante el “Proceso de Reorganización Nacional”*. II Congreso de la Asociación Argentina de Sociología. Asociación Argentina de Sociología, Villa María.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-046/125>

## **De etiquetas y etiquetados. La construcción discursiva de alteridad en la prensa semanal durante el “Proceso de Reorganización Nacional”. Ezequiel Román Berlochi (UNR)**

La presente ponencia pretende introducir el estudio de la prensa semanal durante el autodenominado “Proceso de Reorganización Nacional” y cómo fue construyendo determinadas alteridades, siguiendo siempre la lógica schmittiana “amigos-enemigos”. Para ello, proponemos realizar un enfoque desde la teoría del etiquetamiento, tal como es presentada por Howard Becker, complementándolo con la teoría de los imaginarios sociales. De este modo, mediante el análisis discursivo de algunos semanarios de la época, particularmente las revistas *Somos* y *Gente*, podremos observar cómo estas publicaciones fueron construyendo distintas alteridades, en clave de enemigos de la sociedad. Paralelamente, también podremos apreciar cómo se fue construyendo una determinada visión de aquel “nosotros” que debería encarnar el “auténtico argentino” y el rol que estas revistas se dieron a sí mismas en calidad de “emprendedores morales”.

Palabras clave: Alteridad – Etiquetamiento - Imaginario Social – “Emprendedores morales”

### *Introducción*

La teoría del etiquetamiento, puede ser una herramienta analítica de utilidad a la hora de analizar cómo los medios de comunicación durante el periodo de la dictadura cívico-militar del autodenominado “Proceso de Reorganización Nacional”, buscaron crear en la sociedad una posición de vigilancia y temor ante la expectativa del avance de la amenaza comunista sobre el tradicional modo de ser de los argentinos, encarnada en determinados sujetos que eran presentados como “agentes” del comunismo en nuestro país y que fueron rápidamente catalogados como *outsiders*. En este sentido, los medios de comunicación masiva tuvieron un destacado rol en crear y difundir una idea de quienes serían sindicados como “enemigos” de los “auténticos argentinos”, teniendo en cuenta que la creación de identidades y de subjetividades políticas durante el mencionado periodo, tenían como objetivo final la legitimación del gobierno de facto. Quienes se ocuparon de dicha operación serán descritos en el presente trabajo, como *emprendedores morales*.

Para ello, se necesitó construir un imaginario social donde claramente pudieran identificarse de un modo muy lineal a aquellos considerados como “buenos” de otros considerados como “malos”. En términos más analíticos: se buscó la conformación de un Yo determinado (es decir, una identidad), el cual se conformaría de acuerdo a las relaciones que establecen los sujetos encuadrados dentro de un mismo espacio, pasando a conformar un Nosotros, en contraposición a las identidades de otros

sujetos, que pasaran a conformar los Otros. Claro que la conformación de los Otros, es una construcción social. Y dicha construcción está dada, en gran medida, mediante la utilización de estigmas y/o estereotipos que reforzaran el Yo, marcando una diferenciación social de carácter identitario o de inclusión-exclusión (Nosotros-Ellos). Los imaginarios, muchas veces, son los medios por los cuales se estigmatiza o estereotípica a los Otros, al mismo tiempo que posibilitan la conformación de una identidad subjetiva (el Yo), que posibilita la inclusión de los sujetos en un determinado grupo y la exclusión de otros (Nosotros-Ellos).

En palabras de Ángel Enrique Carretero, el imaginario social cumple en la sociedad el papel de salvaguardar la identidad de la sociedad. De ese modo,

la cohesión social reposaría, pues, en una adscripción sin fisuras por parte de todos los coparticipantes en un mismo grupo social o sociedad a una matriz más imaginaria que propiamente real. La especificidad de un grupo social o sociedad, su singularidad, el establecimiento de unas fronteras simbólicas con respecto a otros grupos sociales y sociedades, pasaría, entonces, por la configuración y la actuación de un determinado “Imaginario social”. La adhesión a un “Imaginario social” implica una peculiar y casi intransferible manera común de situarse los integrantes de una colectividad ante el mundo, de dar sentido a su realidad y a los modos de articulación de sus relaciones intersubjetivas (Carretero, 2011: 101).

Desde nuestra perspectiva, creemos que la institución de otredad mediante la construcción de imaginarios, posibilitó, en el contexto de un régimen autoritario que se abocó a la construcción de una nueva sociedad como en el caso argentino, el intento de legitimación de dicho régimen al reducir las relaciones sociales a relaciones de *amigos-enemigos*. De *nosotros-ellos*. Por un lado se construyó la imagen de quién debería ser identificado como “amigo” a la vez que se ocupó de construir la identidad de los “enemigos”, de los “otros”. Así, lo que se esperaba era atomizar a la sociedad argentina y romper los lazos de solidaridad social.

