



Universidad Nacional Autónoma de México

Posgrado en Artes y Diseño

Facultad de Artes y Diseño

El diseño de la prensa clandestina.

Análisis de la producción editorial y tipográfica de las publicaciones clandestinas en México (1924-1994)

Tesis

que para optar por el grado de
Doctor en Artes y Diseño

presenta:

Benjamín Becerra Absalón

Directora de tesis:

Dra. Marina Garone Gravier

Instituto de Investigaciones Bibliográficas

Comité tutorial:

Dra. Blanca Gutiérrez Galindo

Facultad de Artes y Diseño

Dra. Aurora Cano Ansaluz

Instituto de Investigaciones Bibliográficas

Ciudad de México, Septiembre de 2016



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

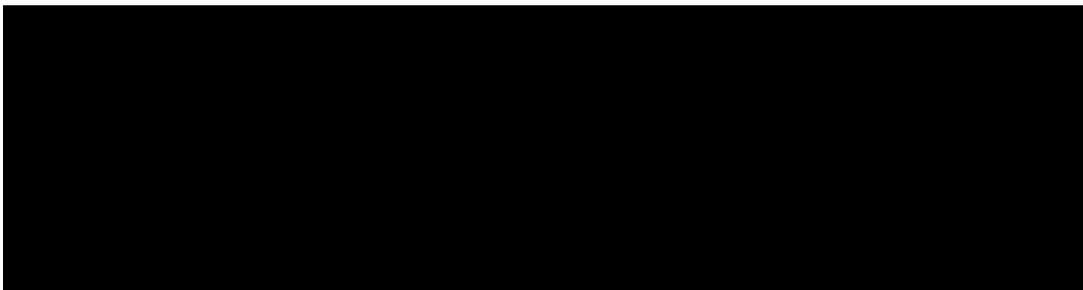
El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*A mis imprescindibles:
Lizet por los pasos, el camino y la compañía;
mi familia por las raíces;
Nadie por la lucha.*

*A las comunidades zapatistas en resistencia,
ya se mira el horizonte.*

*Este trabajo está dedicado a quienes con su vida sembraron
las semillas que germinarán en un mundo mejor para todos.*

*Un agradecimiento especial y afectuoso
a la Dra. Marina Garone Gravier por el tiempo,
las palabras y la generosidad.*



*La imprenta
es tan útil
como los pertrechos
en la guerra
y ella
es la artillería
del pensamiento.*

Simón Bolívar



Introducción	13
--------------------	----



1. Horizonte teórico para entender el diseño de la prensa clandestina	31
1.1 El estudio de la comunicación impresa clandestina: apuntes hacia una metodología	31
1.2 La comunicación: ¿medio de dominación o de liberación?	39
1.3 La comunicación clandestina: la prensa como instrumento de la militancia política	43
1.4 Comunicación visual, poder e ideología	51
1.5 La comunicación política de las izquierdas a través del diseño de la comunicación visual	57



2. El diseño y la prensa clandestina: Una revisión histórica	71
2.1 La configuración de una identidad de diseño: la prensa periódica	72

2.2 El diseño de la prensa clandestina a través de la historia -----	81
2.2.1 95 tesis y La Libertad del Cristiano. Publicaciones impresas contra la hegemonía ideológica de la iglesia católica (1517-1520) -----	81
2.2.2 <i>L'Ami du peuple</i> . La prensa clandestina contra el absolutismo francés (1789-1793) -----	86
2.2.3 Karl Marx y el <i>Neue Rheinesche Zeitung</i> (1848) -----	89
2.2.4 <i>Iskra</i> y la Revolución Rusa (1900) -----	93
2.2.5 Prensa para la liberación en América Latina -----	96
2.2.5.1 La prensa clandestina en la revolución cubana. <i>Revolución y Sierra Maestra</i> (1952-1958) -----	97
2.2.5.2 Contra la dictadura militar chilena: <i>El rebelde en la clandestinidad</i> (1973-1983) -----	102
2.2.5.3 Argentina: <i>Estrella Roja</i> (1974) -----	106
2.2.5.4 La guerrilla salvadoreña, <i>El Rebelde y Estrella roja</i> -----	108
2.2.6 La prensa clandestina en los procesos revolucionarios de México -----	116
2.2.6.1 La prensa insurgente. <i>El despertador americano y Sud</i> -----	116
2.2.6.2 La prensa socialista y anarquista a finales del siglo XIX -----	121
2.2.6.3 La prensa revolucionaria. <i>Regeneración</i> en la Revolución mexicana -----	128
2.2.6.4 La prensa clandestina en el México de abajo durante el siglo XX -----	131



3. La cultura visual de la política clandestina de izquierda -----	143
3.1 Cultura política y visual de la izquierda -----	143
3.2 Iconografía y simbolismo político de la cultura visual clandestina -----	151

4. El diseño editorial de la prensa clandestina en México durante el siglo XX -----		161
4.1	Formatos -----	162
4.2	Maquetación -----	171
4.2.1	Retículas -----	172
4.2.2	Páginas prototípicas -----	180
4.2.2.1	Primera página -----	181
4.3	Elementos jerárquicos -----	188
4.3.1	Cabezales -----	188
4.4	Tipografía y letras -----	190
4.4.1	Selección y clasificación tipográfica -----	191
4.4.2	Rotulación a mano -----	209
4.4.3	Legibilidad -----	210
4.5	Los usos de la imagen en la prensa clandestina -----	211
4.5.1	Fotografía -----	214
4.5.2	La caricatura política -----	217
4.5.3	Ilustración -----	219
4.5.4	Gráficos informativos -----	222
4.6	Cromatismo -----	222
4.6.1	Uso del color en las publicaciones clandestinas -----	225
4.6.1.1	El rojo y el negro -----	226
4.6.1.2	Monocromía -----	230

5. Los sistemas de producción editorial y circulación de la prensa clandestina en México -----		231
5.1	Organización y división del trabajo en torno a la edición y el diseño en la prensa clandestina -----	232
5.2	Financiamiento, infraestructura material y periodicidad -----	234
5.3	Tecnologías de impresión y sistemas de reproducción de la prensa clandestina -----	237
5.3.1	Sistemas de reproducción editorial -----	238
5.4	La circulación de la prensa clandestina -----	247
5.4.1	Circulación interna. Formación militante -----	249
5.4.2	Circulación externa. Agitación política -----	250

5.3.3 La prensa clandestina y el analfabetismo -----	251
5.4 Internet y la era digital -----	252
5.4.1 Nuevas posibilidades de comunicación -----	257
5.4.2 Redes sociales ¿Una revolución para la revolución? -----	257



6. Conclusiones -----	259
-----------------------	-----



7. Fuentes de consulta -----	265
7.1 Cuerpo de obra -----	265
7.2 Bibliografía -----	266
7.3 Entrevistas -----	273
7.4 Archivos consultados -----	274
7.5 Sitios electrónicos -----	274

Historia. La historia no es más que garabatos que escriben los hombres y mujeres en el suelo del tiempo. El Poder escribe su garabato, lo alaba como escritura sublime y lo adora como verdad única. El mediocre se limita a leer los garabatos. El luchador se la pasa emborronando cuartillas. Los excluidos no saben escribir... todavía.

Subcomandante Insurgente Marcos, 18 de mayo de 1996

¿Cómo se escribe y a qué intereses responde la historia del diseño de la comunicación visual? Una pregunta que en su más profundo significado nos enfrenta al problema del lugar de la mirada en los estudios históricos. Sobre todo si partimos del hecho que la comunicación visual forma parte de eso que llamamos cultura, y que ésta, entendida como aquellas prácticas sociales destinadas a establecer órdenes de sentido al mundo en que vivimos, es un permanente campo de batalla donde las ideas y las causas luchan unas contra otras, haciendo de lado las pretensiones de neutralidad y de inocencia de la cultura. ¿Hacia qué causa mirar entonces?

Si bien se ha aceptado comúnmente que el estudio de la historia del diseño nos permite ampliar los horizontes de la disciplina para tener una mayor conciencia de nuestro quehacer como diseñadores en el presente, la historia no escapa a las disputas que se dan en la lucha dentro del campo de fuerzas de la cultura. Ahora bien, esta afirmación pone igualmente de manifiesto que la historia no tiene una función única y exclusiva, sino que dicha función dependerá de cómo se construya el discurso y qué pueda aportar a la sociedad según qué sentido se le dé a la interpretación historiográfica y cómo el conocimiento histórico se integre a través de la concien-

cia histórica en nuestra experiencia en el presente. Por tanto, el conocimiento histórico no se reduce al hecho de ser simplemente un vehículo para representar el pasado, sino que éste resulta constitutivo de esa idea de pasado.

Uno de los principales terrenos de confrontación en el estudio de la historia es el de la invisibilización de los procesos marginales y de las minorías. Para construir el discurso hegemónico de la historia, se discrimina desde las estructuras de legitimación lo que debe ser incluido como parte de dicho discurso. Este proceso de construcción discursiva nos lleva, en una relación fruto del ejercicio del poder, a deducir que en todo mecanismo de inclusión existe, a su vez, su contraparte de exclusión. Es decir, para seleccionar lo que forma parte de la historia de un proceso es necesario discriminar lo que queda fuera de dicho proceso. Sin embargo, hacer consciente la existencia de un discurso hegemónico de la historia permite acercarse, como recurso metodológico, al estudio del pasado con la mirada puesta en los procesos excluidos, o bien, utilizando el término acuñado por Walter Benjamin, escribir la historia a *contrapelo*, es decir, desde el punto de vista de *los vencidos*¹.

1. **Tesis VII:** “Fustel de Coulanges le recomienda al historiador que quiera revivir una época que se quite de la cabeza todo lo que sabe del curso ulterior de la historia. Mejor no se podría identificar al procedimiento con el que ha roto el materialismo histórico. Es un procedimiento de empatía. Su origen está en la apatía del corazón, la acedia, que no se atreve a adueñarse de la imagen histórica auténtica, que relumbra fugazmente. Los teólogos medievales vieron en ella el origen profundo de la tristeza. Flaubert, que algo sabía de ella, escribió: *Peu de gens devineront combien il a fallu être triste pour ressusciter Carthage* [Pocos adivinarán cuán triste se ha necesitado ser para resucitar a Cártago]. La naturaleza de esta tristeza se esclarece cuando se pregunta con quién empatiza el historiador historicista. La respuesta resulta inevitable: con **el vencedor**. Y quienes dominan en cada caso son los herederos de todos aquellos que vencieron alguna vez. Por consiguiente, la empatía con el vencedor resulta en cada caso favorable para el dominador del momento. El materialista histórico tiene suficiente con esto. Todos aquellos que se hicieron de la victoria hasta nuestros días marchan en el cortejo triunfal de los dominadores de hoy, que avanza por encima de aquellos que hoy yacen en el suelo. Y como ha sido siempre la costumbre, el botín de guerra es conducido también en el cortejo triunfal. El nombre que recibe habla de bienes culturales, los mismos que van a encontrar en el materialista histórico un observador que toma distancia. Porque todos los bienes culturales que abarca su mirada, sin excepción, tienen para él una procedencia en la cual no puede pensar sin horror. Todos deben su existencia no sólo a la fatiga de los grandes genios que los crearon, sino también al vasallaje anónimo de sus contemporáneos. No hay documento de cultura que no sea a la vez un documento de barbarie. Y así como éste no está libre de barbarie, tampoco lo está el proceso de la transmisión a través del cual los unos lo heredan de los otros. Por eso el materialista histórico se aparta de ella en la medida de lo posible. Mira como tarea suya la de cepillar la historia a *contrapelo*”. Walter Benjamin, *Tesis sobre la historia y otros fragmentos*, Ciudad de México: Ítaca / UACM, 2008, pp 41-43.

En este punto del argumento cabría preguntarse ¿existen vencedores y, por lo tanto, vencidos en el discurso de la historia del diseño? Pienso que sí. El discurso hegemónico sobre la historia del diseño, construido desde los espacios de legitimación de la disciplina, califica lo que es digno de recordar bajo dos criterios que permean la selección de la realidad del diseño como hechos históricos, estos dos criterios son: el éxito y el genio individual masculino.

Primero que nada se tiene que entender que cuando se habla del concepto *vencedor* no se está haciendo referencia a la guerra en términos bélicos, sino a la lucha de clases y la disputa de sus intereses que se da en los campos de batalla de la cultura. En el terreno de la cultura, la ideología juega un papel determinante en la construcción de los discursos hegemónicos. Si hablo del éxito y del genio individual como parámetros reguladores del discurso hegemónico en la historia del diseño, es porque estos dos conceptos forman parte estructural de la ideología dominante, es decir, la ideología que da fundamento al sistema capitalista.

¿Cómo se mide el éxito en el campo del diseño? De la misma forma que se mide en la sociedad capitalista en general, a través de la acumulación. Un diseñador es exitoso en la medida en que acumula reconocimientos, premios y distinciones de las instituciones que legitiman al diseño. Estos galardones abren la ventana a través de la cual es posible mirar un proceso de diseño “digno” de ser catalogado como parte de la historia de la disciplina. Ahora bien, cuando se habla de proceso desde esta forma de mirar a la historia, se habla en realidad de un proceso individual, fruto de las geniales capacidades de un individuo, mismas que son reconocidas para ser consideradas como un hecho histórico del diseño.

En la historia del diseño han aparecido principalmente tres tipos de relatos que han construido el discurso histórico de la disciplina: las biografías o monografías del diseño; los catálogos de exposiciones, bienales, etcétera; y los textos narrativos de autor. Cualquiera de estos relatos está construido bajo la premisa de la calificación y, por tanto, discriminación de lo que es un hecho de diseño. Lo cual nos enfrenta a un problema común en los estudios históricos, el problema de los límites derivados de la misma definición de diseño.

Hoy en día no existe un consenso generalizado sobre qué cosa es el diseño y los historiadores deben hacer un esfuerzo por definir qué se entiende por diseño para poder definir su objeto de estudio y, a su vez, discriminar lo que forma parte de la historia

del diseño. El debate ha sido intenso y se ha abordado desde diferentes aristas; por un lado, es posible hablar de la discusión generada en torno al diseño como resultado de un proceso o como el proceso mismo; o bien, los argumentos expuestos sobre una definición del diseño en función de su papel en la economía de mercado y la sociedad de consumo frente a la postura que define al diseño como un fenómeno estético vinculado a la cultura visual de nuestro tiempo. Por otro lado, también se cuestiona la actividad de diseñar ¿sólo hacen diseño los diseñadores profesionales?

Desde este punto de vista, resulta necesario destacar que un estudio histórico sobre el diseño deberá aportar elementos a este debate sobre la definición misma del diseño para que entonces pueda cumplir el objetivo de ampliar los horizontes conceptuales de la disciplina así como los alcances y los límites que tiene el diseño en el contexto de nuestra sociedad contemporánea.

Aunque muy engañosa, la distinción entre pasado y presente es importante en el estudio de la historia, que sitúa al historiador en un punto de vista “actual” desde el que puede contemplar el pasado. Este punto de vista es muy privilegiado pues tiene la particularidad de que le predispone a estudiar fenómenos de los que conoce el final o la conclusión. Por esta razón, la percepción de los hechos que tiene un historiador nunca podrá ser la de los coetáneos del fenómeno estudiado. Pero además, la percepción del historiador nunca podrá ser objetiva, ésta es influida por factores ideológicos y por posicionamientos políticos frente a la realidad. El historiador elige hacia dónde mirar, y desde esta afirmación es que considero necesario retomar para el objetivo de esta investigación el concepto de “historia desde abajo” formulado por el historiador inglés Erick Hobsbawm.

A grandes razgos, la propuesta de Hobsbawm non convoca a mirar la historia desde el acto cotidiano, al margen de los “grandes acontecimientos”, lo que nos permite entender procesos históricos más completos del devenir de las sociedades. Al respecto, Hobsbawm dice: “[...] sólo a partir del momento en que la gente corriente se convierte en un factor constante en la toma de grandes decisiones y en tales acontecimientos. No sólo en momentos de excepcional movilización popular como, por ejemplo, las revoluciones, sino en todo momento o durante la mayor parte del tiempo.”²

Mirar la historia del diseño desde abajo sería poner atención a los acontecimientos que no han sido calificados como grandes

hitos, así como a los actores que no forman parte de los genios diseñadores de la historia.

Mirar la historia desde abajo significa un salto conceptual que ayuda al historiador a ampliar su comprensión acerca de los excluidos en los discursos históricos del pasado. Es un medio para restituir grupos sociales, proporcionar un sentimiento de identidad y para demostrar que esos grupos fueron agentes históricos activos cuyas acciones tuvieron una gran repercusión en el mundo en que vivieron. Con todo, la historia desde abajo, que ha tenido poca repercusión en la corriente principal de la historia tradicional, tiene que funcionar como acto de resistencia a ésta, para construir una pieza más del rompecabezas del devenir histórico, al que siempre le van a faltar piezas por imaginar, dibujar y relatar.

Este proyecto se propone el acercamiento al objeto de diseño no como un fin, sino como el punto de partida para el estudio de un proceso de comunicación más amplio en el que está involucrado el diseño como columna vertebral. El proceso estudiado está definido como marginal desde su simiente, y ha sido descartado como parte de la historia del diseño por no formar parte del canon de la disciplina, por ser producido por personas sin formación profesional de diseño y por estar totalmente fuera de las pretensiones estéticas, estilísticas, académicas y profesionales del campo del diseño. Siendo entonces uno de los objetivos de este trabajo aportar elementos para ampliar el horizonte de la memoria histórica del diseño. En este sentido el historiador y crítico de arte británico Jhon A. Walker apunta:

Al proponer preguntas fundamentales como: ¿para quién se escriben las historias del diseño?, o ¿a qué intereses responden? La historia del diseño tiene un papel crucial en relación con el discurso del diseño. Una función crítica como ésta es cada vez más necesaria en una época en que los historiadores y periodistas del diseño se encuentran con que sus conocimientos y experiencias son instrumentados por partidos y empresas con el objetivo de alcanzar metas que quizá no comparten.³

Una historia social del diseño interpretada desde abajo consistiría entonces en la capacidad de descubrir lo que ha sido excluido, lo

3. John A. Walker, *Design History and the History of Design*, Londres: Pluto Press, 1989, p. 19.

que el diseño puede y no puede hacer, de determinar y proponer nuevos marcos y límites, de atender a la potencialidad y consecuencias de la acción cotidiana de diseñar; de identificar los elementos viejos y nuevos en la práctica de diseño actual y, en función de ello, de anticipar las consecuencias de las tendencias observables en la relación de diversos aspectos de la sociedad con el diseño.

II

La rebeldía como motor de la acción humana ha sido una constante en las diversas estructuras sociales. Todo grupo político que persigue la transformación de la realidad en absoluta oposición a un sistema de dominación se enfrenta a dos situaciones que son fundamentales para el tema de esta investigación:

- 1. La necesidad esencial de difundir sus ideas revolucionarias por cualquier medio.**
- 2. La respuesta del Estado a la rebeldía que se traduce en persecución política, represión, desaparición, tortura y muerte.**

Una organización política no es otra cosa más que la afinidad de sus integrantes en torno a ciertos ideales, sin la propagación de estos, cualquier organización revolucionaria puede considerarse inexistente. De la misma forma que si ejerce su práctica política en oposición al sistema de forma abierta, se convierte en blanco directo de la represión estatal. Es en este contexto donde surge la clandestinidad como una opción necesaria de la lucha política, como un mecanismo para llevar a cabo la lucha revolucionaria y mantenerse vivo.

Una de las demandas históricas fundamentales del pensamiento político de izquierda, ha sido la reapropiación de los medios de producción, principalmente los que tienen que ver con la reproducción material de la vida. Sin embargo, aunque no ha sido su prioridad histórica, las organizaciones rebeldes también han pugnado por la reapropiación de los medios de producción simbólica, cultural y artística. Los medios de comunicación forman parte de esta esfera y no escaparon al interés de las organizaciones clandestinas tanto en el ámbito teórico, pero sobre todo, en el práctico, es decir, en el ejercicio de la comunicación. Ejercer el derecho a la comunicación libre, por tanto, se ha convertido en una de las prácticas comunes de las organizaciones políticas de izquierda.

Por la vía de los hechos, los grupos clandestinos revolucionarios construyeron sus propios y autónomos medios de comunicación, logrando de esta manera el objetivo de reapropiarse de la capacidad de comunicar y expresar de manera libre e independiente sus posiciones políticas. La prensa escrita ha sido el mecanismo de comunicación más utilizado por las organizaciones clandestinas.

La prensa con objetivos revolucionarios es un medio de comunicación impresa de los grupos que se han definido en oposición a las estructuras económicas y sociales que permean un momento histórico, mayoritariamente producida en condiciones sociales muy duras y determinadas por la situación de la lucha revolucionaria. Uno de sus objetivos, quizá el más importante, es la organización social.

Hace 116 años, en 1900, Lenin publicó el primer periódico clandestino de Rusia, cuyo nombre fue *Iskra*. Ante la imposibilidad de editar en Rusia un periódico revolucionario como consecuencia de las persecuciones policíacas, Lenin concibió todos los detalles de la publicación desterrado en Siberia. En él, se publicaron los problemas fundamentales de la organización del partido y de la lucha de clases del proletariado en Rusia y se hizo eco en los acontecimientos más importantes de la vida internacional. *Iskra* se convirtió en centro unificador de las fuerzas opositoras, agrupando y educando a sus cuadros políticos, convirtiéndose en una herramienta fundamental de los cambios políticos y sociales en dicho país. Con este ejemplo, podemos ver la importancia que tiene para las organizaciones políticas de izquierda la elaboración de órganos de difusión de sus ideas.

En México, con la llegada del pensamiento socialista y anarquista a finales del siglo XIX, surgieron de su mano un número importante de organizaciones que desafiaron el sistema de opresión e intentaron con su empeño revolucionario transformar a la sociedad mexicana en una más justa, democrática y con libertad para todos sus habitantes. La represión y la persecución estatal, obligó a estas organizaciones a refugiarse en la clandestinidad para poder proteger sus vidas y continuar con su lucha rebelde. Desde este espacio político, los militantes de las organizaciones de izquierda mexicanas, construyeron diversos procesos de comunicación impresa alternativa, algunos con mayor incidencia y repercusión social que otros, sin embargo, la necesidad de difusión ideológica era la misma.

La prensa ha ocupado un lugar muy importante dentro de la investigación histórica, pero ha servido más como una fuente que como objeto de estudio en sí misma. En México, ha constituido un importante registro de la vida política y social del país y, en este

sentido, se le ha utilizado como suministradora de datos y sucesos dejando de lado su dimensión de hecho histórico, así como su estructura y composición material.

La utilización y estudio de la prensa, sin embargo, plantea algunas dificultades porque su proliferación, diversidad y características propias la hacen un material particularmente valioso para la historiografía, pero de consulta, uso e interpretación difíciles. Su estudio se ha realizado a través de acercamientos parciales a periodos y problemas muy particulares. Se hace necesaria una historia general de la prensa mexicana, específicamente en lo que toca al siglo XX; en la que se relacione su desarrollo con la evolución política y social del país, y se le preste atención no sólo a los grandes periódicos nacionales, mejor estudiados, sino también a las “publicaciones marginales” que resultan muy significativas para la historiografía, en la medida en que matizan, complementan y contraponen la visión hegemónica de un vocero de gran audiencia.

La razón por la que la mayoría de los estudios sobre el tema estén dedicados a la historia de la prensa oficial, puede explicarse por la relación que este medio ha guardado con el poder. Esta relación quedó tempranamente ilustrada, y en forma magistral, en un revelador incidente. En 1815, Napoleón volvía desde su exilio en la isla de Elba. En el curso de su itinerario hacia París, el diario capitalino *Le Moniteur* tituló de la siguiente forma:

- 9 de marzo:** *El monstruo escapó de su lugar de destierro*
- 10 de marzo:** *El ogro corso ha desembarcado en Cabo Juan*
- 11 de marzo:** *El tigre se ha mostrado en Gap. Tropas avanzan para detener su marcha. Concluirá su miserable aventura como un delincuente en las montañas.*
- 12 de marzo:** *El monstruo ha avanzado hasta Grenoble*
- 13 de marzo:** *El tirano está ahora en Lyon. Todos están aterrorizados por su aparición*
- 18 de marzo:** *El usurpador ha osado aproximarse hasta 60 horas de marcha de la capital*
- 19 de marzo:** *Bonaparte avanza a marchas forzadas, pero es imposible que llegue a Paris*
- 20 de marzo:** *Napoleón llegará mañana a las murallas de Paris*
- 21 de marzo:** *El emperador Napoleón se halla en Fontainebleau*
- 22 de marzo:** *Ayer por la tarde Su Majestad El Emperador*

*hizo su pública entrada a las Tullerías. Nada puede exceder el regocijo universal*⁴.

En todo el mundo la prensa se estructura en torno del poder, sea éste de orden político, económico o social. En el fondo, la prensa institucional es parte de las estructuras de poder, y como tal, refleja sus ambigüedades, sus pugnas y sus debates. La propiedad privada de los medios de comunicación asegura, en la mayoría de los casos, una estrecha identificación con intereses bien establecidos.

De lo que se trata entonces, no es sólo de estudiar la relación intrínseca de los medios de comunicación impresa con el poder del Estado, si no de analizar cómo se reparte la influencia de la prensa entre los diversos centros de poder y contrapoder de una sociedad.

Desde este planteamiento, surgen cuestionamientos que son abordados en esta investigación: ¿cuál ha sido el peso de lo visual en la prensa política clandestina? ¿A qué concepciones responde el diseño editorial de dichas publicaciones? ¿Cómo se da el proceso de apropiación de los medios reproducción impresa por parte de los militantes que no tuvieron un conocimiento especializado en materia de impresión y diseño? ¿Cuáles fueron las referencias visuales y simbólicas de las que se valieron para su creación impresa? Los productos impresos frutos de dicha apropiación ¿qué aportan a la estética del diseño y la comunicación visual en la actualidad? ¿Podemos identificar en esos proyectos un estilo gráfico y de visualidad propios y en consonancia con una cultura política de la izquierda?

El diseño editorial y la forma tipográfica tienen la capacidad de expresar conceptos con un alto nivel de abstracción y las asociaciones simbólicas que logran realizar desde su morfología son inagotables. La tipografía ha acompañado a la ideología en millones de anuncios propagandísticos, periódicos, volantes y carteles. De forma intencionada o no, la tipografía otorga identidad visual a las ideas políticas de grupos e individuos, podríamos decir que, la tipografía es la materialización visual de las ideas que conforman los textos de una ideología.

Esta investigación indaga y reflexiona sobre esa identidad creada a través del diseño editorial y la tipografía del México subterráneo, a través del estudio del material impreso surgido desde movimientos sociales insurgentes. Los medios que se estudiaron

4. Raul Sohr, *Historia y poder de la prensa*, Santiago: Andrés Bello, 1998, p. 15.

fueron el periódico *Regeneración* del Partido Liberal Mexicano, que ocupó el espacio público desde 1900 hasta 1918; *El Machete Ilegal* del Partido Comunista de México, publicado desde 1925 hasta 1938; el periódico *Madera* de la Liga comunista 23 de septiembre, cuya edición clandestina contó con 58 números y fue publicado entre 1974 y 1981; la publicación periódica *Militante*, órgano de la Liga Comunista Es-partaco elaborado entre 1966 y 1969; el periódico *Nepantla* de las Fuerzas de Liberación Nacional, publicado en la ciudad de Nepantla, Estado de México entre 1979 y 1993; y *El Despertador Mexicano* periódico en el cuál el Ejército Zapatista de Liberación Nacional, en diciembre de 1993, publicó la *Primera Declaración de la Selva Lacandona* y sus *Leyes Revolucionarias*.

La relación entre tipografía y política ha sido estrecha en muchos momentos de la historia. En una entrevista realizada al tipógrafo español José Luis Martín Montesinos, aparecida en el periódico *El País*, del Estado Español, hay una pregunta que me pareció muy interesante: “¿Por qué a menudo se ha confundido tipografía con ideología?” A lo que Martín Montesinos respondió:

Es verdad que la tipografía está relacionada con la ideología. Ocurrió en Alemania, con la letra gótica [...] Philipp Luidl, un tipógrafo alemán muy mayor y contemporáneo de Renner, dijo que como alemán veía la tipografía gótica como una letra bonita y nada más. En parte coincido con él. La tipografía no está relacionada con la política, pero ocurre lo mismo que con los medios de comunicación, que en principio no tienen por qué tener una ideología⁵.

El debate está abierto, según lo explicado por Montesinos en dicha entrevista, la tipografía nace “pura” sin ninguna intención ideológica y con el paso de la historia, ésta va adquiriendo connotaciones políticas e ideológicas. Habría que reflexionar sobre las condiciones de producción de las fuentes tipográficas, la ideología y la posición de poder que enarbolaban quienes fungieron como mecenas y patrocinadores de los tipógrafos, los mecanismos de distribución de las fuentes, en fin, muchos factores que condicionan la producción de la tipografía y que determinan si, al momento de ser creada, las familias de letras tienen una carga ideológica o no. Lo que sí podemos decir es que todas

las tipografías y sus usos son políticos, es decir que estos productos del diseño no son ajenos a las relaciones sociales y a las condiciones de producción de la vida material de determinada época.

Recientemente, el tipógrafo mexicano Cristóbal Henestrosa, fue el protagonista de dos acontecimientos de diseño que albergan una problemática común en el quehacer profesional del diseño y, más particularmente, la tipografía. En el año de 2012, Henestrosa, junto al diseñador Raúl Plancarte, fueron contratados por el gobierno federal para crear la fuente tipográfica que identificaría visualmente al gobierno en turno, surgiendo de esta manera la fuente tipográfica *Soberana* (imagen I). La tarea era de suma importancia, significaba desmarcar totalmente la actual administración de los gobiernos antecesores y regresar a la figura presidencial el respeto y la veneración que la dictadura priista impuso durante 70 años de gobierno. Más allá de sus objetivos políticos, dicha fuente ha sido reconocida por su diseño en diversos espacios nacionales e internacionales de legitimación del diseño tipográfico y ha sido el motivo para que sus creadores gocen de las mieles del reconocimiento como los tipógrafos oficiales del gobierno peñista.

Dos años y medio más tarde, la clase política en su conjunto mostró al mundo entero el rostro que la ha caracterizado a lo largo de la historia de nuestro país, el de un Estado represor, violador de los derechos humanos y criminal. El 26 de octubre de 2014, en Iguala, Guerrero, cuarenta y tres estudiantes de la Normal Rural de Ayotzinapa son desaparecidos por las fuerzas federales y entregados a organizaciones criminales para que hagan de ellos lo que quieran. Este acontecimiento despertó en una gran parte de la sociedad mexicana una indignación que la llevó a manifestarse por todos los medios posibles contra el Estado mexicano.

El gremio del diseño no fue la excepción y cientos de diseñadores volcaron su creatividad a la causa de los familiares de Ayotzinapa. En este contexto aparecen nuevamente los nombres de los diseñadores del gobierno de Peña, que ante la justa indignación, crearon una familia tipográfica de nombre *Ayotzinapa* (imagen I), cuya venta en línea generaría recursos que serían destinados a los familiares de los 43 estudiantes. Los diseñadores de la identidad tipográfica del gobierno federal, que es el directamente responsable de los lamentables hechos de Iguala, ahora realizan una tipografía que pretende apoyar económicamente a los directamente afectados por tales sucesos.

¿Qué es lo que lleva a un diseñador a decidir trabajar sin problemas éticos en dos proyectos tan enfrentados ideológicamente?

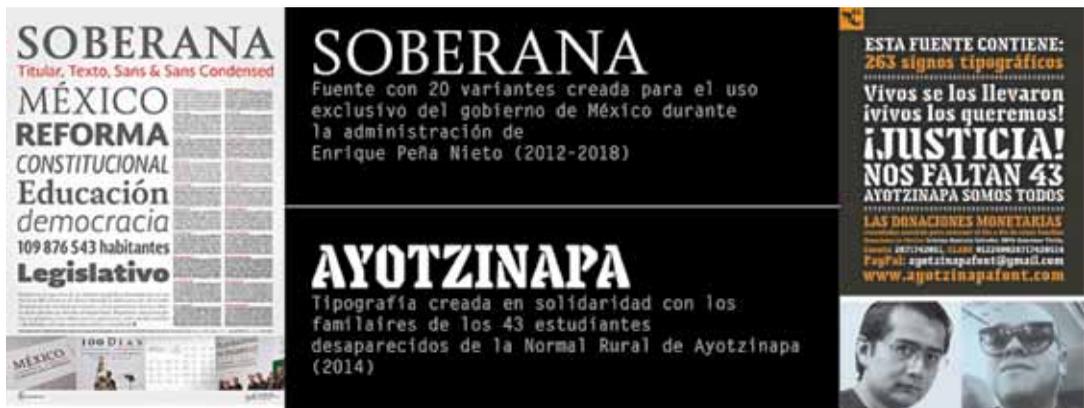


Imagen I. Tipografía *Soberana* y *Ayotzinapa* creadas por Cristóbal Henestrosa y Raúl Plancarte en 2012 y 2014 respectivamente. En la parte inferior derecha, fotografías de Cristóbal Henestrosa y Raúl Plancarte.

¿será el compromiso y la responsabilidad social? ¿el oportunismo político? ¿la expiación de culpas? O acaso simplemente son trabajos sin ninguna consecuencia ética e ideológica para el diseñador, que debe vender su trabajo sin importar sus consecuencias sociales, porque al final, “trabajo es trabajo”, o simplemente la razón puede ser que el primero, al ser trabajo remunerado, carece de carga ética y el otro, en el que no existió remuneración económica para el creador, es fruto de la conciencia social. Sea lo que sea, no podemos negar que estos hechos son el ejemplo más claro de la ausencia de un profundo debate sobre la ética política en el quehacer profesional del diseño, porque indudablemente, como elemento de la comunicación humana, el diseño representa, propaga y simboliza ideología, seamos conscientes de ello o no.

Como dijimos anteriormente, las publicaciones clandestinas del siglo XX en México fueron realizadas en su mayoría por personas que carecían de conocimientos profesionales acerca del diseño. Para entender cómo es que opera el proceso de diseño en este contexto esta investigación está estructurada en cinco apartados.

El primer capítulo intenta exponer un horizonte de conceptos teóricos para ubicar la investigación en el contexto de una serie de problemáticas, discusiones y propuestas metodológicas que sustenten el desarrollo del trabajo. En este sentido, el primer apartado pretende tejer una red de conceptos que resultan necesarios para entender el proceso de producción editorial de las organizaciones clandestinas.

Para abordar la investigación fue necesario construir una propuesta metodológica de acercamiento al objeto de estudio, así que se elaboró una estructura esquemática que abarca los diversos procesos que recorre una publicación clandestina desde su planeación hasta su distribución. Esta estructura está basada en las propuestas de los circuitos de la comunicación impresa elaborados por Robert Darnton, Thomas R. Adams y Nicolas Barke y se expone en el inicio del primer capítulo.

En el siguiente apartado del primer capítulo se explora el concepto de comunicación desde la perspectiva de las organizaciones políticas. Sin acceso a la prensa oficial las izquierdas se replegaron a desarrollar sus propios mecanismos de comunicación, así como también, a desarrollar una teoría sobre una práctica comunicativa al servicio de la lucha revolucionaria, en esta elaboración teórica se confrontó la función social de los medios comerciales y pro gubernamentales, la relación que la comunicación guarda con la ideología y con los intereses de las clases sociales. Se plantea un panorama de lo que las organizaciones políticas clandestinas reflexionaban teóricamente sobre la comunicación y su papel en la lucha revolucionaria. En este mismo sentido, más adelante se analiza específicamente el papel de la prensa en el quehacer militante de las organizaciones clandestinas.

Para finalizar el primer capítulo se reflexiona sobre la relación entre la comunicación visual y la ideología y se presentan algunas de las discusiones sobre el vínculo del diseño y el activismo político y por último se explora el concepto de diseño militante como acercamiento a la práctica de diseño de las organizaciones clandestinas.

La segunda sección de la tesis se trata de una breve revisión histórica sobre la prensa clandestina y sus procesos de diseño. Es un enfoque que conjunta la mirada histórica con el diseño y su práctica en el ámbito político. El capítulo inicia con la descripción de la génesis del estilo periodístico en el diseño, seguido de una semblanza de diferentes medios impresos clandestinos y sus relaciones con los mecanismos de producción editorial. Es este apartado se revisan ejemplos de la prensa clandestina internacional y, desde el mismo enfoque, posteriormente se centra en la producción clandestina hecha en México.

El tercer apartado analiza los elementos constitutivos de la cultura visual de la política clandestina, así como las referencias simbólicas que nutren la práctica editorial de las organizaciones. Como parte de esta cultura visual, se exploran el papel de

la palabra impresa en la formación de la militancia de izquierda, la recurrencia a utilizar símbolos para construir identidades políticas, el imaginario y la iconografía política de la prensa estudiada. En suma, se presentan las prácticas de representación visual de las organizaciones clandestinas.

El capítulo cuarto se adentra en el análisis del diseño editorial, desglosando diversos elementos que, desde la teoría del diseño, son las herramientas de análisis del corpus de investigación. Se analizan los diversos componentes visuales que identificamos cuando estamos frente a una publicación periódica, destacando los elementos que resultan característicos en el diseño de la prensa clandestina.

Por último, el quinto apartado explica los diversos procesos de producción, distribución y recepción de la prensa clandestina. Concluyendo con unas breves reflexiones sobre el contexto actual de la prensa política clandestina frente a los nuevos medios de comunicación de masas en el mundo digital.

III

Investigar sobre historia del diseño nos presenta algunas dificultades particulares como las que se explican en el primer apartado de esta introducción. Sin embargo, investigar sobre objetos editoriales que han sido discriminados no sólo por las instituciones del diseño, sino por la mayoría de los espacios de la academia e instituciones de conservación de la memoria histórica, representa problemáticas aún mayores.

Una de las principales dificultades de la investigación fue el acopio del corpus de la misma. La preocupación institucional de todos los aparatos estatales y privados encargados del rescate de la memoria histórica mantienen un olvido sistemático hacia este tipo de publicaciones. Esta condición es un síntoma del profundo desprecio y temor que se tiene desde el poder a este tipo de expresiones políticas de insurgencia contenida en los medios impresos. El único interés que se tiene desde estos espacios hacia la prensa clandestina es el de la obtención de información para la captura y la represión a los militantes, es por eso que se mantienen como material clasificado durante 10 años sin posibilidad alguna de acceder a ellos. Pasando este tiempo, el material carece de interés para el Estado y es embodegado en las celdas del Archivo General de

la Nación sin ningún tipo de acción encaminada a la conservación material de estas publicaciones. Resulta irónico que los ejemplares de la prensa clandestina ahora se encuentren “resguardados” en el mismo lugar donde hace algunos años sus autores intelectuales eran mantenidos presos como medida de represión ante sus esfuerzos organizativos: el Palacio Negro de Lecumberri.

Otra circunstancia de las publicaciones clandestinas que dificulta su consulta, es que en los momentos de más dura represión, la mayoría de estas publicaciones fueron destruidas por los propios militantes como un mecanismo de seguridad, ocasionando que quedaran muy pocos ejemplares resguardados como parte de la memoria histórica del México de abajo.

Por otro lado, para cumplir con el objetivo de la investigación, es necesario tener acceso a las publicaciones originales, no a las versiones públicas que son fotocopias de mala calidad en las que apenas se puede leer el contenido. Para obtener acceso a ellas fue necesario embarcarse en los siniestros y tortuosos mares de la burocracia institucional, sin la certeza de llegar a buen puerto. De todo esto, lo más grave, es el estado material de las publicaciones, por ello un objetivo secundario de la investigación es la digitalización del material para, de alguna manera, rescatar y preservar, aunque sea en el espacio virtual, la memoria del trabajo de las organizaciones clandestinas.

La selección del cuerpo de obra estuvo determinada por las limitaciones de acceso antes mencionadas, pero también por una consideración ética fundamental, no hacer público lo que pueda afectar a los procesos organizativos vivos y en resistencia y que ellos mismos no han expuesto a la sociedad. De ninguna forma vamos a hacer la tarea a la “inteligencia” gubernamental. La investigación se realizó con el mayor respeto por los militantes que entregaron sus vidas, en muchos de los casos de manera literal, a la causa revolucionara. La intención de este trabajo es priorizar los procesos colectivos de elaboración de la prensa, no exacerbar a las individualidades y los caudillos, revelando identidades como una investigación policiaca financiada desde los espacios gubernamentales. Esta investigación pretende mantener un profundo respeto a la memoria clandestina y a su quehacer político en la lucha por la liberación. Por esta razón, en la investigación se encontrarán los datos mínimos necesarios para ubicar los procesos colectivos en el espacio y en el tiempo, sin que esto resulte en la exposición de identidades que han optado por la clandestinidad.

IV

No es posible dejar de ser lo que uno es cuando investiga, desde el momento de la elección del tema de investigación, la subjetividad está presente. Así como tampoco es posible dejar de expresar una posición frente al tema investigado. La investigación crítica debe estar situada y tomar una posición frente a la realidad, por tanto toda investigación es política.

Cuando presenté mi examen de titulación de la maestría⁶, un miembro del sínodo, realizó algunos comentarios cuestionando la *objetividad* de mi investigación, intentando una paráfrasis de lo dicho por aquél doctor, me comentó que se notaba mucho mi simpatía política por el objeto de estudio y que, como investigador, debería alejarme de dicho objeto para obtener resultados más objetivos. Desde entonces he estado pensando mucho en cómo sería desprenderse y dejar de ser lo que uno ha sido para poder investigar “objetivamente”. Y surgieron frente a mí un sin número de preguntas: ¿no es subjetiva la elección del tema a investigar?, ¿Cómo puedes ser uno objetivo frente a un tema que te significa tanto?, ¿Cómo no expresar una posición ética y política como investigador?, ¿Cuál es el papel de un investigador de la Universidad Nacional Autónoma de México y qué clase de investigadores se quiere propiciar en esta institución?

Mi hermana, doctora en ecología, una excelente científica dedicada a la ficología, en ese momento me dijo “que absurdo, la discusión sobre la objetividad en la investigación científica quedó rebasada hace mucho tiempo, ¿por qué trasladarla al campo de las artes y la imagen?”. Me explicó que grandes descubrimientos científicos han sido posibles gracias a la subjetividad en la investigación.

En el mismo proceso de titulación de la maestría, otro doctor de la Academia rechazó ser sinodal en mi examen porque consideraba que estaba haciendo una apología sobre el tema de investigación y que yo no había podido desprenderme de mi posición política frente al tema. Además me argumentó que su posición política le impedía formar parte del sínodo, ya que al ser una tesis sobre la relación de la imagen y el movimiento zapatista, su ser antizapatista y su “filiación política” le impedían formar parte de mi examen. ¿Por qué se cuestiona la subjetividad en la selección de un tema y en la forma

6. *Los ojos del caracol. El discurso visual del Ejército Zapatista de Liberación Nacional*, tesis que para obtener el grado de Maestro en Artes Visuales presentó Benjamín Becerra Absalón, 2010, Posgrado de Artes y Diseño, Universidad Nacional Autónoma de México.

de abordarlo y no se cuestiona lo mismo al momento de decidir aceptar o rechazar un tema para asesorarlo o formar parte del sínodo? Las razones que me dio para rechazarlo fueron totalmente subjetivas, ¿acaso no pudo desprenderse de su posición política y ser un lector objetivo del texto?

Expuestas las anécdotas anteriores y con la convicción de que la Universidad pretende forjar ciudadanos activos y políticamente responsables, el presente trabajo expresa una posición política frente al diseño y sus diversas funciones en la sociedad; y propone un posicionamiento en la manera de concebir al diseño como disciplina social encargada de solucionar problemas de comunicación visual surgidos desde diversos sectores sociales.

Horizonte teórico para entender el diseño de la prensa clandestina

En la sociedad de clases, el periodismo y sus medios tienen siempre carácter de clase y se presentan siempre como instrumento de la lucha de clases, especialmente de la lucha ideológica.

Karl Marx, 1870

1.1 El estudio de la comunicación impresa clandestina: apuntes hacia una metodología

En las últimas décadas, los estudios sobre la comunicación impresa y más específicamente sobre la imprenta, han concentrado su atención de una manera importante en el libro, considerándolo el principal medio impreso de transmisión del conocimiento. Es por ello que, de alguna manera, han permanecido marginados otros sistemas de comunicación escrita y, sobre todo, han sido desatendidas las modalidades de integración y de interferencia entre medios diversos. En otras palabras, no se ha tenido suficientemente en cuenta que el universo informativo de Occidente en la edad moderna, más allá de estar caracterizado por un *medium* único y todopoderoso, ha estado en realidad sujeto a una pluralidad de instrumentos, cada uno de ellos dotado de sus propias peculiaridades y finalidades, si bien siempre relacionados entre sí. Más recientemente, nuevos estudios han comenzado a proponer un cuadro más articulado de las relaciones de la sociedad occidental con los medios de comunicación, al tiempo que aspectos largamente ignorados del sistema comunicativo, se han convertido en provechosos campos de investigación.

Por esta razón, los modelos teóricos que auxilian en el estudio de la historia de los objetos impresos se han centrado en los procesos de creación, distribución y circulación de los libros como los principales productos de la cultura impresa. Tal es el caso de los estudios realizados por autores como Robert Darnton, Thomas R. Adams, Nicholas Barker y Roger Chartier entre muchos otros. Dichos estudios apuntan a la creación de modelos conceptuales y esquemáticos que puedan llegar a ser útiles en una forma heurística para el estudio de la historia del libro, es decir, como una guía para el descubrimiento de nuevos conocimientos en la esfera de los medios impresos.

El objeto de estudio de esta investigación es un medio impreso, o mejor dicho, diferentes medios impresos producidos en momentos históricos determinados y con una propiedad particular que los define, a saber, que fueron producidos en condiciones de clandestinidad y con una intención comunicativa delimitada por los objetivos políticos de los grupos sociales que los crearon. Como medio impreso, la prensa clandestina comparte ciertas características estructurales, de producción y circulación con los libros, por esta razón, para el desarrollo de esta investigación se utilizaron como cimientos metodológicos las estructuras de análisis elaboradas desde la disciplina del estudio de la historia del libro. En específico se retomaron las ideas de Robert Darnton⁷ y su circuito de la comunicación, así como los postulados de Adams y Barker⁸ acerca del medio impreso como objeto.

En 1982 Robert Darnton propone un circuito de la comunicación para contribuir a la historia del libro. Este modelo es presentado como un posible marco de referencia para absorber e interpretar las grandes masas de información que existen sobre los libros. Tiene una estructura que se adapta a las necesidades de la historia del libro en general, las relaciones entre los procesos por los que pasa el libro y una serie de fuerzas externas. La estructura es un círculo de elementos (personas) conectados que pueden estar influenciados por las fuerzas que están en el medio del circuito (imagen 1.1).

7. Robert Darnton, "What Is the History of Books?", en *Daedalus* Vol. 111, No. 3, Representations and Realities, 1982, pp. 65-83.

8. Thomas R. Adams y Nicolás Barker, "A New Model for the Study of the Book", en *A Potencie of Life: Books in Society*, Londres: British Library, 1993.

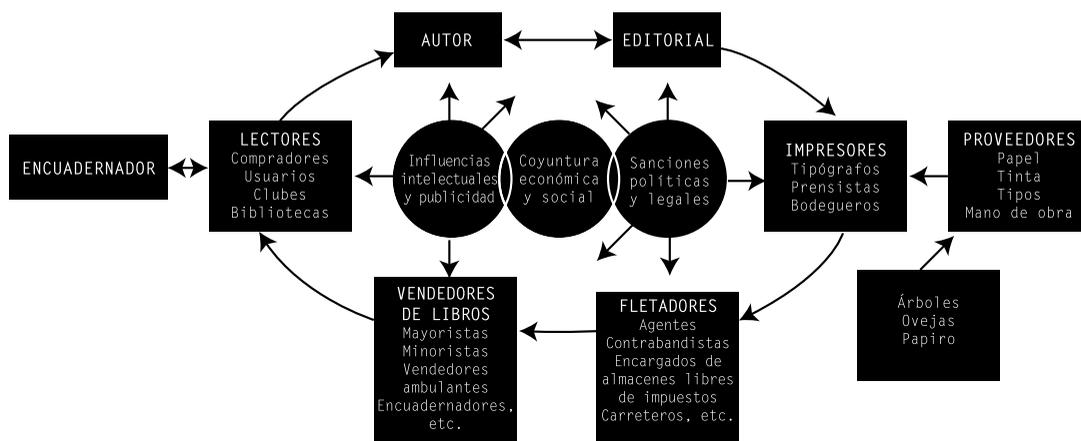


Imagen 1.1. El circuito de la comunicación. Extraído de: Robert Darnton, “¿Qué es la historia del libro”, en *El beso de Lamourette. Reflexiones sobre historia cultural*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 2010.

Darnton define seis etapas en este modelo: los autores, los editores, los impresores, los distribuidores, los vendedores y los lectores. Con esta estructura enfoca el estudio del libro en las personas que participan del proceso de creación, en la distribución y en la venta, es un enfoque que se acerca mucho a una perspectiva histórico-social.

Por su parte, en 1993, Adams y Barker realizan una crítica a este circuito en la que encuentran en él una debilidad, para ellos esta propuesta metodológica de acercamiento a la historia del libro trata sobre personas más que sobre el libro. El énfasis principal se centra en las personas que participan en el proceso por el cual el libro es una forma de comunicarse. Entonces, si bien es útil para aquellos que están interesados en la historia social, para los que están interesados en el significado de los libros tiene sus limitaciones.

Lo que proponen estos dos autores es invertir el esquema de Darnton. El ciclo del libro está en el medio y, en vez de seis grupos de personas que generan la comunicación, hay cinco eventos de la vida del libro: publicación, manufactura, distribución, recepción y supervivencia (imagen 1.2). Esta secuencia de etapas constituye un sistema de comunicación y puede convertirse en nuevos ciclos. Además están las fuerzas externas, que se ubican al exterior del ciclo, que son influencias intelectuales, socioeconómicas, políticas, etc. Adams y Barker basan su análisis en lo que llaman un “documento bibliográfico” en lugar de un libro, abriendo espacio para otro tipo de impresos, como los que nos ocupan en el desarrollo de esta investigación.

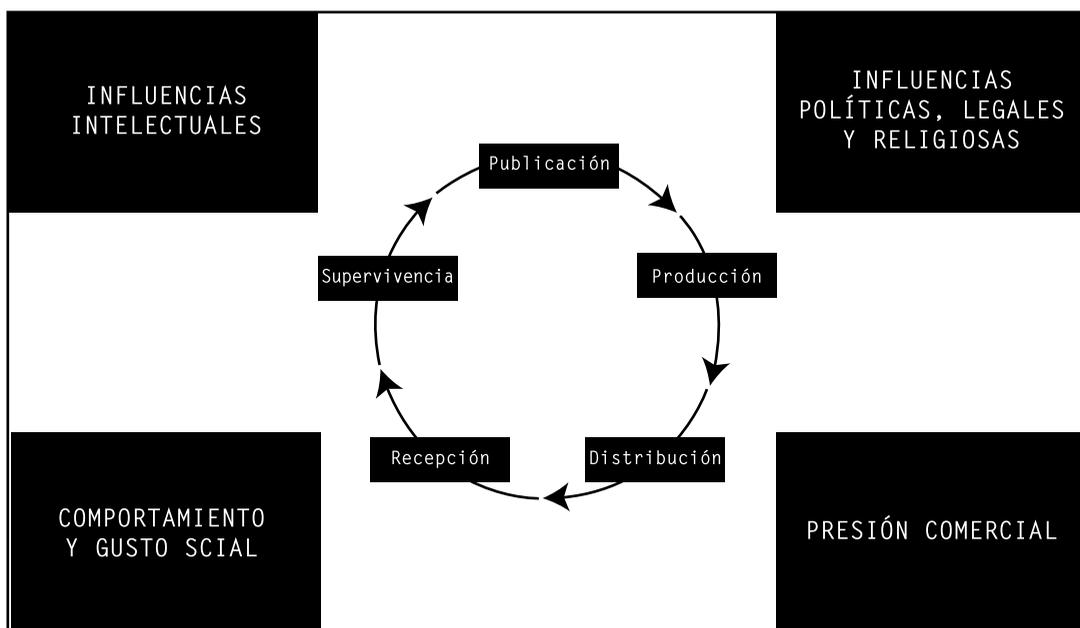


Imagen 1.2. Tohomas R. Adams y Nicholas Barker, La coyuntura socioeconómica como un todo. Publicado originalmente en Nicholas Barker, *A Potencie of Life: Books in Society*, Londres: British Library, 1993.

Como vemos, estos dos modelos representan dos concepciones distintas del estudio del libro como medio impreso, una que se centra en las personas y las relaciones que establecen al concebir, producir, distribuir y conservar un libro; y otra en la que lo central es el ciclo de la vida de un libro, explorando sus cualidades como objeto.

La prensa clandestina tiene características propias que son consideradas en el modelo de análisis que condujo la investigación, es decir, no basta con adoptar uno de los esquemas descritos anteriormente. La condición clandestina impone un entorno social muy específico que debe ser estudiado con atención. Así mismo, una de las características fundamentales de la prensa militante clandestina es el proceso social de organización alrededor de ella, por lo que resulta indispensable atender a las relaciones que se construyen en torno a ella, es decir, a las personas que interactúan de manera organizada para producir el medio impreso.

Si bien en las publicaciones estudiadas las figuras individuales como el autor, editor e impresor se diluyen en la estructura colectiva clandestina, es indispensable analizar la forma y estructura social en la que se realizaron los trabajos necesarios para producir cualquier impreso. Es decir, resulta necesario pre-

guntarse ¿cuáles fueron los roles sociales de producción editorial que desempeñaron los militantes de las organizaciones?

Por otro lado, es de sumo interés para esta investigación la materialidad del objeto de estudio, así como los procesos técnicos, tecnológicos y de diseño involucrados en la producción de la prensa clandestina. Por decirlo en pocas palabras la bibliografía material es la disciplina que trata del libro desde el punto de vista de su fabricación. Cómo fue hecho y qué elementos lo componen a partir de su descripción material: papel, tipografía, formato, disposición del texto, partes del texto, adornos tipográficos, grabados, firmas, reclamos, numeración... A la vista de varios ejemplares, cuantos más mejor, se puede hacer una descripción completa y pormenorizada de la edición a la que representan señalando las diferencias significativas entre ellos si las hubiere.

Con los tipos de organización antes descritos así como discutidos sus alcances y limitaciones, a continuación presentamos el modelo de la estructura metodológica que se siguió en el análisis de la prensa clandestina (imagen 3.1).

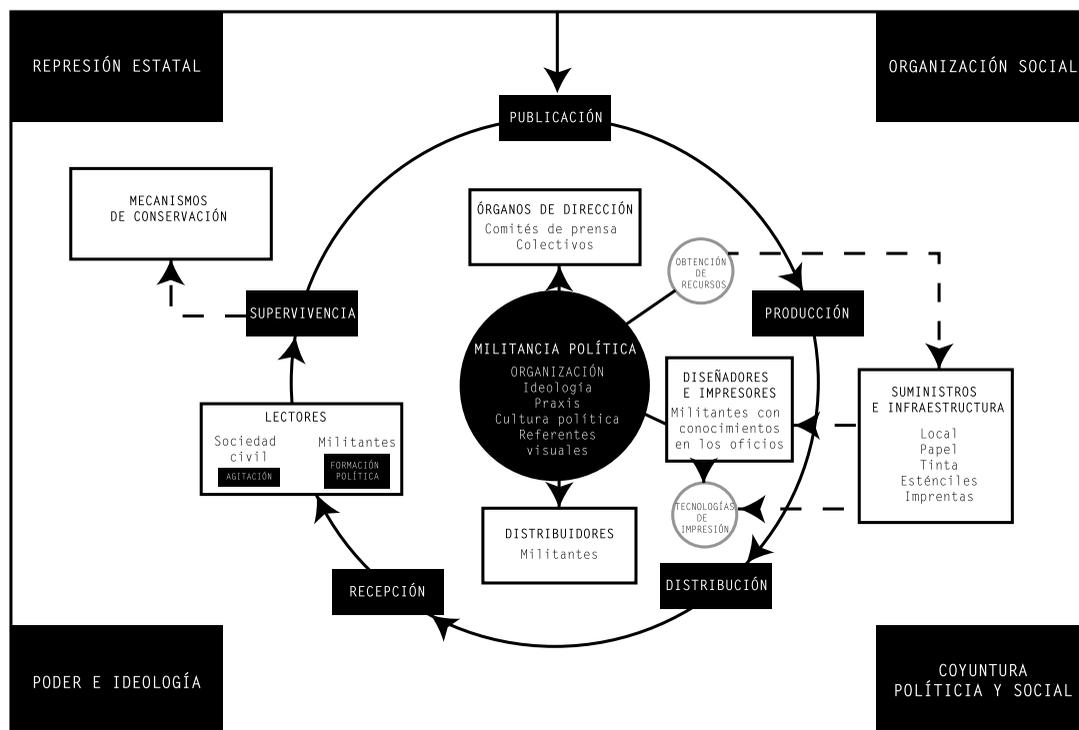


Imagen 3.1. Benjamín Becerra Absalón , 2015. Modelo de estructura metodológica para el análisis de la prensa clandestina.

Como se aprecia en el esquema, el eje sobre el cual giran todos los elementos es la militancia política, no es posible entender la existencia de la prensa clandestina, sin entender el significado de la militancia. Desde este lugar social, es donde se origina la intención de construir una herramienta de comunicación que auxilie en los objetivos políticos de la militancia. La militancia es una forma de concebir la vida, de construirse como ser social con la praxis, fundamentada en un fuerte sistema de ideas y creencias para formar parte de la cultura política de una sociedad. El bagaje político de la militancia incluye una buena cantidad de referencias simbólicas, las cuáles deben ser consideradas en el estudio de la prensa militante clandestina.

El círculo representa el espectro del trabajo militante en torno a la prensa, todo lo que encierra dicho círculo forma parte del conjunto de labores y tareas que los militantes desempeñan en la producción de la prensa clandestina. En el caso de los lectores se puede ver que hay una parte que queda fuera del círculo. Ese sector corresponde a la sociedad civil y que es uno de los principales destinatarios de la prensa clandestina con el objetivo de despertar la conciencia social.

Es necesario analizar a la prensa clandestina desde su motivación para publicarse, descubriendo cuál es la necesidad de comunicación que origina al objeto; discernir los factores técnicos y tecnológicos que determinan las características físicas del impreso; estudiar las formas de circulación de la prensa militante clandestina; investigar el impacto que los medios impresos tuvieron en sus lectores; y describir sus mecanismos de supervivencia, que para el caso estudiado resulta de suma importancia, debido a que las publicaciones clandestinas fueron literalmente “perseguidas” por el Estado como portadoras de ideas subversivas, muchas de ellas destruidas y otras más “privadas de su libertad” en lo que alguna vez fue la cárcel de Lecumberri, y que ahora funciona como espacio del Archivo General de la Nación.

Otro recurso metodológico que Robert Darnton propone para el estudio de la historia de los libros es intentar responder a tres preguntas, que para el objeto de estudio que nos interesa son: ¿Cómo surge la prensa clandestina? ¿Cómo llega a los lectores? ¿Qué obtienen de ella los lectores? Y, por último, es imprescindible rescatar un elemento fundamental en la propuesta de Darnton, a saber, el mecanismo de la censura. Para el estudio de la prensa clandestina resulta vital entender cómo existen estos medios que no sólo fueron censurados, sino como lo mencionamos más arriba, “perseguidos” políticamente hasta llegar a la invisibilización.

La prensa militante clandestina forma parte de la cultura política de un sector organizado de la sociedad, cuya práctica ideológica lo enfrenta directamente con el Estado y sus aparatos de dominación. Esta confrontación directa con las estructuras de poder del Estado orilla a los militantes a adoptar la clandestinidad como medio de lucha para proteger sus prácticas organizativas y sus vidas.

La clandestinidad es quizá el espacio que mejor retrata el carácter violento y represivo del Estado: la creación de una maquinaria a través de la cual el poder estatal busca “normalizar” la realidad del país, el “orden” impuesto a través no sólo de leyes normativas, sino mediante un poder que busca por medio de la represión instaurar un control social en beneficio de los intereses de clase hegemónicos. En este contexto es primordial entender al poder no sólo en clave negativa (reprime, excluye, rechaza) sino como productor de realidades y de verdades. Es desde esta perspectiva que es posible entender el dispositivo clandestino como una producción del artefacto represivo del estado, como un efecto que produjo la resistencia a dicha opresión.

El pensamiento de izquierda no ha sido uno a través de la historia, diversas corrientes de pensamiento, múltiples encuentros y desencuentros, diferencias en los métodos, las tácticas y las estrategias, en suma, diferentes rumbos y destinos han recorrido las personas que de forma organizada han pretendido modificar su condición de opresión en busca de la libertad. Por esta razón es que al hablar de manera general de estos procesos organizativos es necesario hacerlo con referencia a *las izquierdas*. Pretender encerrar en el mismo saco la riqueza del pensamiento de las izquierdas, sería casi como querer anular la diversidad de historias y vidas que lo produjeron. En este sentido, la clandestinidad fue el “lugar” o espacio característico en donde, particularmente las izquierdas, diseñaron y ejecutaron estrategias políticas contra el sistema. Los “lugares” donde las organizaciones acostumbraban ocupar como espacio político para la acción abierta, en muchos de los casos fueron literalmente aplastados por la represión y especialmente en épocas donde el control fue más violento por parte del Estado, resultando imposible desarrollar más actividades públicas —o legales— sin ser detenido, despedido, desaparecido o, no en pocos casos, ultimado.

Por su puesto que estas duras condiciones para la acción política determinaron ciertos modos de hacer, concebir y vivir la política radicalmente distintos a cualquier experiencia histórica en donde la clandestinidad no fue un recurso para luchar. Desde la

experiencia comunista en Chile, Rolando Álvarez Vallejos, define el proceso clandestino de la siguiente manera:

Entendemos el dispositivo clandestino como la más heterogénea red de relaciones entre discursos, normas y/o reglamentaciones internas y externas, proposiciones filosóficas, morales y axiológicas que, en el marco de responder a la urgencia que planteaba la masacre que los militantes comunistas estaban sufriendo, constituyó la respuesta estratégica del Partido Comunista de Chile frente al dispositivo represivo de la dictadura⁹.

Es decir, dentro del proceso clandestino cabían los elementos discursivos propiamente de la política, pero también las leyes de hierro de la vida clandestina, a saber, el seudónimo o nombre político, el mínimo contacto entre estructuras superiores y menores, la compartimentación de las actividades, tareas, misiones y roles de la organización, la manera de vestirse, qué tipo de prensa leer, con quién relacionarse, qué cosa decir en tal o cual reunión, la disciplina en los horarios, etcétera.

Para entender la razón de ser de la prensa militante clandestina, es necesario conocer las ideas que estructuraban la ideológica de las organizaciones políticas que la produjeron sobre los medios de comunicación y su papel en la lucha revolucionaria. Debido a que el pensamiento marxista es la fuente principal donde abreva toda la cultura política de las organizaciones clandestinas, es indispensable recurrir a los postulados de la teoría de la comunicación construida sobre las bases del pensamiento marxista, para entender los objetivos y principios teóricos que dieron pie al uso de la prensa como herramienta revolucionaria.

Durante la segunda mitad del siglo XX, el pensamiento revolucionario de las izquierdas cobró mucha fuerza en el escenario de la lucha política en todo el mundo. Este escenario de confrontación ideológica originó una afluencia notable del pensamiento crítico y las teorías que intentaron explicar las diversas aristas de la lucha revolucionaria. La comunicación no fue la excepción y diversos autores¹⁰, sobre todo en la década de los setenta y ochenta, expusieron

9. Rolando Álvarez Vallejos, *Desde las sombras: una historia de la clandestinidad comunista (1973-1980)*, Santiago de Chile: LOM Ediciones, 2003.

10. El marxismo, como una de las corrientes de mayor impacto en el ámbito de las ciencias sociales, dejaría también una impronta significativa en el campo de los estudios históricos en comunicación.

teorías sobre el papel de la prensa en el contexto de los procesos revolucionarios de su época.

El capitalismo que estos teóricos analizaron de ninguna manera es similar al que vivimos hoy en día, los medios de comunicación son diferentes y juegan papeles mucho más destacados en la esfera del poder, el internet y las redes sociales no aparecían en el horizonte de análisis de estos autores. Sin embargo, lo que se pretende a continuación es mostrar el sentido común que recorría las venas de las organizaciones políticas clandestinas. Los postulados de estas teorías nunca deberán leerse y, mucho menos, entenderse ajenos a una práctica concreta conducida a la transformación material de la sociedad.

1.2 La comunicación: ¿medio de dominación o de liberación?

El concepto de *comunicación* es extraordinariamente amplio; de manera general designa el proceso mediante el cual se transmiten significados entre las personas —sean órdenes militares o palabras de amor—, y está vinculado no sólo al lenguaje, sino a todo sistema de señales, desde las luces de un semáforo hasta las notas de una sinfonía, desde un simple gesto hasta las imágenes de una serie de televisión, desde el trazo de un cartel político hasta la tipografía de un periódico editado en cinco millones de ejemplares. Su estudio abarca un campo tan extenso como la vida misma, puesto que la comunicación está presente en todas las relaciones humanas, sean de producción, políticas o culturales.

La apropiación de este sistema de ideas en el campo específico de la historia de la comunicación estuvo en buena medida asociada a lecturas deterministas, vinculadas con lo que se ha identificado como el “marxismo vulgar”. Desde esta perspectiva, se establecería una postura analítica —no exclusiva, aunque predominante— según la cual el lugar de los procesos comunicativos en las dinámicas sociohistóricas quedaría restringido a la producción y reproducción de la ideología dominante. El análisis de los medios de comunicación, y su proyección como instrumentos de legitimación o emancipación social, vincularía estrechamente los estudios sobre la historia de la prensa con otras nociones centrales como las de ideología, lucha de clases, reproducción social, y construcción del consenso. Se ha reconocido la presunción implícita, en estos estudios, de una correspondencia directa entre intereses dominantes y contenido de los productos comunicativos.

Pueden valorarse aportes generales de la apropiación de la perspectiva marxista a partir de la reinserción de las cuestiones relacionadas con el poder, los conflictos clasistas, la construcción de la hegemonía y la atención a grupos sociales hasta entonces marginados de los estudios históricos en el campo de la comunicación.

Para principios de la década de los ochenta, el periodista chileno Camilo Taufic reconoce la importancia de la comunicación en la existencia social de cada individuo de esta manera:

Decir que la comunicación es vital para cada individuo es insuficiente; es una de las condiciones *sine qua non* de la existencia social. La sociedad no puede subsistir sin que sus miembros se alimenten, abriguen y reproduzcan, y para hacerlo necesitan trabajar colectivamente. Mas ni siquiera esa actividad puede realizarse sin comunicación¹¹.

Se dijo al principio que comunicar es transmitir significados; y más que eso: compartirlos¹². Gracias a la comunicación, incluso antes de que la especie hablara, a través de gestos y sonidos guturales, fue posible desarrollar el trabajo social y la condición racional del ser humano. Pero esa comunicación y producción compartidas de los primeros tiempos, compartidas en esfuerzo y beneficio, dejaron de serlo al dividirse la sociedad en clases. Los primeros capitalistas no sólo se apropiaron de los medios de producción a través de la fuerza y el despojo, sino que también dominaron los medios de producción ideológica, entre ellos, los medios de comunicación.

La comunicación dejó de ser comunión desde el momento en que se inició la explotación del trabajo ajeno. La inmensa mayoría de los hombres ya no pudo hablar de igual a igual con sus iguales. La propiedad privada jerarquizó a la sociedad y, de igual forma, las relaciones sociales definieron identidades según el papel que tocara desempeñar en la producción. Unos dieron órdenes; otros obedecieron, respondiendo sólo con monosílabos. A los desposeídos no sólo les fue arrebatado el fruto de su trabajo, sino hasta su propia lengua, como sucedió con gran parte de los pobladores originarios de América después de la conquista.

Definir, pues, a la comunicación como el proceso mediante el cual se transmiten significados entre las personas, solamente, es eludir el problema de fondo, que es su empleo. La comunicación se usa para influir en la conciencia y en la conducta de las personas, el carácter de tal influjo depende, en primer término, de la

11. Camilo Taufic, *Periodismo y lucha de clases. La información como forma del poder político*. México: Nueva Imagen, 1981. Pag 17.

12. La palabra **comunicar** viene del latín *communis*: "lo que es común".

propiedad sobre los medios de comunicación y, en último término, de las relaciones de clase que se dan en el seno de la sociedad.

La comunicación depende directamente de la formación social en que vivimos, de su o sus modos de producción, de las relaciones sociales que así la posibilitan; tal y como la conocemos en nuestros días, es un producto específico de la sociedad industrial. Si el capital está en la base de las mercancías, el movimiento de éstas, para el crecimiento de aquél, requiere de la adhesión de la gente, esto es, del consumo generalizado. El sistema capitalista necesita de la propalación de los mensajes para su funcionamiento. Paralelamente a la evolución de la sociedad industrial se desarrolla un proceso de intensificación de la información y de transformación cultural. Con este proceso se inicia la formación de un nuevo público que recibe el nombre de *masa*. Sobre el concepto de *masa*, Taufic reflexiona lo siguiente:

Las “masas” son esas aglomeraciones de individuos sin nombre y sin rostro, –un número apenas– que congrega en torno a sus usinas el capitalismo premonopolista; el primer proletariado, apenas un poco más que “animales de trabajo” deslomándose en jornadas de doce y catorce horas diarias de labor; campesinos arrancados de la tierra y puestos en barracones urbanos que forman ciudades cada vez más grandes; semianalfabetos que ven escribirse con letras de oro el nombre de sus amos. Para ellos, especialmente, se crea la comunicación de masas [...]; no para redimirlos, ¡para hundirlos!, para uniformarlos en su “manera de pensar” luego de haberlos estandarizado en su modo de producción; para “distraerlos” de sus objetivos de clase, para crearles falsos valores, ilusiones que no verán concretarse en su vida; para calumniar su ideología¹³.

En todo el pensamiento marxista, el término *masa* no es sinónimo de proletariado, la masa es algo más amplio, es el proletariado más todos los grupos sociales desplazados de la dirección económica y política de la sociedad capitalista: el lumpen proletariado y el campesinado, además de los residuos de las clases medias que se resisten a la polarización social. Para Marx, la *masa* no ocupa explícitamente un lugar central en su discurso, sin embargo, sí que

13. Camilo Taufic, *Op. Cit.*, p. 43.

subyace en estado latente. La *masa* es sinónimo de alienación y explotación producida por el capitalismo; es más, solamente el modo de producción capitalista produce *masas* ya que el capital no sólo produce capital, sino que produce una *masa* creciente de trabajadores donde los individuos están fragmentados, pierden el rumbo y quedan a merced de la clase capitalista.

Sin embargo, a partir de unos factores objetivos como son la crisis económica, la pobreza creciente, y otros subjetivos como la conciencia de clase, esta masa amorfa toma forma y fuerza para acabar con las situaciones de injusticia en las que vive. Y precisamente el poder de la *masa* está en su número lo que le permitirá lograr, mediante la revolución, la consecución de una sociedad libre, sin clases, sin explotación del hombre sobre el hombre. Sin embargo, ésta no será una sociedad de *masas*, sino una sociedad de hombres libres y de individuos plenos.

Mediante los mensajes se tiende a reforzar una vida cotidiana favorable al orden vigente; se reiteran estereotipos, se aseguran versiones de circulación muchas veces global. Lo importante de la vida cotidiana alienada (lo importante para quienes con eso se benefician) es que se esté en ella sin tomar conciencia de esa condición. Al respecto, el sociólogo belga Armand Mattelart dice:

En la sociedad capitalista, el medio de comunicación tiene una función esencialmente desorganizadora y desmovilizadora de las clases dominadas. Neutraliza y desorganiza dichas clases en tanto clases (y, en cambio, afianza la solidaridad en torno a la clase dominante y sus intereses). Se encarga de operacionalizar cotidianamente la norma del individualismo¹⁴.

La caracterización social de la comunicación de una determinada época sólo puede conseguirse a través de la caracterización de los procesos dominantes y los procesos de resistencia a ellos, los cuales aparecen en una relación dinámica en las que los primeros tratan de eliminar o asimilar a los segundos, en tanto que éstos abren caminos nuevos de expresión y de difusión frente al ejercicio hegemónico.

De esta manera, el objetivo de la comunicación de masas se subvierte, cuando ésta es utilizada por los desposeídos como he-

herramienta consciente en el seno de la lucha de clases. Hacerse de los medios para comunicar es el primer paso, éstos pueden ser, formalmente, los mismos que utilizan los burgueses para dominar a las masas, como lo afirma Taufic:

En tanto instrumentos, los medios de comunicación no jugarán otro rol que el que quieran asignarles (sic) sus dueños, y así podrán ser instrumentos de cultura o instrumentos de incultura, medios de dominio o medios de liberación; elementos para unir al pueblo o para desorganizarlo; para enaltecerlo o para hundirlo¹⁵.

Hasta aquí se ha presentado un panorama muy general de las principales ideas que, desde el materialismo histórico, han construido las prácticas comunicativas de la mayoría de las organizaciones de izquierda en el siglo XX. En el marco de dicho pensamiento, es posible concluir con la premisa de que es la propiedad sobre el medio de comunicación es la que determina al servicio de quienes éste se coloca, a favor de qué causa, de qué valores, de qué clase social. Así mismo, resulta necesario impugnar el concepto naturalizado de *comunicación* para sustituirlo por uno que reconecte las formas comunicativas con la práctica de los actores de los procesos sociales y que liga el fenómeno cultural con la vivencia de sus luchas.

Y por último es necesario extraer la idea, de suma importancia para el desarrollo de esta investigación, de que la comunicación, en cualquier proceso subversivo, es una herramienta fundamental en la construcción de alternativas y prácticas discursivas contrahegemónicas. La pregunta fundamental que nos plantean estos autores es ¿al servicio de quién debe de estar la función comunicativa?

1.3 La comunicación clandestina: la prensa como instrumento de la militancia política

Diarios, periódicos, revistas, folletos y libros son tanto los soportes materiales que posibilitan la lectura como los basamentos de la expresión del capitalismo impreso y de sus oponentes que adquirieron forma hacia fines del siglo XIX y en los primeros años del

15. *Ibid*, Pag. 34.

siglo XX. En el fondo, la prensa es parte de las estructuras de poder, y como tal refleja sus contradicciones, pugnas y resistencias.

Hace muchos años, cuando José Carlos Mariátegui presentó el editorial del primer número de *Amauta*¹⁶, escribió: “Esta revista, en el campo intelectual, no representa un grupo. Representa más bien un movimiento, un espíritu”.¹⁷ Este es quizá el principal objetivo de la prensa clandestina surgida desde los movimientos revolucionarios, representar el espíritu rebelde que moviliza la organización de los de abajo. La prensa del poder pretende, con su llamada *objetividad de la información*, hacer creer que los hechos de los que nos informan, explican real y totalmente lo que sucede. En realidad, estos medios seleccionan los hechos que a ellos les convienen, los presentan desde su punto de vista, los desvinculan del contexto global, disimulan, disfrazan y excluyen otros hechos. Presentan su información como si fuera retrato fiel de la realidad y ocultan que sus intereses de clase son los que están expresados en sus noticias.

Por el contrario, la prensa que responde a la necesidad de las organizaciones políticas clandestinas no esconde, a través de una falsa objetividad, que tiene una posición definida frente a la realidad, que responde a los intereses de una clase en específico y que, por ende, es por definición contraria a la prensa del poder. En palabras de Lenin:

En contraposición a los hábitos burgueses, en contraposición a la prensa burguesa empresaria, mercantilista, en contraposición a la literatura burguesa arribista e individualista, al “anarquismo señorial” y a la carrera tras el lucro, el proletariado socialdemócrata debe afirmar, realizar y desarrollar, en la forma más amplia y completa posible el principio de la literatura de partido. ¿En qué consiste, pues, este principio de la literatura de partido? No sólo en que para el proletariado socialdemócrata el quehacer literario no es un instrumento de lucro para personas o grupos, sino en que, generalmente, no puede ser una labor individual, independiente de la causa del proletariado. ¡Abajo los literatos sin partido! ¡Fuera los superhombres de la literatura! La labor literaria debe ser

16. Revista literaria peruana fundada y dirigida por José Carlos Mariátegui. Creada en septiembre de 1926, se erigió como la revista de avance y renovación de la generación vanguardista. Su tiraje osciló entre 3 y 4 mil ejemplares.

17. José Carlos Mariátegui, *Amauta*, Año I, No 1. Lima, septiembre de 1926.

parte de la labor general del proletariado, debe ser la “ruedita y el tornillito” de un único y grandioso mecanismo socialdemócrata puesto en movimiento por el conjunto de la vanguardia consciente de toda la clase obrera¹⁸.

La prensa militante es entonces la respuesta de las organizaciones de las izquierdas a los grandes medios de información masiva. Una primera distinción de la prensa militante con respecto a la producida desde el poder, es que esta última se dirige a todo el público en general y, a su vez, la militante edita periódicos de sector, para auditorios específicos. Sin embargo, la diferencia fundamental está en la información que se difunde, el contenido de las publicaciones. Raúl Trejo, en su libro *La prensa marginal* nos presenta un cuadro comparativo con las funciones represivas de los medios masivos con respecto a las funciones liberadoras de la prensa militante.

USO REPRESIVO DE LOS MEDIOS MASIVOS	USO LIBERADOR DE LOS MEDIOS MASIVOS
Programación controlada centralmente	Programación descentralizada
Un transmisor, muchos receptores	Cada receptor, un transmisor potencial
Inmovilización de individuos aislados	Movilización de las masas
Conducta pasiva del consumidor	Interacción de aquellos involucrados, retroalimentación
Despolitización	Un proceso de enseñanza política
Producción a cargo de especialistas	Producción colectiva
Control de capitalistas o burocracia	Control social por organización autónoma

Tabla 1. Comparación de las funciones de los medios masivos usados desde dos lugares sociales diferentes. Tomado de Raúl Trejo, *La prensa marginal*, Ciudad de México: Ediciones El Caballito, 1975, pág. 19.

18. V. I. Lenin, “La organización del partido y la literatura del partido” en *Obras completas*, Tomo X, Buenos Aires: Editorial Cartago, 1960, pp. 3742.

Desde la experiencia chilena, Camilo Taufic señala los distintos tipos de prensa que pueden existir en una sociedad en transición y señala:

Mientras el periodismo burgués quiere establecer el control social y la regulación social a través de la información, utilizando cualquier medio para lograrlo, la prensa socialista, en cambio, está concebida como un medio de educación y cohesión de las clases realmente avanzadas, pues cuando las masas lo conocen todo, pueden juzgar de todo y se resuelven conscientemente a todo¹⁹.

Dentro de la tradición leninista, la prensa fue el detonador de la organización de los trabajadores con un sistema bien estructurado que tenía el objetivo de actuar desde la clandestinidad, supliendo la acción parlamentaria, la participación en organismos y la agitación local. Lenin se consideraba a sí mismo periodista²⁰. En sus escritos teóricos, concibe la prensa popular como instrumento para inducir la reflexión a través del conocimiento de los sucesos políticos, y mostrar la manera de aplicar el análisis materialista. Generó un modelo de prensa piramidal basado en distintos tipos de receptores de acuerdo al grado de conciencia política (obreros avanzados, medios y capas inferiores del proletariado). La prensa debía adaptarse y conformar un sistema (periódicos, semanarios, folletos y hojas volantes u octavillas), constituido a su vez por órganos que corresponden a interlocutores definidos que van del militante profesional hasta el obrero proletario. En ese sistema la propaganda era el medio para aportar muchas ideas asimiladas por un número reducido de personas. La agitación en cambio se constreñía a un hecho más conocido por la audiencia y se esforzaba por dar a la masa una sola idea.

El modelo teórico sobre la prensa, entendida como sistema de organización colectivo, se resume así en sus niveles: la propaganda estaba destinada a los obreros avanzados y la agitación a los obreros atrasados. Los obreros medios necesitaban ambas. Cada periódico tenía una función esencial: el órgano central era exclusivamente propagandístico, el periódico popular predominantemente

19. Camilo Taufic, *op.cit.*, p. 28.

20. Lenin fue corresponsal de *Schuchenskoie*, redactor en jefe, publicó *Pravda* básicamente con Krupskaja y Zinoviev. Conocía bien técnicamente todos sus medios, el conteo de caracteres, operó como maquetista, corrector, impresor, tipógrafo, al mismo tiempo que editorialista y redactor. Madelene Worontzoff, *La concepción de la prensa en Lenin*, Barcelona: Fontamara, 1979.

de propaganda, los folletos, hojas volantes y octavillas funcionaban para la agitación.

¿Por qué Lenin habla de la clandestinidad como el terreno de operación de la prensa? Como ha afirmado Robert Darnton: “la clandestinidad sólo surge y se torna importante cuando un determinado momento histórico la censura, el control y una elite social monopolista tratan de confinar toda manifestación escrita en los límites de la ortodoxia oficial”²¹.

En un estado de control, el régimen no va a permitir que se divulgue y propague un pensamiento contrario al dominante. Por eso, mientras más fuerte sea el control ejercido contra la sociedad, más fuerte son los procesos de resistencia a él. Como ejemplo podemos pensar en la dictadura franquista en España. El régimen de Franco ejerció un férreo control de la letra impresa, censuró libros y periódicos, y vigiló celosamente cada acto de escritura, cada carta, cada declaración, cada ejercicio de introspección que cayó en sus manos en los múltiples actos de persecución que llevó a cabo o que, con el fin de inculpar o castigar, indujo a crear. La prensa del régimen, concebida como “cuarto poder”, fue el elemento propagandístico por excelencia. Proyección de la imagen con la que Franco pretendía ser reconocido, transmitió el pensamiento ideológico del Nuevo Estado y contribuyó al proceso de socialización política del franquismo. Sin embargo, la prensa clandestina logró esquivar el control del régimen.

Jean-Michel Desvois, especialista en temas de prensa española e hispanoamericana de la Universidad de Burdeos, profundiza sobre la prensa clandestina durante el franquismo:

Pueden cifrarse en más de 1.000 las publicaciones periódicas que, desde las más variadas ideologías, combatieron en la calle con tinta a Franco, crearon un lenguaje propio y articularon una contrapropaganda para contrarrestar la publicística oficial. Junto a la prensa clandestina impresa que circulaba en las calles, los periódicos manuscritos, empleados por la guerrilla, confeccionados en las cárceles y en distintos campos de concentración, fueron mensajeros de esperanza de tiempos mejores y expresión de la voluntad de no aceptar la derrota²².

21. Robert Darnton, *Edición y subversión. Literatura clandestina en el Antiguo Régimen*. Madrid: TurnerFCE, 2003, 1982, pág. 10.

22. Jean-Michel Desvois, *Prensa, impresos, lectura en el mundo hispánico contemporáneo*, Bordeaux: PILAR, 2005, pp. 446-447.

Como vemos, la clandestinidad se presenta cuando hay un férreo control de las protestas y una fuerte censura de la letra impresa para evitar críticas a la clase política y al ejercicio del poder. Ante la represión ejercida por el gobierno, la violencia armada de algunos grupos sociales, fundamentalmente de las izquierdas, se convirtió en una alternativa para la lucha. Organizarse en grupos independientes del control estatal conducía directamente a la clandestinidad. Y ser un grupo clandestino y además armado era igual a ser un grupo proscrito y fuera de la ley. Por lo tanto, toda acción proveniente de este tipo de grupos adquiriría el mismo carácter de clandestinidad, subversión e ilegalidad.

La clandestinidad no ha sido un ejercicio de uso exclusivo de los militantes de las izquierdas, pues la historia nos ha dado ejemplos en donde es posible encontrar publicaciones clandestinas contra Estados socialistas, como el caso de la URSS y de Cuba, en donde opositores al régimen comunista fueron perseguidos por el aparato estatal ahora en manos de partidos de izquierda y publicaron ediciones impresas con sus ideas en contra del régimen²³. Lo que demuestra que la resistencia es una acción directamente contraria al ejercicio del poder contra la sociedad y que la clandestinidad está directamente vinculada a la resistencia.

En el marco legal sobre la prensa, es posible remontarse al siglo XIX en donde destaca la Constitución de Apatzingán de 1814, en la que se establece el principio liberal de que no se prohíbe a nadie la libertad de hablar o de manifestar sus opiniones mediante la imprenta. El imperio de Iturbide, sin embargo, restauró de nuevo la censura colonialista. El 28 de diciembre de 1855 se expidió la Ley Lafragua la cual indicaba que nadie podría ser molestado por sus opiniones, prohibiéndose así la censura. Si bien la Ley Lafragua terminó con la opresión y autoritarismo de la Ley Lares, se le considera la más moderada de las Leyes de Reforma. Los autores de artículos periódicos se deberían hacer responsables de sus escritos firmándolos,

23. El fenómeno *Samizdat*, que sucedió en la Unión Soviética durante los años 60 y 70, era la forma que encontraban los habitantes del bloque soviético para evadir el tajante control de la censura comunista.

La literatura prohibida y la prensa clandestina se reproducían a través de libros artesanales, muchos manuscritos, y con portadas que no llamasen la atención del servicio de inteligencia. Simbolizó el espíritu rebelde de la disidencia, en el cual leer literatura occidental se convirtió en un acto de total clandestinidad. Finalmente, en los 80, ya bajo el mandato de Mikhail Gorbachov, la prensa *Samizdat* fue autorizada y se convirtió en los medios libres que finalmente fueron una de las causas de la implosión del bloque soviético.

por otra parte, no era permitido el abuso de la libertad de imprenta, especialmente en materia religiosa y gubernamental. Esta legislación fue elevada a rango constitucional mediante los artículos 6.º y 7.º de la Constitución Federal de los Estados Unidos Mexicanos de 1857, y reafirmada por la Ley Orgánica de la Libertad de Prensa de 1861 expedida por el Congreso de la Unión. En contraste, no fue acatada por los gobiernos conservadores de Félix Zuloaga y Miguel Miramón, quienes restablecieron la Ley Lares. Después en la constitución de 1857 se garantizaron de nuevo sus libertades, para que unos años después, Maximiliano y sus aliados conservadores suprimieron la prensa escrita. En 1868, Juárez promulgó la Ley orgánica de prensa de carácter liberal. El régimen de Díaz impuso leyes mediante las cuales los periodistas fueron llevados a los tribunales del orden común y se confiscaron las prensas como “instrumentos del delito” muchos periodistas pisaron las cárceles y murieron ejecutados en este proceso.

Después del movimiento revolucionario de 1910, Carranza y Obregón, como primeras acciones de Gobierno, se apoderaron por completo del control periodístico, de la maquinaria, del papel, de las tintas, etcétera, que una vez más fueron fiscalizadas como ocurrió en la dictadura porfirista. La institucionalización de la censura durante casi todo el siglo XX se estableció a partir de la Ley de Imprenta²⁴ del 12 de abril de 1917 decretada por Venustiano Carranza.

24. La ley define y castiga las publicaciones clandestinas en los artículos 15 y 16 de la *Ley de Imprenta*: **Artículo 15.** Para poder poner en circulación un impreso, fijarlo en las paredes o tableros de anuncios, exhibirlo al público en los aparadores de las casas de comercio, repartirlo a mano, por correo, expres o mensajero, o de cualquier otro modo, deberá forzosamente contener el nombre de la imprenta, biografía, taller de grabado u oficina donde se haya hecho la impresión, con la designación exacta del lugar en donde aquélla está ubicada, la fecha de la impresión y el nombre del autor o responsable del impreso. La falta de cualquiera de estos requisitos, hará considerar al impreso como clandestino, y tan pronto como la Autoridad municipal tenga conocimiento del hecho, impedirá la circulación de aquél (sic), recogerá los ejemplares que de él existan, inutilizará los que no puedan ser recogidos por haberse fijado en las paredes o tableros de anuncios, y castigará al dueño de la imprenta u oficina en que se hizo la publicación con una multa que no bajará de veinticinco pesos ni excederá de cincuenta, sin perjuicio de que si la publicación contuviere un ataque a la vida privada, a la moral o a la paz pública, se castigue con la pena que corresponda. Si en el impreso no se expresare el nombre del autor o responsable de él, no se impondrá por esa omisión pena alguna, pero entonces la responsabilidad penal se determinará conforme a lo que dispone el artículo siguiente. / **Artículo 16.** Cuando el delito se cometiere por medio de la imprenta, litografía, grabado o cualquiera otro medio de publicidad, y no pudiera saberse quién es el responsable de él como autor, se considerará con este carácter tratándose de publicaciones que no fueren periódicos, a los editores de libros, folletos, anuncios, tarjetas u hojas sueltas, y, en su defecto, al regente de la imprenta u oficina en que se hizo la publicación, y si no los hubiere, al propietario de dicha oficina.

Se afirma lo anterior a pesar de que la Constitución vigente consagra en los Artículos 6 y 7 las libertades de expresión y de prensa.

Para Marx, en la libertad de prensa se expresa la razón, sin obstrucciones, ni ataques, ni impedimentos legales o morales, para cualquier expresión intelectual, sea la que sea. Por lo que podemos suponer que en una organización social democrática en donde se garanticen los derechos individuales y colectivos de libertad de expresión, la prensa clandestina sería innecesaria.

En las diversas tradiciones del pensamiento revolucionario, y de manera especial en las expresiones marxistas y anarquistas, la prensa guardó siempre un lugar especial. No había proyecto político que no considerara la publicación periódica o esporádica de algún tipo de prensa y comunicación entre los integrantes de la organización política o entre esta y la sociedad en general. Entre los medios más utilizados destacan: el periódico, la revista, el boletín, periódico mural, carteles, volantes y pintas en los muros, y más recientemente, sin abandonar los anteriores, radios comunitarias, blogs o sitios web.

En la prensa clandestina encontramos dos tipos de contenido fundamentalmente: el primero, un contenido duro, teórico, de un análisis complejo de la realidad, que va dirigido a los militantes de la organización, como material de estudio y de formación política de los miembros del colectivo. Por otro lado, hay un contenido con un carácter mayor de denuncia, de un análisis de situaciones más concretas en sectores específicos, noticias de represión o de movilizaciones sociales, que va dirigido a la población afuera de la organización militante para informarla con la intención de despertar la conciencia de clase.

Sin embargo, el eje rector de las publicaciones militantes clandestinas es el proceso organizativo, el medio es un organizador. Los límites de cada medio los ha impuesto la cantidad de recursos económicos disponibles, la accesibilidad a la tecnología y las capacidades de producción y diseño, así como las condiciones políticas para la distribución y el ejercicio de las libertades de prensa y opinión. Producir un periódico crítico en el contexto del estado mexicano autoritario y represivo ha sido de por sí muy difícil. Hacerlo desde la perspectiva militante de las izquierdas lo ha sido mucho más, ahora si hablamos de organizaciones clandestinas, en su mayoría movimientos armados que le declararon la guerra al Estado y sus instituciones, la tarea se transforma en una acción en la que la vida está de por medio.

Sin lugar a dudas, la prensa militante clandestina desarrolló funciones propiamente periodísticas como la de informar de hechos silenciados por medios oficiales y de denuncia de las viola-

ciones a los derechos humanos por las fuerzas gubernamentales. Por supuesto, también ejerció una importante labor propagandística para los grupos que iniciaban su actividad clandestina.

Es de considerar, sin embargo, que para las organizaciones político-militares, la prensa clandestina ha jugado un papel fundamentalmente hacia lo interno, en la conformación y afirmación de identidades colectivas y como herramienta para la creación de nuevos marcos interpretativos.

En este sentido, la prensa clandestina actúa para estos grupos emergentes como una herramienta de consolidación orgánica y homogeneización de la militancia, configurando un universo militante que tendrá su eje en torno a la lucha armada. Estos órganos clandestinos ejercerán también un papel clave como orientadores para la acción colectiva, como soporte para el debate con otros movimientos y como un instrumento para el crecimiento de la organización, no sólo como herramienta para el reclutamiento, sino como un medio para la inserción de estas organizaciones en nuevos ámbitos sociales y la apertura de trabajo político hacia nuevos actores sociales.

1.4 Comunicación visual, poder e ideología

[...] si el poder es realmente el despliegue de una relación de fuerza, más que analizarlo en términos de cesión, contrato, alienación, o, en términos funcionales del mantenimiento de las relaciones de producción, ¿no debería ser analizado en términos de lucha, de enfrentamientos, de guerra?

Michel Foucault. *Microfísica del poder*

Todo nuestro entorno físico inmediato —cosas y fenómenos— es materia visible. El mundo es perceptible por los sentidos en la misma medida que éste aparece en la consciencia como un *continuum*. El efecto de continuidad del mundo sensible es la progresión constante e ininterrumpida de diversos campos visuales que son operados por la dinámica de la mirada, los movimientos oculares y de la cabeza, del cuerpo y de los desplazamientos. Es la constancia del “ver” a

través del espacio-tiempo lo que crea el efecto de continuidad del entorno en la unidad de la consciencia.

Además del cambio permanente de campos visuales, éstos son también constantemente discriminados por la visión. La mirada se desplaza y se posa en determinados elementos de ese campo, alternativamente, para centrar en ellos su atención. Así, asociando un elemento con otro, la percepción es como una “lectura” del mundo que va extrayendo sentido y comprensión en la medida que relaciona unos estímulos con otros. El acto de mirar nos ubica en relación directa con aquello que vemos, nos revela un efecto de reciprocidad elemental, miramos y podemos ser mirados. El crítico de arte, pintor y escritor inglés John Berger dice que el mirar constituye un acto voluntario sobre lo que vemos²⁵, es decir, cuando miramos lo hacemos desde un lugar específico y hacia una dirección determinada. Mirar es, entonces, una relación social.

Ahora bien, no existe diferencia alguna, en términos del simple acto perceptivo y de sus mecanismos mentales, entre mirar un paisaje, un árbol, un coche, un semáforo, una grieta en la pared o un mapamundi. Todos ellos son, en algún momento, estímulos visuales. Y provocan movimientos oculares con los que encuadramos y enfocamos los elementos de dicho estímulo. En todos los casos el ojo discrimina, selecciona determinadas partes para fijar su atención en cada una de ellas, observarlas y retenerlas en la memoria u olvidarlas.

Sin embargo, existe una diferencia fundamental entre mirar un paisaje, un árbol o una grieta en la pared y contemplar un coche, un semáforo o un mapamundi. En el primer grupo no hay mensajes dirigidos a las personas a través de esas cosas, en todo caso, son los individuos quienes infieren de ellos significados. En el segundo grupo existe una evidente intencionalidad humana de comunicar información. Al respecto el diseñador italiano Bruno Munari dice:

La nube es una comunicación visual casual, ya que al pasar por el cielo no tiene intención alguna de advertirme que se acerca el temporal. En cambio es una comunicación intencional aquella serie de nubecitas de humo que hacían los indios para comunicar, por medio de un código preciso, una información precisa.

Una comunicación casual puede ser interpretada libremente por el que la recibe, ya como mensaje científico

o estético, o como otra cosa. En cambio una comunicación intencional debería ser recibida en el pleno significado querido en la intención del emisor²⁶.

Si reconocemos que detrás de todo mensaje visual producido hay una cierta intencionalidad, debemos preguntarnos cuál es la intencionalidad dominante en una sociedad organizada como la nuestra. En este sentido, Daniel Prieto, quien ha trabajado toda su vida en el campo de la comunicación social, explica lo siguiente:

En una sociedad organizada en torno a la mercancía resulta absolutamente necesaria la presencia de mecanismos ideológicos que vinieran a reforzar el fetichismo. La producción y distribución de mensajes, no es por lo tanto, gratuita. No provienen de la buena voluntad de sectores privilegiados de la población que pretenderían extender sus bondadosas manos hasta los demás²⁷.

De ninguna manera los mensajes visuales determinan la vida cotidiana, por ejemplo, la publicidad no produce el consumo. En todo caso son reforzadores de pautas, de formas de existencia ya vigentes de la cultura hegemónica. Son siempre las relaciones sociales establecidas las que resultan alienantes. En otras palabras, no es que millones de personas estén “alienadas por las imágenes televisivas”, sino que están alienadas por el capitalismo; no es que la prensa sea “el cuarto poder del Estado”, sino que está al servicio de los poderes y es una de las formas concretas que asume su poderío. Los mensajes dominantes tienen como función el fortalecer la concepción mágico-pesimista de los explotados respecto de la situación en que viven. Además promueven expectativas limitadas hacia el consumo.

En el modo de producción capitalista, los mensajes en sí se convierten en fetiches, pasan a funcionar como Marx dice que lo hacen las mercancías, cuando bailan frente a nosotros como si tuvieran vida propia. Mejor imagen no podría aplicarse a los mensajes que nos conmueven, nos agitan, nos excitan, nos atraen como si fueran reales. Eso en la manera en que los vivimos, pero también por la forma que

26. Bruno Munari, *Diseño y comunicación visual*, Barcelona: Gustavo Gili, 2000, p. 79.

27. Daniel Prieto Castillo, *Diseño y comunicación*, Ciudad de México: Ediciones Co-
yoacán, 1997, p. 13.

parcializan, ocultan y hacen invisibles las relaciones sociales que los producen.

Los mensajes que promocionan mercancías no puede abarcar toda la conciencia social. En primer lugar porque la conciencia no se forma solamente en el contacto con los mensajes. En segundo porque éstos siempre dan un plus, siempre ofrecen más de lo que deberían para mantener el estado de cosas vigente, creando una creciente revolución de expectativas.

Las posibilidades de comparar la realidad propia con lo que aparece en los medios pueden acentuar la disconformidad con la situación en que se vive. El fetichismo encierra tal nivel de contradicciones que difícilmente podríamos creer que sólo exista, frente a él, una relación sumisa. En un periodo histórico de una determinada formación económica no existe nunca un solo y unívoco proceso de comunicación. Existirá el dominante, orientado a satisfacer las necesidades de la clase en el poder, pero de ninguna forma es el único.

La imagen consciente de quiénes somos y de cómo nos relacionamos con la sociedad no es natural, porque no está determinada por la naturaleza o la psicología, sino por el mundo histórico en el que vivimos. Así pues, la ideología es el proceso por el cual las ideas y las visiones del mundo de los grupos sociales dominantes son aceptadas como verdaderas.

Las clases sociales, dominadas o subordinadas, como dice Gramsci, participan de una concepción del mundo que les es impuesta por las clases dominantes. Y la ideología de las clases dominantes corresponde a su función histórica y no a los intereses y a la función histórica —todavía inconsciente— de las clases dominadas. He aquí pues la ideología de las clases, o de la clase dominante influyendo sobre las clases subordinadas, por varios canales, a través de los cuales la clase dominante construye su propia influencia espiritual, su capacidad de plasmar la conciencia de toda la colectividad, su hegemonía.

El sistema capitalista nos ha impuesto la imagen de cómo deberíamos actuar o vestirnos usando numerosos estímulos visuales. Los objetos adquieren unas connotaciones distintas, totalmente independientes de sus valores puramente funcionales o económicos —valor de uso o valor de cambio, según Marx—, y acaban teniendo un nuevo significado como símbolo de estatus. No es que se nos obligue a buscar la felicidad comprando cosas que no son útiles, sino más bien rodeándonos de signos dirigidos a la aspiración, es que nos muestran que podemos ser personas realizadas mediante el consumo;

un consumo que poco tiene que ver con las necesidades, sino con la pretensión de estatus, con la imagen idealizada de nosotros mismos y de cómo queremos que los otros nos vean. Es una situación perpetuada por los fabricantes de objetos, para los cuales esos productos sí conservan un uso simple y un valor de intercambio. Pero a partir de ahí, les añaden un nuevo significado dependiendo de cómo se anuncien o se muestren a través de las imágenes.

La hegemonía es esto: capacidad de unificar a través de la ideología y de mantener unido un bloque social que, sin embargo, no es homogéneo, sino marcado por profundas contradicciones de clase. Una clase es hegemónica, dirigente y dominante, mientras con su acción política, ideológica, cultural, logra mantener junto a sí un grupo de fuerzas heterogéneas e impide que la contradicción existente entre estas fuerzas estalle, produciendo una crisis en la ideología dominante y conduciendo a su rechazo, el que coincide con la crisis política de la fuerza que está en el poder.

La comunicación visual es un elemento importante cuando se analiza la hegemonía. Las imágenes y los objetos visuales producidos por y para nosotros nos ayudan a encontrar un sentido a nuestra vida y al mundo que nos rodea; y, a su vez, este sentido encaja con las necesidades de las instituciones. Entender la sociedad hegemónica ayuda a explicar cómo, con el tiempo, las necesidades de esas agencias culturales acaban siendo aceptadas e integradas. También explica cómo la hegemonía no puede ser nunca total y absoluta; dentro de ella hay procesos contrarios que resisten a la visión global de los grupos dominantes.

Cuando hablamos de comunicación visual no podemos caer en la ingenuidad de pensar en un todo homogéneo que llamaríamos “mensajes”. La división social del trabajo, las relaciones sociales establecidas, se manifiestan claramente en ellos. Desde los temas seleccionados, el tratamiento que se les da, el modo de impresión, de papel, en el caso de lo impreso; hasta la forma en que son diseñados los carteles o los cortos televisivos, siempre hay un tipo de público, un tipo de destinatarios que están presentes para el comunicador, lo sepa o no, tenga conciencia o no de ello. Frente a cualquier proceso de dominación ideológica, en donde las relaciones de poder se expresan como opresión, imposición, explotación, desprecio, despojo en contra de las mayorías, existe una respuesta social: los procesos de resistencia y rebeldía.

El poder no es una realidad inmutable y con existencia sólida. El poder es una dinámica constante, una relación de fuerzas que sin detenerse se enfrenta en lo cotidiano en una guerra sin

pausa entre intereses y necesidades, en lo trivial y en lo trascendente. Si el poder es una relación de fuerza, la fuerza puede ser observada desde una doble dimensión: su capacidad de acción y su capacidad de reacción. La capacidad de afectar lleva implícita el ejercicio del poder, en tanto que el ser afectado provoca la capacidad de resistencia. La resistencia es la respuesta de los sujetos al ejercicio del poder sobre sus cuerpos, sus afectos y emociones, sobre sus actos y acciones. La resistencia está siempre presente en la relación de poder, ejercicio del poder y resistencia se encuentran indisolublemente unidos.

Para Foucault el poder sólo puede ejercitarse sobre quien tiene una cierta posibilidad de elegir. El ejercicio del poder requiere un grado de libertad en los sujetos sometidos al mismo. De ahí se deduce la existencia de dos posibilidades: una, la de la resistencia (o enfrentamiento); otra, la de asumir las circunstancias que generan las relaciones de poder, tomar el poder por los cuernos o dejarse llevar por él. El sujeto que las relaciones de poder constituyen es libre para resistirse a ese sometimiento o para aceptarlo. La resistencia es un espacio en el cual el sujeto se rebela, modificando y resignificando a la sociedad. Esta idea de resistencia conlleva el supuesto de que el poder no es monolítico y coherente, sino como lo piensa Foucault, el poder son “los poderes”, constelaciones dispersas de relaciones desiguales, redes de poder, constituidas como “campos de fuerzas”.

Llama la atención que la concepción del poder se haya modificado mucho más que la de resistencia. A partir de Michel Foucault, pero no sólo de él, surge la idea de que el poder está distribuido multidireccionalmente. Ya no lo pensamos como una pirámide que opera de arriba hacia abajo, sino como algo diseminado. Pero también hemos salido de la noción simplificada de Foucault al darnos cuenta de que sigue habiendo concentraciones monopólicas de fuerzas.

Hacia cualquier lado que miremos, sea la economía, la comunicación visual o la política, no encontramos bipolaridad ni unipolaridad sino una distribución compleja e inestable de focos en los que se ejerce el poder. Esa dispersión genera el primer problema para construir resistencias, oposiciones o alternativas. Más aún si se quiere insistir en modos de organización de fuerzas populares propias de otra etapa del capitalismo.

Sin embargo, desde la comunicación visual, es posible afirmar que fuera de los esquemas y de la influencia de la difusión, la gente se comunica, crea sus formas de relación, entreteje toda una trama de mensajes y de experiencias que las constituye como clase.

De esta manera los mensajes visuales forman parte de la lucha que se desarrolla en el terreno ideológico, por un lado como movilizadores de la intención mercantil y por el otro, como herramientas del ejercicio de las resistencias a la dominación hegemónica del poder.

La comunicación visual habita en ese terreno de confrontación ideológica, en el proceso de comunicar mensajes visuales de diverso cuño, los productores de éstos son, antes que nada, comunicadores de ideología.

Así pues, el proceso de la comunicación visual es un proceso ideológico. Asimismo, el diseño de la comunicación visual, es un agente de la ideología, en el sentido de que comunica las intenciones políticas de la persona u organización que lo necesita.

1.5 La comunicación política de las izquierdas a través del diseño de la comunicación visual

La mayor parte del diseño, si no toda, se realiza para expresar una particular visión del mundo. En el capitalismo, la idea es imponer una visión del mundo a los demás y convertirla en una mercancía más. Visto así está claro que el diseño sirve para comunicar la visión del mundo de quien lo crea. Esto ocurre incluso en el caso del diseño no comercial, donde esa visión del mundo transmite autosuficiencia, paz o justicia social. Dicho de otro modo, todo diseño es político.

Así como existe un diseño requerido e impuesto por el desarrollo capitalista, por la promoción de mercancías, también existe un diseño requerido por otras necesidades comunicativas y grupos sociales con intereses alternos al dominante, que, desde las resistencias, construyen espacios sociales donde el diseño y la comunicación visual adquieren un objetivo distinto.

Resulta evidente que no es igual el diseño producido por una agencia de publicidad, que el elaborado por una organización política para anunciar una protesta en contra de tal o cual arbitrariedad. En ambos casos se resuelve, a través del diseño, un problema social de comunicación, la diferencia radica en la posición política de ese diseño frente a la hegemonía y el poder. Uno es sumiso, el otro desafía el orden del discurso establecido.

Si hay un campo social que es ideológico, es el de la política. Esto no es sorprendente porque es aquí donde eminentemente están en juego los grupos diferentes y opuestos, el poder, la lucha y los intereses. En otras palabras, el proceso político es esencial-

mente un proceso ideológico, y la cognición política es, a menudo, identificada simplemente con la ideología.

La organización social del campo de la política, y por ende de los grupos políticos, está en gran parte basada en diferencias, luchas, pugnas, alianzas y semejanzas ideológicas. La organización total de las creencias sociales como una lucha entre la izquierda y la derecha es el resultado de la polarización subyacente de las ideologías políticas que han impregnado la sociedad en su totalidad. Para Frei Betto, “ser de izquierda es, desde que esa clasificación surgió con la Revolución Francesa, optar por los pobres, indignarse ante la exclusión social, inconformarse con toda forma de injusticia o, como decía Bobbio, considerar una aberración la desigualdad social”²⁸.

Las izquierdas son algo más que personas, son, antes que nada, una forma de entender al mundo, la vida, las relaciones sociales, la cultura, el entorno ecológico, la relación hombre-mujer, la sexualidad, etcétera. Si bien, como hemos visto, existen muchas posiciones dentro lo que puede llamarse izquierda, podemos definir el ser de izquierda como algo más que una declaración de principios, un programa y unos estatutos; tiene que ver con tres elementos básicos de definición:

a. La disposición de plantear una dialéctica negativa frente a lo existente. El ¡Ya basta! del 1 de enero de 1994; el “No en mi nombre” de los intelectuales judíos para repudiar la política del Estado sionista de Israel; el “este mundo no está en venta o este mundo no es una mercancía” de los nuevos movimientos sociales contra la globalización capitalista; el “que se vayan todos... y no quede... ni uno sólo” de los piqueteros argentinos, refiriéndose a la clase política de ese país. Esa disposición a no justificar ni en lo más mínimo la situación de explotación y opresión que significa el capitalismo.

b. La voluntad de alterar los ritmos y los espacios del poder del dinero sobre la sociedad. El capitalismo se plantea ante los ojos de la gente como un sistema coherente, estable y perenne. Con instituciones políticas que son, supuestamente, las mejores para el fun-

cionamiento democrático (“la democracia representativa”). Con leyes que parten de un criterio de igualdad entre los ciudadanos (“todos somos iguales frente a la ley”). Con oportunidades económicas para todos. A partir de toda esa ideología, se establece la agenda del poder y esa agenda implica un tiempo y un espacio. El tiempo de la confrontación política se ubica con relación a los calendarios electorales y el espacio de la misma son las urnas. Según esta visión no hay nada más. Cuando la izquierda acepta como fatal ese tiempo y ese espacio del poder, como el único posible, deja de ser una alternativa global para la población.

c. La necesaria construcción de un nuevo tiempo y espacio que permita la alteración duradera de los gérmenes de pasividad que se expresan siempre en la sociedad, ante la necesidad de buscar el sustento. La idea de que la toma del poder es la única palanca para lograr las transformaciones sociales se ha demostrado totalmente equivocada, en todo el mundo, aparte de que ha sido una caricatura de los procesos revolucionarios en sí mismos. Al hacerse un énfasis desmedido en la necesidad de tomar el poder, se ha olvidado que la lucha es por la autoorganización y la autodeterminación.

Desde la perspectiva de las organizaciones políticas de las izquierdas, el proceso de diseño ha sido requerido siempre, condicionado siempre por la urgencia de propagar ideas. Hecho que ha incidido directamente en la forma, sometida inicialmente a la urgencia del contenido. Aún en carteles, en volantes, en periódicos, el impulso inicial ha estado orientado hacia el comunicado, hacia la información. El requerimiento es, pues, informativo y al menos al comienzo, no expresivo.

¿Está definitivamente negada la expresividad en el diseño creado por organizaciones opuestas totalmente a la lógica del capitalismo? De ninguna manera. Si queda postergada en algunos casos, ha estado presente siempre en otros. Si bien la constante ha sido el someter la forma al contenido, a la urgencia de la difusión de la información, hay que reconocer dos condiciones que afectan en el aspecto expresivo de la comunicación visual de los diseños creados por organizaciones políticas.

El primero tiene que ver con la incorporación al proceso revolucionario tanto a quienes vienen del terreno del arte como del diseño y de la comunicación visual. México tiene una larga tradición que no es el caso reconstruir en este trabajo: talentos individuales como José Guadalupe Posada, artistas volcados a la militancia po-

lítica como Clemente Orozco y Diego Rivera, movimientos pictóricos inicialmente plegados a las causas populares.

En este punto vale la pena detenerse un poco y reflexionar sobre el diseño de la comunicación visual y algunas de sus relaciones con el ámbito político y la transformación social. Marina Garone Gravier, desarrolla algunas acepciones y devela otras ambigüedades del concepto diseño en la siguiente formulación:

La palabra diseño no tiene una definición pura, sino que adquiere sus características por contraste con otras palabras “vecinas”, como arte, artesanía o comunicación, por dar algunos ejemplos. Por otro lado, como muchas otras palabras del idioma, el concepto diseño es ambiguo y multidimensional: puede referirse al proceso creativo en sí (la práctica del diseño); ser el resultado de un proceso (un diseño, boceto, modelo o prototipo); la manufactura de un producto (un bien de consumo) o la apariencia del mismo (un producto “diseñado”). El diseño se puede describir como discurso, lo que vincula la labor del diseñador con una práctica comunicativa²⁹.

Puede decirse que diseñar es ante todo un acto que implica composición, ordenamiento y disposición de partes en función de un objetivo específico. Esas partes pueden ser creadas según la función o seleccionadas según la posibilidad existente para ese objetivo. El diseño resulta entonces inevitable en la acción del hombre, constantemente planeamos, estructuramos, es decir, diseñamos nuestras decisiones en la vida cotidiana. Sin embargo, aquí no nos referimos al diseño sólo como ese proceso de planeación mental para resolver problemas cotidianos, estamos hablando del diseño “como una disciplina dedicada a la producción de comunicaciones visuales dirigidas a afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente”³⁰. El diseño, desde esta perspectiva, no está conectado con la idea del arte ni con la idea de la belleza. Está conectado con la idea de generación de formas pragmáticas a las que se les requiere, se les exige, un resultado determinado.

29. Marina Garone Gravier, “Notas para una historia contemporánea del diseño gráfico en México”, *Revista Quadra. Diseño Gráfico y Comunicación Visual*, Universidad de Guadalajara, n. 1, febrero de 2008, ISSN: 18707556.

30. Jorge Frascara, *Diseño gráfico para la gente*, Buenos Aires: Infinito, 2004, pág. 19.

Ante la ambigüedad descrita con respecto a la definición de *diseño*, y poder tener elementos teóricos para definir una práctica como *diseño*, es necesario acudir a lo que Marina Garone nos dice, retomando a su vez lo propuesto previamente por Enric Satué:

Para aclarar la naturaleza epistemológica del diseño gráfico recurro a Enric Satué cuando dice se deben tomar en cuenta los siguientes elementos: Los productos u objetos de acción y sus elementos compositivos, los métodos, los procesos de producción y la intención comunicativa³¹.