Aquí debemos considerar el papel que jugaron los medios de comunicación, que se ocuparon de la trasmisión de un determinado discurso no exento de estigmas y estereotipos, ayudando de este modo a crear en la sociedad argentina una identidad acorde con los tipos ideales de lo que *deberían ser* los argentinos, al mismo tiempo que se construyó la imagen de los “otros” como enemigos a ser identificados, y en el caso extremo, eliminados. Asimismo, se buscaron establecer los imaginarios, o mejor, crear nuevos imaginarios que permitieran fundir a los individuos en una nueva sociedad<sup>1</sup>. Se persiguió la legitimación del poder castrense mediante la construcción de una nueva identidad, de un nuevo *ser*, de un nuevo *Yo* y también de un *Ellos* que serían los enemigos a combatir.

---

<sup>1</sup> Como plantea Hugo Quiroga, “la dictadura soberana no se agota con cualquier misión, por importante que sea. Tiene, diríamos, una voluntad fundacional. Su cometido histórico es la producción de un nuevo orden, la transformación del Estado y la sociedad. Esa fue la *misión originaria* del golpe del 24 de marzo” (Quiroga, 1994: 30).

En el presente trabajo no avocaremos a tratar la conformación identitaria que operaron los medios de comunicación, especialmente las revistas de información general, sobre aquellos sujetos caracterizados como sujetos peligrosos, como “subversivos”, o en términos de Howard Becker como *outsiders*. Para ello, nos apoyaremos en la teoría del etiquetamiento del propio Becker (2009), deteniéndonos en la función de *emprendedores morales* que tuvieron los medios de comunicación al determinar qué comportamientos serían considerados desviados y cuáles no.

### *Outsiders y cruzados morales. Una caracterización teórica*

La teoría del etiquetamiento, fue desarrollada a mediados de la segunda mitad del siglo XX, dentro la prestigiosa Escuela de Chicago. Como plantea María Dolores Sacho (2014), esta teoría pretende describir la realidad sin pasar por el filtro del investigador al tiempo que se centra en un nuevo “objeto”, el desviado, el *outsider*, en contraposición a “la respetable sociedad”. Por otro lado, es una teoría que surge como crítica a algunos paradigmas de los estudios de criminalística, ya que propone que el estudio del delito no debe centrarse en la acción, como planteaban los estudios positivistas o paradigma etimológico, sino en la reacción social, no en el sujeto que actúa sino en los agentes sociales que controlan. De acuerdo con Elena Larrauri, este enfoque surge criticando las teorías criminológicas funcionalistas como la teoría de la anomia y las teorías de las subculturas predominantes en la década del cincuenta. De acuerdo con Taylor, Walton y Young, este enfoque también rechaza las explicaciones psicológicas, genéticas y multicausales del delito y la desviación en las que se pone el acento en el carácter absoluto de las causas de la delincuencia (Sacho, 2014: 66-67).

Si bien esta teoría surge para explicar ciertas conductas asociadas al delito, en este trabajo, nos centraremos en cómo se presentaron determinados actores políticos a la sociedad, siendo estos presentados como *outsiders*, con el agregado que en el clima político de los años `60 y `70, estos eran presentados como enemigos de carácter público. Por lo tanto, no nos centraremos tanto aquí en caracterizar a los designados *outsiders*, sino que nos abocaremos a estudiar a quienes designaban a determinados sujetos como tales. Como plantea Howard Becker (2009), nuestro objeto de estudio serán los *creadores de normas* o *cruzados morales*. Pero antes de adentrarnos en ellos, consideraremos brevemente el planteo teórico de Becker sobre la desviación o la trasgresión de la norma.

En primer lugar, Becker considera que las reglas presentes en todas las sociedades son puestas por los grupos que la componen. “Estas reglas definen las situaciones y comportamientos considerados apropiados, diferenciando las acciones ‘correctas’ de las ‘equivocadas’ y prohibidas” (Becker, 2009: 21). Quien rompe dichas reglas, es considerado un desviado, un *outsider*.

¿Qué es entonces un *outsider*? Para Becker, la desviación es una creación de la sociedad, es decir, “los grupos sociales crean la desviación al establecer las normas cuya infracción constituye una desviación y al aplicar esas normas a personas en particular y a etiquetarlas como marginales” (Becker, 2009: 28). Es así como para el autor, una persona es considerada “desviada”, no por haber infringido una norma, sino porque hay terceros que la consideran como tal y por ello se lo etiqueta como marginal. Esto provoca que el concepto de *outsider* no sea homogéneo, debido a que puede haber casos en que haya personas que sean consideradas como desviadas sin que estas hayan violado ninguna norma, o por el contrario, sujetos que han quebrantado una determinada norma pero pasan inadvertidos. Es por este motivo que Becker considera a la desviación como “el producto de una transacción que se produce entre determinado grupo social y alguien que es percibido por ese grupo como un rompe-normas” (Becker, 2009: 29).

Ahora bien, la contraparte del *outsider* es el *emprendedor moral*. Para Becker existen dos tipos de emprendedores morales, los que crean las normas y los que la aplican. Dentro de los primeros, el autor destaca la figura del *cruzado moral*, alguien que no está satisfecho con las reglamentaciones existentes y que por ende, “opera desde una ética absoluta: lo que ve es malo, total y absolutamente malo, sin matices, y cualquier medio que se emplee para eliminarlo está justificado” y agrega que “es típico que crean que su misión es sagrada” (Becker, 2009: 167). Estas personas, suelen pensarse así mismas como superiores a los demás y creen que al obligarlos a hacer lo que dicen les será beneficioso. De igual manera, no les importa los medios que deban aplicarse para lograr el fin deseado.

El segundo grupo de emprendedores morales, son aquellos que deben aplicar y hacer cumplir las normas. De estos, dice el autor, es el momento cuando la norma queda institucionalizada, “lo que había comenzado como un impulso para convencer al mundo de la necesidad moral de una nueva norma, finalmente se convierte en una organización abocada a asegurar su cumplimiento” (Becker, 2009: 175).

En resumen, lo que plantea Becker sobre la conformación tanto del *outsider* como del *emprendedor moral*, es que las conductas consideradas como “desviadas” son observadas por alguien que las considera como tal y por ello pasa a crear una norma que sancione dicha acción, al mismo tiempo que se crea un organismo que aplica, sanciona la norma y persigue a los *outsiders*. Por otra parte, con la sanción de la norma, los *outsiders* son fácilmente identificables y etiquetados como “desviados”.

Hasta aquí, hemos desarrollado de una manera muy general las principales características de la teoría de Becker sobre la teoría del etiquetamiento. Somos conscientes de que han quedado afuera algunos aspectos de la misma, pero creemos que lo mencionado hasta el momento nos sirve para encausar nuestro trabajo. Resta ahora examinar cómo se conformaron los *emprendedores morales* en nuestro

país durante el periodo dictatorial, teniendo en cuenta el rol que tuvieron los medios de comunicación en ello.

*Los medios de comunicación durante la dictadura. Una descripción*

¿Cómo conformaron los medios de comunicación el rol de emprendedores morales? ¿Hubo acaso algún otro actor que también asimiló dicho rol? ¿Qué papel jugó el gobierno de facto en esta cuestión? Sin lugar a dudas, las respuestas a estas preguntas excederían los límites del presente trabajo, por lo cual sólo nos limitaremos a presentar algunas cuestiones generales.

En relación al rol de emprendedores morales que tuvieron los medios de comunicación, ¿en qué sentido podemos aseverar ello? ¿Y en qué consistió dicho rol? Como plantea Marcelo Borrelli (2011), los medios atravesaron por dos grandes periodos durante los años de la dictadura cívico-militar. Un primer momento, de 1976 a 1979, donde podemos observar un apoyo explícito, fundamentalmente a lo relacionado con la “lucha antisubversiva” y la “vuelta del orden”. Un segundo periodo, de 1980 a 1983, donde salvo por la guerra de Malvinas, la prensa comienza a criticar con mayor dureza al régimen militar, sobre todo por la crisis económica. Es en ese momento, donde comienzan a visibilizar las violaciones a los derechos humanos y a publicarse solicitadas de familiares de desaparecidos y de organizaciones de derechos humanos.

De igual manera, es importante que destaquemos que el apoyo mediático que se le brindó a la dictadura, no fue homogéneo, sino que nos encontramos con matices. Desde diarios y revistas que apoyaron irrestrictamente al gobierno dictatorial (como *Gente*, *Somos* y *La Razón*) a medios que apoyaron las políticas económicas de Martínez de Hoz, pero denunciando las violaciones a los derechos humanos y la desaparición de personas (*Buenos Aires Herald*, *La Prensa*), hasta diarios que disintían en materia económica con la dictadura, aunque apoyaban los aspectos más “políticos” (*Clarín*).