Esta referencia es de suma importancia para el desarrollo del presente trabajo, porque, más adelante, nos vamos a encontrar con objetos editoriales que no pertenecen al orden de objetos reconocidos institucionalmente como *diseño*, que no aparecen en los catálogos sobre diseño editorial, que no aparecen en “Las Historias” del diseño gráfico nacional e internacional, que no son reconocidos ni premiados en bienales o concursos internacionales, en suma, que no pertenecen a ningún espacio de legitimación del diseño gráfico ni forman parte del canon. Por esto, resulta necesario dotarnos de un instrumental teórico que nos permita articular las razones de porqué los objetos que vamos a analizar pertenecen a la esfera del diseño. Los elementos sumados por Satué, además de la definición del objetivo del diseño descrito por Frascara, serán suficientes para sostener nuestra tesis más adelante.

La práctica del diseño gráfico, tal y como la entendemos en la actualidad, va de la mano del surgimiento de la sociedad industrial y su necesidad de movilizar el mercado para el consumo de la nueva producción en masa de mercancías. Éste ha sido el motor de la profesión. Ante esta realidad, algunos diseñadores han querido escapar de la lógica de reproducción del capital refugiándose en ciertas áreas que parecieran libres de la influencia del mercado, como la cultura. Pareciera que diseñar un cartel cultural es más “puro” que diseñar una marca para una empresa que se dedicará a explotar a miles de trabajadores. Sin embargo, esta posición frente a la práctica del diseño es tan paliativa como “chupar un caramelo para curarse una infección de garganta”. La lógica mercantil del

31. Marina Garone Gravier, “Para una historia crítica del oficio”, en Giovanni Troconi et al, *100 años de diseño gráfico en México*, Ciudad de México: Artes de México y del Mundo, 2010. La obra de Satué que se analiza es *El diseño gráfico desde los orígenes hasta nuestros días*.

capitalismo permea todas y cada una de las actividades sociales del ser humano. La cultura no es la excepción.

Cuando diseñamos un cartel para una obra de teatro, para un concierto de cualquier orquesta filarmónica, para la exposición del artista más conceptual y brillante de la actualidad, estamos diseñando un cartel para promover una mercancía. Marx llama *mercancía* al elemento básico de la vida económica en la sociedad capitalista y distingue dos tipos de valores en las cosas y en las mercancías: su valor de uso y su valor de cambio. El *valor de uso* de un objeto es su capacidad para satisfacer alguna necesidad humana, y el *valor de cambio* el valor que un objeto tiene en el mercado y que *se mide en dinero*, en términos puramente cuantitativos. Hay objetos que tienen valor de uso pero no valor de cambio (el aire que respiramos), pero la tendencia de las sociedades de explotación (particularmente del capitalismo) es hacer de todo objeto que sirva para algo un objeto para vender y comprar, es decir una mercancía (se intenta vender el propio cuerpo, el talento y los sentimientos). La cultura y las expresiones “más puras” de una sociedad ¿pueden ser vendidas?, ¿cómo puede ser tazado el valor de uso de una obra artística? Lo que nos interesa explicar aquí es que no hay refugio alguno para “estar” y “no estar” reproduciendo la lógica mercantil del capital en ninguna esfera de la sociedad de consumo.

Ahora bien, en el diseño con fines publicitarios se sabe que si el público no compra la mercancía anunciada, el proceso en un sentido estricto ha fracasado, sin embargo, el discurso generado para vender la mercancía logró su objetivo ideológico. Por su parte, cuando pensamos en diseño político, lo primero que viene a nuestro pensamiento es la propaganda, que está dirigida a afectar la opinión y las acciones de la gente. El concepto de propaganda ha sufrido transformaciones en su caminar como instrumento político; en las últimas décadas, y en consecuencia con la debacle y la deslegitimación de la clase política institucional, ha perdido credibilidad social, su contenido expresa cada vez más pobreza discursiva, y ha sido víctima de una pauperización de los elementos y recursos gráficos para su elaboración. Sin embargo, la propaganda política no siempre fue así, basta recordar la copiosa producción de carteles en los procesos revolucionarios de Cuba y Chile, en donde la riqueza discursiva, así como de representación gráfica nos hablan de los objetivos primarios y los alcances de la práctica propagandística de izquierda. La propaganda es un medio eminentemente político. Por ejemplo, para el diseñador cubano-mexicano Félix Beltrán, la propaganda es:

[...] un medio educativo para elevar la conciencia. En tal sentido, la propaganda tiene que ser efectiva. Persuasiva en cuanto a estímulo a la acción, aunque en términos inmediatos. Su objetividad esencial debe ser, tiene que ser, la aceleración del proceso revolucionario. En consecuencia, además de agitación, su acción será reiterativa, oportuna, certera³².

Las organizaciones políticas han echado mano de los recursos materiales del diseño para propagar y comunicar sus ideales de transformación social. Los medios impresos han sido los recursos más utilizados por dichas organizaciones: periódicos, carteles, folletos, volantes. Esto debido a la tradición de la comunicación impresa como informadora de las masas, así como también, debido a las características propias de dichos recursos como medios para la propagación de ideas. La elección de los medios es determinante, puesto que éstos equivalen a posibilidades y alcances comunicativos. El análisis para la aplicación de los medios es parte fundamental de la táctica de la propaganda. Cuando la comunicación es inevitablemente difícil, por las condiciones sociales que rodean a dicha producción, la elección de los medios adecuados debe ser mucho más minuciosa, puesto que no tienen las mismas implicaciones comunicativas y sociales que un cartel pegado en la pared, como las que tiene un periódico clandestino, o un volante que circula de mano en mano.

Es un lugar común decir que todo diseño debe ser impactante y estimular la atención del pueblo. Pero cuando hablamos de propaganda política, que se enfrenta directamente a los grandes medios masivos de comunicación dominantes para gritar una idea contraria a la hegemónica, esta afirmación adquiere una dimensión social que se convierte en una necesidad comunicativa. La propaganda debe ser impactante y estimular la atención del pueblo. La propaganda se convierte en un medio desalienante frente a la ideología, desde las nuevas ideas. Debe ser audaz , pero no precipitada, como afirmaría Lenin : “A las masas es preciso aprender a abordarlas del modo más paciente y cauteloso”.³³

Es necesario distinguir, en los procesos de diseño hasta ahora descritos, el lugar desde donde se producen los mensajes vi-

32. Félix Beltrán, “¿Cómo concibe usted la propaganda revolucionaria?”, entrevista para la *Revista Moncada*, en 1973. En Félix Beltrán, *Acerca del diseño*, La Habana: Cuadernos de la revista Unión, 1975, pág. 77.

33. Vladimir Ilich Lenin, *Tesis para el II Congreso de la Internacional Comunista*. Publicadas el 20 de julio de 1920 en el núm. 12 de la revista *La Internacional Comunista*. T. 41, págs. 183-201.

suales. No es lo mismo hablar del diseño de organizaciones políticas cuyo objetivo no es el diseño en sí, como del elaborado por especialistas o profesionales del diseño que conciben su quehacer con fines políticos como la satisfacción de la necesidad comunicativa de un cliente más como cualquier otro. Surge entonces el “diseñador político”, que utiliza su trabajo para “lograr cambios en la sociedad que lo rodea”.

Ante esta situación, el “diseñador político”, usualmente, recurre a una serie de estrategias comunicativas, comprobadas socialmente, que pueden resultar sumamente “rebeldes” en determinados contextos y terminar, con mención honorífica, colgados en las paredes de las bienales de diseño de cualquier parte del mundo. Una de estas estrategias es el llamado sabotaje cultural, entendido como la subversión, apropiación o resignificación de los mensajes de las instituciones y los medios masivos hegemónicos, con la intención de crear un nuevo significado alternativo o de exponer las verdades que se esconden tras el enunciado original.

El ejemplo más conocido es el diseño generado para la revista *Adbusters*³⁴, quienes difunden la corriente de pensamiento anticonsumista y realizan, en sus portadas, sabotajes a los mensajes publicitarios dominantes. Su filosofía mantiene que los mensajes publicitarios imperantes en la sociedad actual han convertido la cultura en un gigantesco sistema ideológico diseñado para “vender sistema”. El objetivo de este grupo de activistas es “saturar o atascar” la cultura, bloquearla trastocando los mensajes que reproducen sus dogmas y obstruyendo sus canales de propagación. En 1999, Kalle Lasn mantenía que el bloqueo cultural “será lo que los derechos civiles fueron en la década de 1960, el feminismo en la de 1970 y la proyección medioambiental en la de 1980”³⁵.

No es la intención de este trabajo juzgar ninguna práctica que se haga desde cualquier lugar para resistir, de cualquier forma,

34. *Adbusters* (el nombre original es AB Coasters Media Formation) es una organización anticapitalista que lleva a cabo un ataque a los medios de comunicación y de la filosofía consumista que estos promulgan. Su objetivo es utilizar la publicidad como un medio de comunicación de ideas y compensar así la manipulación que ejerce la publicidad sobre la sociedad. La organización aparece en 1989 y en 1994 nace, vinculada a ella, una publicación homónima. Fue fundada en Canadá, y sus principales impulsores fueron Kalle Lasn y Bill Schmalz. Se presenta como un espacio de diálogo y lucha contra el consumismo y el capitalismo, en el que tienen cabida escritores, activistas, estudiantes y demás personas comprometidas con el anticonsumismo.

35. Citado en *Rebelarse vende. El negocio de la contracultura*, Joseph Heath y Andrew Potter, Barcelona: Taurus, 2005.

a la dominación capitalista. Sin embargo, la práctica de este grupo puede ser cuestionada desde una perspectiva verdaderamente anticapitalista. La marca *Adbusters* lanzó al mercado unos tenis “sin logo” y que no son producto de “mano de obra ilegal”. Lasn describe su proyecto como “una rompedora técnica de *marketing* que quitará puntos a Nike. Si funciona, sentará un precedente que revolucionará el capitalismo”³⁶. ¿Qué diferencia tendrán sus tenis con cualquier otra marca de calzado deportivo que tiene la misma intención de restar puntos en el mercado a la marca Nike? ¿El objetivo de la lucha “anticapitalista” es “revolucionar al capitalismo” y no destruir las relaciones que lo hacen el sistema de dominación que es? Lo que han olvidado Lasn y su grupo de activistas y sabotadores culturales es que podrán cambiarse los hábitos de consumo de una sociedad, o las formas y medios para circular las mercancías, pero si no cambia la propiedad de los medios para producir, si no desaparece la explotación del trabajo, el capitalismo seguirá vivo y actuante.

Existe otro espacio político en el que los diseñadores expresan, mediante su trabajo, su inconformidad social, este espacio es el de la indignación ante la coyuntura política.

La coyuntura es una correlación de fuerzas que tiene lugar en un ámbito de acción sociopolítico-cultural. Es una correlación que siempre ocurre con referencia a otros actores y que está condicionada por el contexto social y la posición de quien realiza el análisis. La dinámica de una coyuntura obedece a condicionamientos estructurales.

El diseño de protesta coyuntural empieza por la selección de un tema, una problemática que nos interesa o nos afecta. Esta selección implica un acto de conciencia del individuo frente a la realidad. La descripción de una secuencia de eventos que han sido seleccionados bajo el sesgo, la mirada, la percepción de quien realiza el diseño. Aquí cuenta mucho también el lugar social desde el cual se aprecia la realidad, la acción de otros actores y la propia acción. Pensemos en el momento histórico en el que se desarrolló la invasión norteamericana a Irak. Ese momento define una coyuntura política, desde la cual se obliga a un posicionamiento político ya sea éste individual o colectivo.

El diseñador puede ser indiferente a esa coyuntura, o indignarse y actuar. La forma en que piensa que es su “deber” hacer algo es a través de lo que sabe hacer mejor: el diseño. Entonces de-

cide responder a la coyuntura desde una posición política definida. Estas imágenes construidas desde la protesta coyuntural, durante su momento de operación, son, o por lo menos lo parece, rebeldes. Lo que sí son, sin temor a equivocarnos, un punto de inflexión en el proceso de concienciación política de la sociedad, son portavoces de la indignación social que puede representar un acto de la barbarie que suele suceder en el capitalismo.

Es importante dimensionar el poder de un cartel adecuado en la pared adecuada en el momento adecuado. El poder no radica en que el diseño gráfico utilice el impacto, el ingenio o la claridad que surgen de la necesidad coyuntural, y que éste pueda incitar a la acción, a actos heroicos, valiente y de sacrificio más allá de la costumbre y el miedo. Ese no es el poder del diseño, es su función. El diseño no cambia nada, excepto a ciertas personas, y así como el diseño puede modificar algo en ciertas personas, las personas, organizadas, pueden cambiarlo todo.

Estos mensajes construidos en y para la coyuntura política suelen estar fundamentados en la indignación, la solidaridad frente a un determinado hecho político. Una cosa es gritar desde un estudio y frente a una Mac, de forma muy ética y responsable, ¡No están solos!, ¡Alto a la guerra! Y otra es tomar la decisión de dedicar la vida a una lucha por una causa revolucionaria. No decimos que una sea mejor que la otra, simplemente decimos que son niveles de conciencia y participación diferentes en el proceso de la lucha de clases, y que son necesarios identificar para entender el lugar político desde donde se construye el mensaje visual. Apoyar desde afuera una causa con el diseño gráfico es útil, manifestar simbólicamente con un cartel el repudio a una guerra es necesario, en ambos casos, pareciera que el objetivo del diseño es el diseño mismo, es conseguir un objeto de diseño que pueda sumarse, en algún tiempo adelante, a las colecciones de los museos y los catálogos de diseños de protesta.

Esta distinción nos introduce en el tema, tan discutido y recurrente, del rol social del diseñador. En diferentes textos es posible leer que cuando se quiere referirse a una práctica distinta en el diseño a la establecida por la lógica mercantil, se habla de “diseño social”. ¿Qué es lo social?, ¿las prácticas mercantiles no son sociales? ¿Existen públicos más sociales que otros?, ¿no toda la actividad que ejerce el ser humano es social? Leyendo un poco más podemos entender que a lo que se refieren tiene que ver con dos conceptos que “deberían” atravesar la práctica del diseño: la “responsabilidad social” y la “ética”.

El diseñador austriaco Víctor Papanek planteó que los diseñadores y los profesionales creativos tienen su parte de responsabilidad social pues su actividad puede implicar cambios en el mundo real, según hagan buen o mal diseño³⁷. Papanek escribe sobre diseño responsable; por ejemplo, los diseñadores pueden contribuir a diseñar productos más ecológicos, seleccionando cuidadosamente los materiales que utilizan o puede diseñarse para satisfacer las necesidades antes que para satisfacer deseos; además, un diseño responsable debe ocuparse de proyectar para el Tercer mundo. Los diseñadores tienen responsabilidad sobre las opciones que hacen en los procesos del diseño.

Por su parte, el profesor emérito de Historia del Diseño en la Universidad de Illinois, Víctor Margolin, contribuye al desarrollo de la definición del diseño social como aquella actividad productiva que intenta desarrollar el capital humano y social al mismo tiempo que productos y procesos provechosos³⁸; así el diseñador debe prever y dar forma a productos materiales e inmateriales que pueden resolver problemas humanos en amplia escala y contribuir al bienestar social. Esta forma de pensar está siendo construida por las corrientes que ponen el énfasis en el diseño social. En esta visión el diseño social es una actividad profesional y económica, por eso no se debe enmarcar en el mundo de la caridad ni del trabajo voluntario, sino que debe ser vista como una contribución profesional que ha de tenerse en cuenta en el desarrollo económico local.

En el contexto de la lucha de clases no basta pensar en el “bienestar social” y en la “responsabilidad social” del diseñador como productor de mensajes visuales. No se puede conseguir el “bienestar social” mientras exista la dominación del capital sobre el trabajo asalariado fruto de las relaciones de propiedad, no es posible pensar en una “responsabilidad social” si ésta no está basada en la acción para la transformación de las relaciones de explotación, represión, despojo y desprecio que significa el capitalismo. Una actitud militante en el diseño gráfico implica poner a la disposición del

37. Víctor Papanek, *Design for the Real World*. Chicago: Academy Chicago Publishers. 1984

38. Víctor Margolin, *The Politics of the Artificial. Essays on Design and Design Studies*. Chicago: The University of Chicago Press. 2004.

proceso de la lucha por la liberación, los recursos comunicativos como una herramienta, no como un fin, porque el objetivo del proceso revolucionario es algo mucho más grande que el reconocimiento social de una actividad profesional, es conseguir que la sociedad recupere la capacidad de decidir su destino, es decir, alcance la libertad.

Hasta aquí hemos analizado algunos de los espacios donde los profesionales del diseño han hecho de su práctica una protesta o una actividad responsable socialmente. Sin embargo, hay un diseño, que forma parte de una tradición comunicativa, que no busca ser protagonista en el acto de comunicar. La característica fundamental de este diseño es que se concibe a sí mismo como un medio para alcanzar un objetivo colectivo. Estamos hablando de la comunicación visual en los procesos de organización política en resistencia frente a la dominación capitalista, la comunicación visual surgida desde los movimientos organizados para hacer frente a las relaciones que subyugan el desarrollo colectivo de los pueblos. La diferencia fundamental con los procesos anteriormente mencionados, es que, aquí, los diseños son elaborados por sujetos que han decidido priorizar todos los aspectos de su vida en función de una estructura y un objetivo organizativo, es decir, sujetos que son militantes antes que diseñadores.

El escritor y periodista Raúl Jardón, incansable y ejemplar militante de diversas organizaciones de izquierda, define, en un artículo de la *Revista Rebelúa*, algunas características de la militancia de izquierda:

Desde el surgimiento de los grupos anarcosindicalistas y socialistas en México, en la acción del Partido Liberal Mexicano de los hermanos Flores Magón, con el nacimiento del Partido Comunista Mexicano en 1919 y unos años después los grupos trotskistas; en la década de los 70, con la irrupción de los grupos guerrilleros y de las corrientes maoístas, y aún hasta los primeros años de la participación legal de algunos partidos de izquierda en las elecciones, las generaciones de militantes que dieron su vida, fueron a la cárcel, crearon organizaciones y destacaron en las luchas populares tuvieron una cosa en común: la gran mayoría de ellos (porque no hay que negar que también hubo muchos oportunistas, individuos sedientos de poder, etcétera) concebía su militancia revolucionaria no como un pasatiempo intelectual, ni como sólo una parte de su vida, el ideal

al que se dedicaban no sólo en la actividad política, sino al que tenía que corresponder su vida familiar, su conducta en el trabajo, su actitud ante los compañeros y amigos y la gente en general. El militante de izquierda aspiraba (no digo que todos lo logaran, ni que todos se empeñaran lo suficiente en ello) a serlo no simplemente en el seno de la organización a la que pertenecía, sino en todos los aspectos de su vida sin esperar (en la gran mayoría de los casos) recompensa alguna³⁹.

Las organizaciones militantes de las izquierdas creadas por estos individuos que sólo tienen de diferente una conciencia y convicción férreas del *deber hacer*, tenían, y siguen teniendo, la necesidad de construir un proceso comunicativo directo con la gente de abajo, la gente explotada, despreciada, reprimida y despojada por el capitalismo. Un proceso que ayude a la toma de conciencia de clase y de la posición histórica que ocupan las clases en el sótano de la sociedad. Ese proceso de comunicación necesita o, mejor dicho, implica la construcción de una identidad visual para los medios surgidos de dicho proceso. El diseño militante no busca mayor trascendencia que la del cumplimiento de su deber comunicativo.

39. Raúl Jardón, "Recuperar la mística militante", *Revista Rebelión*, Número 1, noviembre de 2002, México, p. 46.

El diseño y la prensa clandestina: una revisión histórica

La configuración de la visualidad de la prensa clandestina no surge de la generación espontánea. Los militantes que la produjeron poseían una cultura visual que les permitía identificar diversos géneros de diseño editorial. Conocían perfectamente la estructura material de un periódico, un folleto, un libro, un cartel, un volante, etcétera, básicamente porque los habían visto y usado en la vida cotidiana. Este conocimiento empírico e intuitivo que guiaba el diseño de la prensa clandestina junto a las posibilidades materiales para producirla son la base sobre la cual el trabajo editorial clandestino se desarrollaría.

La visualidad que todos reconocemos en los objetos editoriales es un producto histórico. La constitución formal de los medios impresos responde a diversos aspectos históricos que los configuraron hasta llegar a su morfología actual. El presente se encuentra lleno de estructuras del pasado y una de las tareas de quienes abordamos el estudio de la historia de un fenómeno es descubrirlas y ponerlas de manifiesto. Una tendencia en la historia del diseño es que cuando surge un nuevo objeto fruto de una necesidad, su morfología se nutre de los referentes y precedentes históricos inmediatos. Es posible hablar entonces de inercias históricas en el devenir del diseño de los objetos.

La intención de este apartado es dilucidar la inercia que configuró el diseño de la prensa clandestina, para lo cual es necesario, en un primer momento, hablar del proceso a través del cual los impresos periódicos se separaron de la estructura del libro y, en una segunda instancia, describir algunos de los ejemplos primigenios de prensa clandestina para poder entender la esencia de este tipo de publicaciones.

2.1 La configuración de una identidad de diseño: la prensa periódica

En su libro sobre la historia de la comunicación visual, Joseph Muller-Brockmann escribe que con la invención de la imprenta de tipos móviles a mediados del siglo XV, “el libro, hasta entonces manuscrito y de difusión limitada, se convirtió en un medio transmisor de ideas de alcance mundial, y de la información a unos pocos se pasó a la comunicación de masas. Esto afectó necesariamente a las ideas, la conducta y la civilización humanas”⁴⁰.

Con la generalización y la mejora de las técnicas de impresión en el siglo XVI se diversificaron los medios portadores de información visual dando lugar a las primeras formas de comunicación periodísticas. El material impreso se convirtió en una parte cada vez más importante de la vida cotidiana que exigía cada vez más conocer lo que ocurría en el entorno social, las noticias impresas se multiplicaron en las calles y a las puertas de las iglesias, los principales centros de actividad social de la época.

A mediados del siglo XVI en las bulliciosas calles de Venecia, el aumento de la interacción comercial transfronteriza originó una creciente necesidad de información, que encontró desahogo en la publicación de hojas volantes manuscritas, conocidas como *Avvisi*. En 1556, el gobierno veneciano ordenó la realización de una publicación mensual que fue nombrada como *Notizie Scritte* (Noticia Escrita) vendidas al precio de una *gazetta*, que era la moneda de cambio utilizada en Venecia en el siglo XVI. Mario Infelise, profesor en Historia del Libro de la Universidad de Venecia, explica que “estos *Avvisi* eran boletines escritos a mano y se utilizaban para transmitir noticias políticas, militares, económicas y comerciales de forma rápida y eficiente a las ciudades italianas (1500-1700) y, aunque comparten algunas características con los periódicos, no son considerados periódicos en realidad”⁴¹.

Estos medios de información tomaron mucha importancia y fueron utilizados en gran parte de Europa durante el siglo XVI, eran conocidos técnicamente como pliegos sueltos u hojas sueltas. Cuando eran impresos por un solo lado se denominaban pliegos y, cuando estaban impresos por ambos, se llamaban hojas; sin embargo, estos

40. Joseph Muller-Brockmann, *Historia de la comunicación visual*. Barcelona: Gustavo Gili, 1998, p. 9.

41. Mario Infelise, “Roman *Avvisi*: Information and Politics in the seventeenth Century” en *Court and Politics in Papal Rome, 1492-1700*. Cambridge: Cambridge University Press, 2002, p. 213.

términos a menudo se usaban de forma intercambiable. Phillip Meggs explica la evolución de estos impresos de la siguiente manera:

Las hojas impresas dobladas evolucionaron en folletos, octavillas y, más tarde, en periódicos. Esta forma ambigua y efímera de comunicación gráfica, se convirtió en un medio importante para difundir información desde la invención de la imprenta hasta la mitad del siglo XIX. El contenido variaba desde anuncios de nacimientos anormales y fenómenos naturales hasta retratos de líderes famosos seculares y religiosos. Se anunciaron los festivales y ferias, así como la venta de boletos de loterías e indulgencias. Se comentaron y proclamaron causas políticas y creencias religiosas, invasiones y desastres⁴².

La creación del diseño de un pliego suelto, a menudo, era obra del cajista, quien organizaba el espacio y realizaba las decisiones tipográficas mientras que colocaba los tipos. Las ilustraciones, en su mayoría, eran tarea de los grabadores o artistas quienes utilizaban bloques de madera para su elaboración.

Si bien los panfletos y volantes no están íntimamente relacionados con la historia y evolución de los periódicos, no cabe pasar por alto que esta modalidad de información y de formación de la opinión nos muestra cómo se crearon en el siglo XVI las condiciones óptimas para que el pueblo pudiera participar en gran medida en los acontecimientos públicos; circunstancias que, a la larga, propiciarían que los periódicos se convirtieran en una realidad necesaria. Además, para el accionar de las organizaciones políticas, incluso hoy en día, el volante sigue siendo un medio informativo en uso y fundamental para la tarea de transmitir las ideas políticas de dichas organizaciones. Ciertamente, en la actualidad, no puede competir con la influencia social que ejercen otros medios impresos, por no hablar de los digitales, sin embargo, el volante se instaló en una tradición de activismo político que a la fecha sigue teniendo vigencia en las organizaciones políticas rebeldes.

La aparición de los primeros periódicos en el siglo XVII estuvo marcada por la falta total de diseño propio. En este sentido, las publicaciones periódicas no se diferenciaban de los libros impresos de la época, su diseño correspondía con la concepción es-

42. Philip B. Meggs, *Historia del diseño gráfico*, México: McGraw-Hill, 2000, pp 81-82.

tilisítica de la época para el diseño de los libros, tanto para lo que se refiere a la portada como a las páginas de texto interiores. Sobre el formato de las primeras publicaciones periódicas en Europa, el tipógrafo y profesor suizo André Gürtler argumenta que:

Hasta el siglo XVIII los periódicos se publicaban casi sin excepción en formato octavo apaisado de unos 15 x 22 cm aproximadamente. Este formato de página más bien reducido se aprovechaba al máximo por medio de una mancha tipográfica bastante grande con muy escasos márgenes. Las pequeñas hojas informativas venían en una extensión de cuatro páginas⁴³.

Yolanda Zappaterra, diseñadora y profesora en el Central Saint Martins College of Art & Design de Londres, ubica la aparición de la primera publicación impresa con apariciones esporádicas en 1457 en Nuremberg, Alemania, denominada *Gazzete*⁴⁴. Sin embargo, Gürtler escribe que no fue hasta 1502 cuando surge el *Neue Zeitung* que, en contraposición a la impresión de una sola hoja en la que se informaba de un solo tema, “cubría acontecimientos de lo más variopintos. Esta combinación heterogénea recogía textos escritos e impresos sobre sucesos políticos, bélicos y eclesiásticos, así como de la corte y de la vida cotidiana”⁴⁵.

El común denominador de ambas aproximaciones históricas es que hasta ese momento no era posible hablar de una regularidad en la periodicidad de las publicaciones, porque éstas dependían de las estrategias y los tiempos para obtener la información, que principalmente circulaba de forma epistolar y oral, lo que marcaba un ritmo más bien lento en el fluir de las noticias.

La periodicidad en la publicación de los medios impresos fue acortándose paulatinamente. A finales del siglo XVI, existieron las condiciones de rentabilidad necesarias para que los empresarios más audaces pudieran dar el salto de las tiradas semestrales a la aparición regular mensual de los periódicos. En 1597 salió a la luz el *Annus Christi* (imagen 2.1) considerado por Gürtler el primer periódico mensual. El aspecto exterior de este periódico mensual se

43. André Gürtler, *Historia del periódico y su evolución tipográfica*. Valencia: Campgràfic, 2005, p. 17.

44. Yolanda Zappaterra, *Diseño editorial. Periódicos y revistas*. Barcelona: Gustavo Gili, 2012, p. 23.

45. Gürtler, *op. cit.*, p. 17.

ANNVS CHRISTI; 1597.

Historische erzöhlung!
der fürnembjien Geschwizen vnd hand-
lungen / so in diesem 1597. Jahr / vast in gans
tzem Europa, denckwürdig abgelauffen.

Durch **Samuelem Dilbaum / Bur-**
gern zu Augspurg / auff das treulichest / Monatweiss
der gestalt beschriben / das jeder Monat vnder seinem eignem
Titul / besonder Betrocke worden / vnd
ausgangen ist.



Betrucke in desz **J. Gottshaus Sance**
Gallen Reichshoff Rorschach am Bodensee /
bey Leonhart Straub / Im Jar / 1597.

Imagen 2.1. *Annus Chisti*, 1597. El original completo se encuentra conservado en la Biblioteca de Rorschach y Universidad de Verna. Títulos en letra romana y gótica de fractura, textos en tipo schwabacher.

caracterizaba por una imagen de portada coherente en los ejemplares de los meses de febrero a diciembre. Esto supuso por primera vez una expresión visual de una publicación periódica con una configuración de diseño respectiva.

Con las primeras publicaciones semanales, como el *Aviso Relation oder Zeitung* (imagen 2.2) publicado en 1609 en Wolfenbüttel, el periódico consigue dar un paso decisivo y convertirse definitivamente en el medio de información por antonomasia, en el más popular y, sobre todo, más regular en su aparición. Güntler escribe que, para 1620:

[...] existían en las regiones de habla alemana ocho periódicos semanales distintos. El primer periódico en una lengua distinta a la alemana sería el *Nieuwen Tijdingen*, surgido en Amberes en 1619, seguido del *Weekly News* londinense en 1622, del *Gazette* parisino en 1631, y de la *Gazeta* e Lisboa en 1641⁴⁶.

Asa Briggs, rector del Worcester College de Oxford, y Peter Burke, catedrático de Historia Cultural de la Universidad de Cambridge, reflexionan sobre el papel social que desempeñaron los periódicos durante el siglo XVIII, y expresan que:

Gracias sobre todo a los periódicos diarios, registro de sucesos intrascendentes que habría de cobrar cada vez más valor para los historiadores sociales, la imprenta pasó a formar parte de la vida cotidiana en el siglo XVIII, al menos en ciertas partes de Europa [...] Se ha estimado que solamente en Inglaterra se vendieron en el año 1792 quince millones de diarios [...] Más en general, los periódicos contribuyeron al surgimiento de la opinión pública, expresión cuya primera aparición se produjo alrededor de 1750 en francés, en 1781 en inglés y en 1793 en alemán⁴⁷.

No fue hasta los albores del siglo XVIII que podemos encontrar una independencia visual entre los libros y las publicaciones de corte noticioso. La formación de esa opinión pública a la que hacen

46. Güntler, *op. cit.*, pág. 43

47. Assa Briggs y Peter Burke, *De Gutenberg a Interenet. Una historia social de los medios de comunicación*. México: Santillana, 2006, p 85-87.

Avifa

I.

Relation oder Zeitung.

Was sich begeben vnd
zugetragen hat / in Deutsch: vnd Welsch-
land/ Spannen/ Niederlande/ Engelland/ Franck-
reich/ Ungern / Osterreich / Schweden / Polen/
vnd in allen Provinzen/ in Ost: vnd
West Indien etc.

So alhie den 15. Januarij angelange.



Gedruckt im Jahr/ 1609.

Imagen 2.2. *Aviso Relation oder Zeitung*, 1609. Títulos en letra romana y gótica de fractura. El original se encuentra en la Biblioteca del Estado de Hannover.

referencia Biggs y Burke y el aumento en la demanda social por la información originaron gradualmente la transformación gráfica del periódico. Es en este punto histórico en donde empieza a gestarse la identidad gráfica de los periódicos tal como la conocemos en nuestros días.

Fueron los periódicos ingleses los protagonistas de este cambio que consistió principalmente en introducir un formato de papel más grande y una nueva disposición del texto que se correspondiera con la nueva necesidad de comunicación. Gürtler ubica al periódico inglés *The Daily Courant* (imagen 2.3) de 1702, como el primero en utilizar un formato de página de 19 x 31,5 cm, notablemente mayor en sus dimensiones a los anteriores, así como el primero también en disponer el texto en dos columnas. Esta evolución prosiguió con el *The Daily Advertiser*, publicación posterior a 1730, en el que el formato creció hasta medir 27,5 cm de ancho (muy cercano al tabloide actual). Para 1770, *The Gazetteer and New Daily Advertiser* (imagen 2.4) llegó a tener un ancho de página de 31,2 cm, el número de columnas de texto creció a cuatro y como una novedad visual más, se emplearon corondeles entre las columnas.

En lo que se refiere a la edición de las noticias y su relación con el diseño editorial, sobre todo en las primeras planas, el lenguaje se tornó más conciso y objetivo, lo que permitió la experimentación tipográfica en la jerarquización de los mensajes visuales. Tipográficamente hablando, la selección de los caracteres estaba muy ligada a la naturaleza de la escritura cimentada regionalmente, es decir, fuera del ámbito germanoparlante, en donde los diarios utilizaban caracteres góticos, se empleaban tanto para los libros como para la prensa únicamente los tipos romanos. En los tres periódicos ingleses arriba mencionados, se utilizaron tipos del renacimiento tardío que guardaban un gran parecido con los caracteres de William Caslon.

De esta manera se construyó la identidad visual de los periódicos. Una evolución lenta de la estructura de libro a la morfología de los diarios en la actualidad, donde es posible destacar tres aspectos decisivos en su desarrollo:

1. **La necesidad social *in crescendo* de información y la formación de la opinión pública.**
2. **La mercantilización de la noticia y el surgimiento de las agencias noticiosas transnacionales.**
3. **Las mejoras tecnológicas en la imprenta que permitieron la utilización de pliegos de gran formato.**

The Daily Courant.

Wednesday, March 11. 1702.

From the Harlem Courant, Dated March 18. N. S.

O Naples, Feb. 22. N. Wednesday last, our New Victory, the Duke of Escalona, arriv'd here with a Squadron of the Gallies of Sicily. He made his Entrance dress'd in a French habit; and to give us the greater Hopes of the King's coming hither, went so Lodge in one of the last Palaces, leaving the Royal one for his Majesty. The Marquis of Grigni is also arriv'd here with a Regiment of French.

Rome, Feb. 25. In a Military Congregation of State that was held here, it was Resolv'd to draw a Line from Ascoli to the Borders of the Ecclesiastical State, thereby to hinder the Incursions of the Transilvan Troops. Orders are sent to Civita Vecchia to fill out the Gallies, and to strengthen the Garrison of that Place. Signor Caffi is made Governour of Perugia. The Marquis del Vasto, and the Prince de Caluso continue still in the Imperial Embassadors Office; whilst his Intendency has a Guard of 30 Men every Night in Aron. The King of Portugal has declar'd the Archbishoprick of Lisbon, vacant by the Death of Cardinal Souza, for the Infant his second Son, who is about 11 Years old.

Prague, Mar. 4. Orders for four Regiments of Foot, the 2 of Carabats, and 10 of Dragoon, which are to be rais'd from Hungary, and are to be rais'd in Italy, and which consist of about 24 or 25000 Men, shall their March thither with all Expedition. The 6 new Regiments of Horses that are now rais'd, are in so great a forwardness, that they will be compleat, and in a Condition to march by the middle of May. Prince Lewis of Baden has writen to Green, to excite himself from coming thither, his Presence being so very necessary, and so much desir'd on the Upper-Rhine.

Strasbourg, Mar. 12. The Marquis d'Uxelles is come to Strasbourg, and is to draw together a Body of some Regiments of Horse and Foot from the Garisons of Alsace; but will not lessen those of Strasbourg and Landau, which are already very weak. On the other hand, the Troops of His Imperial Majesty, and his Allies, are going to form a Body near Germersheim in the Palatinate, of which Place, as well as of the Lines at Spire, Prince Lewis of Baden is expected to take a View, in three or four days. The English and Dutch Members, the Count of Froit, and the Baron Vander Meer; and likewise the Imperial Envoy Count Lowenstern, are gone to Neudlingen, and it is thought that in a short time we shall hear from thence of some favourable Resolutions for the Security of the Empire.

Edinb. Mar. 26. The French have taken the Countess de Langie, who was Secretary to the Dean de Meau, out of our Castle, where he has been for some time a Prisoner, and have deliver'd him to the Pope's of Marbourg, who has carry'd him from hence, but we do not know whither.

Paris, Mar. 15. Our Letters from Italy say, That most of our Reinforcements were Land'd there; that the Imperial and Ecclesiastical Troops seem to live very peacefully with one another in the Country of Parma, and that the Duke of Vendome, as he was visiting several Parts, was within 100 Pages of falling into the Hands of the Germans. The Duke of Chiquery, the Prince of Conti, and several other Princes of that Blood, are to make the Campaign in

Flanders under the Duke of Burgundy; and the Duke of Maine is to Command upon the Rhine.

From the Amsterdam Courant, Dated Mar. 9. K.

Rome, Feb. 25. We are taking here all possible Precautions for the Security of the Ecclesiastical State in this present Conjuncture, and have resolv'd to raise 3000 Men in the Customs of Smirna. The Pope has appointed the Duke of Berwick to be his Lieutenant-General, and he is to Command some Men on the Frontiers of Naples: He has also resolv'd to send him a Pension of 6000 Crowns a Year during his

From the Paris Gazette, Dated Mar. 18. 1702.

Naples, Feb. 17. 600 French Soldiers are arriv'd here, and are expected to be follow'd by 1000 more. A Courier that came hither on the 12th has brought Letters by which we are assur'd that the King of Spain desires to be King of Sicily the end of March; and accordingly Orders are given to the necessary Preparations against his Arrival. The new Troops of Horse that were Commanded on the Army were rais'd at Ferrara with a Body of Spanish Foot, and others in the Fort of Messina.

Paris, March 18. We have Advice from Toulon of the 15th instant, that the Wind having been long favourable, 12000 Men were already Land'd on land, that 1500 more were Embark'd; and that by the 15th it was hop'd they might all be Land'd. The Count d'Estrees arriv'd above on the 13th instant, and set all hands at work to be the Squadron of 9 Men of War and some Frigates, that are appointed to carry the King of Spain to Naples. His Catholick Majesty will go on Board the *Tramontane*, of 210 Guns.

We have Advice by an Express from Rome of the 15th of February, That notwithstanding the pressing Instances of the Imperial Embassador, the Pope had confirm'd the Marquis del Vasto to lose his Head and his Estate to be confiscat, for not appearing to Answer the Charge against him of Publickly Scandalizing Cardinal Justice.

ADVERTISEMENT.

IT will be found from the foregoing News, which frize some months, at Occasion offers, will be mention'd in this Paper, that the Author has taken Care to be duly inform'd with all that comes from Abroad in any Language. And for an Assurance that he will not, under Pretence of having Private Intelligence, impose any Additions of Suppos'd Circumstances to any Affairs, but give his Extracts fairly and impartially; at the beginning of each Article he will quote the Foreign Paper from whence he takes, that the Publick, being from what Country a piece of News comes with the Allowance of that Government, may be better able to judge of the Credibility and Fidelity of the Relation. Nor will he take upon him to give any Comments or Conjectures of his own, but will relate only Matters of Fact, supposing every People to have Sense enough to make their own Judgments for themselves.

The Courant (as the Title shows) will be Publish'd Daily; being desir'd to give all the Material News in form of every Post arrives; and resolv'd to send the Courant, as far as the Publick or their half the subscription, of a daily News-Paper.

LONDON. Sold by E. Mallet, next Door to the King's Arms Tavern at Fleet-Street.

Imagen 2.3. The Daily Courant, 1702. Primer diario inglés con un formato original de 19 x 31.5 cm.



Imagen 2.4. *The Daily Advertiser*, 1730 y *The Gazatter and New Daily Advertiser* 1770. Podemos apreciar el aumento en el ancho de página llegando, para el caso del diario de 1770, a tener 31.2 cm. Los originales se encuentran en la Universidad de Cambridge, Inglaterra.

Entender la evolución en el diseño de la prensa, nos debe llevar al análisis de las conductas y formas de comunicación de la información. Al respecto, el reconocido diseñador de periódicos alemán, Reinhard Gäde, en su libro sobre el diseño de la prensa reflexiona lo siguiente:

Y aunque las formas y los contenidos de los medios de comunicación están sujetos a cambios ya que la sociedad está modificando continuamente sus actitudes, exigencias y costumbres en el campo de la comunicación; tales cambios han de ser pausados y discretos, sin destruir o deformar ese carácter inconfundible que tanto respetan y aprecian la mayoría de los lectores habituales de una publicación⁴⁸.

2.2 El diseño de la prensa clandestina a través de la historia

Si bien la prensa clandestina posee rasgos visuales propios que la caracterizan, los formatos editoriales utilizados para su elaboración se nutren de la evolución de la prensa periódica descrita en el apartado anterior. La evolución en la visualidad de la prensa estudiada va de la mano con el desarrollo de la identidad de la prensa periódica.

2.2.1 95 tesis y La libertad del Cristiano. Publicaciones impresas contra la hegemonía ideológica de la iglesia católica (1517-1520)

El desarrollo del arte de imprimir constituye una de las grandes revoluciones de la humanidad, que convirtió el conocimiento acopiado de forma escrita en información accesible a las grandes mayorías, por esto, podemos afirmar que junto al desarrollo de la imprenta, la opinión pública se formaba como un nuevo elemento social mediada por el surgimiento de nuevas formas de comunicación. Muchos de estos cambios se encuentran en gran medida asociados a la historia de la imprenta, precisamente surgida en un continente en el cual la preocupación por la difusión de falsas doctrinas era uno de los motores de la dinámica social. Tal es el caso del período histórico

48. Reinhard Gäde, *Diseño de periódicos. Sistema y método*, Barcelona: Gustavo Gilli, 2002, pp 8-9.

conocido como La Reforma donde las prensas de impresión desempeñaron un papel determinante en la lucha ideológica que tuvo lugar en el siglo XVI.

Los movimientos religiosos reformistas y contrarreformistas dieron pie a profundas transformaciones en distintos órdenes de la vida en la Europa de inicios de la modernidad. Desde el mismo seno de la iglesia, el monje agustino Martín Lutero (1486-1546) comienza su campaña de crítica al comportamiento del clero, al incremento de su riqueza y a las prácticas corruptas de las administraciones clericales. En la ciudad alemana de Wittenberg, en el año 1517, Lutero elaboró las conocidas *95 tesis* (imagen 2.5), en las que plasmaba su pensamiento. El documento se fijó en las puertas de la catedral de la localidad, lo cual, según las costumbres académicas del momento, significaba que quedaba abierto el debate público:

Por amor a la verdad y por el anhelo de alumbrarla —comenzaba el texto—, las tesis suscritas serán disputadas en Wittenberg, bajo la presidencia de R.P. Martín Lutero, maestro en artes y en teología y lector ordinario de la misma en este lugar. Suplica, por tanto, que intervengan por escrito los que no puedan estar presentes en nuestro debate oral. En el nombre de nuestro señor Jesucristo⁴⁹.

En sólo unos meses, gracias a que amigos de Lutero proporcionaron copias a los impresores⁵⁰, su proclamación se había difundido a través de Europa central, miles de personas conocían su ideología. Phillip Meggs, nos dice al respecto que:

[...] sin la tipografía, es dudoso que el movimiento protestante de la era de la Reforma pudiera haber ocurrido. Tanto Lutero como el papa León X usaron pliegos sueltos impresos y octavillas en una disputa teológica ante una audiencia masiva de todo el continente⁵¹.

La rápida difusión de esta publicación provocó una reacción inmediata en la iglesia católica. El papa León X condenó las tesis luteranas en 1520 mediante la bula *Exsurge Domine*, que Lutero quemó

49. Gürtler, *op. cit.*, pág. 43.

50. Philip Meggs, *op. cit.* p 71.

51. *Ibid*, pp. 71-72.

públicamente y, al no arrepentirse, el papa pronunció su excomunión y la de sus partidarios en 1521 mediante la bula papal *Decet Romanum Pontificem*. En los siguientes días se hicieron conferencias privadas para determinar el destino del acusado. Antes de que la decisión fuese tomada, Lutero abandonó Worms, lugar donde se presentó para ratificar su postura frente a la condena papal. Durante su regreso a Wittenberg desapareció. El emperador redactó el *Edicto de Worms* el 25 de mayo de 1521, declarando a Martín Lutero prófugo y hereje, y prohibiendo sus obras.

La desaparición de Lutero durante el viaje de regreso de Wittenberg fue planeada. Federico el Sabio dispuso que una escolta enmascarada a caballo capturase a Lutero y lo llevase al castillo de Wartburg en Eisenach, donde permaneció cerca de un año. Le creció una amplia y brillante barba, tomó el atuendo de un caballero y se asignó el pseudónimo de Junker Jörg (Caballero Jorge). Durante este periodo de clandestinidad, Lutero trabajó a paso firme en la traducción del Nuevo Testamento.

Como parte de su guerra ideológica contra el catolicismo romano, Lutero decidió utilizar la tipografía gótica en sus diferentes hojas volante y en la impresión de su biblia traducida al alemán. Si bien, la tipografía gótica permeaba los impresos alemanes de la época, la decisión de Lutero es una reivindicación de su pensamiento diferente a la hegemonía papal, representada por el uso de la tipografía Antigua o Romana.

Como reflejo de las condiciones sociales e ideológicas, se continuaron imprimiendo sobre todo obras de carácter religioso, en especial biblias, libros litúrgicos y textos sobre doctrina cristiana. La producción de impresos más modestos se vio acaparada por la literatura de la Reforma y, de tal forma, miles de pequeños folletos, opúsculos, sermones de Lutero y obras cortas de edificación espiritual inundaron el continente europeo y se erigieron en eficaces instrumentos propagandísticos. Pero aunque el movimiento reformista propició la difusión del libro, el feroz ataque contra las instituciones monásticas conllevó la destrucción de valiosos códices medievales e incunables.

Cada episodio del movimiento de la Reforma puede relacionarse con la difusión importante de algún impreso: el de las 95 tesis y el de la provisión de Carlos V que ordenaba la quema de todas las obras de Lutero; las bulas que condenaban la difusión del pensamiento luterano (incluso se llegó a editar una falsa bula en la que se permitía la lectura de los escritos de Lutero); los pasquines difundidos por doquier que identificaban al Papa con el Anticristo

y que condenaban la misa; los acuerdos oficiales que decretaban los castigos para los herejes de uno u otro bando, y las listas de libros prohibidos que debían ser entregados a las autoridades, etc.

Una de las características más significativas en las imágenes de los impresos de Lutero, es el uso de la caricatura como medio para transmitir ideas al pueblo de una manera más asequible. Las caricaturas más célebres fueron sobre “la buena vida de los religiosos”. Otro tipo de imágenes que eran impresas en las publicaciones eran los retratos, son de destacar los realizados por el artista Lucas Cranach, el Viejo (1472-1553) quien operaba un taller de impresión, una librería y un molino de papel. Cuando Lutero viajó a Worms para su juicio, sus retratos hechos por Cranach llenaron el pueblo con material impreso proclamando sus creencias. Al respecto Meggs dice:

“Un ejemplo muy efectivo de propaganda es el trabajo de Cranach para el *Passional Christi und Antichristi*, impreso por Grunenberg en 1521. Inspirado por Lutero, el contraste gráfico se logra en páginas frente a frente, ya que escenas de vida de Cristo están yuxtapuestas en sarcásticas representaciones del papado”⁵².

André Gürtler destaca la importancia de estos impresos como arma en las cruzadas religiosas y políticas de principios del siglo XVI, nos dice:

[...] Lutero, elocuente reformador, utilizó este instrumento con gran habilidad para transmitir al pueblo sus ideas teológicas de renovación y para influir sobre la opinión pública de toda Alemania.[...] Lutero plasmó los sermones, las palabras reconfortantes y las advertencias, así como las condenas, las disputas y los ataques ofensivos en hojas volantes o panfletos. Tan pronto como se redactaban, sus escritos se trasladaban a las imprentas para su reproducción en miles de ejemplares. Su llamamiento *La libertad del cristiano* fue reimpresso en dieciocho ocasiones y también proporcionó material a otros editores para sus propios panfletos u hojas volantes⁵³.

52. Meggs. *op. cit.*, p. 32.

53. Gürtler, *op. cit.*, pp. 11-12.

La octavilla⁵⁴ o, en términos más políticos, el volante, heredado por Lutero como medio de agitación política, ha sido la manera de sacar a la gente a las calles desde que el movimiento social se hizo con una imprenta. En una octavilla entra la información exacta, clara, para que alguien reciba un mensaje y sea convocado para un fin. La octavilla ha provocado la caída de líderes, ha servido para informar de la llegada de la democracia, ha llevado a la gente a luchar por lo que quería, ha movido los cimientos sociales para crear una revolución.

2.2.2 *L'Ami du peuple*. La prensa clandestina contra el absolutismo francés (1789-1793)

A partir de la segunda mitad del siglo XVIII los materiales impresos periódicos intervinieron directamente en las luchas políticas contra el absolutismo en Francia, utilizados mayoritariamente por el movimiento liberal, sirvieron eficazmente para difundir su ideología y su postura opuesta al absolutismo. El hundimiento de la monarquía absoluta significó también el desmoronamiento y la desaparición de los sistemas de control y de censura. Ya desde 1787, "Francia se inundó de panfletos y boletines periódicos y, sólo durante aquél año, se editaron cerca de mil publicaciones"⁵⁵.

Mención especial merece *L'Ami du Peuple* (imagen 2.6) de Jean-Paul Marat, un diario de ocho páginas dedicadas a ejercer una recelosa vigilancia sobre las autoridades. En 1789 se le prohibió a Marat el derecho de imprimir un diario. Aún así, en la clandestinidad, logró publicar un periódico que ejerció una fuerte influencia en el pensamiento revolucionario de la época. Marat y su *L'Ami du Peuple* tenían el apoyo del pueblo bajo de su barrio, al respecto Hugh Gough, profesor emérito de historia en la *University College Dublin* de Irlanda, sostiene que para enero de 1791 Marat contaba con cerca de 4 mil suscriptores⁵⁶. *L'Ami du Peuple* inauguró una nueva forma de realizar propaganda y de hacer periodismo político, hasta el punto de que con posterioridad la mayoría de los movimientos de masas buscaban tener una publicación parecida.

54. La octavilla es una hoja de papel cuyo tamaño (11 x 16 cm) es la mitad de una cuartilla, la octava parte de un pliego de papel, de donde le viene el nombre.

55. Hugh Gough. *The newspaper press in the French Revolution*. Londres: Routledge, 1988, p 31.

56. *Ibid*, p 31.

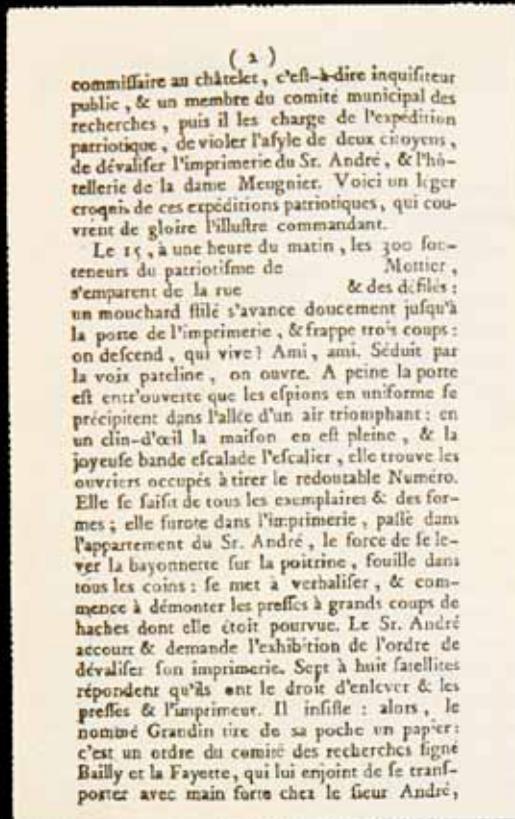
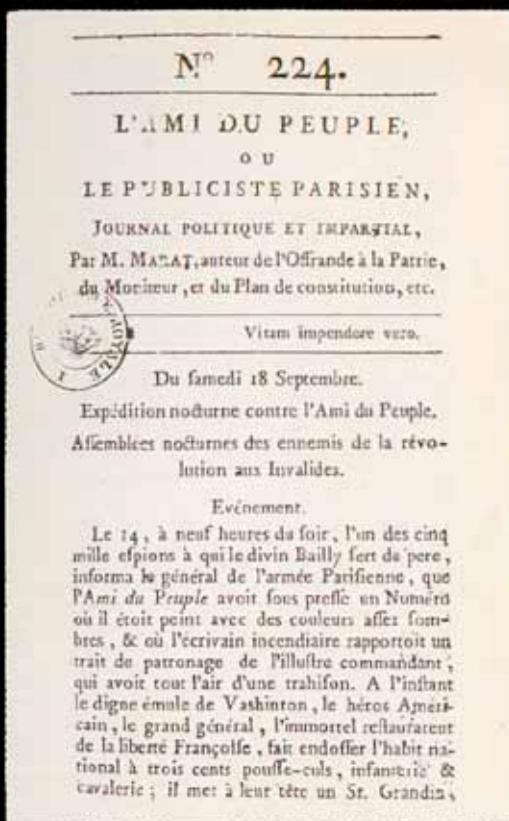


Imagen 2.6. *L'Ami du Peuple*, se editó desde el 16 de septiembre de 1789 hasta el 21 de septiembre de 1792. Imagen procedente del archivo digital de la Biblioteca Nacional de Francia. <http://gallica.bnf.fr/Search?ArianeWireIndex=index&p=1&lang=ES&q=ami+du+peuple>

A decir del tipógrafo británico Stanley Morison, para mediados del siglo XVIII, los diseñadores de periódicos ingleses ya habían comprendido que los diarios tienen procesos de lectura diferentes al de un libro que requiere de una lectura atenta prolongada, mientras que el periódico permite una lectura distraída, permitiendo pequeños lapsos de concentración. Por otra parte, un libro se lee consecutivamente mientras, la lectura de un periódico, es discontinua; la naturaleza de la página del libro es homogénea, la del periódico, heterogénea. Asumiendo que los párrafos de los periódicos relatan sucesos de los mas diversos tipos, éstos demandan un tratamiento tipográfico diferente del párrafo consecutivo de los libros⁵⁷.

57. Stanley Morison, *The English Newspaper*, Cambridge: 1932, pp. 184-185.

Esta nueva manera de concebir el diseño de un diario, influyó marcadamente en la composición editorial de muchos periódicos en toda Europa, sin embargo, no fue así para la prensa revolucionaria en Francia. Los impresores de periódicos en el periodo revolucionario francés se rehusaron a seguir el modelo inglés. Pensaban que era importante sacar sus ideas de todas las demás consideraciones sobre la tendencia inglesa y no tuvieron ningún interés en adoptar las prácticas editoriales que obligan entonces a trabajar para la creación de un orden político y social estable y conservador. Durante la primera década revolucionaria, la mayoría de los periódicos usaban el octavo de formato empleado anteriormente por diversos panfletos. La evocación del formato y la apariencia de los antiguos panfletos, sugería una conexión con la inestable situación política del momento⁵⁸.

Los impresores parisinos de la época, estaban familiarizados con este formato y no requirieron para su impresión de ningún equipamiento especial. Tal es el caso de *L'Ami du Peuple* que recurrió al formato de octavo de pliego y que, generalmente, constaba de ocho páginas, en ocasiones solía ampliarse a doce o hasta dieciséis páginas. El texto estaba dispuesto en una columna, a la usanza de la tradición panfletaria de la época.

L'Ami du Peuple, era un periódico diario que mantuvo audazmente el ritmo de publicación a pesar de los momentos de clandestinidad que Marat tuvo que vivir para salvaguardar su vida. El lenguaje violento y azuzador en contra de la monarquía absolutista de *L'Ami du Peuple* provocó una eterna persecución política en contra de sus impresores y distribuidores. Las imprentas buscaban ser menos visibles y escapar, de esta forma, a los controles policiacos más fácilmente. Marat publicó su periódico en al menos tres imprentas: la *Imprimerie de Marat*, la *Imprimerie de L. Jorry* y la *imprimerie d'Henri IV*, imprenta cuya propietaria era Anne Felicite Colombe⁵⁹, quien resultó presa por su actividad como impresora en diciembre de 1790.