Por lo tanto, podemos establecer que el rol de emprendedores morales tuvo mayor vigencia durante el primer momento, cuando los medios estuvieron abocados a disciplinar a la sociedad y a generar consenso sobre el accionar de la dictadura. Ahora bien, ¿en qué consistió el accionar de los medios de comunicación como emprendedores morales? Siguiendo lo planteado por Howard Becker, los medios de comunicación se centraron en denunciar aquello que era visto como pernicioso para la sociedad, al tiempo que trataban de encauzarla hacia lo que creían era el camino correcto. Al realizar esta operación discursiva, los medios tendían a reproducir el discurso hegemónico planteado por las Fuerzas Armadas, sus diagnósticos y sus “soluciones” a lo que consideraban como los problemas que padecía el país.

Y de entre la serie de problemas que padecía el país, hay uno que debe llamarnos la atención, la cuestión de la identidad y el sentido de otredad, tal como ha sido planteado al principio de este trabajo. Es que tanto en las Fuerzas Armadas como los medios de comunicación (a lo que debe agregarse todo un amplio conjunto de actores sociales como sindicatos, partidos políticos, la Iglesia, etc.) existían conjuntos de “otros” que amenazaban la estabilidad del país, introduciendo la anarquía, la desestabilización y la violencia. El “subversivo” fue el primer gran “otro” que construyó la dictadura cívico-militar, para legitimarse y construir su proyecto político-económico, y también cultural.

Es que para estos sectores, había una forma tradicional de *ser* de los argentinos. Ya en los años '60, el general Juan Carlos Onganía y su sector *paternalista*<sup>2</sup>, había definido al tradicional modo de vida de los argentino como “occidental y cristiano” al que contraponía una amenaza extraña a dicho modo de vida, una amenaza foránea: el comunismo. Luego, en los turbulentos años de 1974 a 1976, la amenaza roja volvería a surgir<sup>3</sup>, esta vez, de la mano de un sector del peronismo en el poder, el “ortodoxo” o “la derecha peronista”, que hablaría a través de sus medios como la revista *El Caudillo* y sus grupos como la Juventud Peronista de la República Argentina, la Juventud Sindical Peronista, el Comando de Organización, la Concentración Nacional y la Triple A. Conceptos como “infiltrado”, “terrorista”, “delincuente subversivo” harían su aparición en un contexto asignado por la violencia, que luego sería utilizada como la excusa para la intervención por parte de los militares el 24 de marzo de 1976, dando inicio a la dictadura más sangrienta que azotó a la Argentina.

Luego del golpe de Estado, los medios de comunicación se encargarían de mantener en la opinión pública el clima de miedo hacia la violencia de los llamados “extremos de izquierda y derecha”, omitiendo cualquier noticia sobre la represión de carácter clandestina llevada a cabo por la dictadura cívico-militar y restando importancia a las denuncias sobre violaciones a los derechos humanos, al tiempo que se encargaban de construir la identidad de aquel arquetipo de argentino “auténtico”. Ahora bien ¿cómo operaron los medios de comunicación como emprendedores morales? Y ¿qué mecanismos utilizaron para reforzar la identidad de aquellos considerados como “amigos” y de aquellos sindicados como “enemigos”?

### *La prensa semanal como “emprendedores morales”*

En el presente apartado nos proponemos desarrollar de una manera muy sintética los principales aspectos relativos al rol de las revistas semanales o de información general durante el periodo dictatorial, en lo concerniente a la conformación de un proceso de alteridad y al rol de “emprendedores morales”. Particularmente, nos centraremos en dos semanarios de gran tirada

<sup>2</sup> O'Donnell (2009).

<sup>3</sup> En verdad, nunca desapareció del imaginario político argentino de la segunda mitad del siglo XX.

durante el periodo de estudio y que apoyaron ampliamente a la dictadura cívico-militar. Nos referimos a las revistas *Somos* y *Gente*, ambas pertenecientes a Editorial Atlántida.

Antes que nada, creemos importante recuperar las dos preguntas con la que finalizamos el apartado anterior, dado que serán las que guíen nuestra argumentación. De esa manera, nos preguntábamos por ¿cómo operaron los medios de comunicación como emprendedores morales? Y ¿qué mecanismos utilizaron para reforzar la identidad de aquellos considerados como “amigos” y de aquellos sindicados como “enemigos”? Estas preguntas están relacionadas con la idea que se tenía sobre quienes eran considerados como *outsiders*, como fuera de la ley, o en este caso, como aquellos cuyas actitudes serían contrarias a los intereses del país, buscando “pervertir a la población y a la esencia nacional”.