58. Jeremy D. Popkin, "Journals: the new face of the news" en Robert Danton and Daniel Roche, *Revolution in Print: The press in France, 1755-1800*. Los Ángeles: University of California Press, 1989, p 151-156.

59. Anne Felicite Colombe fue una distinguida integrante del Club Político Radical de la Mujer, Sociedad de Mujeres Republicanas Revolucionarias. Más de medio año antes de la masacre en el Champ de Mars, Colombe ya había hecho una contribución extraordinaria a la práctica y la defensa de republicanism y democracia radical. Sus importantes alianzas políticas entre clubes, grupos populares y las impresoras y editores de periódicos radicales fueron una presión fuerte en contra de las autoridades. Información obtenida del artículo *A political revolution for women? The case of Paris* escrito por Darline Gay Levy and Harriet B. Applewhite publicado el 24 de enero de 2012 en la página libcom.org

2.2.3 Karl Marx y el *Neue Rheinesche Zeitung* (1848)

A mediados del siglo XIX Europa se encontraba en plena efervescencia revolucionaria. La década de los cuarentas estuvo marcada por fuertes revoluciones sociales en diferentes países de occidente. En ese contexto, nos detendremos un poco en Alemania, en donde surge un personaje fundamental para el futuro del pensamiento emancipatorio mundial: Karl Marx. En 1848, la Liga de los Comunistas alemana, bajo la dirección de Marx, publicó un periódico denominado *Neue Rheinische Zeitung* (*Nueva Gaceta Reniana*) (imagen 2.7). Al respecto Engels escribió:

Así, el 1 de junio de 1848 dimos comienzo a la publicación de nuestro periódico, con un capital por acciones muy limitado, de ellas sólo unas pocas habían sido hechas efectivas y los accionistas eran más que inseguros. Tan pronto como se hubo publicado el primer número nos abandonó la mitad de ellos, y al final del mes no quedaba ya ninguno. La constitución que regía en la redacción del periódico se reducía simplemente a la dictadura de Marx. Un gran periódico diario, que ha de salir a una hora fija, no puede defender consecuentemente sus puntos de vista con otro régimen que no sea éste. Pero además, en este caso, la dictadura de Marx era algo natural, que nadie discutía y que todos aceptábamos de buen grado. Gracias, sobre todo, a su clara visión y a su firme actitud, la *Neue Rheinische Zeitung* se convirtió en el periódico alemán más famoso de los años de la revolución⁶⁰.

El diseño de este periódico estaba anclado en la tradición periodística del ámbito germanoparlante, en donde se empleaban de forma exclusiva los tipos góticos, tendencia que se perpetuó también durante el siglo XIX. En palabras de André Gürtler:

Todos los periódicos alemanes se componían en aquel tiempo en letra gótica de fractura. Esta tipografía estuvo muy difundida hasta bien entrado el siglo XX y muchos periódicos en lengua alemana se imprimieron en dichos caracteres hasta la Segunda Guerra Mundial. Hoy día, no obstante, ha

60. Federico Engels, "Marx y la Neue Rheinische Zeitung (1848-1849) en *Marx & Engels, Obras Escogidas en tres tomos*. Moscú: Editorial Progreso, 1974, t. III, pp. 174-183.

caído en desuso en lo que respecta a los caracteres comunes. Todavía se la utiliza, empero, de forma ocasional en logotipos, cabezales o en publicidad⁶¹.

En Europa, fuera del ámbito de los países de habla germana, las letras didonas constituían la escritura habitual del siglo XIX. Estas letras se caracterizan sobre todo por una subrayada modulación o contraste del trazo. Se diferencia de su aplicación en los libros, en la que la cuidada impresión de los caracteres otorgaba buena legibilidad al texto, en la impresión de periódicos de aquella época con frecuencia la calidad de la reproducción dejaba mucho que desear.

Este es el contexto en el que Marx publica el primero de junio de 1848 en la ciudad Colonia su *Neue Rheinische Zeitung: Organ der Demokratie*, un periódico político que varias veces en su historia pasó a la clandestinidad por su línea dura contra el gobierno prusiano y por sus ideas en búsqueda de una revolución social en Alemania. Marx fue perseguido y encarcelado por su publicación, y tuvo que huir un corto tiempo a París.

Para mediados del siglo XIX se encontraban en uso, de forma regular, por lo menos dos formatos de periódicos que se convertirían en los tamaños estándar de las publicaciones temporales: el Berlínés de 31,5 x 47 cm; y el formato de sábana que mide alrededor de 43,2 x 56 cm. Este último es el correspondiente al *Neue Rheinische Zeitung* que constaba de 4 páginas impresas en tinta negra, a excepción del último número que, en protesta por la censura impuesta por el gobierno prusiano, fue impreso en tinta roja como una amenaza revolucionaria (imagen 2.8).

El nombre del periódico fue escogido en recuerdo de un periódico editado por Karl Marx en Colonia desde 1842 hasta 1843, *Rheinische Zeitung*. El impreso llevaba el subtítulo de *Órgano de la Democracia*, como una referencia no a la instauración de la democracia parlamentaria, sino más bien al revolucionario Frente Democrático, que contó con la progresiva pequeña burguesía, la clase obrera y el campesinado⁶².

En comparación con los periódicos alemanes de la época, el *Neue Rheinische Zeitung* no se diferencia en mucho de ellos. Podemos encontrar una mayor austeridad en el cabezal tipográfico que, en el

61. Gürtler, *op. cit.*, p 77.

62. Hal Draper, "Neue Rheinische Zeitung: Organ der Demokratie" en el glosario *Marx-Engels: Glosario de la Crónica y Registro*, Nueva York: Schocken Books, 1986, pp. 150-151.

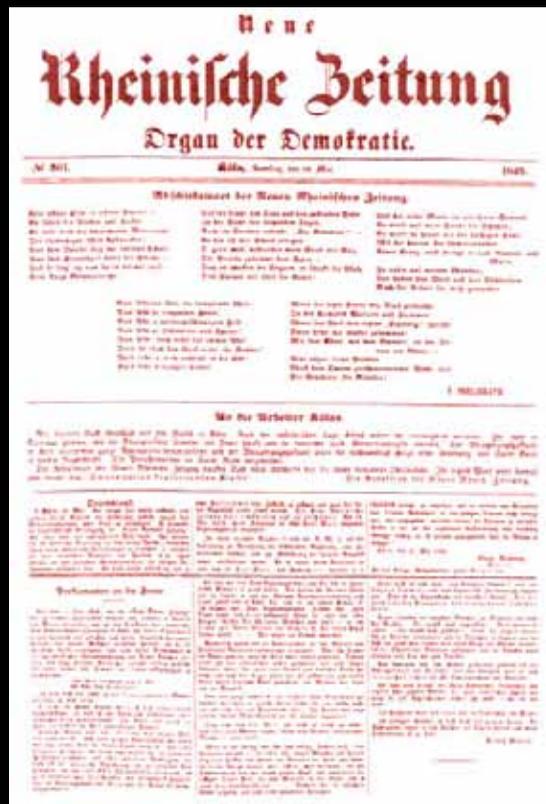


Imagen 8. Último número (301) de *Neue Rheinische Zeitung*, 1849, impreso en tinta roja en protesta por la censura del gobierno. Imagen tomada del archivo digital Marxist.org

caso de los periódicos oficiales, tenían una mayor ornamentación caligráfica y en ocasiones recurría a imágenes de la heráldica regional alemana como logotipos.

La manera de jerarquizar la información y de utilizar el espacio es muy similar en la prensa oficial y en la publicación de Marx. Marx dispuso tres columnas de texto separadas por corondeles así como la información general del periódico inmediatamente después del cabezal, aislada mediante filetes tipográficos.

El periódico fue financiado mediante la venta de acciones, contribuciones y préstamos, y la publicidad pagada. La circulación varió de 3.000 a 6.000 ejemplares por número, un número muy superior de los miembros de la propia Liga de los Comunistas, que ha sido reconocido por los especialistas que han numerado entre 200 y 300 participantes. Se produjeron un total de 301 ediciones de la *Neue Rheinische Zeitung* durante el curso de su existencia.

2.2.4 *Iskra* y la Revolución Rusa (1900)

En los albores del siglo XX, se gestaba una de las revoluciones más importantes en la historia de la humanidad: en octubre de 1917 el pueblo ruso se proclamaría socialista. En este proceso social, Vladimir Ilich Lenin jugó un papel muy importante en la dirección del movimiento, quien opinaba que la prensa:

[...] está comprometida con una cierta ideología y lo reconoce abiertamente: la ideología de la clase trabajadora. El periódico no sólo es un propagandista colectivo y un aglutinador colectivo, sino también un organizador colectivo. En este último sentido se le puede comparar con los andamios que se levantan alrededor de un edificio en construcción, que señalan su contorno, facilitan las relaciones entre los distintos constructores, les ayudan a distribuir el trabajo y a observar los resultados generales alcanzados por el trabajo organizado⁶³.

La prensa revolucionaria es un instrumento de un grupo social definido por sus ideas y por sus acciones, además tiene el objetivo de expresar la teoría y la práctica ante los hechos sociales y naturales. Uno de sus objetivos, quizá el más importante es la organización, Lenin señalaba al periódico como el primer paso serio para la construcción del partido, pues funciona como un organizador colectivo, como un laboratorio de ideas, además de ser un instrumento de agitación y propaganda, de hecho esta es una de las diferencias que tiene la prensa revolucionaria con la prensa comercial, (llamada por los marxistas y anarquistas: burguesa), pues ésta última presenta la noticias de manera atomizada, desligada del todo, no presenta los diversos escenarios posibles, no hace un análisis de la situación actual, no presenta en ningún momento la experiencia histórica que ha tenido la humanidad con respecto a movimientos sociales políticos o culturales, sus artículos contienen trivialidad, “simula ser objetiva e independiente de todo vínculo clasista, ya que su supuesta finalidad es informar verazmente”⁶⁴ así, se construye este instru-

63. Vladimir Ilich Lenin. “¿Por dónde empezar?” en *Obras completas*. tomo 3, Moscú: Editorial Progreso, 1981, pp. 665-692.

64. Aurora Cano Andaluz, *El Machete ilegal: un instrumento y una perspectiva*. (Tesis de licenciatura). México. UNAM, 1981, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. p.79.

mento (burgués) que intenta desarticular los hechos, que sirve a una ideología dominante. En cambio la prensa obrera analiza, comenta, critica, hace autocrítica y proporciona líneas de acción.

En su investigación sobre el *Machete Ilegal*, Aurora Cano ha puntualizado algunos de los rasgos comunes en la prensa revolucionaria:

- a) **Sus fines son propagandísticos, sin ulteriores fines lucrativos.**
- b) **Es por definición contraria a los lineamientos del sistema político.**
- c) **Es interpretativa de los hechos, de los que lateralmente informa⁶⁵.**

Tal es el caso del periódico clandestino *Iskra* (imagen 2.9) creado por Lenin para cumplir con los objetivos revolucionarios de cualquier órgano impreso de izquierda. A comienzos de 1900, Lenin y otros afiliados a la "Unión de lucha" regresaron del destierro de Siberia a Rusia. Lenin se formó el propósito de crear un gran periódico marxista ilegal para todo el país. Existía ya una multitud de pequeños círculos y organizaciones marxistas, pero sin enlace alguno entre sí. En aquel momento, en que el mal de círculos aislados roían al partido de arriba abajo y en que la dispersión ideológica era el rasgo característico de la vida interna del partido, la creación de un periódico clandestino para toda Rusia era la tarea fundamental que se planteaba a los marxistas revolucionarios. Sólo este periódico podía enlazar entre sí a las dispersas organizaciones marxistas y preparar la creación de un verdadero partido.

Pero un periódico con estas características era imposible organizarlo en la Rusia zarista, por razón de las persecuciones policíacas. Al mes o a los dos meses, habría sido descubierto por los sabuesos de la policía zarista y destruido. Lenin decidió, pues, editarlo en el extranjero. El periódico, impreso en un papel fino y resistente, era introducido clandestinamente en Rusia. Algunos números de *Iskra* se reproducían dentro del país, en las imprentas clandestinas de Bakú, de Kishinev y de Siberia, entre otras.

Durante el siglo XIX la prensa rusa estuvo controlada por el imperio zarista siendo el *Moskovskiye Vedomosti* el máximo representante de la prensa rusa desde 1756 hasta mediados del siglo XIX cuando, en San Petesburgo, surgieron otros periódicos que cobraron gran importancia.

En septiembre de 1900, el consejo editorial de Iskra publica una declaración de principios en los que definen la línea política del periódico. Al finalizar el texto, Lenin sentencia lo siguiente: “Cada número del periódico tendrá un volumen aproximado de uno o dos pliegos de imprenta. Dadas las condiciones de la prensa clandestina rusa, no se fija de antemano la fecha de aparición”⁶⁶.

Iskra usaba una disposición espacial clásica para la época, con el texto dispuesto en tres columnas, un tamaño de cuerpo pequeño y con muy pocas imágenes que acompañaran al texto.

2.2.5 Prensa para la liberación en América Latina

La división internacional del trabajo consiste en que unos países se especializan en ganar y otros en perder. Nuestra comarca del mundo, que hoy llamamos América Latina, fue precoz: se especializó en perder desde los remotos tiempos en que los europeos del Renacimiento se abalanzaron a través del mar y le hundieron los dientes en la garganta. Pasaron los siglos y América Latina perfeccionó sus funciones. Este ya no es el reino de las maravillas

Eduardo Galeano, *Las venas abiertas de América Latina*

Las condiciones materiales sobre las que se ha desarrollado económicamente América Latina han sido impuestas sobre la base de la injusticia, el racismo y la explotación. Estas condiciones, dialécticamente, han creado también en nuestra región latinoamericana una serie de profundos, heroicos y dolorosos procesos de lucha en búsqueda de la liberación.

Los movimientos sociales surgidos en la segunda mitad del siglo XX, en su mayoría fueron alimentados por el ideal socialista construido desde el ejemplo de la revolución rusa y, de la misma manera, adoptaron la idea leninista sobre la prensa. Los órganos

centrales de prensa acompañaron a la mayoría de las organizaciones políticas de izquierda latinoamericanas como la herramienta de organización y agitación política.

La propaganda política latinoamericana poseía características visuales específicas que la diferenciaban, si bien no en el ideal y el objetivo, de la propaganda realizada en el viejo continente. Las vanguardias artísticas, en muchas ocasiones se pusieron al servicio de la causa y dotaron de una riqueza visual y estética a los impresos de protesta. Otra característica que no escapa a la prensa clandestina latinoamericana y, como hemos visto hasta ahora, es una condición material de las producción editorial de todos los grupos clandestinos, son los escasos recursos con los que se realizaron y se realizan todavía estas publicaciones.

2.2.5.1 La prensa clandestina en la revolución cubana. *Revolución y Sierra Maestra* (1952-1958)

La revolución cubana, sin duda, fue el proceso social más significativo de Latinoamérica. Fue el ejemplo y la referencia obligada de cientos de organizaciones político-militares en la década de los sesentas. La revolución fue fruto de un largo proceso de organización social, que tuvo sus orígenes a fines del siglo XIX, cuando se produce el intento frustrado por parte de los mambises, frente al régimen español, por lograr la Independencia de Cuba, en el cual tuvo una importante participación el Ejército Libertador.

El asalto al Cuartel Moncada, en Santiago de Cuba, fue parte de una acción armada realizada el 26 de julio de 1953 con el fin de derrocar al dictador Fulgencio Batista, realizada por un grupo de hombres y mujeres de la juventud del Partido Ortodoxo al mando del abogado Fidel Castro. Durante el juicio a los atacantes, Fidel Castro se haría conocido en todo el país al autodefenderse poniendo en evidencia las torturas ejecutadas por el gobierno al punto que se lo declaró enfermo para evitar su presencia en el juicio. A pesar de ello presentó su alegato por escrito, documento histórico que se hizo conocido como *La Historia me absolverá*. Ante la petición de Fidel al partido de imprimir 100 mil ejemplares del documento, los militantes pensaron que Fidel había enloquecido en la cárcel⁶⁷, que

67. Adelina Vázquez et al, *Apuntes de la Prensa Clandestina y Guerrillera del Periodo 1952-1958*. La Habana: Unión de Periodistas de Cuba, 1973, p. 14.

no tenían las condiciones para sacar si quiera 500. Fidel insistió, y les pidió que hicieran su mayor esfuerzo para obtener las 100 mil, argumentando que era el mismo trabajo sacar 25 que 100 mil, que todo se trataba de lograr la preparación y después de eso 25 se sacan en 10 minutos y 100 mil en 24 horas.

Al final, lograron imprimir alrededor de 10 mil ejemplares del documento, tuvieron que detenerse porque valoraron que era peligroso seguir con la impresión porque podían ser descubiertos y pudo haber caído una imprenta, compañeros, casas de seguridad y en su valoración eso era mucho más importante para la organización que continuar con el tiraje. Al informar a Fidel, aún preso, sobre el tiraje final, éste contestó: “Ya ven, por eso yo les dije que sacaran 100 mil, que sacaran hasta que pudieran. Ahora si les digo que saquen 500 ustedes se preparan para 500 y nunca hubieran sacado 10 mil”⁶⁸.

El 12 de junio de 1955, después de la amnistía otorgada a los atacantes del cuartel, fue creado, en la clandestinidad, el Movimiento 26 de Julio (M-26-7). El núcleo inicial, formado por el grupo que organizó el asalto, se fusionó con el Movimiento Nacional Revolucionario y con la mayor parte de la Juventud Ortodoxa. Poco después se uniría Acción Nacional Revolucionaria. Debido a la amplitud ideológica y a su objetivo de derrocar la tiranía de Batista, el M-26-7 iría rápidamente sumando a jóvenes de las más diversas procedencias políticas.

Durante ese periodo de seis años, comprendido de 1952 a 1958, periodo de mayor presencia del M-26-7, es posible encontrar muchas publicaciones generadas en el exilio, como los periódicos manuscritos en las prisiones, especialmente en la que existía en Isla de Pinos, o la prensa semi cladestina o clandestina que se hacía sobre todo en los centros estudiantiles de Cuba o la labor de copiar a mano la letra de cantos revolucionarios como la Marcha del 26 de Julio y otras formas de hacer llegar al pueblo el mensaje revolucionario. Son de destacar dos periódicos publicados durante este periodo, *Revolución* y *Sierra Maestra*. Los dos órganos oficiales del M-26-7 en diferentes momentos.

La dirección del movimiento acordó que como había comenzado la revolución, el órgano oficial del grupo clandestino debía llamarse *Revolución* (imagen 2.10). “La máquina en la que se imprimió este número fue recogida en agosto de 1956 del sótano del Centro Fílmico, meses antes del desembarco de Fidel”⁶⁹. El periódico contaba

68. *Ibid*, p. 14.

69. *Ibid*, p. 26.

con 8 páginas. Tuvo diferentes formatos a lo largo de su existencia dependiendo del lugar donde podía ser impreso. El texto se componía con galeras corridas escritas en máquina de escribir que se adaptaban según el formato que se necesitara para la impresión. La mayoría de los cabeceras eran trazados manualmente o, también, se utilizaba la técnica de transferencia de letras para componer los títulos.

La coordinación nacional del M-26-7, consideró que era necesario tener un órgano de difusión para aclarar las falsas versiones y las calumnias sobre el movimiento. Un instrumento que pudiera abrir los caminos del diálogo con el pueblo. Este es el origen del *Boletín Informativo*. El primero surgió para informar que Fidel estaba vivo, cuestión que no se había verificado aún. Después surgió la necesidad de ofrecer periódicamente algunas noticias al pueblo. Por eso se siguió publicando, en Santiago de Cuba, el *Boletín Informativo* que posteriormente salió con el nombre de *Últimas Noticias* y después el de *Sierra Maestra* (imagen 2.11).

Fue una idea del frente de propaganda que en las provincias donde se estaban haciendo distintos boletines se confeccionara como órgano provisional del movimiento, bajo el nombre de *Sierra Maestra*. Ese es el motivo por el cual se pueden encontrar ejemplares con ese nombre, publicados en distintas provincias.

Como órgano nacional del movimiento quedó el periódico *Revolución*, cuyo primer número fue preparado, en lo fundamental, en Santiago de Cuba. Las primeras publicaciones se hicieron con mucha dificultad y mediante métodos muy rudimentarios. Se utilizaba el mimeógrafo: “el del Colegio de Maestros, el de la Triple A, el de la empresa Miquel y Bacardí y el de la Universidad de Oriente, entre otros”⁷⁰.

La participación del pueblo en la elaboración y distribución del periódico *Sierra Maestra*, así como de toda la propaganda revolucionaria, es algo que merece destacarse. Fueron múltiples las casas de familia donde se tiraron estos materiales, a tal extremo que cuando la Huelga de Abril se logró tener unos quince lugares diferentes de producción⁷¹.

Todo este esfuerzo hizo posible que el pueblo conociera, a pesar de la férrea censura de prensa existente, las arbitrariedades los crímenes y los negocios turbios de la tiranía batistiana y tuviera una perspectiva del combate revolucionario que se desarrollaba en las montañas y en el llano, para conseguir la liberación definitiva después de varios años de lucha.

70. *Ibid.*, p. 46.

71. *Ibid.*, p. 46.

sierra maestra

Órgano Oficial del Movimiento 26 de Julio. Editado en el Exilio.

Vol. 1—No. 1

NEW YORK, N. Y.

Marzo, 1958



La guerra que el pueblo cubano libera sus contra la tiranía sangrienta y abominable de Batista, es sólo un episodio más de la lucha incansable que iniciaron contra la colonia los libertadores del siglo pasado.

La parte final de la guerra se lleva a cabo en todo el territorio nacional; en los combates virtuosos del Espíritu Revolucionario que en la Sierra Maestra comandó Fidel Castro; en la guerra de subterfugos y de camuflaje por todo lo país; en el salvaje a los comunistas y a las industrias; en las hondas justicias que le dieron a la gran ciudad que no cesaron en tiempos de alegría; en las banderas tremolantes del "26 de Julio" que amanecieron al viento en el mesaje de la libertad.

Para la parte final tiene por escenario a las carreteras. Porque allí, junto a la rebelión santa que rechaza la esclavitud y el crimen, se hace un juicio a fondo de los crímenes de la tiranía y los crímenes que le motivaron.

La democracia constitucional que surge en 1930 estaba fundada sobre cimientos de arena movediza. De otro modo no se hubiera derrumbado tan fácilmente. Ya se le caían a tiempos los años a la hegemonía corruptora de un 1 de Septiembre que se fracturó al morir, ni se avanzó de sus; lo más serio de la cooperación política que antes había dado como fruto a Gerardo Machado, ni se imponían normas de eficiencia y honestidad administrativas, ni se fijó de modo certera y constructiva la soberanía nacional.

El 10 de Marzo es un día que el resultado natural de esas frustraciones. Talgracia Batista es el ente injusto humano que les sirve a la vez de guía y cobardía.

Por eso la Revolución popular que rinde el "Movimiento 26 de Julio" tiene un doble y marcado carácter político y moral. En primero, porque se propone establecer en Cuba antes que fijar la institución democrática; el sufrágio universal, el gobierno representativo, la división de poderes, la autonomía civil, el imperio de la ley, en fin, lo que es típicamente justiciero se demuestran Estado de Derecho. En segundo, porque es necesario preparar al ciudadano, célula vital de la democracia, para el buen uso y mantenimiento de esas instituciones.

Después años de ineficiencia paterna y más de una de insurrección oscura y triunfante, granha hasta la ciudad que el pueblo de Cuba es de los que no se arrodillan a la tiranía. En pueblos de guerra se vive también, con un abrumador costo en vidas y en sangre, para dejes unidos de una vez, sin que quede la menor duda, que cualquier forma de entendimiento con el tirano o sus colaboradores, o con con la "oposición" sirve que le sirve a priori, es absolutamente inaceptable.

Ya los hechos muestran de por medio. El honor de la Patria y el sacrificio de los que luchan no admiten otra cosa que la conquista total de la Libertad.

E
D
I
T
O
R
I
A
L

Imagen 2.11. Sierra Maestra, 1958. Boletín semanal del Movimiento 26 de Julio. Imagen tomada del libro *Apuntes de la prensa clandestina y guerrillera del periodo 1952-1958*.

2.2.5.2 Contra la dictadura militar chilena: *El rebelde en la clandestinidad*

Con la investidura de Salvador Allende como Presidente de Chile el 4 de noviembre de 1970, se inició en el país el más ambicioso proceso de cambios sociales, económicos y políticos del que haya sido testigo Chile durante su historia. Como abanderado de la Unidad Popular, Allende no sólo se convirtió en el primer mandatario socialista en el mundo en ser elegido democráticamente, sino también el primero en intentar en transitar al socialismo mediante la vía pacífica, también llamada vía chilena al socialismo.

Su programa básico de gobierno contemplaba la construcción de un Estado Popular y una economía planificada, en gran parte estatizada. Aunque la ley de nacionalización del cobre fue aprobada sin oposición en el Congreso, no ocurrió lo mismo con el intento de estatizar las grandes empresas. Al no contar con mayoría parlamentaria, el gobierno decidió echar mano de un olvidado, aunque vigente decreto, dictado durante la República Socialista de 1932. Éste le permitió al gobierno de la Unidad Popular expropiar cualquier industria que fuese considerada estratégica para la economía. Además de la expropiación (que generalmente era precedida por la toma de la industria por parte de sus trabajadores), el gobierno utilizó otros mecanismos como la compra de acciones, lo que le permitió controlar casi el 80 por ciento de las industrias y un número importante de bancos.

Durante el gobierno de Salvador Allende, los medios de comunicación masivos desempeñaron un papel fundamental en cuanto a la formación de criterio de la población. Prensa, radio y televisión apoyaron abierta y directamente a la derecha o a la izquierda chilenas polarizando las diferencias entre ambos sectores.

Además, manipularon la información con tal de cumplir cualquiera de sus dos fines: desacreditar las acciones y la figura del mandatario chileno o bien, reconocer sus méritos y engrandecer sus esfuerzos por establecer el socialismo como forma de gobierno.

Durante las campañas presidenciales de 1970, la prensa de derecha, por ejemplo, comenzó una campaña publicitaria contra la coalición de la Unidad Popular que tenía como objetivo desacreditar al socialismo y despertar el miedo entre la población chilena.

Una vez que Salvador Allende asumió la presidencia, la noticia sirvió como pretexto para defender los intereses de la burguesía, que se encargó de decidir cuáles noticias debían tener una circulación preferencial y manejaron constantemente la ironía, el

ridículo, el apodo ofensivo y el insulto⁷². Incluso, documentos desclasificados de la CIA de Estados Unidos revelan que el gobierno estadounidense financió periódicos y revistas de derecha en perjuicio del gobierno de Allende.

Sin embargo, la llegada de Salvador Allende a la presidencia, favoreció el surgimiento y crecimiento de diversas publicaciones de izquierda cuyo objetivo principal fue apoyar la propuesta socialista del nuevo mandatario. Entre estos se encuentran: las revistas *Ramona* y *Punto Final*.

Este proceso político chileno fue acompañado por varias organizaciones clandestinas que desde la década de los sesenta se organizaron para construir una sociedad más justa, libre y democrática. Desde diferentes ideologías, estas organizaciones aportaron su grano de arena en la construcción de la llamada Unidad Popular, durante esta etapa, la mayoría de éstas dejaron la clandestinidad para sumarse de alguna manera al gobierno de Allende. Entre ellas se encuentra el Movimiento de Izquierda Revolucionaria (MIR), que fue una organización político-militar que pretendía ser la vanguardia marxista-leninista de la clase obrera y de las llamadas capas “oprimidas” de Chile, para buscar la emancipación nacional y social. Basados en estos principios y movidos por un análisis político social de corte marxista-leninista, según el cual queda clara la existencia y confrontación de las clases, desarrolló sus actuaciones en búsqueda de la derrota de la clase explotadora y la consecución de una sociedad sin clases pasando por un periodo socialista.

Como toda organización que se precie de ser leninista, consideraba a la tarea de la prensa como una de vital importancia para llevar a cabo sus objetivos políticos. El MIR publicó un periódico, llamado *El Rebelde*, que acompañó las diversas etapas de la organización.

Con la imposición a través del golpe de estado de Pinochet el 11 de septiembre de 1973, el MIR regresa a la clandestinidad y cientos de sus militantes fueron perseguidos, detenidos, torturados, desaparecidos y asesinados por las fuerzas golpistas. Durante este periodo, el MIR siguió publicando su órgano de información con el nombre de *El Rebelde en la Clandestinidad* (imagen 2.12). Hagamos notar que el 13 de diciembre de 1973, cae detenido su director Bautista van Schouwen, lo cual retrasa su reaparición por algunos

72. Armand Mattelart, *Prensa y Poder en Chile: La Prensa de izquierda y el Poder Popular*, Santiago de Chile: Editorial ISAL y MISUR, 1971.

EL REBELDE

EN LA CLANDESTINIDAD

ORGANO OFICIAL DEL MOVIMIENTO DE IZQUIERDA REVOLUCIONARIA



NOV.
1984
Nº
215



Imagen 2.12, *El rebelde en la clandestinidad*, órgano del MIR, 1975-1984. Imágenes obtenidas del Fondo Documental "Eugenio Ruiz-Tagle".

EL REBELDE

EN LA CLASES TRABAJADORAS

EL PUEBLO RESPONDE AL LLAMADO DE SU COMITÉ CENTRAL

A LA COLA DEL FRESCO O A LA CABEZA DE LA RESISTENCIA

Text of an editorial or article, partially obscured by a small illustration of a person's face.

EL REBELDE

EN LA CLASES TRABAJADORAS

10 AÑOS DE LUCHA

¡LA RESISTENCIA POPULAR TRIUNFARÁ!

EL REBELDE

EN LA CLASES TRABAJADORAS

¡MIR!

¡MARCHA DE EMERGENCIA!

TODO CHILE AL PARO NACIONAL

¿A IMPULSAR LA RESISTENCIA SINDICAL?

EDITORIAL

Para los compañeros y la Resistencia en Chile...

Para el momento crítico, la Resistencia sindical...

Para el momento crítico, la Resistencia sindical...

ESTUDIANTES DAN LECCIONES

¡ESTUDIANTES DAN LECCIONES!

¡ESTUDIANTES DAN LECCIONES!

EL REBELDE

en la clase trabajadora

EL PUEBLO TIENE SITIADA A LA DICTADURA

¡TIENE SITIADA A LA DICTADURA!

EL REBELDE

EN LA CLASES TRABAJADORAS

A IMPULSAR LA RESISTENCIA SINDICAL!!!

Tuercas y tuercas

¡TUERCAS Y TUERCAS!

¡TUERCAS Y TUERCAS!

meses. Comienza a editarse nuevamente en la clandestinidad a partir del Nro. 100, que sale con fecha septiembre de 1974. Su periodicidad es mensual. No tiene domicilio conocido. Aunque desde su reaparición hasta octubre de 1975, el trabajo de dirección lo asume un equipo del Comité Central. Al ser golpeada represivamente la dirección del MIR en la localidad de Malloco en octubre 75, se produce una interrupción momentánea.

Su reproducción clandestina es realizada en Santiago y provincias por unidades de agitación y propaganda del MIR dependientes de los niveles de dirección nacional o regional. En momentos hubo golpes represivos a la dirección nacional o a los equipos centrales, retrasando puntualmente su edición o reproducción. E incluso en circunstancias difíciles hubo que hacerlo en el exterior, en la retaguardia “cercana” o “segura”, lo cual llevó a algunos errores en la numeración. En algunos casos a fin de plantear una conducción más concreta a las realidades regionales se publicaron simultáneamente a la edición nacional, ediciones de zonas, por ejemplo *El Rebelde Metropolitano en Santiago*, *El Rebelde de la VIII Región o del sur en Concepción*, *el Rebelde Nortino en Antofagasta*, etcétera.

Desde septiembre de 1974 a fines de 1986, del Nro. 100 al 234, sale como órgano unitario del MIR. Desde el número siguiente (235) de enero de 1987 por las diferencias políticas al interior del MIR y la consecuente división de éste, *El Rebelde* como órgano oficial es afectado. Con posterioridad comienzan a circular dos publicaciones diferentes, del mismo nombre, órganos oficiales del mismo partido (sólo en su nombre) y con la misma numeración, pero distintas fechas de edición.

La del MIR (político o renovado) cuyo último número que conocemos es el 265 a fines de 1990. Y, el del la otra escisión del MIR cuyo ultimo número que disponemos de ellos es el 271 de marzo de 1991. Constatemos que al subdividirse nuevamente una de las escisiones durante 1987 surgiendo el MIR-Comisión Militar, publicó como su órgano oficial el periódico *El Combatiente*, del cual se editaron hasta mediados del 92 alrededor de 20 números.

2.2.5.3 Argentina: *Estrella Roja*

El Partido Revolucionario de los Trabajadores de Argentina fue fundado en 1965 a partir de la confluencia entre el Frente Revolucionario Indoamericano Popular (FRIP), movimiento indoamericanista liderado por Mario Roberto Santucho, y Palabra obrera, agrupación

trotskista liderada por Nahuel Moreno. En 1968, en vísperas de la realización de su IV Congreso, un grupo de militantes identificados con Nahuel Moreno se escindió, conformando el PRT-La Verdad. Por su parte, los militantes identificados con las posturas de Mario R. Santucho asumieron el nombre de PRT-El Combatiente (en adelante PRT), denominación claramente alusiva a la decisión de este último grupo de iniciar en lo inmediato la lucha armada como parte de su estrategia para la toma del poder⁷³.

A mediados de 1970, el PRT celebró su V Congreso y allí dio carta de fundación al Ejército Revolucionario del Pueblo (ERP). A partir de entonces —y hasta su derrota definitiva en 1972— el PRT-ERP llevaría adelante una intensa y variada actividad política y militar que lo erigiría como la organización de la izquierda revolucionaria de mayor incidencia en el escenario político nacional de Argentina fuera del peronismo y la más activa militarmente.

Si bien desde su propio surgimiento, adscribiendo al modelo leninista de organización, el PRT se postuló como partido clandestino de cuadros, estimuló, a su vez, la formación de distintos “frentes” —expresiones legales de sus alianzas y acuerdos con diversas agrupaciones políticas, gremiales y sociales así como con dirigentes independientes— con el objetivo de canalizar y orientar la movilización popular y alcanzar una mayor gravitación en la arena política nacional.

El PRT-ERP mantuvo una intensa actividad de agitación y propaganda, tanto a través de las tradicionales “volanteadas” en puertas de fábricas, facultades o barrios, como a través de su propia prensa que editó con sobresaltada pero importante regularidad, teniendo en cuenta que durante la mayor parte de su vida activa, la organización estuvo proscripta⁷⁴. Según el historiador argentino Pablo Pozzi, entre mayo y agosto de 1973 (es decir, durante el período de legalidad) la prensa partidaria alcanzó su punto más alto: *El Combatiente*, órgano de difusión del PRT, de edición quincenal, vendía alrededor de 21.000 ejemplares, en tanto *Estrella Roja*, órgano de difusión del ERP, alcanzó durante el mismo período la cifra

73. Pablo Pozzi, “Por las sendas argentinas...” en *El PRT-ERP la guerrilla marxista*, Buenos Aires: Eudeba, 2000, p. 187.

74. Surgida en la clandestinidad durante la dictadura instaurada en 1966, gozó de un breve período de legalidad tras la asunción a la Presidencia de la Nación de Héctor Campara en mayo de 1973. Sin embargo, en septiembre de 1973, tras el asalto frustrado del ERP al Comando de Sanidad del Ejército en Capital Federal, la organización fue ilegalizada a través del decreto 1454. Información obtenida del texto citado de Pablo Pozzi.

de 54.000 ejemplares. El órgano oficial de difusión del ERP fue el periódico *Estrella Roja* (imagen 2.13).

La distinción entre ambos periódicos no fue tan sólo de procedencia informativa. *El Combatiente* se concibió como una prensa orientada a los elementos políticamente conscientes del proletariado y el pueblo, mientras que *Estrella Roja* iba destinada a las más amplias masas proletarias y no proletarias⁷⁵. Uno, ejerció una *propaganda de vanguardia* y el otro, una *propaganda de masas* respectivamente. El primero contuvo información referida a delinear la identidad de la organización, de la del militante, a comunicar el estado de situación y las políticas a implementar. *Estrella Roja*, registró de manera más sistemática el accionar armado de la guerrilla y todo lo relacionado con ella. En líneas generales, el partido estimaba que el “arte” de la propaganda revolucionaria se desprendía de factores eminentemente prescriptivos asociados, justamente, al deber ser del revolucionario y de un partido de vanguardia; a aquel *deber histórico* de las nuevas generaciones en continuar una lucha iniciada en el pasado, y necesaria en el presente.

Estas distinciones nos permiten entender dos de las principales funciones que desempeña la prensa en el ámbito de una organización política clandestina. Distinciones que serán explicadas y abordadas más adelante en este trabajo de investigación.

2.2.5.4 La guerrilla salvadoreña, *El rebelde* y *Estrella Roja*

Siguiendo el ejemplo de la revolución cubana, cientos de organizaciones levantaron movimientos armados y guerrilleros en Centroamérica y en países de Sudamérica. La idea de crear un órgano de difusión impreso fue común a la mayoría de ellas. En el Salvador las Fuerzas Populares de Liberación (FPL) “Farabundo Martí” —surgidas el primero de abril de 1970—, tenían dos tipos de publicaciones: una, dirigida a las bases de la organización, más de carácter agitativo, y la otra, de carácter político-ideológico, orientada a los cuadros. En el caso de las FPL, publicaciones como *El Rebelde* (imagen 2.14), corresponden al primer tipo. Transmiten a las bases de las FPL elementos de denuncia de la realidad nacional, a la par que informan de las acciones militares de la organización. Por su parte, *Estrella roja* (imagen 2.15), estaba diseñada para la discusión de las gran-



Imagen 2.13, *Estrella Roja*, órgano del Ejército Revolucionario del Pueblo, abril de 1971. La digitalización fue hecha por el equipo de investigación Archivo Biográfico Familiar de Abuelas de Plaza de Mayo.



Imagen 2.14, *El Rebelde*, órgano de las Fuerzas Populares de Liberación, El Salvador, Marzo de 1976. Archivo digital de Marxist.org.



Imagen 2.15, *Estrella Roja*, órgano de las Fuerzas Populares de Liberación, El Salvador, Diciembre de 1973. Archivo digital de Marxist.org.

des líneas estratégicas de las FPL. En ambas, priva una pedagogía política que apuesta mucho a la formación ideológica de los cuadros de las FPL.

En el número 10 de *El Rebelde* es posible leer las siguientes advertencias de seguridad para los militantes que leían la publicación:

EL REBELDE es una publicación revolucionaria clandestina. COMPAÑERO: Ten presente que “*El Rebelde*” es una publicación revolucionaria clandestina. Por consiguiente, para leerlo o para hacerlo circular debes tomar todas las precauciones para tu seguridad o para los compañeros a quienes se los des a conocer.

COMPAÑERO: Lee “*El Rebelde*” con tus compañeros de mayor confianza política, y guardando todas las normas de seguridad. Recuerda que el enemigo del pueblo es cruel, criminal y despiadado, y que las reglas del trabajo secreto son un valioso medio para combatirlo, para golpearlo sin que se den cuenta de dónde le llegan los golpes⁷⁶.

El Rebelde vería la luz dos meses después —en octubre de 1972— de que las FPL hicieran pública su existencia⁷⁷, con una tirada de un centenar de ejemplares, que se iría incrementando durante la década hasta alcanzar un tiraje máximo cercano a los 20.000 ejemplares mensuales⁷⁸. Será el periódico clandestino con mayor regularidad de publicación y el que mayor proyección alcanzaría, llegando a publicarse una edición internacional del mismo, en 1978, e iniciando una segunda etapa, en octubre de 1983, de incierto recorrido⁷⁹.

Durante el período de acumulación inicial, la forma de reproducción de los periódicos se hacía de forma artesanal. Dentro del contexto del período de acumulación inicial, estos materiales acompañaron las acciones de propaganda armada, lo cual consiste en actividades que combinaban el reparto de propaganda con acciones militares de pequeña escala. De cara a la población, era una forma

76. *El Rebelde*, N° 10 (Septiembre de 1973), pp. 1-2.

77. “*El Rebelde* cumple su primer año”. En: *El Rebelde*, N° 11 (Octubre de 1973), pp. 1-2.

78. Marta Harnecker, *Con la mirada en alto. Historia de las Fuerzas Populares de Liberación “Farabundo Martí” a través de entrevistas con sus dirigentes*. Donostia: Gakoa, 1991, p. 56.

79. “*El Rebelde* en las batallas decisivas”. En: *El Rebelde* (2ª etapa), N° 1 (Octubre de 1983), pp. 1-2.

de hacer tangible a la organización. De cara a la formación de los cuadros militares, la propaganda armada era un escalón para luego ensayar acciones militares de mayor envergadura.

Hacia 1974, cuando la organización logra, merced a algunos asaltos a bancos y de secuestros, hacerse de una infraestructura física y de una red considerable de colaboradores, se invierte en mejorar la infraestructura de los locales de vivienda, en conseguir vehículos para la movilización de las operaciones militares y otro tipo de vehículos para exploraciones, chequeos y otras tareas. También en la reproducción de material político y de propaganda, por ejemplo, en *El Rebelde*. Se fundó un centro de propaganda, con una imprenta para reproducir por miles la propaganda revolucionaria⁸⁰.

Un hito importante es el fortalecimiento de la Comisión Nacional de Propaganda, CONAPROP, en el contexto del congreso de las FPL en el que se acuerda articular la organización guerrillera con el movimiento de masas. Desde junio de 1976, empezaron a concentrar esfuerzos en convertirse en partido. Esta línea fue toda una revolución al interior de la organización. El comando central se convirtió en un comité central con su comisión política y más tarde con su secretariado o núcleo de comisión política”. El fortalecimiento del trabajo de propaganda era, por lo tanto, una necesidad lógica dentro de este proceso de reconversión de la organización. Esto se traduce en la creación de condiciones para ampliar y mejorar los tirajes de los órganos de las FPL y en la aparición de publicaciones destinadas a sectores concretos de la población:

A partir de ahí se fortalece la CONAPROP, que fue creando y multiplicando los centros clandestinos de impresiones con las imprentas, mimeógrafos de todo tipo, serigrafías. Existían algunos talleres centralizados a nivel nacional, otros a niveles regionales, apoyados en los comités zonales. El órgano central siguió siendo *El Rebelde* y su tiraje alcanzó muchos millares. Para el proletariado industrial se editaba también mensualmente *Prensa obrera*; para los trabajadores del agro se distribuyó *El Campesino Rebelde*; para la Universidad, *Juventud Rebelde*; para la secundaria, *El Guerrillero*. Cuatro años más tarde elaboraron *El Rebelde edición internacional*, que era un desplegado con formato postal.

El Rebelde aparece en tamaño media carta, mimeografiado, de unas dieciséis a veinticuatro páginas por número. La portada no varía. Es la insignia de las FPL, dos manos sosteniendo sendos fu-

80. Marta Harnecker, *Op. Cit.* p. 72.

siles formando una V, con las siglas de la organización y la inscripción *El Rebelde* a la mitad. Debajo de la insignia, aparece la consigna de las FPL “Revolución o muerte, el pueblo armado vencerá!” La portada aparece en tinta negra, aunque en algunas ediciones figura en tinta de color rojo. Más adelante, se incluirán fotos en blanco y negro en los interiores y algunos detalles en tinta roja. Los editores no privilegian los elementos gráficos, salvo en la portada y alguna imagen en los interiores.

El número 12 de *El Rebelde*, fechado en octubre de 1973, celebra el primer año de la publicación e indica que ésta pasó de “un tiraje de algunos centenares de ejemplares” en su primera aparición, a ser “un órgano ya esperado mes a mes por miles de gentes humildes y honestas de nuestro pueblo”. El editorial explica cuál es la necesidad de que existan órganos de prensa de las organizaciones revolucionarias clandestinas. Frente la represión del régimen militar, se afirma, “el pueblo tiene que aprender a luchar con medios secretos, así como de lucha masiva abierta, para golpear a la tiranía y a los explotadores por todos lados, sin darles descanso”. Esta frase coincide con la concepción de “conjugar todas las formas de lucha” tomando como vértice la lucha guerrillera, esa que está descrita como la que “golpea a la tiranía por todos lados, sin darle descanso”. Un órgano de prensa sería un elemento estratégico, por cuanto cumpliría los papeles de “orientador, propagandista, agitador y organizador del pueblo”. Además, la prensa clandestina sería un arma de combate de la ideología de la clase dominante, entendiendo la palabra ideología en un sentido negativo, como ocultamiento o distorsión de la realidad para servir a los intereses de dominación. Así, si la “prensa reaccionaria[,] servidora de los opresores[,] miente sin límites, deforma la realidad, engaña, confunde y presenta el ángulo que conviene a los explotadores”, la prensa revolucionaria “hace brillar la verdad, desenmascara la mentira de los reaccionarios, pone de relieve sus intenciones, sus planes, sus métodos de opresión; orienta al pueblo a la lucha por su definitiva liberación”⁸¹.

La elección del nombre de un periódico es algo crucial. Condensa la identidad del grupo editor o resume su ideario. *Estrella roja* retoma el nombre del primer periódico del sector universitario del Partido Comunista Salvadoreño (PCS) en los años 30, el que fuera dirigido por Farabundo Martí, Alfonso Luna y Mario Zapata:

81. “Editorial”. En: *El Rebelde*, N° 12 (Octubre de 1973), pp. 1-2.

Revivir ese título implicaba decir que las concepciones y la práctica revolucionarias de la primera generación de comunistas salvadoreños —la del 32— estaban vivas. Y que las FPL, organización político-militar originada de una escisión del PCS la hacía suya, porque otros, a juicio de sus miembros, la habían abandonado. En diciembre de 1973 se cumplió la aspiración de retomar una publicación que existía en la época de los comunistas del 32 llamada *Estrella Roja*. A partir de entonces se comenzó a editar un órgano para la educación de la membresía, pero también para colaboradores, simpatizantes, amigos, y para sectores sociales que les interesaban. Ese fue un material de estudio obligatorio⁸².

Estrella roja tiene un papel distinto a *El Rebelde*. Este, como vimos en su momento, era un órgano de agitación y de divulgación del pensamiento y la acción de las FPL, tanto para las bases de la organización, como para la población en general. *Estrella roja* era un “órgano teórico”. En este aspecto, como en otros muchos, las FPL coincidían grandemente con determinadas concepciones del PCS, sobre todo, en su pedagogía política. Y en esto, pues, ambas organizaciones se distancian de aquella que sería su polo opuesto, el ERP.

El primer número, aparecido en diciembre de 1973, en formato tamaño carta, mecanografiado y reproducido con esténcil a una tinta, desarrolla los fundamentos políticos de la organización, entre cuestiones de táctica y estrategia, la concepción de la clase obrera como la clase fundamental de la revolución social, los objetivos de ésta, la relevancia de las condiciones objetivas y subjetivas, así como las alianzas de clase.

La publicación estaba dirigida a la formación de los cuadros dirigentes. En ella, se planteaban las concepciones estratégicas que sustentaban la línea política de la organización. Esta se reconoce como marxista-leninista. El objetivo de *Estrella roja* es “la elevación ideológica, teórica y política de sus miembros y colaboradores, con el objetivo de que esta organización revolucionaria político-militar pueda orientar eficazmente al pueblo para incorporarlo a la lucha revolucionaria”⁸³.

82. Marta Harnecker, *Op. Cit.* p. 86.

83. “Editorial”. En: *Estrella Roja*, N° 1 (Diciembre de 1973), pp. 1-2.

2.2.6 La prensa clandestina en los procesos revolucionarios de México

2.2.6.1 La prensa insurgente *El Despertador Americano y Sud*

La imprenta fue un instrumento fundamental para la propagación de la causa insurgente en México, cuyas publicaciones circularon en forma clandestina y en periodos breves, los impresos se desarrollaron en talleres de provincia o en prensas improvisadas portátiles, ya que las imprentas de la ciudad de México, estaban controladas casi en su totalidad por las autoridades civiles, eclesiásticas y militares⁸⁴.

El movimiento de Miguel Hidalgo y Costilla fue continuado por José María Morelos y Pavón y por Ignacio López Rayón. Este levantamiento insurgente fue un suceso relevante para el desarrollo de las imprentas y para la multiplicación de los periódicos. Durante el movimiento encabezado por los tres caudillos, las prensas, algunas clandestinas y otras no, se unieron para imprimir los periódicos insurgentes. Quienes encabezaron el levantamiento se preocuparon por la divulgación de sus ideas y se dieron a la tarea de informar acerca de sus acciones militares. Francisco Severo Maldonado se presentó ante Hidalgo en Guadalajara para proponerle una publicación periódica que se utilizaría para propagar sus ideas. Así nació el primer periódico insurgente, *El Despertador Americano. Correo Político Económico de Guadalajara* (imagen 2.16) redactado por Maldonado y José Ángel de la Sierra. Este periódico pretendía explicar las razones del enfrentamiento armado, así como promover la colaboración de la sociedad y reprobaba las condiciones sociales del régimen colonial impuesto.

Los sucesos políticos fueron determinantes para que la actividad de las imprentas tomara una nueva postura. Ya que durante el periodo de la Colonia la palabra impresa circuló a través de libros, papeles y, en el último siglo, de gacetas, la situación se transformó completamente en los albores de la independencia. La cantidad de impresos se multiplicó, pero ya no fueron los libros el producto principal de las imprentas. Los pliegos sueltos, panfletos o folletos, seguidos de los periódicos, llegaron a formar el volumen mayor de impresos⁸⁵.

84. María Teresa Bosque Lastra, *Origen, Desarrollo y Proyección de la Imprenta en México*. México: UNAM. 1981. ,

85. R. Cruz, *El Movimiento de la Independencia y la Prensa Novohispana*. [En línea]. Disponible en: http://www.bicentenario.com.mx/CGI-BIN/Galeria/albums/44/BICENTENARIO_prensaNovo.pdf [2006, septiembre 2].

EL DESPERTADOR AMERICANO.
CORREO POLÍTICO ECONÓMICO DE GUADA-
LAXARA DEL JUEVES 20 DE DICIEMBRE DE 1810.

..... *Ergo fungar vice cotis, acutum
reddere quae ferrum valet, exsors ipsa secandi.*

Horat.

A TODOS LOS HABITANTES DE AMÉRICA.

Europeos establecidos en América: desde el principio de la invasión de la Monarquía por los Franceses, no habeis cesado de darnos las mas fuertes, las mas violentas sospechas de que sois Reos (a) de Alta Traycion. Desde aquella época azarosa, habeis estado repitiendo incesantemente á la faz del Mundo entero los Juramentos mas solemnes de vencer, ó morir por la Religion, y por Fernando, atacados juntamente por los Vándalos modernos; y os habeis empeñado al mismo tiempo con una obstinacion inaudita á permanecer indefensos: habeis jurado conseguir un fin; y os habeis resistido á adoptar los medios unicos conducentes á su logro: haciendo de este modo vano é ilusorio uno de los actos mas sagra-

(a) Ha habido, y hay entre nosotros Españoles de una probidad superior á toda justo reproche. Aquí hablamos de los que han mantenido una correspondencia criminal con el intruso Josef, de los que se han opuesto á la defensa de la América para facilitar la entrada en ella á los Gales y que han tratado de perpetuar nuestra esclavitud.

El Despertador Americano, es considerado el primer órgano del que se valió la causa. A partir de éste periódico de Hidalgo, fue muy notorio que los periódicos que se editaron sirvieron como bandera de lucha ideológica de grupos precursores de las transformaciones sociales que buscaban en un México independiente. También con esa necesidad de divulgación ideológica, se propició la proliferación de los talleres de impresión en distintas ciudades. Como consecuencia de esto se incrementa la politización en Nueva España, y se multiplica la edición de periódicos. El diseño del periódico de Hidalgo correspondía al estilo tipográfico imperante en la Nueva España, sobre todo, teniendo como referencia la publicación *Gaceta de México*.

Los medios masivos de comunicación (prensa, folletos y libros) de hace 200 años estaban todos en manos del gobierno español y sus burócratas a ambos lados del mar. Las imprentas permanecían bajo el dominio del clero realista. El papel y las herramientas no eran comunes ni podían comercializarse libremente. Ya existía, por ejemplo, la famosa *Gaceta de México* y también el *Diario de México*, que salía los 365 días del año, pero no sin haber pasado antes por la censura. Su tiraje era de 800 ejemplares diarios. Cuando más llegó a tener ocho páginas tamaño medio oficio, es decir, 16 cm de ancho por 22 cm de alto (aproximadamente), impresas sólo con tinta negra por ambas caras. Carecía de ilustraciones y costaba 2 reales⁸⁶.

El Sud y el Correo Americano del Sur (imagen 2.17) mantuvieron estas características: tamaño equivalente al actual medio oficio, impresión en tinta negra sobre papel muy poroso, el costo era de 2 reales, salían una vez por semana y prometía limitarse a una hojita doblada formando cuatro páginas. El tipógrafo historiador de la imprenta oaxaqueña Juan Pascoe escribió que en total el *Correo Americano del Sur* llegó a constar de 328 páginas⁸⁷. El tiraje estimó que fue de 500 piezas cada edición.

Es precisamente para contrarrestar el uso de lo que hoy llamaríamos “medios masivos de comunicación” novohispanos del obispo de Antequera Antonio Bergosa y Jordán, dueño de la mayoría de púlpitos y superior jerárquico del poseedor de la única imprenta local, que Mo-

86. Carlos Sánchez Silva, *Sud. Continuación del Despertador de Michoacán. Correo Americano del Sur. 1813. La prensa insurgente oaxaqueña*. Oaxaca: IIH-UABJO, INAOE, Fundación Cultural Rodolfo Morales. 2012.

87. Juan Pascoe, *José María Idiáquez. Impresor en el Oratorio de la Congregación de San Felipe Neri de Oaxaca. 1807-1826*. México: Fundación Alfredo Harp Helú Oaxaca, UABJO, Biblioteca Burgoa. 2012.

relos le pide a Antonio de Herrera primero y después a Carlos María de Bustamante que publiquen un periódico afín a la causa insurgente que combata los “[...] miserables folletos en que con títulos espaciosos [...] enmascaran el error, el artificio y la calumnia, he aquí los canales infectos por donde a merced de la impresión se derrama en torrentes el veneno que a despecho de la ilustración aislada multiplica lastimosamente las víctimas del engaño”⁸⁸.

Si observamos el diseño de éstos, podemos ver que, aunque refunfunando de la modestia de la imprenta oaxaqueña, Herrera y Bustamante le dieron a sus publicaciones el mismo diseño gráfico que tenían los medios impresos de mayor prosapia como el *Diario de México*, *El Jugetillo* y la misma *Gaceta de México*, periódico oficial del régimen colonial (imagen 2.17).

Así que esto contradice, el primer desencuentro de los periodistas insurgentes con la imprenta de Idiáquez, dado que pudieron hacer con ella un periódico tal como lo hacían en la ciudad de México.⁸⁹

Morelos designó a José María de Herrera —también sacerdote— que se encargara de la edición del *Sud*. Este hombre sabía que la imprenta habría que explotarla para la causa. Había ido a Estados Unidos donde compró una imprenta, tipos y 50 resmas de papel. Una resma de papel equivale a 4 kilogramos de producto, así que 50 resmas eran unos 200 kilos, suficiente para imprimir miles de hojas. Embarcó todo pero nunca llegó nada. Se supone que el barco naufragó al partir de Nueva Orleáns... Como sea, nos revela que el papel que España se negaba a vender en su colonia se podría conseguir con los vecinos norteamericanos. El papel siempre fue un problema mayor hasta fines del siglo XIX, cuando se instala la primera papelería mexicana.

Al mismo tiempo, Hidalgo publicaba 2000 ejemplares de su *Despertador Americano*, que solía constar de entre 2 y 8 páginas y se agotaba pese a su alto precio de 25 centavos. El historiador Moisés Guzmán Pérez sostuvo que tanto *El Sud* como el *Correo* tuvieron un “bajo impacto” como periódicos insurgentes en la ciudad. No se vendían y no se leían.⁹⁰ Ante esta afirmación podemos suponer lo siguiente, la prensa de combate circula vigorosamente siempre, si bien no deja dinero por concepto de venta directa al consumidor.

88. Carlos Sánchez Silva, *Op. Cit.*, p 123.

89. Juan Pascoe. *Op. Cit.*

90. Moisés Guzmán Pérez, “La prensa insurgente. Impacto social del periódico *Sud*” conferencia impartida del 27 de enero de 2012 en la B. Burgoa.