Este argumento era compartido por las máximas autoridades militares, cuyo discurso político planteaba que existía una lucha entre aquello considerado como “nuestro” en contraposición hacia algo “ajeno” que buscaba pervertir el tradicional modo de ser de los argentinos. En este sentido, tanto la posición de las autoridades militares como las de la mayoría de los medios de comunicación, la cultura se trasformaría en el campo de batalla en donde se confrontarían ambos modelos. Por un lado, una cultura “nuestra” identificada con las buenas costumbres y con el tradicional modo de vida argentino “occidental y cristiano”, reino de la moral cristiana, la familia, el orden y la disciplina. Por otro lado, la cultura identificada con aquellos elementos “ajenos” a este tradicional modo de ser, relacionada con aquellos aspectos “no-morales”.

Para Andrés Avellaneda (1986), esta última figura estaría compuesta por el campo de la sexualidad, la religión y la seguridad nacional, es decir, la perversión de las buenas costumbres llevaría a “el fin de la civilización occidental”<sup>4</sup>. Y esta corrupción de las buenas costumbres, estaría dada por la infiltración de estos elementos ajenos. Aquí es donde entra a jugar el rol de *emprendedores morales* de algunos medios de comunicación, dedicados a identificar amenazas al ser nacional y a plantear las actitudes o comportamientos considerados como “correctos” o “válidos”.

En gran medida, las revistas que tomamos en consideración, profundizaron un aspecto juzgado como prioritario: la lucha contra la “subversión”. Estos semanarios entendían que la “subversión”, la cual nunca fue definida del todo sino que por momentos parecía abarcar diferentes áreas o actitudes, se proponía pervertir las buenas costumbres de aquello considerado como nacional e imponer un modelo cultural ajeno. Por lo general, solían reducir la cuestión a un complot orquestado por intereses foranes, ligados a la Unión Soviética a nivel internacional y a Cuba a nivel regional, cuyo objetivo era la instauración del comunismo en nuestro país. Este diagnóstico, también era compartido

---

<sup>4</sup> Sobre este aspecto, es sumamente relevante algunos planteos que aparecen en medios de comunicación de la época, concernientes a definir y mantener el denominado “espíritu de Occidente”. En este sentido, la revista *Somos* publicó durante el año 1981, una serie de notas concernientes a definir este “espíritu de Occidente”, dando a conocer los pensamientos filosóficos que sustentarían dicha idea, al igual que identificaban a aquellos planteos atentatorios a la idea de Occidente.

por ciertos sectores de la sociedad argentina, como las Fuerzas Armadas o la Iglesia, que venían planteando la idea de este “complot” contra la Argentina.

Así, todo aquel que no terminase de encajar con aquellos comportamientos o actitudes ligadas al “ser nacional” terminaron siendo considerados como *outsiders* y pasaron a engrosar las listas de enemigos públicos. Ahora bien, ¿cómo se fue constituyendo el rol de “*emprendedores morales*”?

El modo en que estas publicaciones ejercían dicho rol, es sustantivamente diferente. Por un lado, *Somos* al planificarse como una publicación destinada a selectos grupos de la sociedad argentina, fundamentalmente empresarios y clase media-alta, recurrió a notas de investigación y a análisis de psicólogos y sociólogos. *Gente*, por el contrario, buscó interpelar a las clases medias urbanas mediante un enfoque más directo. Así, mientras el primer semanario buscó trabajar esta línea sutilmente, el segundo apeló a modos directos y efectistas<sup>5</sup>. En gran medida, podemos encontrar que ambas publicaciones durante los primeros años del “Proceso” (1976-1979), ejercieron con mayor ahínco el rol de “*emprendedor moral*”. Y así como planteamos anteriormente, que estos designan a un *outsider* para ejercer su rol, estas revistas encontraron en el vago y difuso concepto de “subversivo” su *outsider* sobre el cual operar.

De esta manera, la idea de “subversión” a la que se apelaba no estuvo para nada alejada de la concepción con la que se solía entender tanto por las Fuerzas Armadas como por otros actores de la sociedad. La “subversión”, para estas revistas, buscaba trastocar lo genuinamente argentino e instaurar un modelo cultural ajeno a los principios morales y culturales de la Argentina “occidental y cristiana”, tal como hemos mencionado anteriormente.

De lo que veníamos diciendo hasta aquí, ¿qué hay reflejado en las revistas analizadas? En primer lugar, la idea de que el mundo Occidental estaba en guerra. Una guerra que estaba muy lejos de ser “fría”, ya que para amplios sectores de la opinión pública, los movimientos “subversivos” eran financiados y provocados por el bloque soviético, que buscaba desestabilizar a los países Occidentales. De ahí la misión “sagrada” de las Fuerzas Armadas para proteger a la Nación del ataque externo.