El *Sud* y el *Correo*, satanizados desde púlpitos y escritorios como lectura sacrílega, debieron haber gozado del consumo masivo clandestino, debieron haberse beneficiado de la hipocresía local y, sobre todo, debieron haber ampliado la base de apoyo de las nuevas ideas independentistas.

2.2.6.2 La prensa socialista y anarquista a finales del siglo XIX

Para 1853 México se encontraba en el proceso de consolidarse como estado independiente, el país se encontraba convulso después del impulso independentista, sin embargo, el viejo régimen resistía mediante el poder del clero principalmente. Por su parte, poderosos gobernadores y el ejército tenían el control de la tierra, los impuestos y la política. Las reivindicaciones sociales de Hidalgo, Morelos y Guerroo seguían como las principales demandas de los insurgentes: reparto agrario, la ruptura del latifundio, separación de la Iglesia y el Estado, eliminación de impuestos absurdos y la modernización del país en lo económico y en lo político. El enfrentamiento entre liberales y conservadores se daba sobre un marco de atraso económico y social: el país apenas tenía 7 millones de habitantes, dispersos en pueblos y rancherías, los obreros industriales (minería y textiles) apenas rondaban los 60 mil —en 1923 las minas ocupaban 44 mil obreros y los textiles cerca de 3 mil—, las condiciones salariales y de trabajo eran paupérrimas⁹¹.

En la extrema izquierda del liberalismo, semioculto bajo el humo de las batallas contra los conservadores y contra las intervenciones extranjeras, al calor de las insurrecciones campesinas, en el marco de las aspiraciones de los artesanos, en la consciencia aún confusa de un proletariado en formación, en la elucubraciones de algunos sabios de gabinete o de escritores de novelas e, incluso, en las ensañaciones de algún empresario aventurero y conservador, surgieron las primeras manifestaciones del socialismo en México. En lo fundamental se trataba de las aspiraciones de unos pocos liberales radicales inconformes con los resultados moderados de la Guerra de Reforma y de la lucha contra la intervención francesa —la mayor parte de los liberales se deslindarán del socialismo—; sobre todo era una expresión de la lucha de los campesinos y comunidades indígenas, de los pequeños artesanos y propietarios, de un proletariado en formación.

91. José C. Valadés, *El socialismo libertario mexicano (siglo XIX)*, México: Para leer en libertad, 2010, p. 18.

Así, el primer socialismo en México es uno que se reviste de una abigarrada mezcla de ideas liberales, cristianas, moralistas, nacionalistas; retoma algunas frases de los evangelios, algunas nociones de Fourier (el falansterio), de Saint Simon (la modernización e identificación de los obreros e industriales como clases productoras), de Owen (el cooperativismo), algunas frases de Proudhon (el rechazo a la política y la idea de que “toda propiedad es robo”), los ecos lejanos de la revolución europea de 1848, de la Comuna de París, algunas noticias inspiradoras sobre la fundación de la Primera Internacional.

A pesar de las inevitables limitaciones propias de su tiempo y circunstancias, en sus mejores exponentes, las ideas socialistas conectan con el pueblo, generan grupos de discusión y debate, abanderan insurrecciones, promueven las primeras huelgas y aglutinan a la primera organización obrera del país: la Cartilla Socialista de Rhodakanaty (1861), la fundación de círculos de estudio socialistas (1863), la insurrección socialista en Chalco con su “manifiesto a todos los oprimidos de México y el universo” (documento conmovedor de 1869), la fundación de El Gran Círculo de Obreros de México (1871), el primer Congreso Obrero (1876), la fundación de La Social (1877), la publicación a partir de 1871 de periódicos como *El Socialista*, *Revolución Social*, *El Hijo del Trabajo*, *La Internacional*; la fundación del Partido Socialista (1878), la insurrección en la Sierra Gorda con el Plan Socialista (1879), la insurrección en San Martín Texmelucan con La Ley del Pueblo (1879), la primera publicación por *El Socialista* de El Manifiesto Comunista en México (1884), etc., son todos ejemplos de ello. Estos iniciadores retoman las ideas radicales de Morelos, adelantan las consignas principales de la Revolución Mexicana y los postulados de Ricardo Flores Magón, los más lúcidos exponentes señalarán el peligro de la anexión americana, la necesidad del armamento del pueblo, el reparto agrario, hablarán de la necesidad de una revolución y atisbarán ideas internacionalistas.

Estos pioneros ayudaron a dar expresión a las primeras luchas netamente obreras en nuestro país, a las primeras huelgas, insurrecciones socialistas y organizaciones con funciones sindicales; intentaron unificar a toda la clase obrera del país; formaron periódicos que sirvieron como medios de difusión de un socialismo primitivo que fue en aquél momento el laboratorio de ideas del movimiento obrero mexicano. Lo construido por esta primera oleada de pioneros colapsó a inicios de la octava década del siglo XIX producto de la represión de sus mejores cuadros, pero sobre todo por el

proceso de cooptación porfirista que logró retrasar la consciencia de la clase obrera a un mutualismo que ya estaba siendo superado.

Así, el 20 de marzo de 1871 se funda El Gran Círculo de Obreros de México, primera organización proletaria del país que se propone enarbolar los intereses de la clase trabajadora. También se funda La Social —después se refundará de nuevo— en ese mismo año, que pretende aglutinar a los trabajadores socialistas, aunque permanecen los fines altruistas confusos propios del primer socialismo. El impacto de la Comuna de París también inflamó de entusiasmo a los sectores más militantes del movimiento, con el objetivo de difundir el Socialismo y la Comuna se fundan periódicos como *La Tribuna* y, destacadamente, el 9 de julio de 1871, *El Socialista* (imagen 2.18); en el cintillo de este periódico se leía “periódico semanario destinado a defender los derechos e intereses de la clase trabajadora”.

La labor de periódicos como *El Socialista*, *El Hijo del Trabajo*, *La Internacional* y *Revolución Social* fue la de exponer la confusa voz del proletariado que tomaba “consciencia para sí”. En sus páginas se desarrolló por primera vez el periodismo social. Aunque, como es obvio, las páginas de *El Socialista* solían expresar un socialismo moral, cristiano, ecléctico; un día un artículo anarquista, el otro uno favorable al gobierno liberal; también dieron a conocer por primera vez en México *El Manifiesto del Partido Comunista* de Marx. Paco Ignacio Taibo II señala que “Marx no se conoció en los ámbitos partidarios hasta 1925 (El Manifiesto se edita seis años después de haber nacido el Partido Comunista (PC))”⁹²; probablemente se refiere sólo a lo que respecta al PC porque en realidad El Manifiesto se publicó en México en 1884, aunque lo publicó un periódico que ya había moderado mucho su línea política y había caído bajo la influencia del gobierno.

En el mes de julio de 1871 los impresores Juan de Mata Rivera y Francisco de Paula González fundaron en la Ciudad de México el periódico *El Socialista*, cuyo lema y características variaron a lo largo de sus 17 años de vida, de acuerdo con la dinámica que observó el movimiento artesanal obrero en ese lapso, sin embargo, a pesar de que durante su historia fue órgano de organizaciones diferentes, el editor y representante de *El Socialista* fue, con breves interrupciones, la misma persona entre 1871 y 1888: un impresor descendiente de españoles, Juan de Mata Rivera, que vivió entre

92. Paco Ignacio Taibo II, *Los Bolshevikis. Historia narrativa de los orígenes del comunismo en México (1919-1925)*, México: Joaquín Mortiz, 1986, p. 13.

talleres tipográficos y sociedades mutualistas, fue discípulo de Rhodakanaty en la escuela panteosófica, lo cual quizá lo inclinó a servir a los desposeídos mediante su periódico, en el que se difundieron las ideas de Fourier y Proudhon.

Posteriormente, en 1876, un grupo decide escindirse de El Gran Círculo y formar su propia publicación más radical llamada *El hijo del Trabajo* (imagen 2.19). Es imposible afirmarlo con exactitud, pero probablemente la decisión del grupo radical favoreció el proceso de cooptación de El Gran Círculo.

El Hijo del Trabajo apareció por primera vez en abril de 1876. Durante los nueve años de su existencia, representó, dentro de una corriente que luchaba por lograr mejores condiciones de vida para los trabajadores, quizá a la fracción más radical, es decir, a la fracción que más duramente fustigó a los gobiernos indiferentes a los sufrimientos de los trabajadores, y a la soberbia de la burguesía, renuente a reconocer que en su opulencia se encontraba la raíz de la miseria de otros.

Su primer editor propietario, José Muñuzuri, emigrado español, había editado anteriormente *La Huelga*, de abril a diciembre de 1875. *El Hijo del Trabajo* aparecía los lunes hasta sus primeros diez números, y posteriormente los domingos; su precio era de tres centavos. Se publicaba con el subtítulo de *Periódico destinado a la defensa de la clase obrera, y propagador de las doctrinas socialistas en México*. Debajo del subtítulo colocaba las siguientes frases de Babeuf: *El trabajo y la riqueza deben ser patrimonio general; hay opresión cuando el que trabaja está exento de todo, y el que nada en la abundancia disfruta sin trabajo de los placeres que ella proporciona; en una verdadera sociedad no deben haber pobres ni ricos; los ricos que no quieran renunciar a lo superfluo en favor de los indigentes, son los enemigos del pueblo*.

Desde sus primeros números, *El Hijo del Trabajo* comienza una batalla feroz contra otros periódicos como *El Socialista* que sobre todo, se encontraban preocupados por la política; es decir, por la reelección de Lerdo de Tejada, y por tratar de obtener prebendas a cambio de su apoyo, el cual otorgaban a nombre de la clase obrera en general, y que habían descuidado la protección de los verdaderos intereses de las clases trabajadoras. Para ese entonces, Lerdo intentaba reelegirse, y contaba con el apoyo de una fracción del Gran Círculo de Obreros, la agrupación de trabajadores más fuerte de la época. Ante el problema de la reelección, los obreros y sus agrupaciones se encontraban fuertemente divididos entre reeleccionistas y antirreeleccionistas. El propio Círculo de Obreros se escinde y la



Imagen 2.19. *El Hijo del Trabajo*, órgano de la escisión de El Gran Círculo dirigida por Zalacosta, 1876.



Imagen 2.20. *La internacional*, órgano de La Social, 1877.

fracción antirreeleccionista, encabezada por Francisco de P. González, forma el Gran Círculo de la Unión, que ataca al Gran Círculo, acusándolo de vender el nombre de sus hermanos de clase. Así como el Gran Círculo tenía en *El Socialista* a su órgano oficial, el Círculo de la Unión declara como suyo a *El Hijo del Trabajo* en julio de 1876. Un año después, *El Hijo del Trabajo* apoya al gobierno de Díaz pero los irreductibles Rhodakanaty y Zalacosta deciden refundar *La Social* (1877), se desecha la filantropía a favor de la revolución social; aún en un lenguaje que habla en nombre del género humano se declaran internacionalistas. *La Social* establece como principios la independencia de clase, la oposición de los intereses de obreros y patronos, la necesidad de la revolución social, se proclaman socialistas revolucionarios para diferenciarse de los oportunistas. Fundan un nuevo periódico llamado *La Internacional* (imagen 2.20). Sin duda, con todo y sus limitaciones, se trata de conclusiones importantes.

La Internacional fue un periódico editado no tanto con base al mero voluntarismo de su editor responsable, sino más bien se encuentra enmarcado dentro de la dinámica de lucha de grupos específicos que buscaban objetivos mucho más ambiciosos que la simple edición de un periódico. En las páginas de *La Internacional* se expresa el sentir, los anhelos y las luchas de esa parte del movimiento obrero mexicano. Prueba de esto la encontramos en el Programa Internacionalista, insertado en cada uno de los números de este vocero⁹³. Los doce puntos de que consta ese Programa internacionalista⁹⁴, encierran claramente los objetivos políticos, sociales, económicos y culturales por los que bregaba esa parte del proletariado militante mexicano de aquellos años.

De *La Internacional* se editaron once ejemplares, su aparición era semanal, autocalificándose como semanario consagrado ex-

93. Carlos Illades, *Las otras ideas: estudio sobre el primer socialismo en México, 1850-1935*, México: Editorial Era, 2008, p. 150.

94. 1) República Social Universal, una e indivisible; 2) solución del gobierno en contrato social; 3) administración municipal autónoma; 4) ley agraria para el apeo y deslinde de terrenos amortizados; 5) liquidación de intereses urbanos; 6) reemplazo del ejército por falanges industriales; 7) emancipación rehabilitaría y educación integral de la mujer; 8) neutralización de la potencia explotadora del capital sobre el trabajo; 9) nivelación gradual y equilibrada de la propiedad; 10) abolición del salario y, entre tanto, procurar, por medio de la huelga, el alza de los jornales industriales y agrícolas; 11) organización del Falansterio Societario y formación de bancos territoriales, para la reglamentación del trabajo y aseguramiento de la venta de los productos; 12) establecimiento de la zona libre y apertura del mercado a todos los países del globo. Tomado de: Carlos Illades, *Las otras ideas: estudio sobre el primer socialismo en México, 1850-1935*, México: Editorial Era, 2008, p. 177.

clusivamente a la propaganda teórico-práctica del socialismo para la defensa de los pueblos, redención de la clase obrera y proletaria, emancipación de la mujer y organización agrícola-industrial de la República, cuyo lema era: Igualdad, Progreso y Solidaridad.

Editado en tamaño carta, compuesto con tipos móviles e impreso a una tinta, el diseño del periódico retoma el estilo de la mayoría de los periódicos de la época. *La Internacional* resulta un periódico sumamente austero con respecto a su visualidad, cuatro páginas con una retícula de dos columnas, el único recurso tipográfico es el uso de filetes para jerarquizar el espacio. Este patrón de diseño se va a repetir en la mayoría de los periódicos que hemos mencionado en este apartado, es de destacar el predominio total del texto sobre la imagen.

2.2.6.3 La prensa revolucionaria. *Regeneración* en la Revolución mexicana

El siglo XX estaba preparado para reportar su primera revolución: la mexicana. Preparado porque ya contaba con tinta, papel e imprentas y un puñado de intelectuales y militantes dispuestos a sacudir a través de la palabra impresa a la incipiente sociedad mexicana. La prensa durante esta etapa se convirtió en una forma de hacer frente al régimen porfirista y por eso mismo, varias de esas publicaciones fueron víctimas de cierres, persecuciones y encarcelamiento de varios de sus militantes.

Uno de los periódicos precursores del periodismo combativo fue *Regeneración* (imagen 2.21). Fundado 10 años antes del inicio de la revolución por los hermanos Enrique, Jesús y Ricardo Flores Magón junto con Antonio Horcasitas, se encargó durante 18 años de informar a los obreros, campesinos y proletarios en general; la situación política y social del México de Porfirio Díaz y posteriormente del México que vivía una revolución en trámite. Debido a la persecución política de la que fueron objeto los editores y de la destrucción de equipo de imprenta por parte del gobierno dictador, *Regeneración* tuvo una vida intermitente.

Un personaje que fue un férreo opositor al régimen de Porfirio Díaz fue Práxedes Gilberto Guerrero, quien era colaborador de los hermanos Flores Magón en el *Regeneración*. Su oposición al régimen lo llevó a editar varios periódicos. El primero de ellos durante su estancia en San Francisco en 1905 llamado *Alba Roja*. En realidad es nula la información que existe sobre esta publicación, ya que no sobrevive ninguna copia, pero por su título podemos suponer



Imagen 2.21. *Regeneración*, órgano del Partido Liberal Mexicano, 1900-1918. Páginas de los números correspondientes a los incios de las cuatro etapas del periódico.

que era de temática revolucionaria y muy probablemente iba dirigido a los trabajadores mexicanos en Estados Unidos. Durante 1907 y 1908 aparece en Los Ángeles el semanario *Revolución*, del cual Guerrero se convierte en colaborador. Luego en 1909 edita *Punto Rojo*, también desde el país norteamericano. En dicha publicación se exhortaba a la huelga general en México con el objetivo de derrocar al general Díaz. La vida de esta publicación fue muy breve, pues al año siguiente de su fundación la policía descubrió el lugar en donde se imprimía.

Hubo un periódico-revista también en oposición a Díaz que adoptó un tono satírico, cuyo nombre fue *El Hijo del Ahuizote*. Su crítica al régimen la hacían principalmente por medio de caricaturas, llegando a colaborar en sus páginas el pintor José Guadalupe Posada. La publicación fue víctima de clausura; pero desafiando al régimen los editores siguieron publicando el periódico aunque con otros nombres: *El Padre del Ahuizote*, *El Nieto del Ahuizote* y *El Bisnieto del Ahuizote*. Dichas ediciones sólo sobrevivieron un tiempo fugaz.

Si se atacaba tan fuertemente al gobierno porfirista, era porque éste tenía en su poder a gran parte de la prensa nacional. Como el caso de *El Imparcial*, uno de los diarios más importantes del porfiriato y fundado por Rafael Reyes Spíndola en 1896. En su inicio estuvo subsidiado por el presidente Díaz. De imparcial tenía poco, o nada, pues durante la dictadura porfiriana solía llenar sus páginas con elogios a éste, para después convertirse en un periódico huertista. Cerró en 1914 cuando las fuerzas constitucionalistas entraron a la capital del país.

Francisco I. Madero también utilizó la prensa para ganar adeptos. En 1904 en Coahuila funda *El Demócrata*. Luego en 1909 periodistas con afinidad a Madero lanzan en apoyo político los periódicos *El Antirreleccionista*, *El Renacimiento* y *El Constitucionalista*. Todos ellos con propaganda contra el porfiriato.

De todos el periódico que tuvo una mayor trascendencia en el proceso revolucionario fue *Regeneración*. La publicación del medio impreso pasó por varias etapas de clandestinidad por parte de sus autores, pero en ninguna de sus etapas dejó de insistir en sus planteamientos políticos revolucionarios. La primera imprenta que ocuparon los Magón para la impresión de *Regeneración* fue Tipografía Literaria en al calle de Betlemitas 8, que pertenecía a Filomeno Mata⁹⁵, personaje que en mayo de 1909 sería uno de los nueve miembros

del Consejo Ejecutivo del Centro Antirreeleccionista de Madero ya como un reconocido periodista revolucionario pues en la ciudad de México fundó *El Diario del Hogar*, publicación que le costó múltiples arrestos, a fines de 1893 había sido encarcelado cuarenta y cinco veces en Belén⁹⁶ sólo la enfermedad en 1911 logró hacerlo renunciar como editor, por su enfermedad cedió “El Diario del Hogar” a Juan Sarabia un distinguido magonista que se convirtió a maderista lo que le costó el afecto de Ricardo Flores Magón.

La segunda imprenta que ocuparon fue Tipografía De Velez utilizada por primera vez en mayo 31 de 1901, el número 40, 41 y 42 es con esta imprenta, del 43 al 45 no aparece ninguna firma de imprenta, es en el número 46, julio 15 de 1901 que aparece Tipografía de J.S. Torres hasta el número 56. El número 57 es el último que apareció en la Ciudad de México y lo firma la imprenta Tipografía de T. W. Smith.

Regeneración en su primera y segunda época carecen de imágenes, sólo existen viñetas, es hasta 1910 en donde encontramos algunas fotos y unas ilustraciones en el mismo año. Las viñetas en cambio son constantes en su publicación intermitente durante 18 años.

2.2.6.4 La prensa clandestina en el México de abajo durante el siglo XX

A partir de 1910, México impugnó un orden fundado en la injusticia y la exclusión. Nadie podía imaginar que esa impugnación asumiría las formas de una revolución política primera y social después. Muchas fuerzas sociales entraron en pugna política durante el período de configuración del Estado mexicano. Una de esas fuerzas políticas es la que se materializó en noviembre de 1919 con la creación del Partido Comunista Mexicano (PCM), el cual desde un principio se opuso a esa expresión del Poder de injusticia y exclusión.

Influido por el impulso político de la Revolución Socialista rusa, el PCM se consolida como partido del movimiento comunista mundial. Durante el año de 1921 el PCM fue el núcleo formador de la Confederación General de Trabajadores (CGT), esto como parte de los esfuerzos de descentralizar a la CROM la organización obrera

96. Ethel Duffy Turner, *Ricardo Flores Magón y el Partido Liberal Mexicano*. México: Instituto Nacional de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana, 2003, p. 87.

más poderosa de la época y que probaba no ser de real apoyo con los trabajadores. La CGT adoptó como principios fundamentales la *lucha de clases y la acción directa*, que implicaba la exclusión de toda clase de participación política y aunque ésta organización nace vinculada a la Internacional Sindical Roja, dirigida por Moscú, al realizar su primer Congreso, la influencia de los anarquistas propicia su separación de la Internacional y el rompimiento con los comunistas del país.

Durante sus primeros años, el PCM vivió los mismos conflictos ideológicos que enfrentó el movimiento comunista en el mundo, estos provocados por la división entre estalinismo y trotskismo que causó conflictos a su interior relacionados con sus militantes. Desde un principio, el PCM sabía de la necesidad de poseer un órgano de información de clase que ayudará a entender y dirimir estas posiciones con respecto a los conflictos heredados por la Unión Soviética.

En marzo de 1924, surge *El Machete* (imagen 2.22) como la publicación periódica de un grupo de artistas organizados en el Sindicato de Obreros Técnicos, Pintores y Escultores de México, el cual incluía a Diego Rivera, David Alfaro Siqueiros, José Clemente Orozco y Xavier Guerrero, entre otros. Su diseño confirmaba el tono y la orientación del periódico, además de anunciar la importancia que tendría el lenguaje visual en la publicación. En la portada, anclado en la esquina superior izquierda, se encontraba un grabado rojo brillante de una mano empuñando un machete, debajo de él podía leerse un poema de Graciela Amador que declaraba:

El Machete sirve para cortar caña,
para abrir las veredas en los bosques umbríos,
decapitar culebras,
tronchar toda cizaña,
y humillar la soberbia de los impíos ricos⁹⁷.

La función del periódico era informar a las masas de manera sucinta y variada. Desde sus páginas se combatía el colonialismo estético, clarificando la función del arte en el contexto posrevolucionario y enfatizando la significación que tenían el arte popular y el pasado mesoamericano en la búsqueda de una nueva identidad estética.

SUMARIO

CONTENIDO DE ESTE SUPLENTO...
El Partido Comunista Mexicano...
El Partido Comunista Mexicano...

SUPLENTO DE



LA TOMA DEL PODER...
El Partido Comunista Mexicano...

NUM. 302

MEXICO CIUDAD

Miércoles 7 de Noviembre de 1935

El Partido Comunista Mexicano...

A 18 AÑOS DE LA REVOLUCION PROLETARIA



LA TOMA DEL PODER

El Partido Comunista Mexicano...
El Partido Comunista Mexicano...
El Partido Comunista Mexicano...

Imagen 2.22. El Machete, órgano del Partido Comunista Mexicano, 1924-1938.

Una parte sustancial de la publicación en esta etapa fueron los famosos corridos ilustrados, escritos por Graciela Amador e ilustrados por Guerrero, Orozco y Siqueiros, mediante grabados en madera o fotograbados⁹⁸. El diario convertido en trinchera ideológica del sindicato, criticaba las actitudes contrarrevolucionarias de algunos sectores de la burguesía, criticaba enérgicamente al imperialismo norteamericano, insistía en las profundas diferencias de clase de la sociedad posrevolucionaria y planteaba durísimos cuestionamientos a la intelectualidad que combatía el camino trazado desde la ideología revolucionaria.

A pesar de la salida de Diego Rivera del sindicato en agosto de 1924 y de su eventual disolución, *El Machete* se continuó publicando regularmente durante ese año, en parte, fortalecido por la participación de José Clemente Orozco. A finales de octubre, el periódico anunció su nuevo estatus como órgano oficial de la Liga de Impresores, Escritores y Dibujantes Revolucionarios —a la que es posible pensar como sucesora del sindicato—, probablemente con lazos más estrechos con el Partido Comunista.

En la primavera de 1925, el editorial insinuó el problema financiero del periódico⁹⁹; a mediados de marzo, después de ser editado continuamente durante un año, la publicación se interrumpió durante seis semanas. Los problemas financieros del periódico fueron resueltos de manera temporal, o al menos atenuados, por el Partido Comunista de México (PCM).

Cuando reapareció el 1 de mayo, se declaró como el órgano oficial de dicho partido y “[...] el ‘filoso’ (como lo llamaba cariñosamente el pueblo) se destacó en el ámbito nacional como el principal agitador, organizador y orientador de las masas revolucionarias”¹⁰⁰. De los artistas fundadores, sólo Xavier Guerrero continuó más allá del primer año. El tamaño y la originalidad de las imágenes fueron disminuyendo y, eventualmente, cedieron ante las fotografías —incluyendo las fotos icónicas que Tina Modotti tomó de trabajadores y campesinos— con colaboraciones esporádicas de una nueva generación de artistas gráficos como Leopoldo Méndez y Luis Arenal.

La crisis económica mundial de 1929–1934 sacudió en lo más profundo a la vulnerable economía mexicana de la primer década pos-

98. *Ibid.*, p. 109.

99. “¿Morirá El Machete?”, es la pregunta en el encabezado de *El Machete* del 19 de febrero de 1925.

100. Mario Gill, *México y la Revolución de Octubre (1917)*, México: Ediciones de Cultura Popular, 1975, p. 26.

revolucionaria y lanzó a las masas populares a una actividad pocas veces vista en el escenario político de nuestro país. A la cabeza de la resistencia de los trabajadores contra la política del maximato se encontraron entonces el PCM y su órgano periodístico *El Machete*. La crisis económica los sorprendió sumidos en la más profunda clandestinidad, a la que habían sido arrojados meses antes. En el prólogo de la edición facsimilar de *El Machete Ilegal*, el político y militante del PCM Arnoldo Martínez Verdugo, hace memoria de estos acontecimientos:

El 6 de junio de 1929 el gobierno de Emilio Portes Gil clausuró las oficinas del Comité Central del PCM y la redacción de *El Machete*. Pero el semanario comunista siguió apareciendo con regularidad hasta el 29 de agosto; ese día el Presidente ordenó a la policía y al cuerpo de bomberos el saqueo y la destrucción de los modestos talleres del gran periódico obrero y campesino fundado en marzo de 1924 por el conocido grupo de pintores revolucionarios¹⁰¹.

No se trataba de un hecho aislado, sino de la culminación de un mediato plan de persecuciones contra el movimiento obrero y campesino revolucionario fraguado a partir del aplastamiento de la rebelión de Manzo y Escobar. En su libro *Quince años de política mexicana* Portes Gil confiesa que ante la negativa de los comunistas a colaborar con el gobierno dio instrucciones para que su actividad fuera perseguida. Allí reconoce haber dictado “medidas enérgicas para terminar con una propaganda que consideré y sigo considerando como la más perjudicial para la Nación”. No es de hoy que la clase política identifica sus intereses de grupo como los de la nación entera.

Con la destrucción de la imprenta de *El Machete*, comenzó el largo período de clandestinidad del Partido Comunista y de las organizaciones revolucionarias, que se prolongaría hasta los primeros meses de 1935. Bajo el acoso de la persecución policíaca, el PCM emprendió la tarea de instalar una imprenta ilegal, con base en una pequeña prensa de tambor, conocida entre los militantes de entonces como La Aurora, regalo de los obreros alemanes al PCM. El 7 de noviembre de 1929, aniversario de la revolución bolchevique, *El Machete* inició su publicación en la ilegalidad. De esta fecha, hasta el 10

101. Arnoldo Martínez Verdugo, *Prólogo a la edición facsimilar de El Machete Ilegal*, Puebla: Universidad Autónoma de Puebla, 1975, p. V.

de septiembre de 1934 se publicaron 124 ediciones del periódico, es decir, aproximadamente una cada 15 días. Corresponden a los números 178 a 302 de la numeración general de *El Machete*. El periódico salía con regularidad y relativamente bien formado y con buena impresión, se tiraban alrededor de 5 o 6 mil ejemplares y nunca dejó de llegar a todas partes. Cientos de militantes lo difundían en las fábricas y los obreros ferroviarios lo trasladaban a distintas regiones del país.

La publicación regular de *El Machete* durante los cinco años de represión callista constituye una hazaña de los comunistas mexicanos; era la demostración de que el Partido había creado un núcleo estable, que aseguraba la labor revolucionaria aún en las más difíciles condiciones. El pequeño filoso mantuvo durante los años de la crisis económica mundial y de la crisis revolucionaria que le siguió, la denuncia implacable de la política reaccionaria y entreguista de los gobiernos del maximato, empeñados en aplastar la resistencia de los obreros y campesinos a la situación de hambre y miseria a que los condenaban la burguesía y los terratenientes.

El diario merece atención en distintos niveles: como el resultado de un momento histórico particular; como un proyecto artístico e ideológico colectivo y como pionero en el desarrollo de una representación gráfica de la Revolución mexicana y sus figuras icónicas. La historiadora Guillermina Bringas resume la importancia del periódico de la siguiente manera:

El Machete [...] fue un periódico que reunió las características necesarias para considerarse un órgano combativo de los trabajadores, pues al informar sobre la situación de los mismos, tanto en el campo como en las ciudades, en la provincia como en la capital, así como sobre las luchas contra la explotación libradas en otros países, perseguía –al menos eso se presupone– identificar los intereses de los campesinos y de los obreros, y cristalizar esta unión en una organización que presionara a fin de que la Revolución Mexicana se despojara de su carácter burgués y tomara un rumbo proletario ¹⁰².

El 16 de septiembre de 1939 *El Machete* es sustituido por el diario *La Voz de México* como el órgano oficial del PCM. El cambio de nombre se

debe al deseo de conquistar nuevos lectores a los que el periódico pudiera atraer sin que estén necesariamente de acuerdo con todas las ideas en él expuestas. Sin embargo el cambio es superficial, pues el periódico mantiene el carácter doctrinarios y dogmático de su antecesor, por lo que no logra aumentar significativamente su cobertura ni aparecer con regularidad regularidad¹⁰³.

Durante 35 años *La Voz de México* fue el órgano central del PCM cediendo su lugar, en 1974, al periódico *Oposición* como órgano del comité central del Partido Comunista Mexicano hasta 1981. Como vemos, el PCM le dedica una especial atención a su prensa; recogió la tradición leninista que considera al periódico como el educador, organizador y agitador del colectivo y, por tanto, eje de la vida del partido.

Por su parte, el movimiento armado que emergió en México en la segunda mitad del siglo xx es un acontecimiento de larga duración, un fenómeno que tuvo diversos episodios y mecanismos que rigieron sus escenarios contenciosos. Diversos movimientos armados y organizaciones clandestinas, con diferentes orígenes y tendencias ideológicas, pueden ser identificados en múltiples regiones del país desde inicios de los años sesenta. Para la década de los 70, la presencia de grupos armados en el país era cuantiosa, pequeños grupos estudiantiles, urbanos y campesinos se organizaban en torno a las armas como vía para la transformación al socialismo.

Como hemos visto, la prensa ha sido una constante acompañante de estos procesos independientemente de la tendencia política de cada organización, y no fue la excepción para estas organizaciones clandestinas. Las raíces de estos movimientos pueden rastrear-se principalmente de tres núcleos organizativos que tomaron fuerza en la década de los cuarentas con el respaldo del cardenismo, el PCM por un lado, el Partido Popular Socialista (PPS) y el Partido Agrario-Obrero Morelense (PAOM). La mayoría de las organizaciones que emergieron en la década de los sesentas, fueron desarrollo o escisiones de dichas agrupaciones políticas¹⁰⁴.

Con el triunfo de la revolución cubana, las fuerzas políticas de la izquierda clandestina toman un impulso considerable en década de los sesentas y miran el horizonte socialista cada vez más cercano. Este impulso puede medirse en el número de organizaciones

103. Silvia González Marín, *Prensa y poder político: la elección presidencial de 1940 en la prensa Mexicana*, México: Siglo XXI, 2006, p 43.

104. Laura Castellanos, *México armado*, México: Editorial Era, 2007.

clandestinas que existían en ese momento, así como en la producción editorial de dichas organizaciones. Una de las tendencias que se escindieron del Partido Comunista fue el *espartaquismo*. Esta tendencia internacional reivindicó a Espartaco, el esclavo, guerrero y estratega que llegó a reunir un ejército de 5 mil luchadores contra la esclavitud. Aquel que, en los años 70 antes de nuestra era, puso en jaque al imperio romano buscando acabar con la esclavitud y, aunque no lo logró, dio inicio a esa gran batalla. En México el espartaquismo vivió unos 20 años (1957-1977), desde las luchas ideológicas al interior del Partido Comunista Mexicano y luego el Partido Obrero Campesino, encabezadas por la “célula Carlos Marx”, hasta la aparición de la revista Autogestión, de abierta tendencia radicalizada y libertaria, el mismo año en que Reyes Heróles lanzó la llamada Reforma Política que abrió el registro de partidos de izquierda ofreciendo subsidios y diputaciones de partido. El espartaquismo, en sus primeros años, reivindicó el “marxismo/leninismo” frente a sus “deformadores” del PCM, el POC y el PPS.

La organización espartaquista en México tuvo diversas agrupaciones y cada una de ellas procuró contar con su órgano de difusión: La Liga Leninista Espartaco que tuvo su periódico llamado *Espartaco* (1961); La Asociación Revolucionaria Espartaco que produjo el periódico Acción Proletaria (1970); La Célula Carlos Marx del Partido Revolucionario del Trabajo cuyo órgano fue el periódico *28 de Marzo* (1964)¹⁰⁵.

Según la historiadora Paulina Fernández, la organización con mayor presencia y donde desembocaron muchas de las alianzas de diversas organizaciones espartaquistas fue la Liga Comunista Espartaco (LCE). Esta agrupación clandestina tuvo un órgano informativo llamado *Militante*, un periódico que tuvo variaciones en su formato a lo largo de su vida organizativa. Es de llamar la atención el cuidado editorial del periódico, debido a que personajes como José Revueltas participaron en la construcción de dicho medio.

En este momento, en otro lugar del país surgía el movimiento guerrillero en el estado de Guerrero. El Partido de los Pobres, creado por Lucio Cabañas fundó un periódico llamado *El Huarachudo. Voz de los pobres de Atoyac*. Ha sido imposible obtener copias de este periódico, su existencia sólo ha sido referenciada en la bibliografía al respecto. Sin embargo, los textos dan testimonio de

su buena recepción entre los pobladores de Guerrero y su importancia en la difusión del movimiento de Cabañas.

Durante esta época, en todo el país surgieron alianzas y escisiones de las organizaciones más grandes, debido a diferencias en la concepción de la lucha y la estrategia a seguir. Uno de estos grupos fue conocido como *Los Procesos*, quienes, en palabras de la periodista Laura Castellanos, buscaban “deslindarse del ‘oportunismo, revisionismo y burocratismo’ sobre el que, en su opinión, se erigía tanto el PCM como su tutor. Consideraban que el Estado soviético había vivido el negro capítulo estalinista y sepultado ‘la verdadera teoría revolucionaria’”¹⁰⁶. Desde esta perspectiva, *Los Procesos* se acercaron a las teorías del viejo y nuevo anarquismo (Bakunin, Flores Magón, Cohn-Bendit), y a la literatura teórica de la llamada Escuela de Fráncfort (Marcuse, Adorno, etcétera) y al novedoso pensamiento de Althusser, además de lecturas clásicas del marxismo.

Los Procesos reconocieron que la posibilidad de establecer la sociedad socialista en la que tuvieran cabida las esperanzas y expectativas de esta juventud volcada hacia las armas nos estaba en sus propias manos. Desde esta reflexión autocrítica deciden fundar un instrumento organizativo para convocar a todos los grupos subversivos, un periódico desde el cual, fuera posible proponer una agenda y una discusión nacional que permitiera la toma de acuerdos generales para construir un frente común de lucha en torno al cual fundar una organización de alcance nacional. Este periódico recibió el nombre de *Madera*, en honor al ataque al Cuartel Madera en Chihuahua. La mayoría de las organizaciones armadas se encontraban diezmadas por la represión y parecían no tener otra posibilidad de seguir con la lucha que la de crecer a partir de la unidad con un sólo proyecto político y militar. Cabe mencionar que, como lo explica Laura Castellanos, en el mismo contexto represivo, otra organización crecía calladamente y lejos de la idea de la “unidad a toda costa” convocada en aquél momento por *Los Procesos*, rechazando hacer acciones de hostigamiento, “expropiaciones” y secuestros, esta organización era: las Fuerzas de Liberación Nacional (FLN), antecedente del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN).

Desde la perspectiva política de *Los procesos* era necesario unificar a los diversos grupos que coincidían en el análisis de la coyuntura política para construir un frente de lucha nacional

106. *Ibid*, p. 208.

que diera pie a la instauración del socialismo en el país. De esta manera surge una de las organizaciones con mayor presencia durante la década de los setentas en México. Laura Castellanos describe el surgimiento de esta organización de la siguiente manera:

El 15 de marzo de 1973, en [...] la ciudad de Guadalajara, tras quince días de intenso trabajo, fue fundada la Liga Comunista 23 de Septiembre (LC23S). Se integraron Los Procesos, Los Guajiros de Baja California, los Enfermos de Sinaloa, La mayoría de los Feroces de Guadalajara, los Lascandones de la Ciudad de México, el MAR 23 de Septiembre de Chihuahua, y luego se sumaron los Macías, que venían del espartaquismo de Monterrey, y la Brigada Roja [...] de la capital mexicana ¹⁰⁷.

La nueva organización armada reivindicaba el comunismo y, por supuesto, al grupo de Arturo Gámiz y Pablo Gómez que había caído un 23 de septiembre de 1965 en Chihuahua. La dirigencia de Los Procesos escribió el documento base de la Liga llamado *Cuestiones fundamentales sobre el movimiento armado en México, manifiesto de la Liga Comunista 23 de Septiembre*, conocido como *Las cuestiones*. En este documento, se esclareció el objetivo inmediato de su lucha: “construir al proletariado como clase, derrocar a la burguesía dominante, y la conquista del poder político por parte del proletariado a través de la conformación de un movimiento único de clase y de crear a su partido y a su ejército”. El antecedente de *Las cuestiones* eran los cuatro primeros números del periódico *Madera* (conocidos como *Maderas viejos* o también como el 1, 2, 3, y 3Bis). Con la fundación de la Liga, nacía una nueva etapa de éste medio de información que sería el órgano oficial de la nueva agrupación armada. Inmediatamente fue creado un comité de prensa el cual fue responsable de su publicación. El lenguaje usado en el periódico era de “cuño marxista, estilo soporífero y de difícil comprensión incluso para algunos de sus propios militantes”¹⁰⁸.

Durante los años setentas, en nuestro país surgió una de las organizaciones que estuvo dotada de una ética singular. Las Fuerzas de Liberación Nacional (FLN), surgidas en Monterrey en 1969 que dieron pie a la creación del Ejército Zapatista de Liberación

107. Laura Castellanos, *op. cit.*, p 207.

108. *Ibid*, p. 208.

Nacional. En 1979 las FLN publicaron un periódico de circulación interna llamado *Nepantla*, en honor a los caídos en el ataque del ejército federal en esa localidad del Morelos.

El Despertador Mexicano es el periódico del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) y, según su editorial:

[...] cumple con la tarea de informar a nuestro pueblo sobre el desarrollo de la guerra justa que hemos declarado a nuestros enemigos de clase. En este primer número presentamos la Declaración de Guerra que hacemos al ejército federal, y se dan a conocer las Órdenes que deben cumplir los Jefes y Oficiales de tropa del EZLN en su avance por el territorio nacional. Así mismo, se presentan las Leyes Revolucionarias que se impondrán, con el apoyo de los pueblos en lucha, en los territorios liberados para garantizar su control revolucionario y las bases para empezar a construir una Patria nueva¹⁰⁹.

El órgano informativo del EZLN fue distribuido por los zapatistas a los medios de comunicación durante el levantamiento armado de enero de 1994. Circuló después en fotocopias entre un público más amplio. Las leyes revolucionarias constituyen uno de los pocos documentos que describen con detalle el tipo de país por el que lucha el EZLN. Es también uno de los pocos que fueron hechos públicos de haber sido clandestinos.

Sólo se conoce públicamente un número del periódico, aunque en algunos comunicados el Subcomandante Insurgente (SCI) Marcos ha mencionado la existencia de más números. En un documento llamado “Instrucciones para cambiar el mundo”, el SCI Marcos envía a la revista *Rebeldía* una serie de textos escritos en los años de clandestinidad en la montaña, y dice: “Algunos de ellos siguieron en el anonimato hasta 1994, cuando los intercalé en algunas cartas. Otros aparecieron en los números posteriores al inicio del alzamiento en *El Despertador Mexicano*, periódico del Ejército Zapatista de Liberación Nacional”¹¹⁰. Como vemos, se hace referencia a la existencia de más números, sin embargo, éstos permanecen en la clandestinidad y por respeto a la organización zapatista no indagaremos sobre ellos, únicamente se hará referencia al número que es público.

109. EZLN, *El despertador Mexicano*, Número 1, diciembre de 1993, México.

110. Subcomandante Insurgente Marcos, *Instrucciones para cambiar el mundo*, Febrero 26, 2004, México.

Como vemos, una de las principales constantes en el quehacer militante de las organizaciones políticas con objetivos revolucionarios, sin importar el calendario, la geografía o la tendencia en su pensamiento, ha sido la producción de medios impresos de comunicación que han funcionado como órganos de información de dichas organizaciones.

Estos medios de comunicación poseen características comunes, tanto en su materialidad como en su contenido, debido a que son fruto de un mismo imaginario político que trascendió fronteras y aportó a la construcción de una identidad colectiva agrupada en torno a una idea sólida, a saber, la justicia y la libertad social para todos.

Una de las principales consecuencias de la existencia de este imaginario político de las izquierdas, es la formación de una cultura política, es decir, las formas de representarse al mundo por parte de estas organizaciones y de explicarse los distintos fenómenos tanto naturales como aquéllos en los que interviene el hombre. La identidad construida a partir del conjunto de símbolos, costumbres y prácticas en relación a la organización del poder a través de la intención de construcción de nuevos espacios donde se adoptan las decisiones que tienen proyección social, espacios donde se define cómo se distribuyen los bienes de una sociedad, o sea, donde se ejerce la relación de mando-obediencia. Podemos definir a esta cultura política como los valores, concepciones, actitudes y prácticas que configuran la percepción subjetiva que tiene un grupo social respecto del poder.

A continuación se analizarán los componentes principales de la cultura visual de la política clandestina de izquierda, con la intención de aportar elementos que ayuden a entender el proceso de identificación política en el proceso de organización clandestina.

La cultura visual de la política clandestina de izquierda

En alguna ocasión hemos señalado que la dignidad se puede definir en relación al mirar al otro, al ser mirados por el otro y al mirarnos a nosotros mismos.

Subcomandante Insurgente Marcos, 28 de noviembre de 2003

3.1 Cultura política y visual de izquierda

La política siempre ha tenido que ver con la mirada, con la ordenación de lo visible y con el universo simbólico de la imagen, es decir, con imágenes estructuradas conforme a imaginarios culturales. Para la *cultura visual*, la visión y las imágenes, las cosas que, aparentemente, resultan automáticas, transparentes y naturales, constituyen en realidad construcciones simbólicas. La visión como construcción cultural tiene una historia relacionada con las prácticas sociales de representación y recepción; y se halla profundamente relacionada con las sociedades humanas, con las éticas y políticas del ver y del ser visto.

El izquierdismo nunca se ha manifestado como una fuerza homogénea, en su interior existen diversas tendencias ideológicas, diversas prácticas, distintos modos de ver y entender el quehacer político. Sin embargo, para el científico social Carlos Aguirre Rojas, a pesar de estas diferencias es posible encontrar lo que podemos llamar una *cultura política de izquierda*¹¹¹, es decir, “una for-

111. El concepto de *cultura política* es bastante contencioso y ha generado interesantes debates sobre su utilidad analítica. Un resumen de la genealogía del concepto aparece en Ronald Formisano, “The Concept of Political Culture” en *Journal of Interdisciplinary History*, XXXI/3, 2001, pp. 393-426.

ma de hacer política y de concebir la militancia”¹¹². Según Aguirre Rojas, “[...] El peso específico de los diversos componentes de esta cultura política varía según los actores específicos que se analicen (obreros, militantes, partidarios, intelectuales, estudiantes universitarios, etc.)”¹¹³. Pero de forma general se puede considerar que la cultura política de izquierda está conformada por los siguientes rasgos característicos, que deben ser identificados como una tendencia, porque la diversidad misma de la izquierda ha elaborado matices en los siguientes postulados:

- 1) Una visión de la política como compromiso vital, a tiempo completo y que tenía todas las facetas de la vida pública y privada, si bien el grado en que cada militante vivía este compromiso variaba mucho en cada caso;
- 2) Una clara inclinación a pensar la inevitabilidad y proximidad de la revolución, que conducía, por un lado, a reforzar la moral y el convencimiento respecto de la justeza y corrección de su propia opción y práctica política y, por otro, a apostar por la agudización de las contradicciones como estrategia para alcanzar ciertos objetivos en el menor tiempo posible;
- 3) Un esfuerzo constante por definir e imponer la línea o interpretación correcta utilizando como herramientas el debate, la polémica y la teoría, casi siempre marxista y, por lo general, dogmáticamente aplicada;
- 4) Una cierta cultura sectaria que incluía el secretismo, el convencimiento de poseer la verdad y una disposición algo exacerbada a la ruptura con aquellos que no la compartían.

Aguirre Rojas nos habla de un elemento adicional y que resulta de vital importancia para el objeto de estudio de este trabajo. Este elemento ha caracterizado con mayor cohesión a esa cultura política de izquierda:

112. Carlos Aguirre Rojas, “Cultura política de izquierda y cultura impresa en el Perú contemporáneo (1968-1990): Alberto Flores Galindo y la formación de un intelectual público”, en *Militantes, intelectuales y Revolucionarios. Ensayos sobre marxismo e izquierda en América Latina*, Carlos Aguirre Rojas (comp.), Ciudad de México: A Contracorriente, 2014, p. 271.

113. *Ibid.*, p. 272.

[...] se trataba de una forma de hacer política en la cual *la palabra impresa* desempeñaba un papel crucial. El uso extenso y constante de volantes, panfletos, revistas semanales, suplementos culturales, libros, boletines partidarios, documentos doctrinarios, publicaciones efímeras de *denuncia*, afiches y otros se intensificó en una medida que no tenía precedentes y que tampoco tenía comparación en los demás grupos políticos. [...] Ser militante o activista y no saber usar un mimeógrafo era prácticamente impensable. La producción de todo tipo de textos, elaborados artesanalmente en imprentas semiclandestinas o clandestinas y a lo largo de agotadoras jornadas nocturnas, era un elemento sustantivo de la militancia revolucionaria, un verdadero *rite de passage*¹¹⁴.

Si podemos hablar de un elemento articulador y de un eje rector de la cultura política de izquierda es la presencia de estos medios impresos de difusión necesarios para propagar los ideales y el imaginario político. Al respecto de estos órganos de difusión política, la diseñadora e investigadora Cristina Hajar González apunta lo siguiente:

Esta importante producción de recursos de significación rebasa los límites de la agitación y la propaganda y exige adentrarse en análisis pluridisciplinarios para comprender sus condiciones de producción, circulación y recepción y, sobre todo, sus consecuencias y efectos políticos y sociales. Explorar, por mencionar algunos, los lugares y sujetos de enunciación; las temáticas tratadas que proponen una sensibilidad y una racionalidad distintas, que logran el desplazamiento y la resignificación de conceptos y la construcción de nuevos imaginarios colectivos; el uso y propuesta de nuevos recursos discursivos y vehículos constructores de sentido (enunciativos, argumentativos y retóricos); las formas y los modos del decir que acaban por conformar una poética asentada más en prácticas concretas que en teorías discursivas, [...] Todo ello acaba por constituir prácticas nuevas, relaciones sociales de otro tipo, concepciones del mundo, la naturaleza y la comunidad

114. *Idem.*

que ocupan un lugar indiscutible en el espectro político actual. Una discursividad que replica al discurso hegemónico y que propone una nueva construcción de sentidos, de subjetividades, de anticipación de realidades fundamentalmente intuidas y deseadas. Naturalmente, la imaginación y la memoria ocupan un lugar predominante en todo esto para descubrir y proponer el marco de lo posible. Considero todo esto necesario para abordar un movimiento cultural que es también producción artística, dimensión estética, acto significativo, hecho político e ideológico, practica social, intercambio comunicativo¹¹⁵.

De esta forma, la cultura política de izquierda tiene en la prensa la herramienta para desafiar determinados regímenes de sentido, órdenes de representación, maneras en que el mundo es imaginado, representado e interpretado por y para las organizaciones políticas de izquierda. Esto y no otra cosa es la cultura, ese escenario en donde se lleva a cabo este particular tipo de lucha, es ese nivel de sociedad que está conformado por todas las prácticas que producen sentido, incluyendo la ideología, las instituciones, las estructuras sociales y políticas más o menos organizadas, los medios de comunicación, etcétera. En suma, y citando a la profesora de Historia Social y crítica de arte Griselda Pollock, “la cultura es el nivel social en el que se producen aquellas imágenes del mundo y definiciones de la realidad que pueden ser ideológicamente movidas para legitimar un orden de relaciones de dominación y subordinación existente entre clases, razas y sexos”¹¹⁶.

El filósofo Régis Debray, analiza la naturaleza la vida colectiva consciente de toda época, en función de las formas y procesos materiales a través de los cuáles se transmiten las ideas, es decir, de las redes de comunicación que permiten que el pensamiento tenga una existencia social¹¹⁷. En este sentido, Debray propone una periodización de la historia de las ideas determinada por las sucesivas etapas del desarrollo de dichos medios y relaciones de

115. Cristina Híjar, “Zapatistas, lucha en la significación. Apuntes”, en *Discurso Visual* (revista digital), número 9, Cenidiap, mayo-diciembre de 2007.

116. Griselda Pollock, “Visión, voz y poder: historias femeninas del arte y marxismo”, en *Crítica feminista en la teoría e historia del arte*, Karen Cordero Reiman e Ina Sáenz (Comp.), México: Universidad Iberoamericana-Biblioteca Francisco Xavier Clavigero, 2007, p. 47.

117. Régis Debray, “El socialismo y la imprenta: un ciclo vital”, en *New left review*, N.º. 46, 2007, pp. 5-26.

transmisión, esta periodización encuentra en primer lugar una larga etapa que se extiende desde la invención de la escritura a la llegada de la imprenta: se trata de la *logosfera*, la edad del *logos*. En segundo término encontramos a la *grafosefera*, que discurre entre 1448 y aproximadamente 1968: desde la revolución de Gutenberg al apogeo televisivo, se trata de la edad de la razón, del libro y de la prensa. El tercer periodo, aun en expansión, es la era de la *videosfera*: la edad de la imagen.

El inventor de la palabra *socialismo* fue Pierre Leroux, genial tipógrafo, enciclopedista y participante en la revolución de 1848. Nacido en 1797 e hijo de un camarero, Leroux estudió en la *École Polytechnique*, para después incorporarse a una imprenta donde perfeccionó una nueva técnica, el pianotipo. Fundó el diario *Le Globe* en 1824 y, junto con George Sand, la *Revue Indépendante* en 1841. Tras trasladarse a Boussac, montó su propia editorial hacia la que atrajo a una pequeña comunidad de discípulos y lectores. Fue elegido para la Asamblea Constituyente en 1871. La combinación libro/periódico/escuela, elementos de la estructura fundamental del movimiento obrero, se prefigura en Leroux. El socialismo nació con la palabra imprenta escrita en la frente.

El libro, el periódico o la escuela son reminiscencias de la cultura práctica que precedió a los programas políticos. El socialismo era un producto artesanal antes de convertirse en un pensamiento. Empezó su andar en un momento histórico concreto (1864, la Primera Internacional fundada en Londres; 1867, la rotativa inventada por Marinoni, que permitió que las impresiones se multiplicasen por diez), en el que imperaba una forma particular de conciencia.

Tipógrafos, intelectuales y maestros eran los tres sustentos del movimiento socialista, cada uno de ellos asociado a una pata del trípode mediológico. Está claro que la poderosa cultura oral tuvo un importantísimo papel en el movimiento obrero: arengas en los mítines, discursos en congresos, conferencias. Sin embargo, aunque los portavoces del socialismo confiaran tanto en sus estrados públicos como en su prensa, su retórica llevaba el sello de la cultura libresca y de una antigua familiaridad con la palabra escrita. Régis Debray reflexiona al respecto lo siguiente:

La escritura colectiviza la memoria individual; la lectura individualiza la memoria colectiva. El movimiento entre ambas favorece el sentido de la historia, saca a la luz las posibilidades del presente, crea a un tiempo telones

de fondo y primeros planos; en definitiva, es fundamental para la idea de socialismo. [...] Todos los hombres de acción revolucionarios que he conocido, desde el Che Guevara a Pham Van Dong¹¹⁸ pasando por Castro (no el autócrata sino el rebelde que un día fue), por no mencionar a las enciclopedias andantes conocidas como trotskistas, eran lectores compulsivos, tan devotos de los libros como impermeables a las imágenes. Un hegeliano lo explicaría afirmando que la lectura conduce al distanciamiento crítico y, dado que *no existe ciencia que no esté oculta* ni futuro sin *repetición* del pasado, a la anticipación utópica. La abstracción anima la acción, al igual que la memoria conduce a la innovación. [...] La desgracia de los revolucionarios consiste en haber heredado algo más que el resto de la gente. La palabra escrita es vital para estos transmisores de la memoria colectiva, en la medida en que sus herramientas analíticas se forjan en sus tradiciones. Las ideas no se transmiten automáticamente; de hecho existen momentos históricos más o menos propicios para transmitir abstracciones, al igual que nos encontramos con mejores y peores conductores de la electricidad. El acto revolucionario *par excellence* irrumpe desde un sentido de nostalgia, de vuelta a un texto olvidado, a un ideal perdido. Tras la *re* de reforma, república o revolución (o de repetición, reinicio o relectura) siempre hay una mano que vuelve las páginas de un libro, del final al principio. Por contra, el dedo que oprime el botón de avance rápido de una cinta o de un disco nunca supondrá un peligro para el *establishment*¹¹⁹.

De los medios impresos elaborados por el socialismo, para el militante del partido, el periódico es el de mayor importancia. Como le hemos visto en el transcurso de la exposición de este trabajo, el periódico no es sólo un propagandista colectivo o un agitador, sino también un instrumento de organización. La distribución de la prensa creó una verdadera red de intercambios y vínculos. Marx, Trotsky y Lenin llevaron a cabo las mismas tareas (redacción, composición,

118. Pham Van Dong (1906-2000) fue un estrecho colaborador de Ho Chi Minh; fue también primer ministro de la República Democrática de Vietnam o Vietnam del Norte entre 1955 y 1976, y primer ministro del Vietnam unificado entre 1976 y su retirada de la política en 1987.

119. Debray, *op. cit.*, pp. 8-9.

.impresión, distribución) que Ricardo Flores Magón en la publicación de *Regeneración*. Fuera la referencia Marx, Bakunin o Fourier, las palabras impresas se sembraban para después cosechar activistas. Lenin y Flores Magón constituyeron sus partidos con *Iskra* y *Regeneración* respectivamente. Debray apunta que hoy en día la prensa de la corriente dominante, producto de un conglomerado mediático, está concebida como una caja negra: los acontecimientos entran y la información sale. El filósofo francés compara a la prensa dominante con el periódico de clase y apunta lo siguiente:

Un periódico de clase o de partido tiene un papel bien diferente: transformar una concepción del mundo en pequeños cambios, un sistema filosófico en un lema cotidiano. Los acontecimientos son centralizados por, y bajo, la idea; las energías individuales por el liderazgo. En contraste con el periódico como espejo de la realidad, el periódico como guía cumple con el papel asignado por Kant al esquema: intermediario e intérprete entre el concepto puro y la apariencia de las cosas. En la tradición de la prensa socialista, el autor de la doctrina es su propio intermediario; esto es lo que le distingue de su contemporáneo, el intelectual puro. [...] Hasta hace muy poco tiempo, para los intelectuales era indispensable poseer conocimientos sobre las técnicas de impresión y funcionamiento de una imprenta pues nunca delegaban dicha labor en otros y preferían ser sus propios redactores, copistas, correctores, diseñadores y administradores. A menudo la dirección del periódico y la del partido se solapaban; era impensable pensar en un líder poco ilustrado. Mientras la prensa política servía como un órgano interno en el que se desarrollaban las luchas entre intelectuales, el periódico estaba destinado a lectores profanos y amateurs. Se trataba de un puente entre “la teoría de la vanguardia” y el “movimiento espontáneo de la clase”, en palabras de Lenin, o entre la “metafísica” y “el mundo”, ojo comillas en palabras de Jaurès. Reunía al pensador y al obrero, y le proporcionaba al socialismo ese puente cotidiano entre el intelectual y el pueblo que la escuela supuso para los republicanos.