Siguiendo este argumento, la lógica expresada en el mismo se centraba en identificar a los “agentes de la subversión”. ¿Quiénes eran estos “subversivos”? El modo en que fue construyéndose el sentido de otredad, la manera en la que se describieron a los “subversivos” como *outsiders* determina la función como “*emprendedores morales*”. ¿Quiénes eran, pues, los “subversivos”? las revistas adoptaron en gran medida mucho del discurso oficial, al identificar como *outsiders*, o posibles *outsiders*, fundamentalmente a la juventud. Para las Fuerzas Armadas y gran parte de la sociedad, el trastocamiento de aquellos valores considerados como esenciales para el desarrollo de una sociedad

<sup>5</sup> Para profundizar las características de estas revistas, véase Blaustein y Zubieta (1998); Marchetti (2004); Urtasun (2008); Borrelli y Gago (2015).

conducían a producir conductas desviadas, siendo la principal herramienta de “infiltración de elementos extraños” la educación<sup>6</sup>.

En palabras del primer ministro de educación del “Proceso”, Ricardo Bruera, el trastocamiento de todos los valores dentro del sistema educativo es una realidad escolar donde se ha fracturado la relación docente-alumno, y se ha bloqueado también la relación padre de familia-institución escolar. Se ha utilizado principios pedagógicos de la llamada pedagogía de liberación, que fueron penetrando en el sistema educativo... (citado en Avellaneda, 1986: 139).

Igual diagnóstico presentaba el Vicealmirante Armando Lambruschini, al declarar que, minar la fe de los argentinos en su sistema de vida democrático y pluralista. Para ello atacan en la célula inicial, en la relación padres e hijos y llegan hasta cuestionar la relación hombre-mujer. Crear odios y estimular resentimientos. Propiciando una sociedad nivelada por lo bajo, en la que el esfuerzo personal y los méritos no signifiquen nada. Después aparecerán ellos como los redentores atractivos... (citado en Avellaneda, 1986: 143).

Mucho de esta argumentación fue recuperada por las revistas aquí analizadas, especialmente en lo concerniente a los cambios en la política educativa y en la denuncia de la “presencia subversiva” en diversas instituciones como las escolares, iglesias y sindicatos. Y como planteamos anteriormente, los modos en que ambas publicaciones presentaban estas cuestiones eran muy diferentes. Mientras que *Somos* apelaba a un estilo más “neutral”, recurriendo a declaraciones de funcionarios o a estudios u opiniones de personalidades vinculadas a la cultura, la política y la educación tanto nacionales como extranjeras; *Gente* optó por un estilo más directo y provocador. Claramente, ninguna de las dos revistas pueden ser clasificadas como “neutral” u objetiva en lo que refería a estos temas, pero los modos en que presentaban estas noticias se adaptaban a los estilos planteados por sus directores.

Un claro ejemplo de ello, y que resume a la perfección el “estilo *Gente*”, es su conocida *Carta abierta a...* Mediante el sencillo ejercicio de escribir una carta abierta destinada a alguna persona determinada, cuando no a la sociedad en su conjunto, la revista se proponía ir definiendo su rol como “*emprendedor moral*”, marcando aquellas conductas deseadas. El modo directo de la nota, reforzaba el claro sesgo prescriptivo de la misma, orientaba a reforzar dicho sistema de valores. Veamos algunos fragmentos de una conocida carta abierta que dirigió la revista *Gente* a los padres argentinos con motivo de la navidad de 1976<sup>7</sup>. Para la revista,

<sup>6</sup> A la que puede sumarse la religión. En las revistas relevadas, abundan las críticas hacia las posiciones más progresistas de la Iglesia Católica, tal como la posición de la Segunda Conferencia General del Episcopado Latinoamericano en Medellín en 1968 o la publicación de la Biblia Latinoamericana.

<sup>7</sup> Cabe destacar que en algunos pasajes de la misma, se recuperaban algunas nociones o prescripciones como hemos visto con las declaraciones de Bruera y Lambruschini, lo que es un indicio sobre la vinculación ideológica entre el discurso del semanario y los ideales que movilizaba el régimen militar.

Hoy la educación de sus hijos no sólo es una obligación. También es una responsabilidad. Los tiempos han cambiado. La escuela es un terreno donde la subversión ha dirigido sus armas para ganar en este campo lo que no ha podido lograr con la violencia. Este es un toque de atención. Un llamado a la cautela y a la reflexión. Una apelación concreta a su responsabilidad como madre y como padre. (...)