En México, fue durante la segunda mitad del siglo XIX cuando las diversas corrientes de pensamiento socialista arribaron al país; entonces su difusión fue escasa pues se limitó, casi en su totali-

dad, a la prensa. Desde esta perspectiva, es posible ubicar al pensamiento socialista y su influencia en la política clandestina de izquierda mexicana en los últimos 100 años de la grafosfera.

Aunque los medios impresos anarquistas y socialistas de esta época, como lo señala Debray, van a privilegiar el uso de la palabra al de la imagen, no debemos descartar la importancia de la utilización de ésta en la difusión del pensamiento revolucionario. Como es posible apreciar en los impresos tempranos del pensamiento socialista y anarquista en nuestro país, el predominio del texto frente a la imagen es notorio. Con la evolución de la historia de las corrientes políticas de izquierda no sólo en el país sino en todo el mundo, fue apareciendo con mayor fuerza algunos elementos visuales que dotaron de identidad a la cultura política de izquierda.

No fue sino hasta inicios del siglo XX donde apareció, con timidez y cautela, la imagen acompañando a las publicaciones impresas. En esta evolución las artes visuales jugaron un papel determinante, más allá de la pintura mural, el surgimiento de diversas expresiones gráficas configuraron lo que podríamos llamar la *cultura visual de la política de izquierda*. La necesidad de representar visualmente el ideario e imaginario política de la ideología socialista.

3.2 Iconografía y simbolismo político en la cultura visual clandestina

Fue definitivo el papel que jugaron los artistas militantes en la incorporación de la imagen en la producción de los medios impresos. El periódico *El Machete*, es el primero en incluir una viñeta en el cabezal de la publicación (imagen 3.1). En el mismo periódico es posible encontrar diversas manifestaciones gráficas de artistas plásticos como David Alfaro Siqueiros, Leopoldo Méndez, Fermín Revueltas, entre otros.



Imagen 3.1. Cabezal del periódico *El Machete Ilegal*, 1934.

En la imagen del cabezal diseñado por Xavier Guerrero podemos ver sintetizados los principales elementos simbólicos e iconográficos que van a ser utilizados por la inmensa mayoría de los periódicos clandestinos mexicanos. Vemos un puño cerrado que sostiene la representación de un machete como componentes principales en el diseño. Del lado derecho observamos una estrella de 5 picos conteniendo a una hoz y a un martillo. La selección de esta iconografía no es de ninguna manera inocente, esta iconografía corresponde a la identidad visual construida desde la Unión Soviética a principios del siglo XX para agrupar al colectivo político mundial con una fuerte afinidad con el objetivo socialista (imagen 3.2). La contundencia y el poder de estos elementos gráficos los han llevado a que en la actualidad sigan utilizándose para identificar a una corriente de pensamiento fundamentada en la lucha anticapitalista y en pos de la justicia social.

Si bien estos elementos fueron adoptados por las diversas organizaciones de izquierda en México para identificarse ideológicamente, su incorporación en la vida cultural de la política cotidiana izquierdista pasó por la reinterpretación y resignificación de dichos símbolos. El machete, por ejemplo, fue la interpretación mexicana de la hoz como referente del sector campesino, esto debido a que la herramienta que es usada para las labores rurales en nuestro país es el machete, así que “imponer” la hoz como símbolo del campesinado mexicano resultaría ajeno y perdería su función referencial en tanto símbolo. Hay que recordar que para el momento posrevolucionario, la clase proletaria se encontraba en formación debido a la poca industrialización del país. México era, en ese momento, un país mayormente campesino y la selección del machete como ícono de identidad del órgano informativo del Partido Comunista Mexicano responde y es sensible a esta realidad social.

Los símbolos son signos a través de los cuales se expresa la conciencia mítica, así como los conceptos son el modo de expresión de la conciencia teórica. Son signos que establecen una relación de identidad con una realidad, generalmente abstracta, a la que evocan o representan. Los símbolos son una herramienta para aprehender la realidad, pero sobre todo, para configurarla. Una descripción analítica de los elementos componentes del símbolo nos lleva a determinar que se requiere una realidad material, sensible, o una imagen que se pueda plasmar plásticamente. Es fundamental la materialidad del objeto y la posibilidad de su representación gráfica, porque la función esencial del símbolo es dar presencia material a una realidad inmaterial, ese poder evocativo vincula al símbolo siempre dentro del ámbito de una determinada cultura.



Imagen 3.2. Emblemas de las marcas comerciales elaboradas por las nuevas organizaciones e instituciones soviéticas. En ellas se puede ver la importancia iconográfica del martillo, la hoz y la estrella de cinco puntas.

El símbolo se dirige a la totalidad del ser del hombre para incitarlo a la acción. Los símbolos no mantienen con su objeto otra relación que la establecida por una convención social determinada. Y es justamente en esa capacidad de los símbolos políticos para suscitar reacciones y generar vínculos emocionales entre el individuo y la comunidad política a la que pertenece, donde se manifiesta y concreta la presencia simultánea, en la dimensión cultural del ser humano, tanto la ordenación racional como de las representaciones míticas.

Las formas simbólicas desempeñan una función fundamental dentro de la lucha política. Su consideración forma parte medular de la posible legitimidad que se encaminará a fortalecer propuestas y proyectos de carácter político. El ser humano, para su orientación y ubicación en el mundo, no sólo necesita de las creaciones intelectuales, sino también de las creencias míticas. Los símbolos, contribuyen a la integración del individuo en la política, ayudan a dar el paso del mito a la razón de la mano de la conciencia política. Ello es posible porque los símbolos, aunque proceden de fuentes y apelan a sentimientos irracionales, son susceptibles de ser racionalmente utilizados y manipulados. En su obra sobre la teoría de los símbolos políticos, el politólogo español Manuel García-Pelayo¹²⁰ nos demuestra que la aproximación a los símbolos políticos debe realizarse desde una perspectiva interdisciplinaria, histórica y comparativa, ya que la mayor o menor presencia del mito o del símbolo está condicionada en cada caso concreto por la época y las circunstancias históricas. Mediante su capacidad para transformar la significación en acción, los símbolos cumplen una función integradora de la comunidad política.

Para las organizaciones que se reivindicaban a sí mismas como socialistas la utilización del símbolo del martillo y la hoz como elemento gráfico era un recurso casi obligado (imagen 3.3). El origen de este símbolo es ambiguo. Al principio se desarrollaron diversas variantes combinando el martillo con otras herramientas, como rastrillos, una horca, un arado, etc. Tradicionalmente en los países europeos el martillo simbolizaba a los obreros. Junto con la herramienta del trabajo rural, la hoz, debía representar la famosa consigna de Lenin sobre la unión del proletariado industrial y el campesinado. En abril de 1918 se aprobó la versión definitiva del emblema. Su autor fue el artista moscovita Yevgueni Kamzolkin. En el verano de 1918, en el marco del Quinto congreso de los Soviets,

120. Manuel García-Pelayo, "Ensayo de una teoría de los símbolos políticos", en *Obras Completas*, Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, 1991, volumen I, p. 1022.

Пролетарии всех стран, соединяйтесь!

Коммунистическая партия Советского Союза



ПРАВДА

Орган Центрального Комитета
Коммунистической партии Советского Союза

Год издания 47-й
№ 354 (14748)

Суббота, 20 декабря 1958 года

ЦЕНА 30 КОП.



Imagen 3.3. Cabezales de distintas publicaciones en cuya iconografía utilizan la hoz y el martillo. En orden descendente: *Pravda*, Partido Comunista de la Unión Soviética, URSS, 1958; *El Machete Ilegal*, Partido Comunista Mexicano, México, 1934; *Madera*, Liga Comunista 23 de Septiembre, México, 1981, (el símbolo no fue utilizado en el cabezal hasta el rediseño del mismo en noviembre de 1979); *Verde Olivo*, Fuerzas Armadas Revolucionarias del Pueblo, México, 2005.

se aprobó oficialmente este símbolo. Resulta curioso el hecho de que Kamzolkin no sólo no fuera comunista, sino que, además, se trataba de un profundo creyente proveniente de una acaudalada familia. Durante más de una década formó parte de la Sociedad artístico-mística Leonardo Da Vinci y comprendía perfectamente el significado de los símbolos.

El martillo también ha sido asociado usualmente con la industria desde una perspectiva masculina, a su vez, la hoz es considerada como más femenina y pasiva y es asociada con la tierra y la agricultura.

Otro ícono importado de la iconografía soviética es la estrella roja (imagen 3.4). En el libro *Political posters in Central and Eastern Europe, 1945-95*¹²¹, James Aulich y Marta Sylvestrová, aseguran que la estrella roja fue introducida como símbolo del Ejército Rojo en 1918 por León Trotsky.

Por su parte, el historiador de la cultura rusa Richard Stittes sugiere que este ícono estuvo inspirado en la obra literaria de Alexander Bogdánov, en específico su novela *Estrella Roja (1908)*¹²², en donde el fundador del movimiento artístico *proltkult* utiliza al “planeta rojo” Marte para plasmar la utopía socialista. El relato de Bogdánov es simple pero interesante: un revolucionario profesional es captado por los marcianos para que vaya al Planeta Rojo y sepa cómo funciona una sociedad comunista. Los marcianos andan buscando la manera de colonizar la Tierra, y se plantean dos alternativas: hacerlo como idearía Wells –liquidar y asentarse– o transformar el Planeta Azul en otro paraíso socialista y aprovechar sus recursos naturales.

Como vemos no es posible identificar con precisión el origen de este símbolo, así como tampoco es posible definir un solo significado para la estrella roja, porque ha sido objeto de múltiples interpretaciones y resignificaciones en su uso político en diferentes lugares y momentos. Representa a la vez los cinco dedos de la mano del proletario y los cinco continentes, lo que se relaciona con el internacionalismo del lema marxista: ¡Proletarios de todos los países, uníos! Citándose menos frecuentemente, se relaciona las puntas con los cinco sectores sociales que hicieron posible el tránsito al socialismo: la juventud, los militares, los obreros, los campesinos y los intelectuales.

121. James Aulich y Marta Sylvestrová, *Political posters in Central and Eastern Europe, 1945-95*, Manchester/New York: Manchester University Press, 1999, p. 105.

122. Publicada en castellano en el año de 2010, por la editorial Nevsky Prospects, en una edición impecable, que añade un prólogo de Edmund Griffiths y un epílogo de Marian Womak.



Imagen 3.4. Cabezales de diferentes periódicos clandestinos en donde utiliza la estrella roja como elemento iconográfico. En orden descendente: *Pravda*, Partido Comunista de la Unión Soviética, URSS, 1958; *Nepantla*, Fuerzas de Liberación Nacional, México, 1979; *Estrella Roja*, ejército Revolucionario del Pueblo, Argentina, 1971; *El Machete Ilegal*, Partido Comunista Mexicano, México, 1934; *Pueblo en Lucha*, Ejército popular Revolucionario, México, 2000; *Proletario*, Unión del Pueblo, México, 1974.

En 1919, la estrella roja fue colocada junto a la hoz y martillo en la bandera de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas. De ahí rápidamente diferentes tendencias comunistas fueron identificándose con este símbolo. Semánticamente denota Humanismo tanto por el número de sus segmentos (cinco dedos, cinco sentidos) como por su color (sangre, vitalidad).¹²³ El periódico militar de la Unión Soviética también se llamaba *Estrella Roja* (en ruso *Krasnaya Zvezda*), nombre que mantiene hoy en día como portavoz del Ministerio de Defensa de la Federación Rusa.

La estrella roja fue y es usada en banderas y escudos de estados socialistas, como en los de Yugoslavia o Corea del Norte. Algunas veces la hoz y el martillo son dispuestos dentro o debajo de la estrella. En Cataluña, la *bandera independentista estelada*¹²⁴ puede incorporar una estrella roja en lugar de blanca como símbolo de la naturaleza socialista de su proyecto de construcción nacional.

En América Latina ha sido muy utilizado como emblema por diversos movimientos armados de liberación nacional. Entre ellos, cabe destacar en México el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), quien adopta la estrella roja sobre fondo negro como símbolo de identidad de su organización político-militar¹²⁵. El 17 de noviembre de 1994, al celebrar el undécimo aniversario del EZLN y ante las señales evidentes de un ataque de las fuerzas del Ejército Mexicano, el Comandante Tacho entregó al Subcomandante Insurgente Marcos, en nombre del Comité Clandestino Revolucionario Indígena, el bastón de mando de las fuerzas militares del EZLN. Con ese bastón de mando le entregó también siete emblemas y siete mensajes. Uno de esos emblemas fue la bandera del EZLN. Ahora, dejemos que las palabras del Comandante Tacho expliquen el significado de dicho emblema:

Bandera EZLN: En esta estrella de cinco puntas va la figura de/ser humano: la cabeza, las dos manos y /os dos pies, el corazón rojo que une las cinco partes y las hace una. Somos seres humanos y eso quiere decir que tenemos dignidad. Ésta es la bandera de la dignidad. Recuerda siempre que nuestra lucha es por el hombre¹²⁶.

123. Adrián Frutiger, *Signos, símbolos, marcas, señales*. Barcelona: Gustavo Gili, 2014.

124. En castellano *estelado* significa *estrellado*.

125. El emblema fue adoptado desde la organización madre del EZLN, las Fuerzas de Liberación Nacional fundadas en 1969.

126. Comandante Tacho, carta al Subcomandante Insurgente Marcos, 17 de noviembre de 1994. En <http://palabra.ezln.org.mx/>.

Asimismo, el órgano oficial del Ejército Revolucionario del Pueblo, grupo guerrillero argentino de orientación marxista que estuvo activo durante los años 1970, se denominaba *Estrella Roja*.

Elementos simbólicos como el puño cerrado, que según el coleccionista y curador de arte mexicano, Ricardo Pérez Escamilla, “es la imagen viva de la unión entre iguales, la fuerza capaz de llevar a cabo lo que no puede conseguirse de manera individual”¹²⁷; la bandera roja ondeante ícono del movimiento socialista internacional; el fusil que “evoca las luchas armadas, la guerra de Independencia y la Revolución, conflictos que en el lenguaje socialista se reconocen como ‘luchas de liberación nacional’”¹²⁸; referencias a personajes históricos como Carlos Marx, Vladimir Ilich Lenin, Emiliano Zapata, Ernesto “Ché” Guevara; así como los símbolos mencionados anteriormente configuran en su conjunto la iconografía de la cultura visual de la política clandestina en México manifestada a través de la producción editorial de sus organizaciones.

Si bien la cultura visual hasta aquí estudiada se alimenta de la iconografía política de la revolución soviética, por fortuna, dista de repetir los cánones establecidos por el régimen soviético, particularmente los del realismo socialista. Por el contrario, en dicha cultura visual podemos encontrar ricas referencias a las costumbres, la geografía y la sociedad en México y una vertiente de denuncia crítica; también, a un nacionalismo que exaltó el pasado indígena y que buscó en él sus raíces, y finalmente, a un grupo de artistas que concibió expresiones creativas en su género.

Mucho se ha escrito sobre el declive del proyecto socialista. Pero un factor que ha sido ampliamente ignorado es la transición desde lo escrito (flexible, descentralizado y asequible) a lo audiovisual (industrial, costoso); la importancia decreciente de la imprenta y el cambio en las técnicas de impresión. La fotocomposición destruyó las últimas bases culturales del movimiento obrero; tanto el oficio de editor como su tradicional casta de entendidos y comentaristas se convirtieron en tecnológicamente redundantes. En palabras de Debray:

La letra impresa perdió su papel principal, el intelectual crítico su medio, la política socialista su referencia;

127 Ricardo Pérez Escamilla, “Vigencia de la estética socialista mexicana”, en *Estética Socialista Mexicana. Siglo XX*, Ciudad de México: INBA, 2003, p. 17.

128 Ricardo Pérez Escamilla, *op. cit.*, p. 18.

los tres entraron en franca crisis. Si “la primera libertad de la prensa es que no es una industria”, debe añadirse que, entre 1881 y 1970, la prensa también era una industria y que hoy en día es, en primer lugar, una industria. Resulta duro imaginar que en 1904, Herr, Blum y Lévy-Bruhl (un bibliotecario, un jurista y un académico), pudieran crear un periódico diario como *L’Humanité* con una primera edición de 138.000 ejemplares, con un solo donativo de 850.000 francos. Las empresas de comunicación han cambiado su naturaleza al tiempo que su tamaño. La concentración de la propiedad, el peso determinante de la publicidad y la cuantía de las inversiones han disparado los costes del lanzamiento de un periódico muy por encima de las capacidades económicas y técnicas de un puñado de intelectuales sin un céntimo¹²⁹.

La separación del productor de sus medios de producción en la esfera periodística coincide con la de la teoría y la práctica en el ámbito de lo político. A pesar de que todavía existan maquinarias electorales (aún llamadas *partidos* por inercia) que siguen editando boletines internos para sus indiferentes representantes, el puente que una vez unió la acción con el futuro o a la organización con los intelectuales se ha derrumbado. Los partidos han dejado de ser emisores de ideas alternativas, mientras escritores y pensadores se incorporan a las cadenas de comunicación que han adquirido una vida industrial y comercial autónoma, tan ajena a la creación intelectual como a la ideología utopista. El deslizamiento de la grafosfera a la videosfera ha disuelto la conexión entre la base técnica del partido y su lógica doctrinal. La distinción entre izquierda y derecha descansaba en la producción disidente: una red de periódicos con oficio. No hay lucha de clases sin clases sociales; pero tampoco lucha entre facciones sin confrontación de opiniones, ni política sin polémica; ni batalla de ideas, cuando el dinero se ha convertido en el único pilar de la guerra que se libra en la pequeña pantalla. En su lugar ha estallado la guerra de imágenes y personalidades.

La política clandestina parece vivir en una aparente contradicción permanente, por un lado pretende hacer visible ante la sociedad la ideología que el poder hegemónico ha invisibilizado; y por el otro lado pretende hacerse invisible con su estructura orga-

129. Régis Debray, *op. cit.*, p. 17.

nizativa clandestina. El pensamiento político de izquierda tiene en la colectividad uno de sus principios estructurales frente al individualismo capitalista. Por esta razón, esta aparente contradicción puede explicarse desde la óptica en la que la principal motivación del quehacer político es mostrar, hacer visible al colectivo agrupado en las ideas postuladas a través de la prensa, y, a su vez, ocultar el rostro individual a través de la clandestinidad como una negación de una de las máximas expresiones capitalistas: el individualismo.

Esta idea podría resultar incomprensible hoy en día, cuando la obscenidad visual se impone en todos los espacios públicos cotidianos; cuando los mecanismos de vigilancia parecen no dejar lugar a lo oculto, a lo clandestino; cuando la tecnologización de la mirada ha permitido presenciar en tiempo real desde el concierto de tu banda favorita en Helsinki, hasta el genocida y permanente bombardeo en contra del pueblo palestino en la Franja de Gaza en los últimos 5 años.

La lucha entonces, desde la cultura política de izquierda, es por hacer visible lo que aún en la era de la imagen, en la videosfera, siempre estará oculto por la hegemonía óptica: el sistema de explotación, represión, despojo y desprecio que significa el capitalismo.

El diseño editorial de la prensa clandestina en México durante el siglo XX

Segmentar al diseño gráfico en categorías es esencialmente un ejercicio un tanto estéril, debido a que el diseño trata de un variado número de actividades interrelacionadas que puede resultar imposible encajarlas en una categorización concreta. Sin embargo, analizar implica deshacer, por lo que no tenemos más opción que la segmentación para realizar el estudio que se propone esta investigación.

En las siguientes líneas se examinan los principales componentes visuales del diseño de la prensa clandestina. El análisis parte de las estructuras formales y espaciales que determinan la materialidad de las publicaciones y la relación que estas guardan con aspectos sociales y económicos que condicionan las decisiones de diseño en el proceso de producción editorial. Le sigue un análisis de la tipografía y sus componentes, y con ellos los tipos de letra y las retículas base que organizan todo el conjunto. Posteriormente se analizan las principales formas de creación de imágenes y se realiza un examen de las principales funciones que cumplen éstas en el contexto de la prensa clandestina. Por último se estudia al color en su función simbólica a la luz de su uso como herramienta de comunicación política.

Es importante aclarar que el análisis que se presenta a continuación, se basa mayoritariamente en el periódico *Madera*, por ser la publicación de la cual se pudieron obtener todos los números existentes para su análisis. Esto derivó en que fuera posible analizar toda la edición y obtener información más completa que en las otras publicaciones de las cuales se obtuvieron solamente números aislados. Sin embargo, se procuró que el análisis de las publicaciones abarcara la mayoría de los aspectos de todos los periódicos obtenidos, para poder presentar un análisis comparativo de las publicaciones y obtener conclusiones más generales sobre el diseño de la prensa clandestina del siglo XX en México.

4.1 Formatos

En la moderna práctica del diseño disponemos de una gran cantidad de herramientas y recursos con las que podemos crear un material impreso que comunique de manera efectiva. La compaginación, la tipografía, el color y la imagen son fundamentales para diferenciar un diseño de otro y transmitir información, pero el formato, la presencia física de la pieza, es una herramienta que suele subestimarse e infrautilizarse. El formato da un punto de contacto físico con el usuario que afecta al modo en que recibimos la comunicación impresa. Todo diseño gráfico, toda creación de imágenes, independientemente del medio y la intención, giran en torno a la manipulación de la forma. Se trata de crear algo para que se pueda mirar, que tenga buen aspecto y que ayude al público a comprender no sólo qué es lo que está viendo, sino qué significa para ellos el hecho de verlo.

Para el escritor y periodista inglés Harold Evans, “el diseño de un periódico comienza con su formato, y la decisión al respecto obedece a una mezcla de consideraciones técnicas, físicas, comerciales y editoriales. Así el diseño que se haga dentro de ese formato, una vez fijado, repercute sobre: 1. La índole y cantidad de la publicidad: 2. Las ideas editoriales”¹³⁰.

El formato es la base para la interacción de otros elementos de diseño como la compaginación, la imagen, la tipografía y la diagramación. El formato comprende las dimensiones físicas del objeto y el espacio del que se dispone para presentar el texto y los elementos gráficos de un diseño. La selección del formato es un campo del proceso creativo que se suele dejar a un lado debido a la estandarización internacional de los tamaños de papel y suele depender de consideraciones prácticas, como el público al que va destinado el diseño, la naturaleza de la información que se va a presentar y el presupuesto, ya que la impresión y los acabados serán más caros con tamaños de papel fuera del estándar. El formato se refiere a la manifestación física de una publicación. En pocas palabras, es la manera en la que se presenta la información al lector. Libros, revistas, folletos, catálogos e informes son algunos de los formatos más usados en el diseño editorial. Dentro de estos formatos genéricos, los diseñadores pueden cambiar elementos específicos, como tamaño, forma o grosor para dar a su trabajo una dimensión añadida y personalizar el diseño.

En su libro *Fundamentos de diseño periodístico* el diseñador de la comunicación visual Fernando Suárez Carballo, dice que el formato:

Alude al cuadro o superficie en el que se integran y relacionan los elementos morfológicos y dinámicos. El formato expresa la proporción interna de la página y viene determinado por la relación entre la proporción entre los lados; es, por tanto, el primer determinante del resultado visual de la composición. El formato repercute asimismo en la asignación de diferentes pesos visuales a los elementos que conforman la página y tiene importantes consecuencias en el ritmo compositivo y en un determinado itinerario visual de la página. En prensa diaria (de orientación vertical siempre), constituye uno de los elementos diferenciales frente a otro tipo de publicaciones impresas. Condiciona la estructura modular de la página y, por tanto, es fundamental en la ordenación del material sensible¹³¹.

Suárez habla de la existencia de formatos genéricos o estandarizados para la prensa periódica¹³². Estos formatos difícilmente pueden ser adoptados por la prensa clandestina debido al costo de papel que implicaría su implementación en sus diseños.

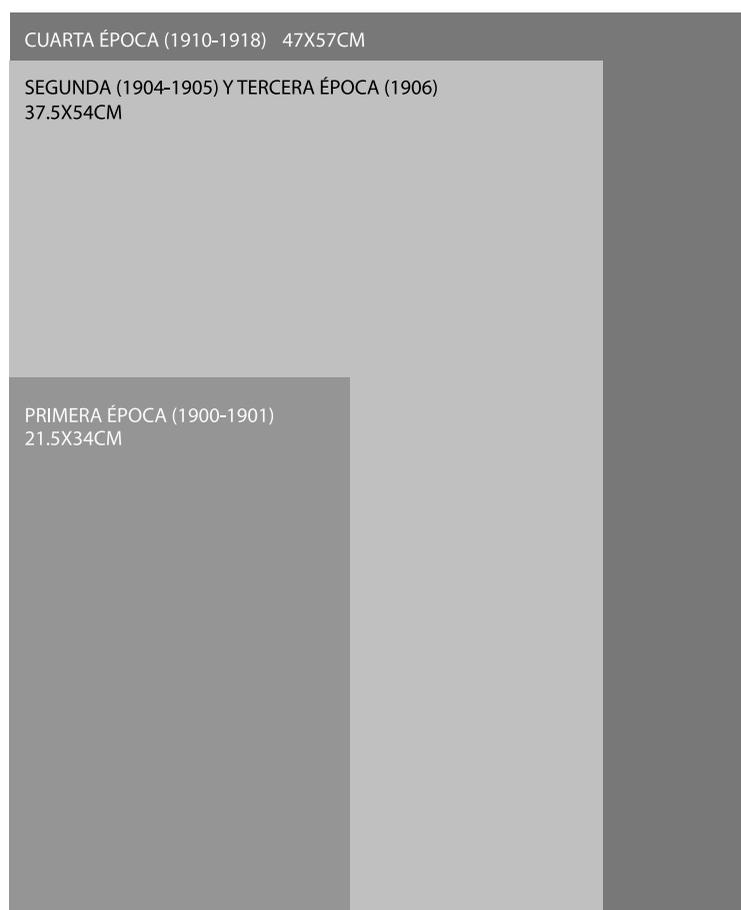
Para la producción editorial clandestina, la economía de los recursos materiales son una premisa de vida o muerte, desde el punto de vista organizativo. Por esta razón, no se experimentaba mucho con el formato, se buscaban tamaños pequeños para aprovechar al máximo el papel. Algunas decisiones sobre el formato se toman por razones puramente creativas, mientras que otras son soluciones a problemas de diseño como el espacio, las dimensiones, el peso o el

131. Fernando Suárez Carballo, *Fundamentos del diseño periodístico*, Pamplona: Universidad de Navarra, 2008, p. 86.

132. Medidas de los formatos estandarizados para la prensa periódica: *Sábana* o *Broadsheet* 38x56 cm; *Berlinés* 32x47cm; *Tabloide* cuyas medidas oscilan entre 28 y 33 cm de ancho y los 39.5 y 44.5 cm de alto; junto a estos conviven otros formatos, como el denominado "periódico de bolsillo", bastante más pequeño que los anteriores y de menor implantación en la prensa diaria moderna. Información obtenida de Fernando Suárez Carballo, *op. cit.*, p. 87. Estudios realizados en 2004 como el de C. Soria publicado en el informe mundial sobre innovaciones en periódicos en Pamplona, España, hablan de una tendencia en la prensa moderna a la reducción de formatos por parte de los diarios, alentados por el deseo de renovar a fondo los contenidos de los periódicos, la mejora de la usabilidad, las experiencias positivas de la reconversión a tabloides y la necesidad de reducir costos.

coste. Sin embargo, en las decisiones de diseño de los militantes clandestinos juegan un papel fundamental los recursos materiales.

El periódico anarquista *Regeneración* modificó su formato en cada una de las cuatro épocas en las que vio la luz la publicación. El primer formato fue pequeño, cercano al formato oficio. Durante la segunda y la tercera etapa del periódico su formato aumentó casi el doble de su tamaño original. La cuarta época se caracterizó por un formato menos rectangular y alcanzó el tamaño más grande que había tenido a lo largo de su historia (imagen 4.1). Esta evolución el formato del periódico estuvo estrechamente ligada al proceso organizativo del Partido Liberal Mexicano, y al acceso que tuvo en diferentes momentos a diversas imprentas que les posibilitaban la modificación del formato. Es probable que el formato grande fuera más adecuado para el público al cual se dirigieron, en la primera



época del periódico su construcción estaba más entendida en cuestiones legales; durante el exilio en Norteamérica, en la segunda época, la denuncia era para los trabajadores en general y como no todos sabían leer, acostumbraban a reunirse en grupo para escuchar al que sí sabía. Quizá esta razón pudiera explicar el cambio a un formato mayor, además que la cantidad de información que se tenía que exponer fue mucho mayor con el paso del tiempo.

Por su parte, el periódico *El Machete*, antes de ser clandestino, tenía un formato de (50 x 65 cm), uno de los formatos periodísticos más grandes que se hayan usado. La razón de ser de este significativo formato, responde a la actividad que los militantes del Partido Comunista Mexicano (PCM) realizaban con él. El periódico extendido era pegado en las paredes colindantes de las fábricas, plazas y espacios públicos, a manera de un periódico mural, a esta razón respondía el formato tan grande de la publicación. Por esta misma razón la compaginación de la página era diferente, de manera que las páginas no perdieran el hilo de la secuencia al pegarlas en las paredes. Además, no hay que olvidar que una de las características principales de este periódico al surgir como órgano informativo del Sindicato de Obreros Técnicos, Pintores, Escultores y Grabadores Revolucionarios de México, era la gran cantidad de grabados que funcionaba como carteles pegados en las paredes de las calles de las ciudades.

Para 1929, cuando el PCM tuvo que operar en la clandestinidad, el periódico se redujo a un tamaño poco más grande que el carta (22 x 31 cm). Este es un ejemplo contundente de cómo la represión estatal y la necesidad de refugiarse en la clandestinidad imponen condiciones materiales que determinan la producción editorial de la prensa (imagen 4.2). La imprenta del PCM fue totalmente destruida por orden gubernamental, los militantes estuvieron forzados a trabajar en una pequeña imprenta de tambor, que les permitía ser más ágiles al ocultar y mover el taller ilegal. Esta condición determinó totalmente la reducción del formato del periódico, no fue una decisión basada en la idea de lo que es mejor en términos comunicativos, si no en lo que era posible hacer con la limitación de los recursos para su producción impuesta por el ejercicio clandestino. Sin embargo se intentó aprovechar al máximo ese formato porque lo que seguía siendo necesario era comunicar, a través de él, una gran cantidad de información a la población, por lo que se redujeron los márgenes, el tamaño de la tipografía, la interlínea y se disminuyó el uso y las dimensiones de las imágenes como medidas para optimizar el espacio disponible resultante de la reducción del formato.



Imagen 4.2. Comparación de los formatos del periódico *El Machete* (50x65cm) con la misma publicación pero en su periodo clandestino (22x31cm)

Una vez que el periódico vuelve a la legalidad, vuelve a ser un periódico grande, que responde más a la tendencia general de los formatos usados en la segunda mitad de la década de los treinta, que a su uso en una práctica militante como lo fue en su primera etapa.

La verticalidad en los formatos de periódicos es una tradición heredada de otros sistemas de escritura, principalmente el libro. Sobre la significación de lo vertical con respecto a los formatos, el diseñador gráfico y profesor de la School of Visual Arts de la Universidad de Nueva York, Timothy Samara, dice:

La configuración del formato también es un aspecto de importancia. [...] un formato vertical es muy provocador: su forma ejerce simultáneamente un empuje hacia arriba y hacia abajo, empuje que el espectador recorrerá una y otra vez con la mirada, como si lo midiera. En algún lugar de la programación sutil y ancestral del cerebro, un objeto vertical se percibe como una persona, ya que imita la verticalidad de un cuerpo erguido¹³³.

En el caso de las publicaciones clandestinas podemos atribuir la dirección vertical del formato a la tradición histórica de los formatos en las publicaciones periódicos y en el libro. A pesar de que la mayoría de los periódicos clandestinos estudiados poseen un formato vertical, el periódico *Nepantla* exploró la posibilidad del formato horizontal o apaisado en su producción editorial.(Imagen 4.3)

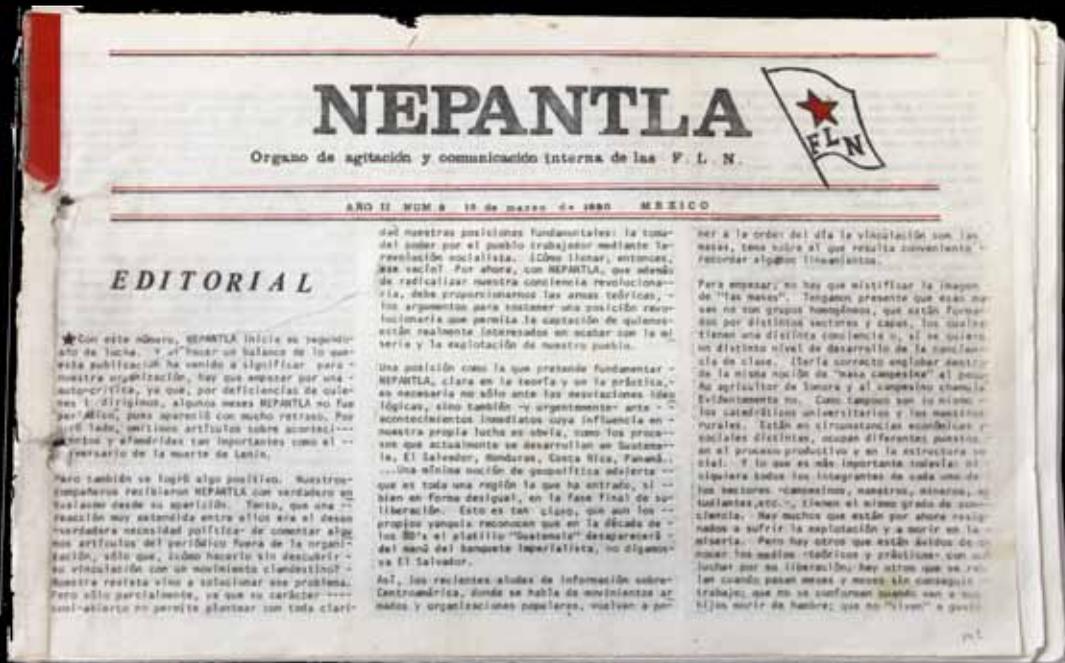


Imagen 4.2. Periódico *Nepantla*, de las Fuerzas de Liberación Nacional, Año II Núm. 9, marzo de 1980, en él se aprecia el uso del formato horizontal en el diseño del periódico.

133. Timothy Samara, *Los elementos del diseño. Manual de estilo para diseñadores gráficos*, Barcelona: Gustavo Gilli, 2008, p. 35.

Este formato horizontal, aunque pudiera resultar más cómodo en su manejo, fue un intento por diferenciar al periódico de todos los demás a través de su forma y podría ser entendido como un acto de rebeldía e insubordinación ante el canon establecido de la verticalidad en el formato en los periódicos.

Aunque la tendencia general para las organizaciones clandestinas fue escoger formatos pequeños no mayores de 17 cm de ancho, es posible encontrar ejemplos de publicaciones clandestinas con formatos provenientes de una tradición más apegada a la del periodismo clásico, sobretodo a finales del siglo XIX y principios del XX. Y en algunos casos formatos medios como el oficio, utilizados para diseñar los periódicos *Nepantla*, en una de sus etapas, y *Militante* en la mayoría de sus números.

El formato medio oficio (17 x 21.5cm) se fue convirtiendo en el tamaño convencional de este tipo de publicaciones. Tal es el caso de los periódicos *Madera* y el *Despertador Mexicano*. Si bien, este formato es el resultado de la escasez en los recursos económicos para publicar un periódico clandestino, también podemos encontrar algunas otras razones para la selección de este tamaño. Primero, tenemos que pensar en la forma de distribución de estos materiales, ya que ésta también se relaciona con las decisiones de diseño sobre el formato. La mayoría de estos periódicos se repartían de mano en mano, situación que provoca que un tamaño pequeño fuera más práctico para este objetivo. Por otro lado, no hay que olvidar que la persona que fuera sorprendida por la policía con este material en sus manos, era sujeto de aprensión y represión inmediata, por lo que las publicaciones clandestinas tuvieron que ser fáciles de esconder, lo que se puede lograr mejor con los tamaños pequeños.

Uno de los aspectos característicos del formato es la capacidad de otorgar continuidad a la publicación. Aunque fuera lo deseable para las organizaciones clandestinas, la continuidad visual y material de la publicación depende en mucho de una estabilidad económica del grupo que publica el impreso. Al momento de aparecer en 1972, el periódico de la Liga Comunista 23 de Septiembre, *Madera*, utilizaba un formato de 17 x 21.5 cm, formato que se obtiene del pliego extendido de 70 x 95. Sin embargo, en los números 7, 8, 9, y 10, sobre todo en el 9, hubo un notorio cambio en el formato, éste se redujo a un cuarto de oficio (14 x 18 cm). En general podemos hablar de esos dos formatos para la totalidad de los números publicados de *Madera*, sin embargo no hay un solo número que sea exactamente idéntico en su formato a otro. Hay variaciones, en algunos casos milimétricas, en otros mucho más notorias (imagen 4.4).



Imagen 4.4. Los dos formatos empleados para la elaboración del periódico *Madera*.

De los estudiados en este trabajo, *El Machete* es el periódico de mayor tamaño y, como lo mencionamos, sufrió una transformación en sus dimensiones ocasionada por las condiciones materiales de la clandestinidad. Por su parte, el *Despertador Mexicano* tiene un formato de medio oficio y *Nepantla*, en su primera etapa, fue de tamaño tabloide. El periódico *Militante* era de tamaño oficio y, de la misma forma que en casi todos los periódicos, algunos de sus números fueron más pequeños llegando al formato 17 x 23 cm (imagen 4.5).

Otro factor que influye en la cuestión del formato es el mecanismo para la obtención de papel para la impresión. En ocasiones se obtenían pliegos de diferente tamaño al que se estaba usando comúnmente, lo que hizo que los formatos tuvieran variaciones para una misma publicación. Para obtener papel la Liga Comunista 23 de Sep-



Imagen 4.5. Comparativo de los formatos de los periódicos estudiados.

tiembre creó algunos locales registrados como imprentas legales que funcionaban como pantallas para la adquisición de grandes volúmenes de papel, lo que permitió que el formato se mantuviera constante, salvo los cuatro números a los que hemos hecho mención. En aquellos años, una manera de controlar los medios que circulaban en el país fue a través del monopolio de la distribución y venta de papel. Esto se hizo por medio de la empresa paraestatal PIPSA, la productora de papel más importante desde los tiempos del gobierno del general Lázaro Cárdenas hasta los años del salinismo cuando fue víctima de los procesos de privatización¹³⁴.

No es posible hablar de un formato estándar para la prensa clandestina, cada organización adaptó este aspecto del diseño a sus posibilidades materiales. De manera tendencial, podemos hablar del formato *medio oficio* como el predominante en dichas publicaciones, sin embargo, la homogenización en los formatos no es algo que preocupara a la hora de diseñar una publicación clandestina.

4.2 Maquetación

La maquetación es un principio organizativo en diseño gráfico cuya objetivo primario es el de crear un orden que haga comprensible el significado que se desea comunicar. La relación de los elementos dispuestos sobre el diseño, sean textos o imágenes, repercutirán en el modo en que los lectores verán, recibirán y entenderán el contenido, así como su reacción emocional ante el objeto. La maquetación puede potenciar o perjudicar la recepción de la información que se presenta en una publicación.

Los diseñadores londinenses Paul Harris y Gavin Ambrose definen a la maquetación como:

[...] la disposición de los elementos del diseño en relación con el espacio de que se dispone, siguiendo un esquema estético global. También podría denominarse gestión de formas y espacios. El objetivo principal de la maquetación es presentar los elementos visuales y de texto que se deben comunicar de un modo que le permita al lector recibirlos con el esfuerzo mínimo. Con una buena maqueta, el lector

134. Respecto a la evolución de esta empresa paraestatal puede verse Armando Zacarías, "El papel del papel PIPSA en los medios mexicanos de comunicación", en *Comunicación y Sociedad*, No 25-26, septiembre de 1995-abril de 1996.

puede moverse fácilmente por una información relativamente compleja tanto en medios impresos como electrónicos¹³⁵.

El diseño de una maqueta editorial implica un conjunto de intenciones que, en su mayoría, responden al sentido común que han construido, por una parte, los siglos de lectura y, por otra, las convenciones formales de los diversos medios y soportes editoriales. Las organizaciones clandestinas difícilmente contaban, de entre sus filas, con algún militante que tuviera conocimientos profesionales de diseño editorial, situación que no frenó la realización de una maqueta para las publicaciones clandestinas. Podemos atribuir el desarrollo de las maquetas en el proceso de trabajo clandestino a la cultura visual propia de los militantes fruto de la observación de los diversos medios impresos de circulación masiva.

De manera general podemos describir la maquetación de las publicaciones clandestinas como muy intuitiva, sencilla en la distribución de los elementos y práctica en cuanto a las ideas de diseño plasmadas en ella. Otra característica fundamental en la maquetación de las publicaciones clandestinas es que la prioridad a resolver es la economía, es decir, las maquetas intentan resolver el problema de la distribución de los elementos gráficos aprovechando al máximo el espacio en blanco para reducir el costo de producción de las mismas. Esta, como hemos visto y veremos, es la principal condicionante en el diseño de estas publicaciones, producir editorialmente los periódicos al menor costo posible.

4.2.1 Retículas

La retícula es una forma racional de ordenar el espacio en intervalos y campos o módulos. Cualquier diseño implica la resolución de una serie de problemas tanto a nivel visual como a nivel organizativo. Imágenes y símbolos, campos de texto, titulares, etcétera; todo ello debe reunirse con el fin de comunicar. Una retícula es simplemente una forma de presentar juntas todas esas piezas. Entre otras cosas, una retícula está indicada para ayudar a resolver problemas de comunicación que presentan un alto grado de complejidad. Trabajar con una retícula reporta múltiples beneficios como la claridad, eficacia, economía y continuidad. La retícula, realizada de

manera consciente, aporta a la maquetación un orden sistematizado, distinguiendo los diversos tipos de información y facilitando la navegación del usuario a través del contenido. El uso de una retícula permite que un diseñador pueda maquetar cantidades ingentes de información, como por ejemplo en un libro o en una serie de catálogo, en un tiempo sustancialmente más corto, porque muchas de las cuestiones que afectan al diseño ya se habrán resuelto en el momento de construir la estructura reticular¹³⁶.

La retícula también dota al proceso de trabajo un carácter colectivo, ya que permite que muchas personas colaboren en un mismo proyecto, o bien en una serie de proyectos relacionados, a lo largo del tiempo, pasando de un proyecto al siguiente sin que las características visuales se vean afectadas por ello.

La retícula ha sido un instrumento de diseño fundamental para las publicaciones impresas. Sin embargo, podemos afirmar que es en la prensa periódica donde encuentra su funcionalidad óptima y en dónde es posible apreciar sus cualidades organizativas en el proceso editorial. Uno de los principios básicos más unánimemente aceptado y muy apreciado por la mayoría de los diseñadores y autores que se refieren a la prensa periódica es el de la organización. Para Martín Aguado, cada uno de los elementos que componen la página de un diario debe estar claramente organizado y definido para el lector, evitando la dispersión¹³⁷. Es indudable la necesidad de organizar las noticias dentro de la página de forma, y el orden empieza con una apreciación sincera del contenido típico del periódico.

En el caso de la prensa clandestina, es posible apreciar en todas las publicaciones una intención de ordenar a través de una retícula la información. Las decisiones eminentemente se toman a partir de la línea política de las organizaciones y de lo que resulta importante destacar o jerarquizar para manifestar, explicar e informar al pueblo sobre la lucha. Dentro de los beneficios de trabajar con una retícula a los que hace mención Timothy Samara, la prensa clandestina prioriza la economía, en cuanto a la claridad, eficacia y continuidad son elementos explotados de manera muy intuitiva.

La retícula define la cantidad de texto que contiene la mancha tipográfica y la estructura organizativa de la información. La extrema dificultad de adquirir los recursos necesarios para la

136. Timothy Samara, *Diseñar con y sin retícula*, Barcelona: Gustavo Gili, 2002, pág. 22.

137. Martín aguado, *Innovación tecnológica y nuevo diseño en la prensa*. Madrid: Citema, 1986, pág. 93.

producción editorial de las organizaciones clandestinas los obligaron a crear retículas con márgenes y corondeles mínimos.

Las retículas de los periódicos clandestinos suelen variar en medida que el proceso de aprendizaje editorial avanza y a que las condiciones propias de cada organización a veces impidieron a las mismas personas realizar la diagramación, por lo que es común encontrar variaciones en el número de columnas, en los márgenes y en las disposición de los elementos (imagen 4.4). A continuación se presenta una tabla con el listado de los números del periódico *Madera* y la identificación del número de columnas que utiliza cada uno para mostrar las variantes en la retícula durante la historia de la publicación. (Tabla 4.1).

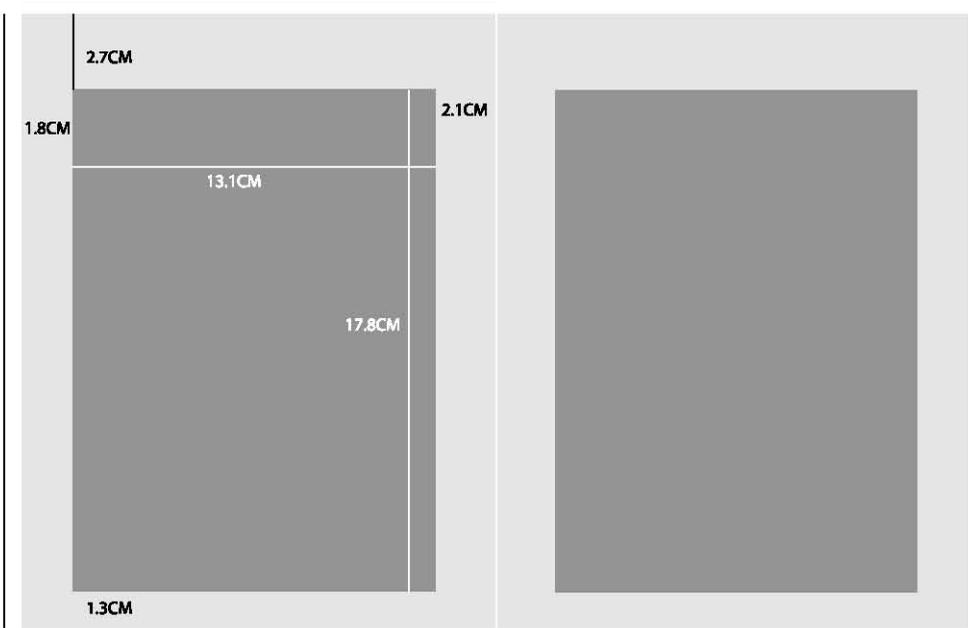
EJEMPLAR / FECHA	UNA COLUMNA	DOS COLUMNAS	TRES COLUMNAS
Num. 1 / Enero de 1974			
Num. 2 / Abril de 1974		Reedición de 1977	
Num. 3 / Abril de 1974		Reedición de 1977	
Num. 4 / Mayo de 1974			
Num. 5 / Septiembre de 1974			
Num. 6 / Diciembre de 1974			
Num. 7 / Diciembre de 1974			
Num. 8 / Enero de 1975			
Num. 9 / Febrero de 1975			
Num. 10 / Marzo de 1975			
Num. 11 / Abril de 1975			
Num. 12 / Mayo de 1975			
Num. 13 / Agosto de 1975			
Num. 14 / Septiembre de 1975			
Num. 15 / Septiembre de 1975			
Num. 16 / Octubre de 1975			
Num. 17 / Enero de 1974		pp. 1-5	
Num. 18 / Noviembre de 1975			
Num. 19 / Febrero de 1976			
Num. 20 / Abril de 1976			
Num. 21 / Mayo de 1976			
Num. 22 / Junio de 1976			
Num. 23 / Julio de 1976			
Num. 24 / Septiembre de 1976			

Num. 25 / Octubre de 1976			
Num. 26 / Octubre de 1976			
Num. 27 / Diciembre de 1976			
Num. 28 / Enero de 1977			
Num. 29 / Marzo de 1977			
Num. 30 / Abril de 1977			
Num. 31 / Julio de 1977			
Num. 32 / Septiembre de 1977			
Num. 33 / Noviembre de 1977			
Num. 34 / Febrero de 1978			
Num. 35 / Marzo de 1978			
Num. 36 / Mayo de 1978			
Num. 37 / Julio de 1978			
Num. 38 / Septiembre de 1978			
Num. 39 / Noviembre de 1978			
Num. 40 / Marzo de 1979			
Num. 41 / Junio de 1979			
Num. 42 / Agosto de 1979			
Num. 43 / Octubre de 1979			Portada
Num. 44 / Noviembre de 1979			Portada
Num. 45 / Diciembre de 1979			Portada
Num. 46 / Enero de 1980			Portada
Num. 47 / Febrero de 1980			Portada
Num. 48 / Marzo de 1980			
Num. 49 / Abril de 1980			
Num. 50 / Junio de 1980		pp. 19-29, 34-36	
Num. 51 / Julio de 1980			Portada, pp 15-19
Num. 52 / Enero de 1980		pp. 11-14	
Num. 53 / Septiembre de 1980			
Num. 54 / Octubre de 1980		pp. 16-18, 21, 30	
Num. 55 / Noviembre de 1980			
Num. 56 / Diciembre de 1980			
Num. 57 / Abril de 1981			
Num. 58 / Julio de 1981			

Tabla 4.1. Utilización de las retículas en todos los números del periódico *Madera* de la Liga Comunista 23 de Septiembre.

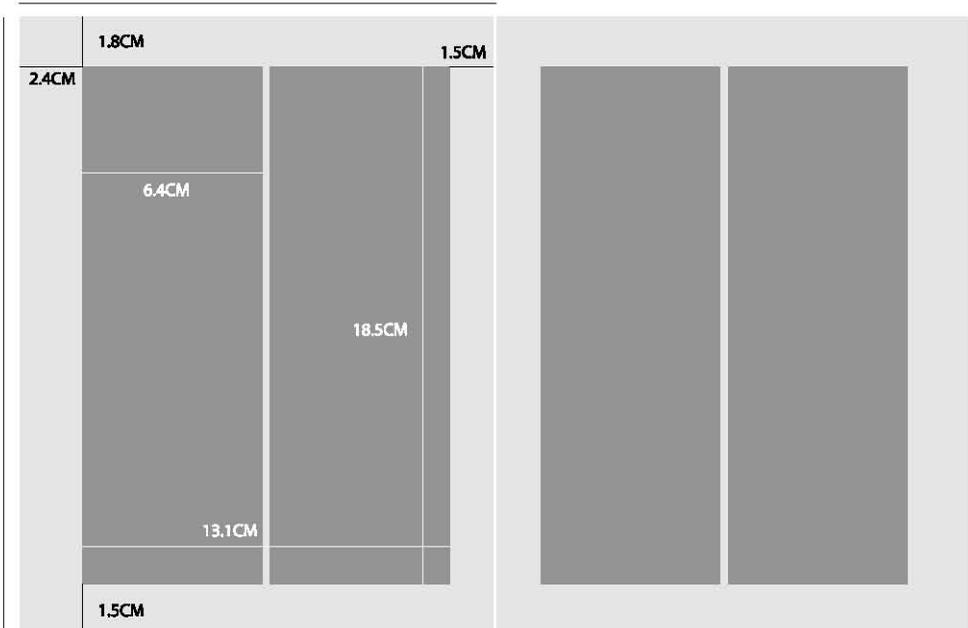
17CM

21.8CM



17CM

21.8CM



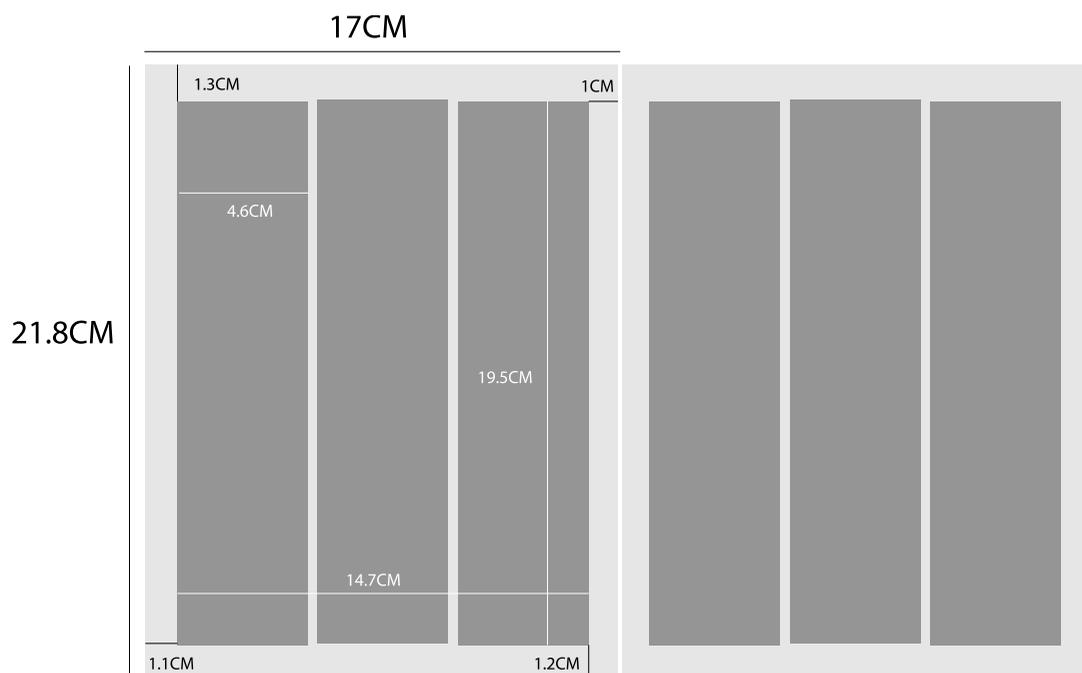
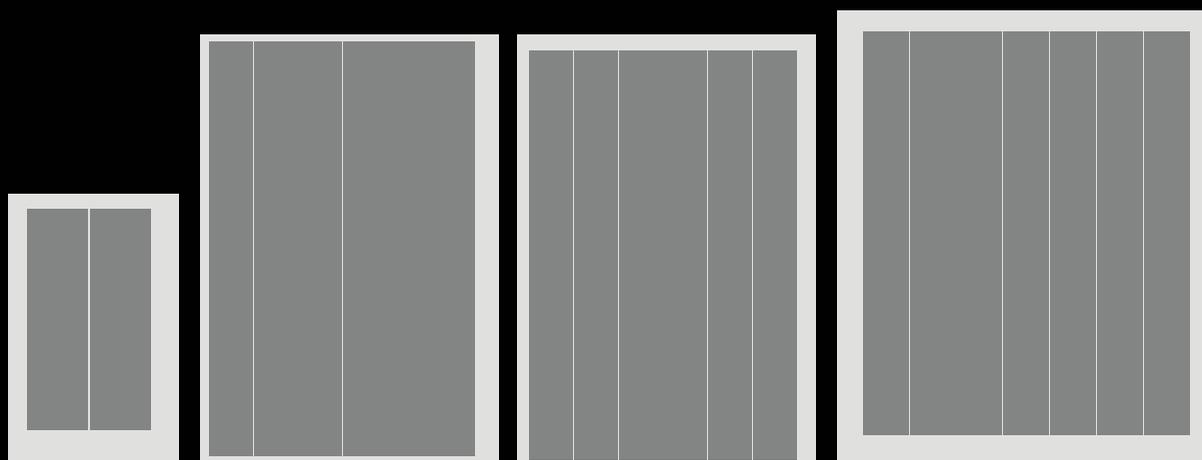


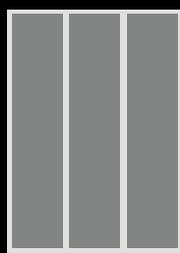
Imagen 4.4. Los tres tipos de retícula que utilizó la Liga Comunista 23 de Septiembre para realizar el periódico *Madera*.