Durante ese tiempo muchos hijos de familias honestas y trabajadoras, de familias que los habían educado dentro de un sistema de valores donde Dios, la Patria, la familia, el respeto por el prójimo, la escuela, la propiedad y las jerarquías ocupaban un lugar importante, fueron adoctrinados sutilmente. Los ideólogos de turno le dijeron que todo eso era mentira, y en muchos casos consiguieron que su presa empuñara las armas y pasara a la guerrilla. Yo supongo que muchos padres vieron el peligro. Las malas compañías, las reuniones sospechosas, los libros extraños, el desorden de costumbres. Pero no hicieron nada. No se defendieron contra la agresión. Se callaron. Fueron cómplices. Por amor o por comodidad o por indiferencia o por cobardía fueron cómplices. No hablaron con sus hijos. No le preguntaron nada. No intentaron detenerlos. Tampoco denunciaron el caso cuando se desató -por fin- la lucha contra la guerrilla. Y a lo mejor terminaron en la morgue, reconociendo el cadáver de su hijo o de su hija. Cuando era demasiado tarde para arrepentirse. Después del 24 de marzo de 1976, usted sintió un alivio. Sintió que retornaba el orden. (...) (Revista *Gente*, 16 de diciembre de 1976).

Este artículo es sumamente significativo al momento de entender el rol que ejercieron estas publicaciones como “*emprendedores morales*”. Veamos otro ejemplo sobre el rol de la familia y como la militancia política, que en términos de estas publicaciones era sinónimo de “subversión”, tendía a romper. Así, cuando los medios publicaban alguna noticia sobre la “lucha antisubversiva” tendían a remarcar presuntas conductas antisociales, acentuando estereotipos sobre los militantes políticos más allá de su pertenencia o no a grupos políticos-armados.

Para *Somos*, las razones que llevaban fundamentalmente a los jóvenes a participar de la “subversión” tenían que ver con cuestiones de carácter psicológico entendidos como “desvíos” de una presunta conducta entendida como “normal”. De esta manera, continuaba la línea establecida por el discurso oficial sobre la influencia de elementos extraños al tradicional modo de vida argentino y alertaba sobre los posibles “promotores” de estas conductas desviadas. Así, en un artículo cuyo título sugestivo era “Perfiles del subversivo”<sup>8</sup>, se proponía marcar las “características psicológicas, las motivaciones a que responden y los temores y marginaciones a que se ve sometido un subversivo” (*Somos*, 10/06/77: 12). Aquellos indicados como “subversivos” generalmente, según éste artículo, venía de familias rotas o de conflictos con la figura paterna cuando no falta de esa última. Por otro

<sup>8</sup> Revista *Somos*, 10/06/77, pág. 12.

lado, se reconocía la incidencia de personas “ajenas al grupo familiar” que introducían a los jóvenes en aquellas conductas consideradas como “desviadas” tales como amigos, docentes universitarios y sacerdotes<sup>9</sup>.

En otro artículo, publicado la semana siguiente al que mencionamos en el párrafo anterior, también se hacía referencia a la familia y al afán por la “subversión” de eliminar dicha “célula básica de la sociedad”. Precisamente, al cubrir la muerte del hijo de un ex-gobernador de Neuquén a manos de las Fuerzas Armadas, la revista planteaba lo siguiente: “¿Qué caminos recorre un joven normal para llegar a la anormalidad de la subversión? El caso de Ricardo Sapag puede servir –desgraciadamente– para alertar a algunos padres y prevenir a todo el país” (*Somos*, 15/07/77: 8). El artículo discurría por el argumento ya planteado anteriormente en *Somos* y por *Gente*, al igual que el discurso oficial, sobre la infiltración de la “subversión” y su objetivo de “desviar” a la juventud argentina. En este sentido, en el mencionado artículo, la revista pregunta a un jurista neuquino y profesor universitario por las causas que llevaron al joven protagonista de la nota, de ser un joven “normal” a militar en la “subversión”. Nuevamente, la causa de ello radicaba en la influencia de la educación universitaria. Planteaba el entrevistado que “en todo el país las universidades fueron copadas por la subversión marxista (...). Hay un plan mundial de acción subversiva que pasa por las universidades”, para luego agregar que “... los padres a veces, por el trajín de la vida moderna se dedican más a tener éxito en los negocios o a lograr prestigio que a cuidar del equilibrio emocional de la familia” (*Somos*, 15/07/77: 9).

### *Conclusión*

Como hemos podido observar en el presente trabajo, los medios de comunicación, especialmente las revistas semanales de información general, jugaron un importante rol como *emprenedores morales*, al imprimir aquellos comportamientos considerados como “normales”, al mismo tiempo que también denunciaron los comportamientos “anormales”, etiquetando a todo aquel que no se adaptara al canon “occidental y cristiano” como un “subversivo” y por lo tanto, como un enemigo a destruir. Este discurso, se alineó con el esgrimido por las Fuerzas Armadas y numerosas entidades y organizaciones de la sociedad civil que compartían el mismo diagnóstico.