El uso de la retícula de tres columnas apareció por primera vez en la portada del número 43, lo que les permitió tener mayor posibilidades de distribución de la información en la primera página. Una vez que la experiencia les demostró que la retícula de tres columnas era más útil porque cabe mayor cantidad de texto que en la retícula de una columna fue incorporándose a los interiores a partir del número 50. Es importante destacar que, aunque las retículas sirvieron de guía para la disposición de los elementos gráficos, no fueron muy respetadas en el caso del periódico *Madera*. Es posible detectar en un mismo número variantes muy notables en los márgenes, sobretodo en los inferiores. Seguramente se privilegiaba introducir todo el texto, aunque esto significara violar la retícula misma. Así mismo, para los últimos números se aprecian combinaciones de retículas en un mismo ejemplar, componían un artículo en dos columnas y, para darle un poco de variedad visual, el siguiente artículo era elaborado sobre la base de la retícula de tres columnas.

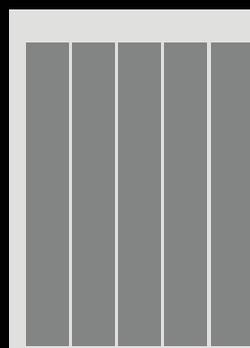
Lo anterior nos habla de un proceso de aprendizaje por parte de los militantes diseñadores de los periódicos, a través de la experiencia misma de la práctica de diseño ejercida por los militantes encargados de la elaboración del periódico. El análisis de las



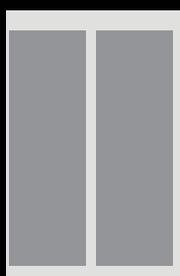
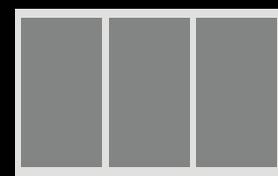
1



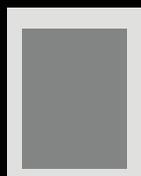
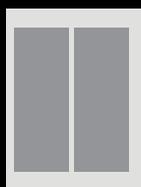
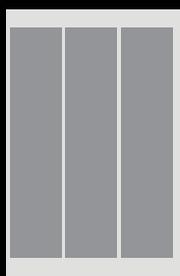
2



3



4



56

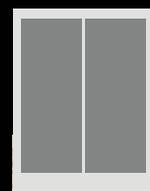
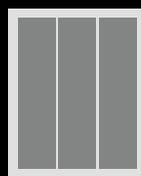
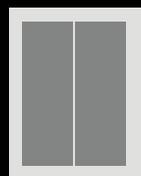


Imagen 4.5. Diseño de las retículas de los periódicos estudiados. 1. *Regeneración*, retículas de las cuatro diferentes etapas del periódico. 2. *Machete*, retícula del periodo clandestino. 3. *Nepantla*, diseños de la retícula en formato vertical y horizontal. 4. *Militante*, los tres diseños de retículas usados en los ejemplares estudiados. 5. *Madera*, las tres retículas empleadas durante el periodo en el que fue publicado el periódico. 6. *El despertador mexicano*, retícula de dos columnas usada por el EZLN en el número 1 de su publicación.

retículas en la edición completa del periódico *Madera* nos permite entender un proceso paulatino de sofisticación del diseño, atravesado por diversos factores como la educación del gusto, el dominio de la técnica, el uso de la tecnología y la necesidad informativa.

El manual de prensa obrera y popular coordinado por Segundo Armas y Pierre Richard, se refiere a la elaboración de la retícula como la diagramación del periódico, y al respecto dice:

Diagramar no es otra cosa que componer gráficamente los distintos contenidos (textos, gráficos, letras, espacios en blanco, etc.) sobre un soporte determinado (puede ser papel, madera, cartulina, etc.). Debemos diagramar de tal manera que podamos atraer la atención del lector y sobre todo, comunicar con fluidez, claridad y orden aquello que tenemos que decir¹³⁸.

Los objetivos del uso de la retícula que los autores del manual de prensa obrera y popular enuncian son: a) Ordenar y priorizar los distintos contenidos de una publicación; b) aclarar y hacer descansar a los lectores en caso de textos complejos y largos a través de buenos gráficos, espacios, etcétera; c) hacer atractivo un medio de comunicación escrito. En el manual se dice explícitamente: “No basta tener ideas correctas y claras, hace falta presentarlas de una manera clara y atractiva”¹³⁹. (Imagen 4.5)

Armas y Richard advierten que antes de iniciar cualquier trabajo de diagramación de una retícula, es necesario formular algunas preguntas:

¿Qué objetivo se tiene con la publicación? “A partir de qué necesidad o acontecimiento es que nos proponemos hacer prensa, con qué objetivo, acaso queremos informar, denunciar, convocar o conmemorar, o acaso tratar de profundizar en algunos temas”

¿Qué medio se va a utilizar? “En función de los objetivos que nos hemos trazado, cuál es el medio de prensa más eficaz: Un boletín o periódico, un volante, un afiche...”

¿A quién va dirigida la publicación? “es decir, a qué público vamos a dirigir esa comunicación. No todos tienen una receptividad igual y no podemos pensar que un intelectual o un dirigente asimilan igual una publicación que un poblador o trabajador de base.

138. Segundo Armas y Pierre Richard, *Manual de prensa obrera y popular*. Lima: Asociación Trabajo y Cultura, 1981, p. 89.

139. *Ibid*, pag 89

Tenemos que preguntarnos aquí si es un público familiarizado con la lectura o no, si es instruido o no, si está acostumbrado más a los gráficos que a la literatura o textos: Todo esto va a definir nuestra diagramación tanto en la distribución de los textos como de las imágenes”

·**Cuáles son los recursos con los que se cuentan?** “Sabemos muchas veces por experiencia, que no todo lo que se desea se puede hacer. En la diagramación o diseño tenemos que tener en cuenta con qué recursos económicos vamos a trabajar: estamos en capacidad de imprimir en ófset o de usar un papel fino y usar varios colores o no. Si tenemos recursos escasos, nuestra digramación debe considerar el usar todos los recursos necesarios para hacerla igualmente atractiva”¹⁴⁰.

La diagramación de la prensa clandestina comienza como un acto intuitivo que a través de la experiencia del trabajo en el diseño adquiere un nivel mayor de conciencia en la toma de decisiones a partir de las necesidades de comunicación y de los recursos materiales que se tienen para la producción.

4.2.2 Páginas prototípicas

Desde el punto de vista del diseño editorial, la página es el soporte técnico en el que nos apoyamos para distribuir sobre la superficie la información. La página constituye una estructura muy singular de las publicaciones periódicas, ya que contiene informaciones de importancia diversa, requiriendo todos estos elementos una valoración diferente y, por lo tanto, un diseño específico.

En función de la posición que ocupa una información en una página, podemos dividir a ésta última en cuatro partes:

- Parte superior (cabeza de página)
- Parte inferior (pie de página)
- Parte derecha (salida)
- Parte izquierda (entrada, por donde se empieza a leer)

Por una convención de la cultura occidental, para asignar un orden jerárquico a la información, las diferentes partes se han colocado tradicionalmente primero en cabeza de página, después en

la zona central y, finalmente, a pié de página. Otro criterio que determina la importancia que se da a la información dentro de la página de un periódico es si va colocada “de entrada” o “de salida”. Por otro lado, en un periódico la página impar tiene mucha mayor importancia que la par, ya que, la forma de plegado del periódico, la página impar es la primera que se visualiza al pasar de página. En este sentido, Evans puntualiza que “las páginas impares, a la derecha del lector, son posiciones claves. Muchos estudios han mostrado que el número de lectores es habitualmente mayor en las páginas impares, y que el más alto está en las páginas iniciales”¹⁴¹

4.2.2.1 Primera página

Cuando se habla de la primera página de una publicación periódica, todos los autores coinciden en una misma calificación: la portada es el escaparate del periódico, el primer elemento que indica al lector cual va a ser el contenido del periódico.

A la prensa clandestina le interesa sobremanera que el tipo de contenido que publica sea expresamente representado desde su primer página. Para ello recurre al simbolismo, tanto visualmente como discursivamente. La mayoría de las portadas tienen un referente simbólico ya sea con la utilización de imágenes o con el nombre de la publicación mismo. En sus portadas, las organizaciones clandestinas intentan dejar en claro que se trata de un periódico combativo, posicionado ideológicamente a la izquierda del espectro político y comprometido con la causa que enarbola.

La portada es el elemento de identidad más importante de una publicación periódica, a través de ella la publicación podrá ser recordada e identificada a lo largo de su historia. Por ello es importante conservar algunos elementos visuales que, a través de la constancia y la repetición, construyan la identidad visual de la publicación.

En el caso del periódico *Madera*, la portada mantuvo un elemento gráfico permanentemente en 53 de las 58 publicaciones. Nos referimos al símbolo que funcionó como referente visual del periódico durante todo el tiempo de su publicación (imagen 4.6).

En la imagen podemos ver a dos jóvenes, una mujer y un hombre. Vemos a la mujer de espaldas con una boina y el cabello

141. Harold Evans, *op. cit.*, p.196.



Imagen 4.6. Imagen que sirvió para identificar a la publicación *Madera* de la Liga Comunista 23 de Septiembre, sólo en cinco número de los 58 no es posible verla en la portada.

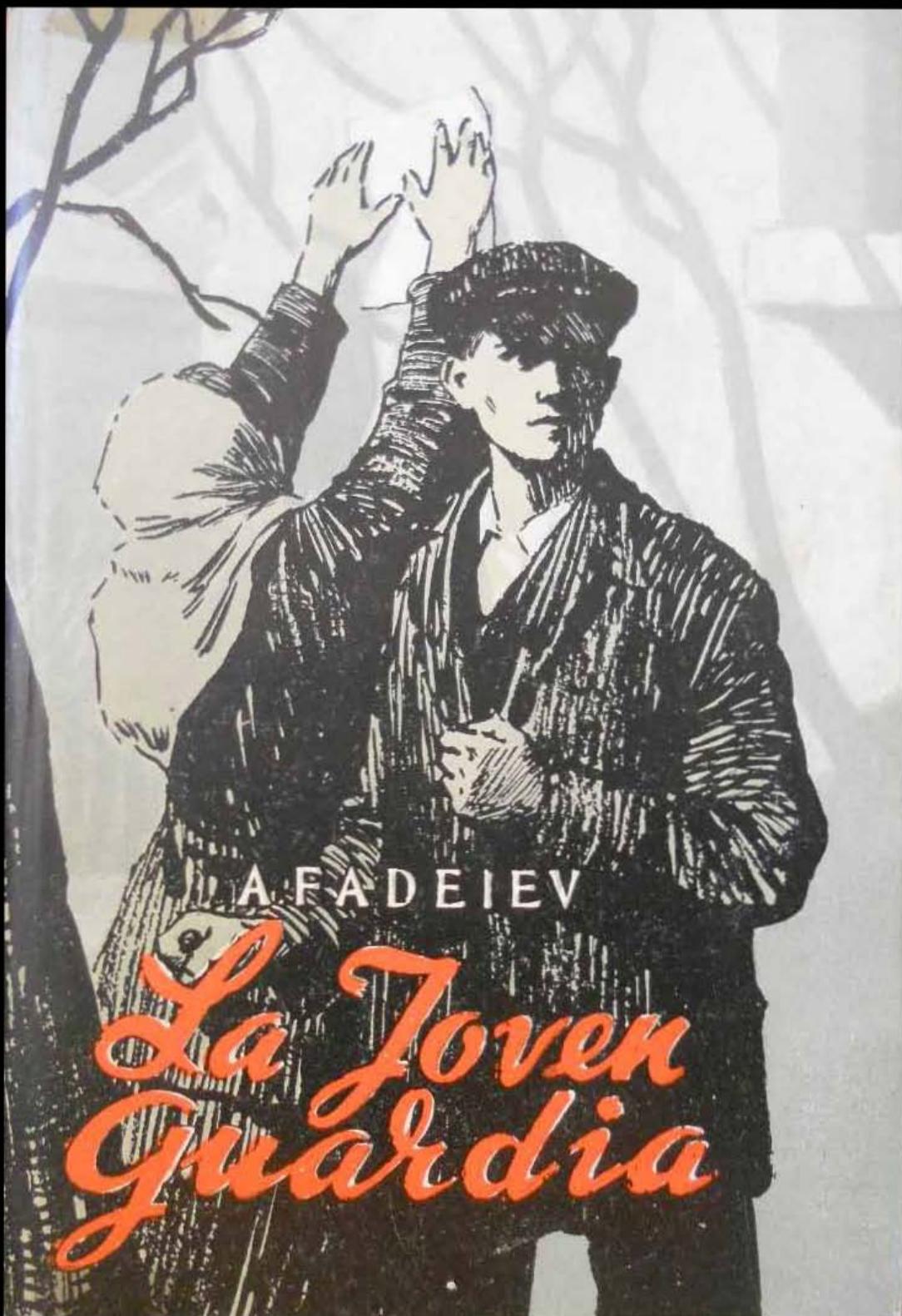
una boina y la mirada la dirige a un costado. Hay mucha fuerza en su puño izquierdo que sostiene el arma. La imagen es un símbolo de la lucha armada clandestina de la Liga Comunista 23 de Septiembre. Para Jaime Laguna, exmilitante de la Liga:

[...] bastaba que apareciera de alguna forma el logo en algún cartel, foro, nota de periódico, para que se supiera de qué se hablaba. El símbolo subversivo era un balazo en catedral: por sí mismo hacía ruido, trasmitía su mensaje creado a fuerza de lo que la Liga representaba; el logo tenía esa fuerza porque significaba la lucha de la Liga¹⁴².

La imagen se convirtió, como ya dijimos, en el símbolo que identificó a la organización. Sin embargo, la imagen también hace referencia a otro objeto. En 1942, el escritor ruso Aleksandr Fadéyev escribió la novela *La joven guardia* que habla sobre las huellas de la batalla del pueblo soviético contra el fascismo, Fedéyev reflejó de manera brillante la magnitud, el dramatismo y el propio espíritu de la lucha sin cuartel en defensa del socialismo. El libro se convirtió en una lectura casi obligada para los militantes de izquierda de aquella época, por la moral que aporta a la lucha.

En México llegó la edición de 1951, traducida por Isabel Vicente y producida por la editorial soviética Ediciones en Lenguas Extranjeras, el libro medía 14 x 20 centímetros y contenía 838 páginas. Para el caso que nos encontramos estudiando lo que resulta importante de esta edición es la portada. No ha sido posible precisar con exactitud el autor de la ilustración, sin embargo hay tres nombres que rodean la creación. En primer lugar está el ilustrador soviético Valerian V. Shcheglov a quién se le atribuye las ilustraciones de la edición elaborada por la editorial Progreso de Moscú. Por otro lado, los créditos de la edición de 1951, atribuyen el diseño de la obra a los ilustradores F. Glebov y Vladimir Noskov. La imagen de esta portada fue la que sirvió como base para la elaboración del fotomontaje de la portada del periódico *Madera*. Tan pronto apareció *Madera* utilizando la imagen de aquella portada, la novela fue retirada de anaqueles e imposible conseguir esa edición.(imagen 4.7)

142. Jaime Laguna, *Historia de Madera. Periódico Clandestino*, disponible en: http://www.periodicomadera.mx/jm/index.php?option=com_content&view=article&id=182&Itemid=6



A. FADEIEV

*La Joven
Guardia*

Imagen 4.7. Portada del libro *La joven guardia* de Aleksandr Fedéyev, en su edición de 1951 y que sirviera de base para la imagen de la portada del periódico *Madera*.

La imagen fue intervenida y reapropiada por la Liga Comunista. A través de un procedimiento fotográfico, se modificó la posición de los brazos del joven, en donde puede apreciarse una desproporción exagerada en el brazo derecho, así mismo, se quitó la sombra del lado izquierdo de la cara, lo que también provocó una deformación del rostro del joven. Además se rellenó de negro la pañoleta de la mujer para hacer notar la caballera larga del personaje femenino. También se insertaron, por un lado, el arma que carga el joven que puede identificarse como un fusil AR-15 y, por el otro, las siglas de la organización en el papel que se encuentra pegando la mujer en la pared. La imagen se llevó a alto contraste, obteniendo un trazo mucho más burdo que el original, y quedó listo el positivo para ser “quemado” en el esténcil del mimeógrafo (imagen 4.8). La reapropiación fue principalmente dotar a la imagen de una significación militar y armada que se relacione con el tipo de lucha que practicaba la Liga.

Fue de mucha importancia para la militancia política de izquierda latinoamericana la producción visual de la Unión Soviética para identificar sus procesos políticos con la construcción



Imagen 4.8. Comparativo de las imágenes de las portadas del libro *La joven guardia* y el periódico *Madera*. Se pueden apreciar las modificaciones realizadas en la imagen para construir el diseño.

del socialismo en la URSS. Los procesos de apropiación y el uso de elementos icónicos significativos han sido un recurso del que se han valido diversas organizaciones a lo largo de la historia de los procesos sociales en América Latina, es decir, las organizaciones se apropiaron de imágenes con significado e identidad establecidos y les otorgaron una nueva significación o identidad con el objetivo de vincular sus luchas con el proceso de la victoria de la revolución soviética de 1917, y así mismo, con la ideología con la cuál se identificaban. Sin embargo, como hemos sostenido a lo largo de la investigación, la cultura es un campo de tensiones en pugna, y los mismos elementos pueden generar sentimientos de unidad política por un lado y enemistad por otro, por esto los símbolos son ambivalentes, es decir, tienen una connotación positiva para unos y negativa para otros. Por esta razón identificar las publicaciones con iconografía soviética era un recurso necesario como un objetivo de la lucha misma, pero peligroso por el otro, ya que se hacían blanco de los enemigos de la ideología con la que se identificaban.

Las portadas de las publicaciones clandestinas tienen la misma estructura espacial que la lógica editorial del diseño de periódicos ha construido a lo largo de su historia (imagen 4.9). En la parte de arriba es posible leer el cabezal con el nombre de la publicación, seguido de los datos registrales del periódico. En la mayoría de ellos se distingue el título de la nota principal. En el caso del periódico *Madera* en la primera plana se ubica el índice de artículos contenidos en el ejemplar. Los demás periódicos inician los textos de los artículos desde la portada.

Con respecto al uso de imágenes en la portada, como ya vimos, el periódico *Madera* es el que le da un mayor peso a la parte icónica que al texto. La publicación de la Liga Comunista Espartaco, *Militante*, posee ilustraciones realizadas por uno de sus integrantes, y la mayoría de sus portadas fueron acompañadas de una ilustración alusivas al tema más destacado.

Una de las características de las portadas, como decíamos al principio de este apartado, es que deben conservar elementos constantes en las publicaciones para poder ser más fácilmente identificadas. Este aspecto sí es cuidado por los militantes editores de los periódicos. Todos los periódicos conservan algún componente durante la mayoría de los ejemplares: *Madera* conserva la imagen, y el cabezal cambió en algunos números; *Militante* conserva la disposición espacial de los elementos y la tipografía del cabezal, así como el recuadro de fondo que enmarca al cabezal; *Regeneración* conservó el cabezal tipográfico en todas sus etapas; *Nepantla* conservó el dise-



Imagen 4.9. Comparativo de las portadas de los periódicos analizados.

ño del cabezal. En el caso del *Machete Ilegal*, el periódico mantuvo el cabezal de la publicación durante su etapa legal, sólo redujo su tamaño para adaptarse a las necesidades clandestinas. Por último, para el ejemplo del *Despertador Mexicano* es imposible determinar esta situación porque sólo se está analizando un número.

Al contrario de las publicaciones comerciales, la contraportada para las organizaciones clandestinas no tenía un peso mayor al de cualquier otra página. En ocasiones, cuando llegaba a “sobrar” alguna página de espacio, la última página se ilustraba con alguna fotografía. Sin embargo, esta condición no fue una constante que pueda ser considerada como un elemento característico de la prensa clandestina, por el contrario es más común encontrar texto en la última página que imágenes.

4.3 Elementos jerárquicos

En toda composición gráfica se debe crear una jerarquía visual adecuada, con objeto de que los elementos más importantes de la misma se muestren debidamente acentuados.

Mediante un adecuado diseño se puede establecer un camino visual que conduzca el ojo del espectador y le vaya mostrando la información contenida en la composición de forma organizada, lógica y fiable, que dirija su percepción por la ruta más idónea.

Como hemos visto, jerarquizar la información contenida en una publicación periódica, es la vía para obtener un proceso de comunicación exitoso. Existen muchos recursos en el diseño gráfico para lograr la diferenciación jerárquica. Como vimos anteriormente, la posición en el espacio es uno de los elementos fundamentales para distinguir el nivel de importancia de un elemento. Otro recurso es el tamaño, un elemento más grande siempre será percibido como más importante que otro más pequeño. El color es otra de las posibilidades con las que cuenta el diseñador para ordenar los elementos.

Ahora, cuando se habla de orden, no quiere decir que el diseñador esté esclavizado a diagramar de manera ortogonal o simétrica, usando dibujos de formas geométricas básicas o a tipografías del tipo "helvética". Se habla sobre la manera en cómo educamos al ojo para que recorra secuencialmente lo que primero queremos que identifique, hasta lo que menos queremos que perciba.

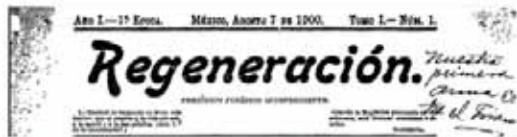
En el diseño de periódicos existen elementos visuales que nosotros identificamos perfectamente para conocer el nombre de la publicación, el número y la fecha, el artículo principal, el autor del artículo, el contenido del artículo, etcétera. La lectura por siglos del periódico a construido un sentido común del medio que, aunque no limita al diseñador en su espíritu creativo, sería difícil concebir una publicación periódica en donde el cabezal del periódico se encuentre en otra posición que no sea arriba. Conocer estas convenciones es lo que posibilita a un diseñador a proponer estilos y estructuras nuevas, que sin ser lejanas a la tradición, modifican la visualidad de los diarios.

4.3.1 Cabezales

Por cabezal entendemos el conjunto formado por el nombre y el logotipo del periódico y los datos registrales, como fecha, número

del periódico, año de publicación y, en el caso de la prensa legal, dirección. Este elemento suele ir en la parte superior de la primera plana del periódico. En la prensa clandestina estas características se conservan de la prensa privada. El cabezal se ubica en la parte superior y va acompañado de los datos registrales de la publicación.

Es posible clasificar los cabezales por algunas de sus características visuales. En primer lugar tenemos los cabezales tipográficos, cuya elaboración sólo se basa en los elementos de tipografía y los recursos que ésta proporciona. Por otro lado, se observan los cabezales rotulados a mano, que tienen como principal atributo al dibujo tanto de la letra como de alguna ilustración que lo conforme. Por último, se encuentran los cabezales mixtos, que combinan la tipografía con la ilustración (imagen 4.10).



Cabezales rotulados a mano



Cabezales tipográficos

Cabezales mixtos

Imagen 4.10. Clasificación de los cabezales en función del uso de la tipografía, la rotulación y el dibujo.

4.4 Tipografía y letras

Para Robert Bringhurst, la tipografía es el arte de dotar al lenguaje de una forma visual duradera¹⁴³. En nuestra tarea cotidiana, *tipografía* admite dos definiciones:

1. La primera de ellas, referida al origen de la palabra *tipografía*, se emplea para designar a la técnica de impresión con tipos móviles que llegó a Europa a mediados del siglo XV, procedente de Asia.

2. La segunda definición, impuesta por los avances tecnológicos, extiende los alcances de la primera definición y denomina *tipografía* a todas las modalidades de reproducción de palabras y textos de la actualidad.

La Tipografía tiene una dimensión técnica y funcional basada en el oficio de tipógrafos e impresores. Cuenta con sistemas de medición y cálculo que ayudan a organizar y racionalizar la comunicación visual. Pero tiene además una dimensión humanística que se basa en la escritura, representación abstracta de objetos e ideas que hizo posible el registro de la cultura, la organización del pensamiento y el desarrollo intelectual del hombre. Entendida como disciplina, la Tipografía profundiza y enriquece en direcciones múltiples los alcances del Diseño Gráfico.

Todos los autores coinciden en señalar la extremada importancia que un medio impreso adquiere el uso de una tipografía adecuada. Así Emil Ruder afirma que:

[...] más que un arte gráfico aplicado, la tipografía es la expresión conjunta de tecnología, precisión y buen orden. Ya no se trata de esforzarse en interpretar complejos postulados artísticos. La tipografía se dedica a la tarea de resolver formal y funcionalmente la exigencia cotidiana: la exigencia imperiosa con la que debe cumplir todo diseño tipográfico es la diferenciación y ordenación de las cosas más variadas. Inabordable el texto en su conjunto, una vez dividido y repartido en páginas, con justificación e

interlineados adecuados, se convierte en algo espontáneamente accesible para el lector¹⁴⁴.

En la prensa clandestina la tipografía tiene un uso poco consciente, las organizaciones que lograron obtener una prensa tipográfica, utilizaron los tipos que venían con la prensa obtenida. Por su parte, la inmensa mayoría de los medios clandestinos fueron elaborados a través de la mecanografía por la practicidad que ésta conlleva en la formación de textos.

4.4.1 Selección y clasificación tipográfica

La elección tipográfica para las publicaciones clandestinas está determinada por los medios materiales para la reproducción de las mismas con los que contaban las organizaciones. Sólo dos periódicos de los estudiados realizaron la publicación utilizando composición con tipos móviles de imprenta. El primero fue *Regeneración* y el otro es el *Machete Ilegal* (imagen 4.11). En alguna breve etapa del periódico *Madera*, éste fue impreso a través de tipos móviles, sin embargo,

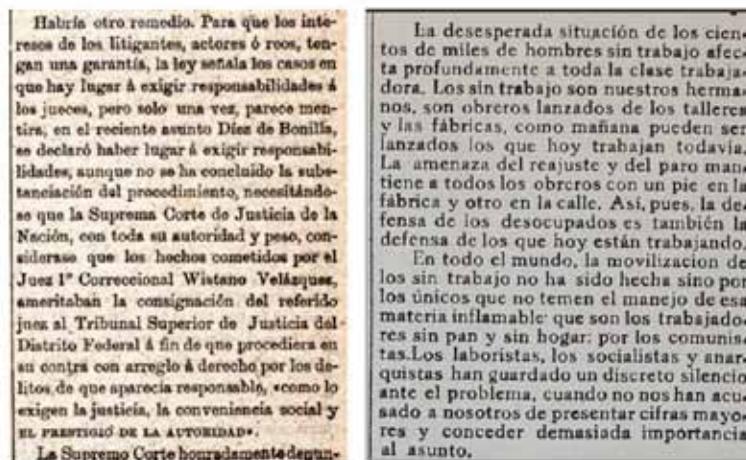


Imagen 4.11. Ejemplos de periódicos realizados con composición en tipos móviles. La columna de la izquierda pertenece al periódico *Regeneración* y la de la derecha al *Machete Ilegal*

144. Emil Ruder, *Manual de diseño tipográfico*, Barcelona: Gustavo Gili, 1983, pág. 16.

dada la dificultad técnica que este proceso implica, lo abandonaron para realizarlo a través de fotocomposición en imprenta ófset.

El periódico *Regeneración* fue impreso en su primera etapa en la imprenta de Filomeno Mata llamada Tipografía Literaria. A mediados de 1900, los hermanos Flores Magón junto a Antonio Horcasistas, eligieron la tipografía que iba a ser usada en el periódico del Partido Liberal Mexicano. Para el cabezal tipográfico seleccionaron la fuente *Regina Cursiv* (imagen 4.12), una fuente Art Nouveau diseñada por el tipógrafo alemán Hermann Berthold en el año de 1897. Con rasgos suaves y curvilíneos, esta fuente representó e identificó los intereses del Partido Liberal Mexicano durante 18 años en 381 números. Esta tipografía también fue utilizada para titulares y algunos textos destacados en las páginas de *Regeneración*.

Regeneración.

REGINA-CURSIV · BAUER & CO., STUTTGART · H. BERTHOLD, BERLIN

A B C D D E E F G G H H J J
K K L M N O P Q R S S T T U
a b c d d e · V W X Y Z · f g h h i j k
k l m m n n o p q r s t u v w x y z z
1 2 3 4 5 P O T E M K J N 6 7 8 9 0
Coast · Benvenuto Cellini · Trust

El estilo cursivo de la tipografía siempre ha estado ligado a la idea de avanzar, de ir hacia adelante debido a su inclinación, esta puede ser una de las razones por la que los hermanos Magón eligieran esta tipografía para el cabezal de su periódico, dando la idea del progreso en la lucha.

Como dijimos al principio de esta sección, los únicos periódicos impresos con tipos móviles de los seis estudiados fueron *Regeneración* y *El Machete Ilegal*. Ambos combinan en sus páginas muchos estilos de fuentes tipográficas. Para las cajas de texto las dos publicaciones usan fuentes romanas de estilo antiguo, por la legibilidad que otorgan para la lectura de textos largos en espacios reducidos (imagen 4.11). Este tipo de fuentes fue usado mucho en el diseño periodístico de inicios del siglo XX, y no fue la excepción en estos dos periódicos clandestinos. Aunque para la composición de los textos de lectura, la tipografía en todos los números era la misma, los editores clandestinos de estos dos periódicos, jugaban mucho con las fuentes en los titulares de las noticias.

A principios del siglo XX las fuentes Art Nouveau seguían teniendo mucha presencia en las publicaciones de la época, y el periódico *Regeneración*, sobre todo durante su primera etapa, echó mano de ellas para componer muchos de sus titulares (imagen 4.13). Las principales características de las fuentes tipográficas Art Nouveau son:



Imagen 4.13. Ejemplos de tipografías Art Nouveau empleadas durante la primera etapa del periódico *Regeneración*.

1. Uso de líneas orgánicas inspiradas en la naturaleza
2. Uso de elementos decorativos, mezclando con tipografías regulares de familias romanas.
3. Variables tipográficas presentes en la pieza: normales, negritas, itálicas
4. La tipografía se trata más como imagen que como texto. Lo que produce formas muy caprichosas en la estructura formal de la fuente.

Estas características dotaban a la plana de los periódicos de acentos visuales con mucho movimiento, además de que se diseñaron una gran variedad de fuentes con este estilo lo que ampliaba los recursos gráficos de los editores para diseñar las páginas. Para las etapas posteriores se fue abandonando el estilo Art Nouveau en las páginas del periódico, hasta que para 1910 fue eliminado totalmente del diseño de la publicación.

En el caso del *El Machete Ilegal*, las variantes tipográficas para la composición de los titulares fueron más mesuradas, se optó por fuentes con mayor peso o palo seco, así como el uso de algunas fuentes cursivas y condensadas (imagen 4.14).

Doce Años de Revolución Victoriosa

1

Nadie Podrá Destruir al Partido Comunista!

2

Huelga de Hambre en la Penitenciaría del D.F.

3

Decenas de Comunistas Aprehendidos

4

En 1965 se crea el periódico *Militante* de la Liga Comunista Espartaco (LCE), esta publicación está muy ligada a procesos editoriales vinculados a la literatura, debido a que su director fue José Revueltas, militante de la Liga y escritor de múltiples obras literarias. Por esta razón la selección tipográfica para la publicación se aleja un poco de los estándares tipográfico del diseño periodístico y se acerca más a los recursos tipográficos de la literatura.

Para la puesta en página del periódico se utilizaron las fuentes Baskerville, Bodoni, Futura y Stymie. La primera fue empleada como fuente para el texto corrido de la publicación (imagen 4.15). Baskerville realizó esta tipografía a mediados del siglo XVIII, basado en los cortes de William Caslon y su objetivo era crear una fuente para textos que dotara de claridad, delicadeza, legibilidad y elegancia a la página, pensada para ser reproducida en papeles de alta calidad de la época. A finales del siglo XIX la Monotype Corporation junto a la American Type Founders Company (ATF), impulsó la recuperación de diseños tipográficos antiguos, conocidos como *revivals*, fruto de este esfuerzo es la fuente Baskerville utilizada en el periódico de la LCE.

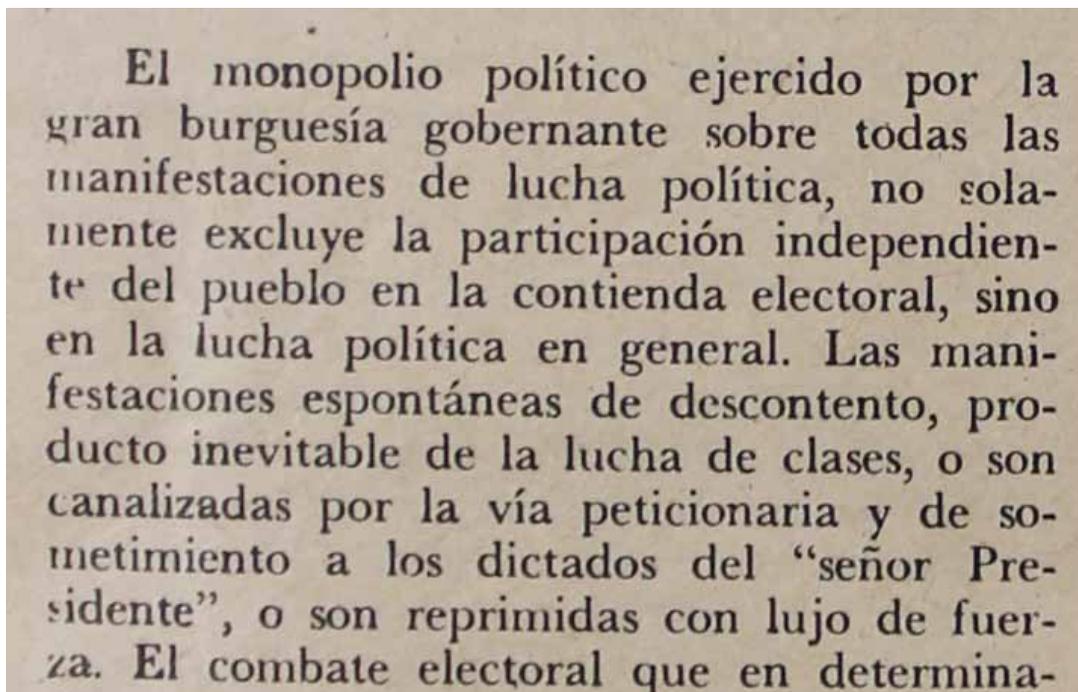
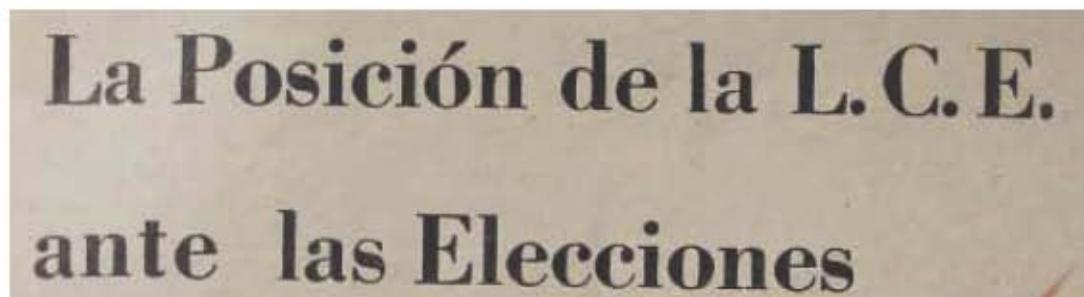


Imagen 4.15. Columna de texto del periódico *Militante* compuesta con la fuente Baskerville.

Baskerville también fue utilizada en el periódico para diseñar el cabezal de la publicación (imagen 4.16).

MILITANTE
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
YZÀÁabcdefghijklm
nopqrstuvwxyzàáé&
1234567890(\$£€.,!?)

Por su parte, para componer los titulares del periódico, se utilizó la fuente tipográfica Bodoni (imagen 4.17), cuyas características morfológicas la hacen una fuente ideal para composición de textos cortos en un cuerpo grande. Alrededor de 1798 Bodoni diseñó un tipo con un gran contraste en sus trazos y unos remates delga-



**La Posición de la L. C. E.
ante las Elecciones**

**ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÀ
ÅÉÎÏÕØabcdefghijklmnop
nopqrstuvwxyzàåéîõø
&1234567890(\$£.,!?)**

46

Imagen 4.17. Titular del periódico *Militante* y muestra tipográfica de Bodoni, fuente con la que se diseñó el titular.

dos que significó una revolución para la comunidad tipográfica y que constituyó el punto de partida de los tipos denominados “modernos”. Morris Fuller Benton comenzó el *revival* de Bodoni para la ATF en los primeros años del siglo XX. Es considerado el primer avivamiento preciso de un corte histórico para el uso general.

Las otras dos fuentes que componen la paleta tipográfica del periódico *Militantes* son Futura y Stymie. Diseñadas por Paul Renner en 1924 y Morris Fuller Benton en 1931, respectivamente, estas tipografías tienen una participación menor en las páginas del periódico. Futura fue utilizada para los datos registrales del periódico en la portada (imagen 4.18) y Stymie se usó para la corniza del periódico (imagen 4.19).



ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÀ
ÅÊËåbcdefghijklmno
pqrstuvwxyzàåéî&1
234567890(\$£.,!?)

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
ZÀÅabcdefghijklmnop
opqrstuvwxyzàåé&l
234567890(\$£€.,!?)

Imagen 4.19. Corniza del periódico *Militante* y muestra tipográfica de Stymie.

La selección de las fuentes de este periódico es quizá la que muestra un mayor conocimiento tipográfico para la edición de una publicación impresa. La participación de José Revueltas en la edición del periódico, un hombre rodeado por los libros, influyó mucho en el diseño editorial de *Militante*. Este caso, es un botón de muestra de la forma en que las capacidades, conocimientos y experiencias individuales de los militantes son las que constituyen el motor creativo de las organizaciones clandestinas, contar entre tus filas con personalidades como la de Revueltas, es una capacidad organizativa que no se podían dar el lujo de desaprovechar.

En el análisis de la prensa clandestina mexicana del siglo XX, podemos encontrar que el recurso más práctico para la composición de textos fue la mecanografía (imagen 4.16). Es sumamente comprensible que así sea, debido a las características en términos de movilidad espacial que te brinda el poseer una máquina de escribir, ésta puede ser transportada con mucha facilidad, no es necesario un conocimiento técnico específico para su uso, es de fácil acceso comercial. Por estas razones, la máquina de escribir se convirtió en una herramienta indispensable para las organizaciones clandestinas.

Casi todas las tipografías para máquina de escribir poseen un estilo que las catalogaría como fuentes egipcias. Son formas con modulación tendente a la uniformidad, con un engrosamiento del trazo y visible aumento del tamaño de los remates.

El peso pesado, y el tipo de remate de los tipos egipcios son perfectos para esta forma particular de impresión y tienen un buen desempeño, incluso en papeles de baja calidad.

Existen dos grupos principales de fuentes tipográficas diseñadas para máquinas de escribir: los diseñados para máquinas con separación regular, dando a cada carácter, incluyendo mayúsculas, el mismo espacio, independientemente de la naturaleza de las diferentes letras; y los diseñados para máquinas con espaciado proporcional, con lo que cada carácter está separado de acuerdo a su anchura natural de cada letra. El espaciado proporcional fue introducido por IBM en 1940, y en principio es más bien como una versión simplificada del sistema de monotipo.

El periódico *Madera* utilizó diversas fuentes tipográficas durante la historia de su publicación que corresponden a las diferentes máquinas de escribir que utilizaron para su realización y al uso del sistema IBM Selectric Composer, conocido también como la IBM de bola. Éste es un influyente diseño de máquina de escribir eléctrica de IBM con almacenamiento de datos, introducida en 1961, la cual en lugar de una “canasta” con tipos pivotantes, la Selectric tenía un elemento pivotante y rotatorio (a veces llamado “bola de tipos”) que podía cambiarse para aplicar distintas tipografías, resucitando una característica que había sido pionera con la máquina de escribir Blickensderfer, de éxito moderado, sesenta años antes. La Selectric también reemplazó el tradicional carro deslizante por un rodillo para papel que se mantenía fijo mientras el mecanismo con la bola de tipos y la cinta se movían a lo ancho del papel.

En los 58 números del periódico *Madera* es posible distinguir un total de seis fuentes tipográficas para la composición de las galeras o textos corridos (imagen 4.20).

Recientemente han aparecido algunos libros en los que se aprecia un esfuerzo por analizar el proceso revolucionario nicaragüense que, leerlos y discutirlos ha servido para ahondar un poco más sobre lo que en Nicaragua está sucediendo: la marcha de la revolución, sus contradicciones y el curso general que está siguiendo la lucha de clases.

IBM Selectric Adjutant

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Igualmente, sólo si los proletarios comprenden que para lograr su objetivo histórico deben derrocar la dominación burguesa y tomar en sus manos el poder político, imponer su Dictadura revolucionaria; si comprenden que ese es su objetivo inmediato,

IBM Selectric Courier 12

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Originalmente los presentes materiales, iban a ser publicados como parte del número 6 de Madera, pero un conjunto de cuestiones nos hicieron determinar que fueran publicados conformando el número 7 de "Madera", por un lado algunos problemas técnicos difíciles de resolver para el tiempo en que se planteaba su difusión, particularmente en su impresión, que de no haber tomado tal medida hubiera dado como resultado que apareciera un folleto y

Letter Gothic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

A: PEDRO DROZCO GUZMAN, "CAMILO" o "CLEMENTE", dirigente de la Liga Comunista 23 de Septiembre y Jefe natural del Frente Estudiantil Revolucionario, abatido por los esbirros de la burguesía el 24 de diciembre de 1973.

Olympia Senatorial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

LA HUELGA DE LOS TELEFONISTAS
Una vez más los telefonistas han demostrado su disposición a la lucha en contra de la explotación y opresión capitalista, arribando a la huelga por encima de los sindicatos "independientes", ante la impotencia y desesperación de la burguesía.
Los capitalistas de frente a la incapacidad de sus mecanismos, de controlar la efervescencia y el descontento obrero, echan mano de otros medios "legales" requiriendo la empresa

IBM Selectric Script

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

"La verdadera educación de las masas no puede ir nunca separada de la lucha política independiente y, sobre todo, de la lucha revolucionaria de las propias masas. Sólo la lucha educa a la clase explotada, sólo la lucha le demuestra la magnitud de su fuerza, amplía sus horizontes, eleva su capacidad, aclara su inteligencia y forja su voluntad."
(Lenin. Informe sobre la resolución de 1905)

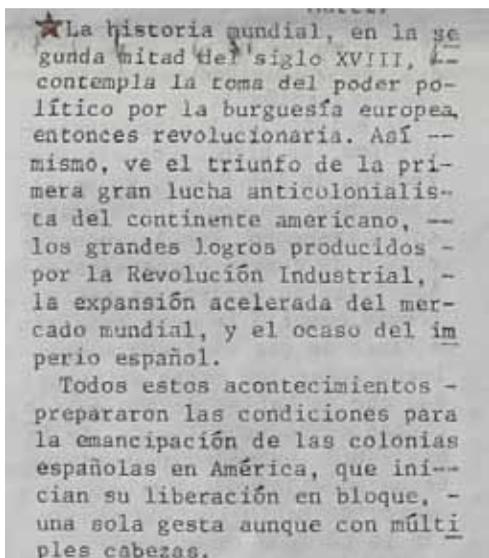
IBM Selectric Light Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

La mecanografía a través de la componedora de IBM también fue utilizada para diseñar las páginas del periódico *Nepantla* de las Fuerzas de Liberación Nacional en 1979 (imagen 4.21). En este caso seleccionaron la fuente Prestige Pica, que posee rasgos y patines menos pesados que la mayoría de fuentes egipcias de máquina de escribir. Las columnas contenían un promedio de cinco palabras por línea y el espaciado entre letras era proporcional al tamaño de las mismas.

El término pica se refiere al número de espacios que tiene una línea en la hoja. Para el caso de la pica la línea cuenta con 85 espacios y la letra es más pequeña le cabe más a la hoja que la elite, la cual mide de 100 a 102 espacios en la hoja y la letra es más grande por eso es de que tiene más espacios. Pica y elite son dos tipos de máquina de escribir definidos por el número de espacios horizontales en la escala frontal del carro de la máquina.

Nepantla utilizó como tipografías secundarias Clarendon, Times New Roman Italic y Universe 67. La primera fuente, diseñada por Robert Besley en 1845, es la que compone el cabezal del periódico (imagen 4.22), esta tipografía egipcia es un poco más condensada que el común y tiene contrastes más fuertes entre los trazos gruesos y delgados, así como patines más ligeros. Clarendon, junto a Times New Roman y Universe 67, diseñadas por Stanley Morison y Adrian Frutiger respectivamente, fueron utilizadas para diseñar los titulares del periódico (imagen 4.23).



IBM Selectric Prestige Pica 10

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

!@#\$%&*()_+¼:"',.?
1234567890-½; ',./

Imagen 4.21. Tipografía utilizada para componer textos del periódico *Nepantla*.



NEPANTLA

Nuestra historia

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

ZÀÅabcdefghijklm

nopqrstuvwxyzàå&

1234567890(\$£.,!?)

Imagen 4.22. Cabezal y titular del periódico *Nepantla*, y muestra tipográfica de Clarendon.

EDITORIAL

Hidalgo, Libertador

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Las armas de la crítica

Los compañeros dicen ...

De pie, América Latina

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Por su parte, el periódico clandestino *El despertador Mexicano* del Ejército Zapatista de Liberación Nacional, se rige más por la convención tipográfica de no usar más de dos tipos de fuentes para una publicación. En este caso, las fuentes seleccionadas fueron para el texto corrido Times New Roman (imagen 4.24) y para los titulares Arial (imagen 4.25). En 1931, el periódico *Times* de Londres encargó a la Monotype Corporation, bajo la dirección de Stanley Morison, diseñar un tipo de letra para su periódico. Esta tipografía se caracteriza por trazos cortos ascendentes y descendente y patines agudos y pequeños.



ABCDEFGHIJKLMNOP
 OPQRSTUVWXYZÀ
 ÅÉÎÏÕØÜabcdefghijkl
 mnopqrstuvwxyzàåéîõ
 ø&1234567890(\$£.,!?)

Imagen 4.24. Cabezal de *El Despertador Mexicano*, y muestras tipográfica de Times New Roman.

Declaración de la Selva Lacandona
Hoy Decimos ¡Basta!

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZÀ
ÅÉÎÏÕØabcdefghijklm
nopqrstuvwxyzàåéîõ
&1234567890(\$£.,!?)

Imagen 4.24. Cabezal de *El Despertador Mexicano*, y muestras tipográfica de Times New Roman.

Somos producto de 500 años de luchas: primero contra la esclavitud, en la guerra de Independencia contra España encabezada por los insurgentes, después por evitar ser absorbidos por el expansionismo norteamericano, luego por promulgar nuestra Constitución y expulsar al Imperio Francés de nuestro suelo, después la dictadura porfirista nos negó la aplicación justa de las leyes de Reforma y el pueblo se rebeló formando sus propios líderes, surgieron Villa y Zapata, hombres pobres como nosotros a los que se nos ha negado la preparación más elemental para así poder utilizarnos como carne de cañón y saquear las riquezas de nuestra patria sin importarnos que estemos muriendo de hambre y enfermedades curables, sin importarnos que no tengamos nada, absolutamente nada, ni un techo digno, ni tierra, ni trabajo, ni salud, ni alimentación, ni educación, sin tener derecho a elegir libre

Imagen 4.25. Columna de *El Despertador Mexicano*, compuesta con Times New Roman.

Según Philip Meggs, “La apariencia tipográfica de uno de los periódicos más prominentes del mundo cambió de manera radical de la noche a la mañana y los lectores , tradicionalmente conservadores, aplaudieron con entusiasmo la legibilidad y claridad del nuevo tipo de letra”.¹⁴⁵

Times New Roman se convirtió en uno de los tipos más usados del siglo XX y de todas las fuentes empleadas en las publicaciones analizadas en esta investigación, es la única que fue diseñada específicamente para un periódico. Este hecho dotó a la tipografía de características que responden a las necesidades particulares de una publicación periódica: **economía de espacio**, debido a su forma ligeramente más condensada y a sus trazos ascendentes y descendentes más cortos; **calidad visual** por su asociación con la elegancia del tipo Caslon (imagen 4.25).

Times New Roman sigue siendo muy popular, especialmente para los periódicos y revistas, sin embargo su uso a trascendido el marco de las publicaciones periódicas.

Arial fue utilizada para componer los titulares del periódico, este tipo es uno de los diseños más utilizados de los últimos 30 años. Dibujado en 1982 por Robin Nicholas y Patricia Saunders para su uso en una de las primeras impresoras láser de IBM, Arial se ha convertido en un componente básico para el contenido textual.

Aunque en general se cree que el diseño se basó en Helvetica, es más exacto considerar a Monotype Grotesque como su ancestro.

Esta pareja tipográfica, Times New Roman y Arial, tienen un uso convencional en el periódico, La tipografía romana para componer textos largos y la palo seco, con mayor peso, para los acentos visuales de los titulares. Este hecho habla de un conocimiento de conceptos de diseño por parte de los militantes que elaboraron el periódico, es decir, aunque la elección tipográfica responde a una tendencia generalizada a principios de los noventas por el uso de estas dos fuentes, su uso correcto en la puesta en página responde a criterios de diseño pensados e influidos por un conocimiento de la técnica tipográfica.

El otro recurso para la composición de textos utilizado por las agrupaciones clandestinas fue la técnica de transferencia de letras (imagen 4.26). Este mecanismo fue utilizado principalmente en la composición de cabecales, titulares y frases cortas, no así para la composición de textos largos. En el periódico *Madera* es posible encontrar una mayor utilización de este tipo de letras, y es fácil identificar su uso debido a que cada letra del texto se encuentra desalineada con respecto a la línea base.

145. Philip B. Meggs, *Historia del diseño gráfico*, México: McGraw-Hill, 2000, p. 292.

EDITORIAL

HUELGA EN MONCLOVA

NOTA EDITORIAL

Critica al resumen de las experiencias de lucha de las trabajadoras de MEDALLA DE ORO

Sobre la lucha de clases en la Costa Chica

EDITORIAL: La lucha

Editorial
¿Como Combatir el Oportunismo?

CRISIS, «FLOTACION» Y DEVALUACION.

EDITORIAL

Despunte de un año de intensa lucha revolucionaria

Hidalgo, Libertador

Los compañeros dicen ...

Imagen 4.26. Ejemplos de los periódicos *Madera* (primeros 8 de arriba abajo) y *Nepantla* (dos últimos de arriba a abajo) en los que se muestra el uso de la transferencia de letras para la composición de títulos y textos cortos. Es posible apreciar la variación de la posición de las letras con respecto a la línea base.

Sería ocioso tratar de clasificar la diversidad tipográfica que utilizó, sobre todo, la Editorial Brigada Roja en *Madera* para componer títulos y textos cortos en el periódico, basta decir que el recurso de la transferencia de letras fue muy útil para diseñar las páginas de las publicaciones. Sin embargo, este recurso fue utilizado desmedidamente, encontrando un promedio de ocho tipografías diferentes en cada número del periódico *Madera* y, en algunos de ellos, pudiendo observar hasta once tipografías diferentes en una sola página, sobre todo en las portadas de los últimos números.

4.4.2 Rotulación a mano

Ante la imposibilidad de muchas organizaciones para acceder a una tecnología necesaria para la producción de textos tipográficos y respondiendo a la necesidad de comunicar a través de un medio impreso sus ideas, las agrupaciones políticas debían resolver dicho problema de la manera más práctica posible. Aunque en la prensa clandestina mexicana no se encontraron periódicos totalmente hechos a mano, como en el caso de algunas publicaciones de América Latina, si es posible identificar algunos titulares y pequeños textos resueltos de manera caligráfica, sobre todo en el periódico *Madera* (imagen 4.27).

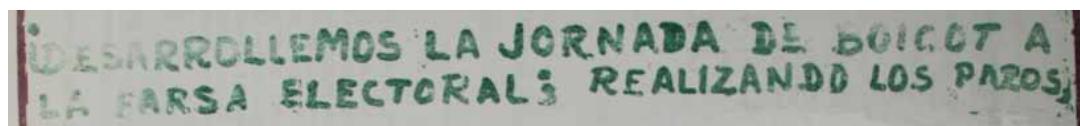


Imagen 4.27. Ejemplos de rotulación a mano en el periódico *Madera*.

Esto se debe a que posiblemente para la elaboración de esos números no pudieron obtener el material tipográfico necesario para componer la página con los recursos óptimos. Así que debieron escribir a pulso los titulares y textos para completar la composición del periódico.

El estilo del dibujo pretende imitar alguna tipografía utilizada previamente o conocida por el militante que produjera el periódico. Es posible identificar este recurso de diseño por la imperfección en los contornos de la letra, que dan pie a suponerlos como realizados a mano.

La rotulación a mano otorga un carácter de reafirmación personal a las sentencias escritas en estos textos, es como una firma personal de lo dicho en la frase, es decir, personaliza el texto.

4.4.3 Legibilidad

Aunque la legibilidad es uno de las cualidades del diseño más importantes para la producción editorial, ya que el objetivo fundamental de una publicación es ser leída, ésta depende en mucho de la calidad en la reproducción impresa del medio.

Resulta obvio decir que las organizaciones clandestinas deseaban que sus ideas fueran recibidas de la mejor manera posible en los sectores sociales que formaban sus lectores. Sin embargo, el análisis de las publicaciones, nos demuestra que la legibilidad fue un aspecto en el diseño de los periódicos que se les dificultó mucho. Principalmente, y como lo veremos más adelante, por los sistemas de reproducción defectuosos y viejos que estaban a su alcance.

En segundo lugar, la legibilidad requiere de un conocimiento tipográfico especializado, saber reconocer los rasgos de una letra que la hacen más o menos legible en relación al tamaño del cuerpo para poder seleccionar una tipografía más legible. Salvo los casos de los periódicos *Militante* y *El despertador Mexicano* mencionado anteriormente, no es posible determinar que tanto poseían los militantes este conocimiento técnico tan específico sobre la tipografía, lo que podemos pensar, es que al reproducir los criterios de los medios que tenían a su alcance, la legibilidad no era un elemento tan consciente en su producción editorial.

4.5 Los usos de la imagen en la prensa clandestina

Una imagen es una mirada que ha sido reproducida y, como tal, la imagen se produce desde un lugar social y con una intención específica. Todos nos damos cuenta, o deberíamos darnos cuenta, de que la imagen tiene un carácter político, le sirve a la política de una forma u otra. Es decir, no existe la imagen inocente, una imagen que carezca de intención y sentido, que trascienda la política y no represente en última instancia el punto de vista de una clase u otra, o una forma u otra de mirar cómo es la sociedad y cómo debe funcionar.

Las imágenes concentran información y tienen una gran fuerza comunicativa. Una imagen, en tanto representación visual, tiene cualidades particulares: es leída instantáneamente, puede proponer una pluralidad de ideas a la vez, sirve para comunicar un mensaje a personas sin conocimiento de la escritura o del idioma, puede remitirnos a toda una cadena de referencias ligadas a cierta cultura y, al mismo tiempo, presentar ambigüedades. Aunque dicha polivalencia sea considerada en ciertas ocasiones una desventaja por la multiplicidad de interpretaciones posibles, lo cierto es que en determinados casos también puede ser justamente el efecto deseado. Además, y sobre todo, la imagen se destaca sobre el texto verbal por su vínculo inmediato con lo sensible y, por lo tanto, por generalmente poseer una mayor capacidad de emocionar. De allí su poder, su fuerza como recurso ideológico o político.

La imagen, a través de toda la historia, siempre estuvo presente como instrumento de comunicación. En todas las civilizaciones, desde los tiempos más remotos, la encontramos desarrollada en diversas formas, desde las primeras pinturas rupestres hasta nuestros días: dibujos, códices, estampas, miniaturas, frescos, murales, grabados, caricaturas, carteles, daguerrotipos, fotografías, cómics, para llegar en el siglo XX al cine, la televisión, el video, los videojuegos, el internet, las propuestas multimedia. El mundo icónico ha jugado los más diversos papeles en las culturas: simbología general, testimonio y memoria, ilustración, explicación, arte, opinión, magia, etc. La imagen se relaciona con todas las facetas del quehacer humano. Pero lo que ha sucedido estas últimas décadas no tiene parangón: la cultura de la imagen generada artificialmente con medios técnicamente muy complejos tomó un peso tal que se entronizó como principal fuente cultural del mundo contemporáneo. Si algo define este momento histórico es la primacía de la imagen por sobre todas las otras expresiones culturales.