Ahora bien, sobre el rol netamente de *emprenedor moral* de los medios de comunicación, ¿cómo puede ser establecido dicho rol? Si bien hay una reproducción desde lo ideológico, de conceptos y preconceptos establecidos por el discurso oficial, el rol de emprendedores morales que ejercieron los medios de comunicación, no estuvo tanto determinado en la acción de poder sancionar reglas o

<sup>9</sup> Esta nota, retoma declaraciones de “subversivos arrepentidos”, que buscaban rehacer su vida reinsertándose de nuevo en la sociedad. De más está en decir que muchas de las apreciaciones de ese artículo, son de muy dudosa verosimilitud.

normas, como plantea Becker en su trabajo, sino que estuvo más vinculado a la creación de un sujeto que pasara a conformar los ideales esgrimidos por un sector importante de la sociedad.

De esta manera, más que un proceso de sanción de normas, el rol como emprendedores morales que tuvieron los medios de comunicación, porque no sólo las revistas aquí analizadas cumplieron con dicho rol, estuvo más bien vinculado a establecer pautas de comportamiento o lineamientos culturales, dentro de lo considerado como Argentino y en última instancia como “normal”. Si bien no ha sido trabajado aquí, la mención al “espíritu de Occidente” que realizamos marginalmente, es sumamente importante para entender este aspecto, por lo cual ese debería ser el siguiente paso de nuestras indagaciones. ¿Qué se entendía por “espíritu de Occidente”? ¿Qué implicancia desde lo cultural y normativo tuvo para el “Proceso de Reorganización Nacional” dicho concepto?

De todas formas, el ploteo esgrimido por Howard Becker en su trabajo, es sumamente revelador para trabajar el rol de los medios de comunicación, pues más allá de que en este trabajo hemos tomado un periodo de gobierno dictatorial, estos como actores influyentes de la sociedad, ejercen constantemente un papel de formador moral, marcando aquello considerado como aceptable y lo que no lo es, formando y deformando las visiones que tenemos del mundo.

### *Bibliografía*

**Avellaneda, Andrés** (1986). *Censura, autoritarismo y cultura: Argentina 1960/1983*, dos tomos. Buenos Aires: CEAL.

**Becker, Howard** (2009). *Outsiders. Hacia una sociología de la desviación*. Buenos Aires: Siglo XXI.

**Blaustein, Eduardo y Zubieta, Martín** (1998). *Decíamos ayer. La prensa argentina bajo el Proceso*. Buenos Aires: Colihue.

**Borrelli, Marcelo** (2011) “Voces y silencios: la prensa argentina durante la dictadura militar” en *Perspectivas de la comunicación* Vol. 4, Nº 1. Universidad de la Frontera. Temuco. Chile.

**Borrelli, Marcelo y Gago, María Paula** (2014). “Prepararse para un nuevo ciclo histórico: la revista *Somos* durante los primeros años de la dictadura militar (1976-1978)” en *RiHumSo- Revista de Investigación del Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales*. Universidad Nacional de La Matanza. Año 3, Nº 5.

**Carretero, Miguel Ángel** (2001). “Imaginario e identidades sociales. Los escenarios de actuación del Imaginario Social como configurador del vínculo comunitario” en AA.VV. *Nuevas posibilidades de los imaginarios sociales*. Santa Uxía de Rivera: CEASGA.

**Franco, Marina** (2002) “La campaña antiargentina: la prensa, el discurso militar y la construcción de consenso” en Casali de Babot, Judith y Grillo, María Victoria (eds.) *Derecha, fascismo y antifascismo en Europa y Argentina*. San Miguel de Tucumán: Universidad Nacional de Tucumán.

**Marchetti, María Laura** (2004). “Gente y la Guerra de Malvinas” en *La Trama de la Comunicación* Vol. 9, anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario: UNR Editora.

**Novaro, Marcos y Palermo, Vicente** (2003). *La dictadura militar 1976/1983*. Buenos Aires: Paidós.

**O’Donnell, Guillermo** (2009) *El Estado burocrático autoritario*. Buenos Aires: Prometeo.

**Quiroga, Hugo** (1994) *El tiempo del proceso*. Rosario: Editorial Fundación Ross.

**Sacho, María Dolores** (2014). “Sociología de la desviación: Howard Becker y la “teoría interaccionista de la desviación” en *Revista Conflicto Social*, año 7, N° 12, julio-diciembre.

**Urtasun, Marta** (2008) “Revista *Somos*, política y representación” en *Hologramática*, Facultad de Ciencias Sociales- UNLZ. Año V, N° 8, Vol. 4.