Con el advenimiento de nuevos medios de comunicación y la competencia que esto acarreó, el periodismo gráfico debió introducir importantes transformaciones en la manera de presentar la información y de aprovechar los recursos visuales, de tal forma que en la actualidad un diario no sólo es confeccionado para ser leído sino también para ser visto. Es importante escribir y mostrar del modo más visible e inteligible los acontecimientos que ocurren en la actualidad informativa.

Es por ello que la imagen dejó paulatinamente de ser un mero adorno que se usaba con el fin de evitar la monotonía de las páginas de los diarios para convertirse en un elemento imprescindible; fenómeno que se vio facilitado por la notable mejora en la calidad de impresión. Además, esta fascinación por la imagen dio lugar al nacimiento de las infografías que cumplen un importante rol dentro del periódico, tornando más fácil la comunicación de cierto tipo de informaciones y proporcionando un nuevo recurso para competir con los demás medios. Por otro lado, las innovaciones tecnológicas también permitieron una mayor utilización del color en los periódicos.

Hoy, la imagen y la palabra se complementan dentro de un diario. Son muy pocos aquellos medios gráficos que prescindan de la imagen pero ninguno de ellos puede cumplir sus objetivos con la sola implementación de la misma. Justamente por esta complementariedad es que una de las funciones del periodista actual es la de escribir de manera icónica, debe aprender a comunicar los mensajes mediante imágenes. Por consiguiente, además de desarrollar su clásico trabajo de escribir las informaciones, debe conocer el diseño y la informática.

Diversos autores que se dedican al estudio de la imagen en la prensa coinciden en que la misma asume diversas funciones según la intención, la línea del periódico y el diseño en que se la inserte.

Podemos hablar de una función general que engloba a las demás y es la de comunicar. Siguiendo a Lorenzo Vilches¹⁴⁶ la imagen se constituye como un todo discursivo coherente mediante el cual se llevan a cabo estrategias de comunicación, en las que está presente la intención de un emisor de comunicar un mensaje y de producir un efecto. El destinatario decodificará dicho mensaje según sus competencias culturales e icónico-textuales. Así, su interpretación podrá acercarse o alejarse del sentido atribuido en las instancias de enunciación.

El término imagen es muy general y remite a elementos gráficos muy distintos entre sí, como es el caso de las ilustraciones, los gráficos, los chistes, las caricaturas, las fotografías y las infografías. Dentro de este marco global, persigue una serie de funciones que pueden presentarse de manera conjunta o separada.

La excesiva cantidad de información con la que se enfrenta el lector ha llevado a que éste desarrolle mecanismos de selección. En este proceso selectivo asumen un importante papel las imágenes, que deben resultar atractivas e impactantes para servir de “gancho” de primera vista. En efecto, los estudios sobre lectores señalan que los mismos inicialmente fijan la atención en los elementos gráficos de la página.

Asimismo, no se puede estar ajeno a la finalidad informativa que tiene todo periódico, ya sea aportando nuevos datos o aclarando los que se presentan en el texto escrito. En algunas ocasiones, pueden transmitir información en forma más efectiva que el mensaje verbal puesto que facilitan una comprensión rápida y directa de las noticias.

Las imágenes funcionan como un fuerte factor de jerarquización en tanto que se yuxtaponen a la letra impresa claramente distinguida de ésta. Influyen en la aparente importancia de la noticia o como elemento de valorización de aquella. La organización de los distintos elementos visuales en la página sugiere un orden de lectura de tal forma que una fotografía en conjunción con una tipografía y un titular destacado, determinan qué es lo más importante.

Además, los recursos gráficos pueden ser utilizados para romper con la monotonía del texto, cumpliendo así una función meramente ilustrativa que torna más amena la presentación de la información. En este caso, se recurre a imágenes estéticamente agradables que causen impacto en el lector.

Divertir es otra de las funciones que podemos nombrar, principalmente en los chistes gráficos, las caricaturas, las ilustraciones y aquellas fotografías que abordan un acontecimiento desde un punto de vista humorístico.

Por otro lado, muchas veces las imágenes actúan como comentario, en el sentido de que interpretan, valoran y opinan sobre los hechos de la realidad ya sea en el plano del contenido o de la expresión.

El uso de la imagen en los periódicos ilegales, aunque en casi todas las publicaciones es austero, es muy importante para las organizaciones clandestinas. Podemos definir tres usos característicos: el periodístico, el político-referencial o simbólico y

el satírico. La función de la imagen periodística está centrada en el carácter indicial de la imagen, como prueba o documento. La fotografía del periódico no toma su valor del valor intrínseco de lo que ella representa, sino sobre todo del carácter excepcional del encuentro entre un suceso fortuito y el fotógrafo. La foto indica que el medio “estuvo allí” y le da verosimilitud.

Por su parte, las formas simbólicas desempeñan una función fundamental dentro de la lucha política. Su consideración forma parte medular de la posible legitimidad que se encaminará a fortalecer propuestas y proyectos de carácter político. Los símbolos cumplen una función integradora de la comunidad política mediante su capacidad para transformar la significación en acción. Esta función simbólica de la imagen en los periódicos clandestinos está estrechamente vinculada a la construcción de la memoria colectiva de una ideología, así como a la identificación de imaginarios políticos con dicha ideología.

La caricatura política es un retrato, o una interpretación, que exagera o distorsiona un hecho de la sociedad reconocible, para crear un parecido fácilmente identificable y, generalmente, humorístico. Su técnica usual se basa en recoger los rasgos más duros o significativos de un sector social y exagerarlos o simplificarlos para causar comicidad o para representar un problema político, en tal caso es una forma de humor gráfico. Satirizar un problema político a través de la imagen, lejos de minimizarlo, lo profundiza de forma que se capta con agudeza las flaquezas y debilidades de los adversarios políticos, las exhibe con crudeza o con viva intención crítica y construye un testimonio utilísimo como expresión del sentimiento común social del momento histórico.

Las imágenes en los periódicos clandestinos son testimonios de los diversos procesos sociales que constituyen la historia de la organización. Representaciones simbólicas significativas para los militantes, escenas de alguna movilización, fotografías que documentan represiones estatales, diagramas que enseñan la elaboración de materiales para la lucha, son los usos recurrentes de las imágenes en la prensa clandestina.

4.5.1 Fotografía

Con la invención de la fotografía fueron desapareciendo las ilustraciones manuales de los medios periódicos. Mejor dicho, las ilustraciones manuales cambiaron de uso en las publicaciones periódicas,

debido a que en el imaginario social, una fotografía es más “fidedigna” ante la realidad que una ilustración. Las imágenes fotográficas aportaron a los objetivos periodísticos un plus en cuanto al nivel de veracidad de la información.

La fotografía periodística puede ser definida como:

[...] un mensaje icónico por el cual se muestra la realidad de lo acontecido en un momento determinado, tomada desde un lugar cercano o lejano, por medio de un artilugio que permite recogerla y plasmarla en un soporte en el cual fija la imagen representativa de ese particular y concreto instante¹⁴⁷.

El nivel de “veracidad” de una imagen no sólo está relacionado al medio con el que se consigue la misma, sino que depende mucho de la calidad de reproducción de la imagen. Las fotografías que acompañan a las publicaciones clandestinas, son muy importantes en el sentido que documentan la realidad de explotación y represión continua que pretenden hacer evidente ante la población (imagen 4.28). Sin embargo, los medios que poseían de reproducción afectaban mucho la calidad de las mismas, afectando su relación con la realidad.



Imagen 4.28. Dos fotografías del número 22 del periódico *Madera*, muestran, por un lado, las condiciones de explotación del campesinado mexicano y, por el otro, la permanente represión estatal ante la movilización social en busca de justicia.

147. Antonio Alcoba, *Fotoperiodismo*, Madrid: Fragua, 1988, pág. 145.

Otra de las funciones de la fotografía en los periódicos clandestinos es la construcción de la memoria colectiva de la organización a través de referentes simbólicos e históricos. Fotografías de los líderes de la organización, de personajes históricos a los que se reivindica políticamente por su afinidad ideológica y práctica, consolidan el espíritu de cuerpo de la organización clandestina. (imagen 4.29). Una solución más habitual del problema que representa concretizar lo abstracto consiste en mostrar al individuo como encarnación de ideas o valores. Las imágenes de los líderes reconocidos suelen tener un carácter triunfalista, la iconografía socialista del triunfo, incluía personalidades fuertes, de pie, con mirada penetrante y viendo hacia adelante, con puños cerrados, brazos levantados, imágenes con mucha fuerza, presentando individualidades incorruptibles y convencidas de sus hechos.

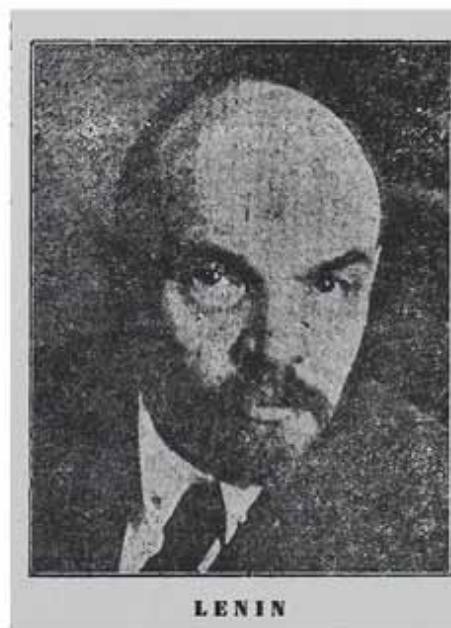


Imagen 4.29. Del lado izquierdo fotografía de Lenin, *Madera*, Número 4. Del lado derecho fotografía de Lenin, *Machete Ilegal*, Número 186. Dos organizaciones en diferentes momentos históricos reivindican a Lenin, y a su ideología, como parte de su memoria histórica.

4.5.2. La caricatura política

La caricatura política, al ser la representación gráfica de la información con el propósito de hacerla más entendible, es una forma de comunicación visual que abarca gran diversidad de acontecimientos de cualquier aspecto.

La caricatura en el orden político sirvió para agitar a las conciencias y elevar el criterio del pueblo, que es la esencia y presencia de la nación, mientras en el aspecto plástico, cumple una función expresiva como arte subalterno que con raro talento saltó fronteras propias. Para Manuel Pérez Vila, la caricatura política es:

[...] esencialmente una de las formas de la sátira, es decir, una manera de desenmascarar, criticar o atacar a una persona, una familia, un partido, una clase social, una institución, un gobierno, una situación, una nación, una etnia, destacando por lo común sus aspectos ridículos o negativos¹⁴⁸.

En síntesis, la *caricatura política* es la representación gráfica donde el caricaturista satiriza una situación, personaje o actividad que tiene que ver con los asuntos del pueblo, con el quehacer público o con las relaciones de gobierno. La caricatura es una forma de expresión fundamental para las personas analfabetas, con la finalidad de que comprendan y asimilen los acontecimientos suscitados en el país, utilizando la manera más fácil, que es el dibujo.

La caricatura tiene una tradición muy arraigada en el discurso visual político. La prensa clandestina retoma esa tradición y la utiliza para dotar a la publicación de un carácter satírico. El uso de la caricatura es muy escueto, como el de la imagen misma, sin embargo, tiene la virtud de construir un discurso visual alterno o, en su caso, complementario, al discurso textual.

La publicación que más utiliza este recurso es el periódico *Madera*. Donde se pueden números con hasta 4 caricaturas en el mismo ejemplar. El tipo de ilustración es muy básico, y en ocasiones se utilizan montajes fotográficos para la elaboración de la caricatura (imagen 4.30). El periódico *Nepantla* también utilizó la caricatura como recurso gráfico (imagen 4.31).

148. Manuel Pérez Vila, *La caricatura política en el siglo XIX*, Venezuela: Lagoven, 1979, p. 5.



Imagen 4.31. Caricatura del periódico *Nepantla*.

4.5.3 Ilustración

El recurso del dibujo no fue menospreciado por las organizaciones clandestinas. Su uso fue mucho menor al de la fotografía, sin embargo, los dibujos dotaron a las publicaciones de cualidades estéticas que aportaron a la visualidad de los impresos. La posibilidad de incluir dibujos en la publicación estuvo limitada por la condición de contar entre sus militantes con alguien que tuviera algún tipo de dominio técnico para la representación con el dibujo. El ejemplo más claro de esta condición es el periódico *El Machete Ilegal*. Antes de ser clandestino, el periódico contó con la figura del grabador Xavier Guerrero, lo que implicó una riqueza visual durante ese período. Sin embargo, durante su etapa clandestina, los militantes vinculados a las artes gráficas dejaron de colaborar por cuestiones de seguridad, y la publicación perdió ese elemento distintivo, recurriendo a la fotografía como elemento gráfico que acompaña al texto.

Otros periódicos utilizaron el recurso del dibujo para representar de manera gráfica conceptos e ideales propios de las organizaciones. Como los casos de *Nepantla* (imagen 4.31) y *Militante* (imagen 4.32).

La temática de la gráfica no es muy diferente a la observable en la fotografía. Reivindicación de personajes históricos y denuncias sociales. Los estilos son variados, por lo regular son imágenes sencillas, con trazos y contornos definidos y muy figurativas.

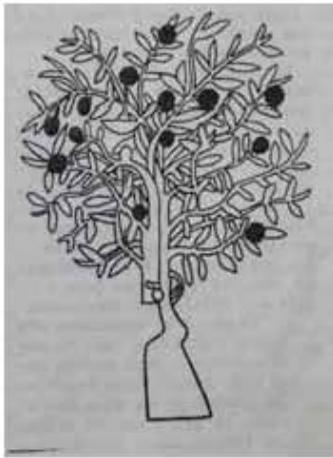


Imagen 4.31. Algunos ejemplos de ilustraciones para el periódico *Nepantla*.



Imagen 4.32. Algunos ejemplos de ilustraciones para el periódico *Militante*.

Para el caso del periódico *Nepantla* es imposible saber si las imágenes fueron fruto del trazo de algunos de sus militantes porque no tienen créditos. Es posible que algunas de las imágenes se hayan tomado de otros lugares para ilustrar los textos de la publicación. Sin embargo para el caso de *Militante* en la portada es posible distinguir el nombre de lucha del militante que realizó las ilustraciones. Esto se corrobora con el estilo homogéneo de las mismas, mientras que para el caso de *Nepantla* el estilo de los dibujos es variopinto.

4.5.4 Gráficos informativos

Si bien es verdad que las fotos son el factor gráfico más común en el diseño del periódico, hay otros elementos que también sirven para ofrecer al lector una presentación visual más apropiada que permiten encauzar de forma eficaz la información que la redacción desea comunicar al público. En general, este tipo de gráficos, además de dotar a las noticias de un interés visual e informativo, expresan lo que, muchas veces, no pueden dar las fotografías: interpretación. Acontecimientos y circunstancias difíciles, como material informativo complicado, para los que no existen fotografías o no son apropiadas, se pueden hacer entender mejor con los correspondientes gráficos.

La prensa clandestina, aunque modestamente, también echa mano de estos recursos gráficos. Principalmente tablas estadísticas (imagen 4.33) para mostrar algunas realidades que las fotos no explican, y que sólo se entienden a través de datos duros. En el periódico *Madera* también es posible encontrar algunos esquemas, a manera de instructivos, para la elaboración de algunos artefactos explosivos (imagen 4.34).

4.6 Cromatismo

El color no existe materialmente en la naturaleza. No hay nada en ella que pueda recibir ese nombre. El color es exclusivamente sensación de color. A pesar de lo que a veces se dice, el color tampoco es radicación, puesto que las radiaciones tienen tan poco color como la materia misma, es decir, ninguno. Sin embargo, ciertas radiaciones o vibraciones electromagnéticas tienen el poder de activar algunas células de nuestra retina produciendo la sensación de color.

... (text from left page) ...

... (text from right page) ...

EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS RELATIVOS ENTRE MÉXICO Y ESTADOS UNIDOS Y DEL TIPO DE CAMBIO NOMINAL

AÑO	IND. DE PRECIOS MÉXICO, 1965=100	IND. DE PRECIOS ESTADOS UNIDOS	IND. DE PRECIOS RELATIVOS
1965	100	100	1.00
1966	105	105	1.00
1967	110	110	1.00
1968	115	115	1.00
1969	120	120	1.00
1970	125	125	1.00
1971	130	130	1.00
1972	135	135	1.00
1973	140	140	1.00
1974	145	145	1.00
1975	150	150	1.00
1976	155	155	1.00
1977	160	160	1.00
1978	165	165	1.00
1979	170	170	1.00
1980	175	175	1.00

DEFICIT DEL SECTOR PÚBLICO Y SU FINANCIAMIENTO ENTRE 1965 Y 1976

AÑO	DEFICIT (MILL. DE PESOS)	FINANCIAMIENTO (MILL. DE PESOS)	DEFICIT (% DEL PIB)	FINANCIAMIENTO (% DEL PIB)
1965	10.0	5.0	1.5	0.8
1966	12.0	6.0	1.8	1.0
1967	15.0	7.5	2.2	1.2
1968	18.0	9.0	2.7	1.5
1969	22.0	11.0	3.3	1.8
1970	28.0	14.0	4.2	2.3
1971	35.0	17.5	5.2	2.8
1972	45.0	22.5	6.7	3.6
1973	55.0	27.5	8.2	4.4
1974	65.0	32.5	9.7	5.2
1975	75.0	37.5	11.2	6.0
1976	85.0	42.5	12.7	6.8
1977	95.0	47.5	14.2	7.6
1978	105.0	52.5	15.7	8.4
1979	115.0	57.5	17.2	9.2
1980	125.0	62.5	18.7	10.0

... (text from right page) ...

Imagen 4.33. Dos tablas comparativas de condiciones económicas en el país. La de la izquierda representa la evolución de los precios relativos entre México y Estados Unidos, la de la derecha es la representación del déficit del sector público y su financiamiento entre 1965 y 1976. Periódico *Madera*, Número 27, diciembre de 1976.

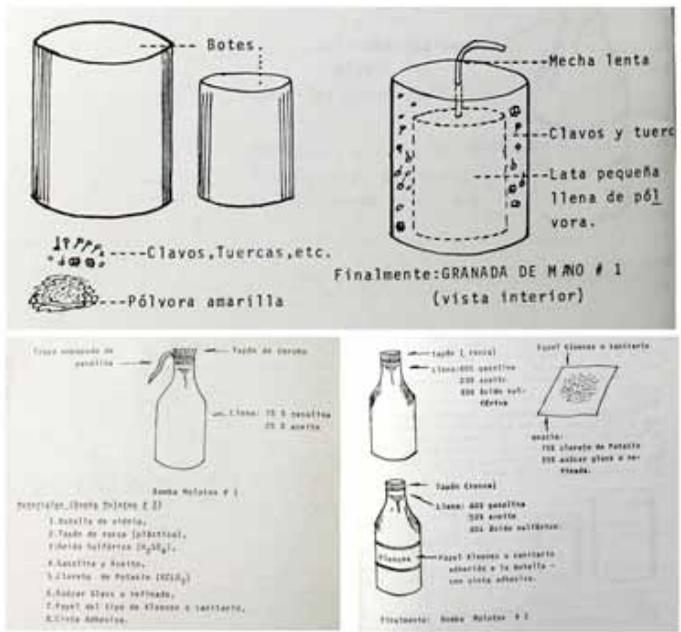


Imagen 4.34. Instructivos gráficos para la realización de artefactos explosivos. *Madera*, número 8, enero de 1975.

Hay pocos estímulos visuales tan poderosos como el color: es una herramienta de comunicación enorme. Timothy Samara nos advierte que “debido a que el color es el resultado del reflejo de las ondas luminosas, transmitidas por un órgano imperfecto (los ojos) a un intérprete imperfecto (el cerebro), el significado que transmite el color también es profundamente subjetivo”¹⁴⁹. El proceso de la percepción del color es universal entre los humanos, aunque lo que hacemos una vez que lo percibimos es harina de otro costal. Y controlarlo con el objetivo de comunicar pasa por comprender cómo se comportan sus cualidades ópticas.

El color evoca emociones y sensaciones distintas; muchas de ellas dependen del lugar en el mundo donde se encuentren las personas. Una de las propiedades psicológicas de los colores es que son capaces de evocar determinados valores afectivos, emocionales o conceptuales. Entonces, el color es algo subjetivo, ya que el significado y la connotación pueden variar de una persona a otra y de una cultura a otra.

En los últimos años, el uso del color en los medios de comunicación social, se ha desarrollado vertiginosamente. En la televisión, el cine, la publicidad y el cartel, en los diarios y en las revistas, este elemento ha contribuido a dinamizar y enriquecer la transmisión de los mensajes. En la actualidad, la importancia de su uso en los medios impresos, y más concretamente en la prensa diaria, es algo que a estas alturas ya nadie discute. A lo sumo, las discrepancias se centran en cómo debe usarse en las páginas impresas. Para el catedrático de Periodismo en la Universidad del País Vasco, Jesús Canga Larequi, “el crecimiento de los diarios apunta hacia el color por medio de una nueva jerarquía impuesta por el cromatismo”¹⁵⁰. Es decir, el uso del color en la prensa diaria se contempla como un elemento moderno y de vanguardia, mientras que el blanco y el negro se percibe como un elemento anticuado en fase de superación.

En el ámbito político, los colores son los distintivos comunes de las banderas y los símbolos patrios, además de usarse como distintivos o emblemas partidistas e ideológicos. Al respecto, Alicia Sánchez Ortiz afirma que el color es un símbolo de poder y orden social:

149. Timothy Samara, *los elementos del diseño*. p. 83.

150. Jesús Canga Larequi, *El diseño periodístico en prensa diaria*, Madrid: Bosch, 1994, 156

El uso político de nombres de colores es una constante en la historia mundial y un recurso frecuente en cualquier sistema codificado. Con el transcurrir del tiempo, las connotaciones políticas de los colores, nacidas en la Europa occidental, se han ido internacionalizando de manera que han cubierto progresivamente un territorio cada vez más extenso¹⁵¹.

Los colores políticos son una serie de colores que, asociados a las diferentes ideologías políticas, se utilizan como signo y símbolo de identificación y como afirmación identitaria, en la mayor parte de los casos coincidente con el de las banderas o algún otro aspecto de la simbología política, particularmente el color de las camisas. No obstante, en ocasiones el uso de algunos colores coincide en ideologías políticas muy opuestas. También se asocian los colores políticos a otros movimientos muy ligados a la política, como los distintos movimientos sociales o la propugnación de distintos sistemas económicos.

Los colores como el azul y el rojo están entre los más empleados por su asociación a la derecha e izquierda política respectivamente. Tienen una tradición incluso más antigua que el propio origen del concepto de espectro político (izquierda-derecha) originado en la Revolución francesa, pues se incluían en una expresión muy extendida para designar las diferencias sociales: la oposición entre sangre azul y sangre roja. Por otro lado, la oposición de rojo y negro también ha sido muy utilizada con el mismo fin, como en el título de la novela de Stendhal *Rojo y negro*, que se refiere a la oposición entre uniformes (simbolizando la Revolución) y sotanas (simbolizando el Antiguo Régimen).

4.6.1 Uso del color en las publicaciones clandestinas

En la prensa comercial el color ejerce fundamentalmente dos funciones, por un lado, una función estética, para dar atractivo y realce a sus páginas; y, por otro, una informativa, mediante la cual produce y comunica nuevos significados. Sin embargo, estas funciones no operan de igual forma en el caso de la prensa clandestina, que

151. Alicia Sánchez Ortiz, A. "El color, símbolo de poder y orden social. Apuntes para una historia de las apariencias en Europa: espacio, tiempo y forma". En *Historia Moderna*, 12, 1999, pág. 321-864.

por sus condiciones de producciones le es imposible acceder a una tecnología de cromatismo total.

Para el caso de la prensa que nos encontramos estudiando, el color se convierte en un lujo editorial a través del cual se puede dotar de mucho simbolismo político a la publicación. En el manual de prensa obrera citado anteriormente, se hace referencia a algunas de las cualidades cromáticas a las que nos estamos refiriendo y dice:

Tenemos que saber algunas de las posibilidades y particularidades que tiene el color y utilizarlo, no sólo con un criterio estético, sino fundamentalmente para reforzar determinados contenidos o efectos. El color tiene un significado en sí y no es un mero adorno de una publicación¹⁵².

4.6.1.1 El rojo y el negro

Es indiscutible el valor simbólico que tienen los colores rojo y negro para las organizaciones revolucionarias. Reinhard Gäde, al respecto del color negro y su utilización en el diseño de periódicos dice:

El negro está considerado como el color del drama. Es el color de lo inquietante y de lo amenazante, el color de la bandera anarquista y el adjetivo para las fechas de acontecimientos desastrosos.

Paradójicamente, este maldito y condenado color de la tristeza es al mismo tiempo el color por excelencia de los distinguido, de la elegancia en el vestir.

Así, siguiendo la línea estética del negro, muy pocas cosas ofrecen una imagen más noble y serena que una palabra sincera compuesta con una bella letra e impresa en un negro intenso sobre papel de un blanco puro.

Quizá por eso, el encanto especial de un buen diseño de periódico reside en la extrema sencillez del negro sobre el blanco del papel. En todo caso, es válida como definición de una típica y partícula estética. Porque, en consonancia, al periódico le va muy bien ese aspecto un poco áspero y simple de hojas sueltas y hasta con arru-

gas. A la postre, quien diseña o realiza un periódico debe sentirse profundamente compenetrado con el factor común y subyacente a todas estas circunstancias: la escasez¹⁵³.

El rojo se asocia a la revolución. El origen parece estar en la Revolución francesa; en 1791 se izó la bandera roja (signo de proclamación del estado de sitio y orden para la dispersión de cualquier manifestación) en París con la finalidad de reprimir las manifestaciones contra el Rey Luis XVI, en las que se produjeron algunos muertos. Los manifestantes adoptaron la bandera roja como propia en recuerdo de los mártires convirtiéndola en una bandera revolucionaria.

En 1871 en la revuelta de la Comuna de París de nuevo se utilizó la bandera roja. Fue adoptada a lo largo del siglo XIX por el movimiento obrero fundamentalmente el de orientación marxista (socialista). La victoria del partido bolchevique en la Revolución de octubre de 1917 convirtió a Rusia en el primer país donde se pretendió establecer un sistema comunista, identificando a la Unión Soviética como al leninismo, y posteriormente al estalinismo con el color rojo, elegido como color de su bandera junto al símbolo de la hoz y el martillo. De este modo, en el resto del mundo sería usado por los partidos socialistas, comunistas e incluso por los socialdemócratas.

Este color impregnó todo el nomenclátor, los lemas y la simbología de los países del bloque comunista en el Este de Europa, en China, Corea del norte, Vietnam, Cuba y otros países de influencia soviética, que lo emplearon como principal seña de identidad y propaganda. Algunos ejemplos son: la Plaza roja de Moscú (en este caso, simplemente se acentuó o se amplió el significado, por mera coincidencia, ya que el nombre lo tenía antes de la llegada del comunismo), el Ejército Rojo, la Guardia Roja y el Libro Rojo de Mao.

A mediados del siglo XIX Giuseppe Garibaldi formó la “Legión italiana” que vestían camisas rojas, que lucharían primero en Uruguay hasta garantizar su independencia frente a Argentina y Brasil, y años después en la Expedición de los Mil en el sur de Italia con el fin de unificar el país.¹⁵⁴

153. Reinhard Gäde, *Diseño de periódicos. Sistema y método*, Barcelona: Gustavo Gilli, 2002, p 120.

154. Esperanza García Méndez, *Italia, de la unificación hasta 1914*. Madrid: Akal, 1985, pp. 29-41.

La combinación de estos colores ha sido identidad de un sinnúmero de corrientes y organizaciones políticas de izquierda. Varios autores afirman que la primera bandera rojinegra se creó en España hacia 1910. Pronto se extendió a naciones vinculadas con ese país: fue empleada por el luchador social César Augusto Sandino, en Nicaragua, y por los líderes de la Revolución Mexicana que se inició en 1910. Era el símbolo del anarquismo, y del llamado *anarcosindicalismo*. Sin embargo, algunas evidencias sugieren que ya existía desde antes. En 1831 se le vio ondear en un movimiento laboral de Lyon, Francia y en 1877 la portaba un grupo de anarquistas italianos en la comuna de Latino.

La bandera rojinegra une el color negro del anarquismo con el color rojo del sindicalismo o movimiento obrero. Normalmente está cosida en diagonal, aunque las primeras banderas lo estaban de forma horizontal (sin autoridad).

El rojo, es quizás el color que se asocia más claramente a una parte del espectro político, en el que encontramos el comunismo, el socialismo, el movimiento obrero, el sindicalismo y las posiciones que llamamos de izquierdas porque era este el lado que ocupaban los jacobinos en la Asamblea Nacional en la Revolución Francesa.

Como lo mencionamos antes, es también en la Revolución Francesa donde debemos encontrar las raíces de la bandera roja. En el siglo XVIII un paño rojo servía como señal de peligro y una bandera que tenía esta función terminó tomando un contenido político. EL hisotriador francés Michael Pastoureau lo explica así:

En octubre de 1789, la Asamblea Constituyente decreta que en caso de tumultos se coloca una bandera roja en los cruces para señalar la prohibición de formar grupos y advertir de que la Fuerza pública podía intervenir.

El 17 de julio de 1791, muchos parisinos se reunieron en el Campo de Marte para exigir la destitución de Luis XVI, que acababa de ser detenido en Varennes.

Como existía amenaza de motín, Bailly, el alcalde de París, ordenó izar a toda prisa una gran bandera roja. Pero los guardias nacionales dispararon sin aviso.

Hubo Unos cincuenta muertos, que se convirtieron en “mártires de la revolución”. Por una sorprendente Inversión, esa famosa bandera roja, “teñido con la sangre

de esos mártires”, se convierte en el emblema del pueblo oprimido y de la revolución en marcha¹⁵⁵.

Unos años después, en 1834, los trabajadores del sector de la seda amotinados en Lyon adoptan la bandera roja como símbolo del movimiento obrero, reaparece en las barricadas de París en 1832 y en 1848 es la bandera de los revolucionarios de la Comuna de París. El rojo será desde entonces el color y también el adjetivo de las organizaciones y los partidos comunistas y socialistas.

Será también la bandera de los estados socialistas que se fundarán en Rusia, Europa del Este, China y numerosos países asiáticos o africanos en el siglo XX. Y es aún el color que identifica la mayor parte de los partidos de izquierda, desde la izquierda radical a la socialdemocracia.

La prensa clandestina recupera todo este simbolismo cromático y, en la medida de sus posibilidades materiales, intenta dotar a sus publicaciones de esta significación política a través del color (imagen 4.35).



Imagen 4.35. Ejemplos del uso de los colores rojo y negro en las publicaciones clandestinas.

155. M. Pastoureau, D. Simonnet, *Breve historia de los colores*, Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica. 2006, p. 42.

4.6.1.2 Monocromía

Aunque el rojo y el negro son colores sumamente importantes para las organizaciones políticas de izquierda, las condiciones de la clandestinidad impiden publicar los periódicos “como se quisieran” y se publican “como se pueden”. La mayoría de las publicaciones clandestinas se imprimieron a una sola tinta y con más frecuencia en color negro. Sin embargo, es posible encontrar ejemplares en los que se exploraba el diseño cromático a partir del color mismo del sustrato en conjugación con algún color diferente de la tinta, dando como resultado visual una bicromía.

Las organizaciones procuraban comprar tintas muy baratas, que estuvieran viejas o en saldos con los colores que no gustaban. Esta condición hacía que la paleta de combinaciones cromáticas fuera variopinta y en muchos de los casos sin una elección premeditada por parte de los editores militantes (imagen 4.36).



Imagen 4.35. Ejemplos de la impresión monocromática en los periódicos clandestinos.

Los sistemas de producción editorial y circulación de la prensa clandestina

El diseñador no puede obviar el hecho de que el diseño es sólo una actividad preparatoria dentro del proceso global de la reproducción en serie. Esto se manifiesta tanto en los procesos como en los materiales de los que hace uso. No es que la producción en serie sea determinante en todas las decisiones que debe tomar el diseñador. Es más bien que ésta, más específicamente, la reproducción en serie implica forzosamente una cultura de masas y, por tanto, debe tener en cuenta distintos niveles de alfabetización, formación y capacidad de lectura en posibles discapacidades visuales, diferencias de edad y sensibilidad y, muy importante, para el caso que nos ocupa, la ideología política, las condiciones de la lucha de clases y la diversidad política y cultural. Diseñar un tipo de letra para doscientos panfletos políticos dirigido al sector obrero es muy distinto que diseñar un periódico de circulación nacional. En este tipo de encargos, las decisiones que deben tomarse en el proceso de diseño inevitablemente son de suma importancia; lo que nos lleva al debate abierto en torno al modelo diseñador-artista y al del diseñador-artesano, elección y colisión entre el valor de lo único y el valor de lo repetible, entre lo experimental y lo probado, entre lo intuitivo y lo definido.

5.1 Organización y división del trabajo en torno a la edición y al diseño en la prensa clandestina

Para las organizaciones clandestinas el aspecto del contenido político ocupó el papel central en el proceso de producción de los medios impresos. A él se subordinó todo el otro conjunto de requerimientos que se consideraban fácilmente superables: la logística, la producción y el proceso técnico. La propia dinámica de la lucha obligó a las organizaciones a centrar sus recursos humanos y técnicos en función del conflicto, generando infraestructuras y logística para las necesidades de la propia lucha. El sostenimiento en la clandestinidad de un aparato de propaganda —incluyendo equipos humanos, talleres de impresión y redes de distribución—, absorbía grandes recursos económicos y humanos cuando, como venimos señalando, los esfuerzos de la mayoría de estas organizaciones se reorientaban al impulso militar del conflicto.

El trabajo de la prensa clandestina no puede ser resultado del trabajo de una sola persona, sino que debe ser fruto de un trabajo colectivo. En la mayoría de los casos estudiados, las organizaciones nombraron comisiones de prensa que funcionaban como equipos de trabajo cuya responsabilidad era producir editorialmente las publicaciones. Esto sucedía por dos razones fundamentales, la primera tiene que ver con la formación militante al interior de las organizaciones, el trabajo dentro de una organización política revolucionaria adquiere un sentido formativo como parte de la colectividad en resistencia; la segunda razón pertenece más al terreno de lo práctico, el trabajo de prensa para una organización clandestina exige mucho tiempo y también el desarrollo de diferentes capacidades editoriales: redacción, edición, diagramación, diseño, impresión y distribución. Todas estas tareas deben ser el resultado de un trabajo organizado y colectivo. Además de las tareas vitales de obtener recursos e infraestructura para la producción de los impresos.

Hemos visto que la prensa clandestina tiene los objetivos de informar, denunciar, concientizar, orientar y, sobre todo, organizar. Esto implica que la prensa es una herramienta colectiva en las manos del pueblo y que debe ser, por tanto, manejada colectivamente. Para cumplir el papel de informar es necesario saber lo que pasa en todos los diferentes ámbitos de la realidad nacional. Es imposible que una o dos personas puedan saber todo lo que ocurre; se hace necesario entonces un equipo que recoja la mayoría de los acontecimientos y necesidades organizativas del pueblo. El debate colectivo es una de las tareas necesarias para no correr el riesgo

de desviarse en la línea organizativa de las publicaciones clandestinas.

En el *Manual de prensa obrera y popular*, editado en Perú por el área de Comunicación y Prensa de la Asociación Trabajo y Cultura, Segundo Armas y Pierre Richard explican la importancia del trabajo colectivo para la prensa:

[...] es indispensable construir un equipo con compañeros que tengan tiempo para hacer este trabajo, que no estén sobrecargados por otras responsabilidades y que tengan capacidades, unos para redactar, otros para diagramar, dibujar, etcétera, o que quieran aprender estas técnicas. Hacer el trabajo de prensa en equipo es la única manera de asegurar su periodicidad y su continuidad¹⁵⁶.

El periódico clandestino no puede ser obra de un grupo de personas aisladas, ni siquiera sólo de la dirección de la organización, aunque en ella debe recaer la responsabilidad principal, sino de la organización en su conjunto. Los militantes deben dedicar una gran parte de sus energías a llevar adelante esta labor, no sólo posibilitando la difusión del periódico, sino contribuyendo con sus apreciaciones sobre el curso del movimiento para la conformación del mismo.

Las formas de jerarquizar a las comisiones de prensa fueron diferentes dependiendo lo que consideró mejor cada organización. Pero podemos decir que todas las estructuras de los comités de prensa fueron jerárquicas, donde hay un responsable que funge como director de todos los procesos y es quien toma las decisiones finales. En la mayoría de los casos, cada equipo de trabajo tenía un responsable, cuya tarea, además de coordinar a su colectivo, era enseñar el trabajo a algún militante para que en caso de una represión y cayera algún responsable, los periódicos pudieran seguir saliendo.

El proceso organizativo para la elaboración de los periódicos, tenía que ser lo suficientemente sólido para demostrar que el nivel de centralización, coordinación y profesionalismo de la organización era fuerte y bien estructurado. En el caso de la Liga Comunista 23 de Septiembre, existía un Consejo de Redacción y un Comité de Prensa que era responsable de la edición, en todos sus

156. Segundo Armas y Pierre Richard, *Manual de prensa obrera y popular*, Lima: Asociación Prensa y Cultura, 1981, p. 60.

aspectos, del periódico *Madera* y de la propaganda necesaria para la organización. Según Jaime Laguna:

[...] en cada entidad que la Liga tenía comités debía funcionar un comité de prensa [...] Se decidió que los comités de prensa de algunas entidades, llevaran nombre, como el de Chihuahua que tenía el de Arturo Gámiz, y los estencils que de ahí salían a estados cercanos llevaban la firma de esa editorial: Arturo Gámiz y las policías, pensando que llegaba desde Chihuahua para ser distribuido, no cuidaban que en las mismas entidades circunvecinas se imprimía¹⁵⁷.

5.2 Financiamiento, infraestructura material y periodicidad

La prensa clandestina constituye un proyecto político e ideológico, que no persigue la conquista de un beneficio económico.

Producir la prensa clandestina necesita una infraestructura mínima como: un local apropiado, materiales para diagramar (punches, reglas, plantillas de letras, hoy en día una computadora), máquina de escribir, mimeógrafo, tintas, papel, mesas, etcétera y un financiamiento, más o menos, constante. Garantizar esta infraestructura y el financiamiento son tareas organizativas fundamentales. En el contexto de los movimientos armados, en su gran mayoría, obtenían recursos económicos mediante acciones armadas denominadas “expropiaciones”. Al respecto, Armando Rentería, exmilitante de la Liga Comunista 23 de Septiembre en Jalisco, señala:

Las expropiaciones se justificaban como la apropiación proletaria de una parte del trabajo pretérito, no remunerado, expropiado por la burguesía al trabajador. Si se realizaba sobre el capital financiero o industrial contribuía a desquiciar el centro que regula la circulación del capital. Si el producto expropiado se empleaba para la construcción del periódico entonces, había una apropiación de su valor de uso y se convertía en reproductor de las fuerzas revolucionarias¹⁵⁸.

157. Jaime Laguna, *Historia de Madera. Periódico Clandestino*, disponible en: http://www.periodicomadera.mx/jm/index.php?option=com_content&view=article&id=182&Itemid=6
158. Armando Rentería, “Prensa armada en México: Madera, en *Voces de fuego. La prensa guerrillera en Jalisco*. Guadalajara: Grietas Editores, 2013, pág. 143.

En la mayoría de las organizaciones político-militares existía la capacidad para realizar expropiaciones con el objetivo de financiar todas las actividades y de proveerse de los materiales necesarios a través de asaltos a distribuidoras de papel y tintas. También se obtenían estos materiales comprándolos a colaboradores de la organización. Además, en algunos casos se organizaban campañas económicas, ventas de bonos o boteos, e incluso se tenían redes de simpatizantes que donaban dinero a las organizaciones. De todas las estudiadas, sólo dos organizaciones político-militares se diferencian de las otras porque no realizaban expropiaciones, robos ni secuestros para obtener sus recursos: Las Fuerzas de Liberación Nacional y el Ejército Zapatista de Liberación Nacional.

En la historia de ambas organizaciones no es posible encontrar ninguna acción en donde haya estado implicado algún operativo armado para la obtención de sus recursos. La manera en como estas dos organizaciones se hacían de recursos económicos era con aportaciones mensuales de cada uno de sus militantes. Esta actitud ética en la organización militante, es resultado de entender que no se puede tener un respaldo moral firme para pedir dinero a la gente, si el militante mismo no está en disposición de darlo. Además de mantener como principio ético no ejercer el uso de la legítima violencia en contra de ningún integrante del pueblo al que se pretende liberar. De esta forma cada militante aportaba como cuota un porcentaje fijo de sus ingresos, y sólo los desempleados y estudiantes se fijaban a sí mismos las cuotas mínimas.

El otro problema al que se enfrentaban las organizaciones para elaborar un periódico era el de construir las condiciones de clandestinidad propicias para instalar la prensa revolucionaria, Armando Rentería apunta lo siguiente:

[...] se procuraba elegir una casa que no despertara sospechas. Era muy importante dar la apariencia de ser una familia normal (muy difícil dado que la mayoría de militantes eran muy jóvenes), y dentro de ella aislar la habitación donde se trabajaba para que no escaparan los ruidos de la prensa tipográfica o prensa ófset, de la guillotina cortadora de papel, etcétera.¹⁵⁹

159. *Ibid*, pág. 144.

Una vez instalada la imprenta clandestina, el siguiente problema era el conocimiento técnico para emplear las máquinas. En el caso de *Madera*, entre sus militantes existía un impresor, padre de uno de los principales dirigentes de la Liga Comunista en la primera etapa. Esta situación facilitó un poco las cosas en este caso, sin embargo, cuando no se cuenta con militantes capacitados, resulta necesario invertir esfuerzos organizativos en la capacitación de algunos de los militantes. Esta decisión era fundamental en la estructura organizativa en torno a la prensa, porque al militante que se capacitara será el responsable directo de la prensa clandestina, y uno de sus deberes inmediatos era el de enseñar a dos o tres militantes más el oficio, porque una de las características de las organizaciones clandestinas es que no puede depender el trabajo de una sola persona. Esto por dos razones, la primera es porque dadas las condiciones de represión estatal, las desapariciones y asesinatos de los militantes eran una realidad que tenía como consecuencia la desarticulación del trabajo organizado, si desaparecían o asesinaban al militante responsable de la imprenta, esa tarea organizativa se perdía. La segunda razón es por la concepción colectiva del trabajo en las organizaciones de izquierda, tener militantes dispuestos a aprender nuevos oficios, fortalecía a la organización en su colectividad. También fueron creadas imprentas legales que sirvieron como cobertura para la adquisición lícita de insumos necesarios para la producción editorial clandestina.

Ninguna publicación clandestina se publica con regularidad. Las que consiguen aparecer con menos impuntualidad son las que están respaldadas por una estructura organizativa con suficientes recursos económicos, como las publicaciones del Partido Comunista Mexicano, y aún en este caso, en el periodo de clandestinidad, la periodicidad se vio afectada gravemente porque la prioridad organizativa es la seguridad. La mayoría de las publicaciones sale cada vez que existen las condiciones propicias para publicarse, aunque casi todas tienen como propósito cumplir con la publicación periódica, o como dijo un militante: “nuestro periódico es semanal, hombre, nomás que algunas semanas son más largas que otras”¹⁶⁰.

Sin duda, esta es una ventaja de la elaborada y tecnificada prensa oficial y privada sobre la comunicación clandestina, que parecía ir siempre “un paso atrás” de las noticias coyunturales y la agenda de la prensa burguesa. Por esta razón, era de vital importancia construir

la propia agenda de discusión para la propaganda clandestina, dejar de lado la política contestataria y proponer, exponer y develar los temas que la prensa privada oculta y son del interés del proletariado.

La prensa clandestina es inconstante principalmente por falta de recursos económicos. La mayoría, como hemos visto, se sostiene de colaboraciones de simpatizantes, expropiaciones riesgosas, venta de bonos, boteos. Es importante destacar que en los casos estudiados, ningún periódico se vendía directamente, es decir, a la hora de distribuirlo no se pedía dinero a cambio, en ocasiones se pedían cooperaciones voluntarias como manera de recuperar el gasto económico invertido. Quizá esta es la manera más cercana a la que Lenin planteaba el funcionamiento de un periódico de clase, donde la la publicación sea sostenida por los obreros a los que sirve, pues como decía Lenin: “para crear una prensa obrera lo que se debe tener en cuenta no son los capitales de los ‘amigos’ ricos sino sólo la iniciativa de los propios obreros”¹⁶¹.

5.3 Tecnologías de impresión y sistemas de reproducción de la prensa clandestina

Las artes gráficas han evolucionado a lo largo de muchos siglos para llegar a donde se encuentran hoy en día. Esa evolución ha caminado de la mano de la evolución tecnológica y del desarrollo de la sociedad industrial capitalista. Sin embargo, la impresión, lejos de progresar como una corriente constante de innovación, como lo pretendería el capitalismo, permaneció inalterable durante cientos de años desde su aparición en 1450. A pesar de ello, su aceleración ha sido notable en los últimos cincuenta años.

Sin embargo ese adelanto en las tecnologías de la imprenta sólo es posible verlo en la industria editorial privada, porque el costo de la tecnología, por premisa del sistema capitalista, es directamente proporcional a la novedad que pretende impulsar, es decir, las tecnologías nuevas sólo están al alcance de quien pueda pagar su alto costo. Éste no es el caso de las organizaciones clandestinas. Las máquinas al alcance de sus bolsillos son máquinas viejas, generalmente usadas, con tecnologías anticuadas. Por esta razón, en este apartado vamos a analizar los medios que estuvieron al alcance de dichas organizaciones, para entender, cabalmente, el proceso de realización de la prensa clandestina.

161. Vladimir Ilich Lenin, *La información de clase*, Buenos Aires: Siglo XXI, 1973, pág. 151.

5.3.1 Sistemas de reproducción editorial

La posibilidad de propagar ideas a través de los medios impresos, está determinada, entre otras cosas, por la posibilidad de poseer un medio para reproducir “masivamente” los textos y las imágenes elaboradas con esa intención. Factores como el alto costo de las nuevas tecnologías, la estatización y control de los medios de reproducción gráfica y de los canales de difusión impresa, dificultan aún más la tarea de difundir mediante los medios impresos las ideas revolucionarias. Las posibilidades de la prensa clandestina quedan reducidas a medios limitados, debido a los escasos recursos económicos y a la falta de militantes con el conocimiento necesario para operar una imprenta tipográfica u ófset. De manera natural, el mimeógrafo se convirtió en una herramienta indispensable para la lucha de liberación de las organizaciones clandestinas.

El mimeógrafo o duplicador esténcil es una prensa de impresión de bajo costo y cuyo funcionamiento no requiere de un alto nivel de especialización técnica, muchos mimeógrafos pueden ser operados manualmente y por lo tanto no requieren de electricidad, una condición que abona virtudes para la causa clandestina porque podía ser movido y ocultado con mucha facilidad, además de no necesitar un espacio muy grande para su funcionamiento.

Se reconoce a Thomas Edison como el inventor del primer sistema para la reproducción en serie de textos utilizando un esténcil. Construido en 1870, este primer sistema constaba de dos partes fundamentales, un lápiz eléctrico que se utilizaba para la elaboración de la plantilla y, por otro lado, la prensa de superficie plana para completar la duplicación (imagen 5.1). Diez años más tarde, Edison perfeccionó el sistema utilizando una placa de metal acanalado en la que se coloca la plantilla que era perforada cuando se escribía a través de ella con una aguja metálica de punta roma, a este sistema se le conoció como “impresión autográfica”. No fue hasta 1887 que el empresario Albert Blake Dick utilizó por primera vez la raíz *mimeo*¹⁶² y bautizó el desarrollo tecnológico con el nombre de mimeógrafo.

162. Del griego *mimema* que significa “algo imitado”. Dick recibió la Marca Registrada No. 0356815 para el término “Mimeógrafo” en la Oficina de Patentes de EE.UU en 1887. Actualmente se muestra a AB Dick Company de Chicago como el propietario del nombre. Con el tiempo, el término se convirtió en genérico y es ahora un ejemplo de una marca generalizada o vulgarizada.



The Edison-Mimeograph Typewriter

\$22  **\$25**

A Practical Typewriter At a Price Commensurate With The Times.

THE ONLY PRACTICAL LOW PRICED TYPEWRITER EVER MADE.

Patented Pencil - A typewriter machine setting in perfect alignment automatically. Quality of work equal to the best. Inexpensive equipment. Station for report writers. Speed, double that of hand writing. Steel Type. A heavy machine. Especially adapted to mimeograph work. Shows all that the standard typewriter do. Adapted to English, French and German. The best typewriter for all having to printed correspondence.

No. 1 Machine, 76 Characters, (English)	\$22.00
No. 2 Machine, 86 Characters, (English)	25.00
No. 3 Machine, 90 Characters, (English, French and German)	28.00

Dealers wanted everywhere. Full descriptive catalogue sent on application.

A. B. DICK COMPANY, 123-124 Lake Street, Chicago, U. S. A.
BRANCH DEPOTS, New York and Philadelphia.





WHEN A THING
is automated greatly is good, it goes, and goes permanent. When it is not it will give you a headache. The price, just a cent. One from the world of its design, and change its operation or appearance. If you do not know the great utility of

EDISON'S MIMEOGRAPH

is a scientific instrument, for making thousands of copies of typewriting or hand writing. From one original, done on a journal and can be used through its special run with full accuracy. It is no wonder for us to call upon you for its great purposes.

123-124 Lake St., Chicago A. B. DICK COMPANY 45 Nassau St., New York

Every Person Likes a Well Pointed Pencil

The Planetary Pencil Polisher always makes a Clean, Sharp Point on your pencil. It does its work easily, quickly and absolutely without danger of breaking the point. Made only by

A. B. DICK COMPANY. CHICAGO. NEW YORK.

Imagen 5.1. Método de impresión autográfica inventado por Edison. El 8 de agosto de 1870, Thomas Edison recibe la patente número 180.857 para la "Imprenta autográfica" en Estados Unidos.

Otros que trabajaron conjuntamente en el desarrollo de la duplicación por esténcil fueron Eugenio de Zaccato y David Gestetner, en el Reino Unido, en donde se le conoció popularmente como "duplicadores". Fue tal el predominio de Gestetner y Roneo en el mercado del Reino Unido que las prensas fueron conocidas con el nombre de sus fabricantes.

En 1891, Gestetner patentó su multicopista automática (imagen 5.2). Esta fue una de las primeras máquinas rotativas que conservaron la plataforma, que pasan de ida y vuelta bajo rodillos entintados. En 1900, dos tipos principales de mimeógrafos habían entrado en uso: una máquina de un solo tambor y una máquina de doble tambor. La primera utiliza un solo tambor para la transferencia de tinta a la plantilla, y la segunda echa mano de dos tambores y pan-

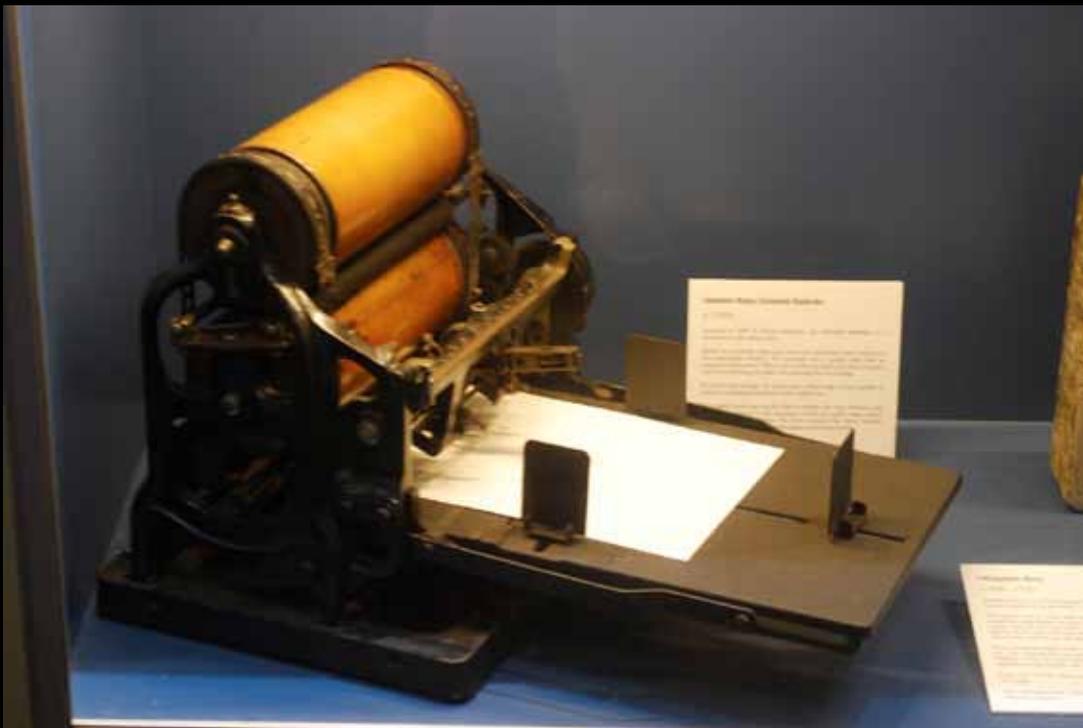


Imagen 5.2. Máquina duplicadora inventada David Gestetner en 1890. También conocida como ciclostil se considera la precursora de las fotocopiadoras modernas. Ésta máquina está exhibida en el MOTAT (Museo de Transporte y Tecnología por sus siglas en inglés) en Auckland, Nueva Zelanda.

tallas de seda para transferir la tinta a las plantillas. La máquina de tambor único podría ser utilizado fácilmente para el trabajo a color cambiando el tambor, cada uno de los cuales contenía la tinta de un color diferente.

Al referirse al mimeógrafo, el *Manual de Prensa Obrera y Popular* dice:

Es uno de los aparatos más utilizados. Es de fácil manejo, los hay manuales y eléctricos y también de confección artesanal. Usa tipo de tinta especial y trabaja (este es uno de sus defectos) con un papel de un gramaje determinado, el Bulky¹⁶³ o El Nacional denominado papel “impresión”. Nos

163. El papel Bulky es un tipo de papel usado en Perú con un gramaje que va de los 48 a los 52 gr. Es muy similar al que en México es conocido como papel Revolución.

permite la utilización del color con un sencillo sistema de cambio de rodillo entintador. Es un sistema caro para tirajes grandes ya que el papel que utiliza es de los más caros y la tinta también¹⁶⁴.

Así mismo, el manual hace referencia a dos tipos de matriz: el esténcil simple y el electrónico. El primero consiste en una hoja de papel encerado, de especial consistencia y resistencia el cual se *pica*¹⁶⁵ con la máquina de escribir, o en caso de poseer, con punzones. Las máquinas de escribir tenían un punto muerto de manera que, colocado el esténcil en ella, las teclas no golpeaban sobre la cinta y sí perforaban el papel especial respaldado por otro tipo de cartón delgado que absorbía los impactos de los tipos sin marcar el rodillo de goma de la máquina.

Una variedad de lápices ópticos especializados se utilizaron en la plantilla para hacer letras, ilustraciones u otras características artísticas a mano, apoyando el esténcil contra una placa de soporte de plástico con textura.

Por su parte, el esténcil electrónico está confeccionado con un papel plastificado bastante sensible a la luz que es *quemado*¹⁶⁶ en un aparato electrónico recogiendo los trazos del original. Ambos esténciles funcionan de la misma manera a la hora de la impresión, su diferencia radica en el procedimiento para realizar las perforaciones por las cuales atravesará la tinta. Con una buena realización del esténcil, éste podría permitir hasta 3 mil impresiones, sin embargo, en el caso de las organizaciones clandestinas se forzaba el esténcil hasta 5 o 7 mil impresiones, ocasionando que el desgaste del mismo produjera impresiones de muy baja calidad, dificultando su lectura.

En una nota dirigida al comandante en jefe de la revolución cubana Fidel Castro, el comandante Ernesto Guevara describe la fundación de un nuevo diario clandestino en la guerrilla de Sierra Maestra durante 1957, de nombre *El Cubano Libre* (imagen 5.3) y que fuera determinante en la relación de los guerrilleros con la población civil de la región. En la nota es posible leer lo siguiente: “Te mando el periódico y los programas que se han impreso. Tengo

164. Segundo Armas y Pierre Richard, *Op. Cit.*, pp 100-101.

165. Palabra utilizada para describir la acción de perforar el esténcil con un instrumento metálico.

166. Término con el cual se describe la exposición a la luz del esténcil para grabar el texto o las imágenes a duplicar.

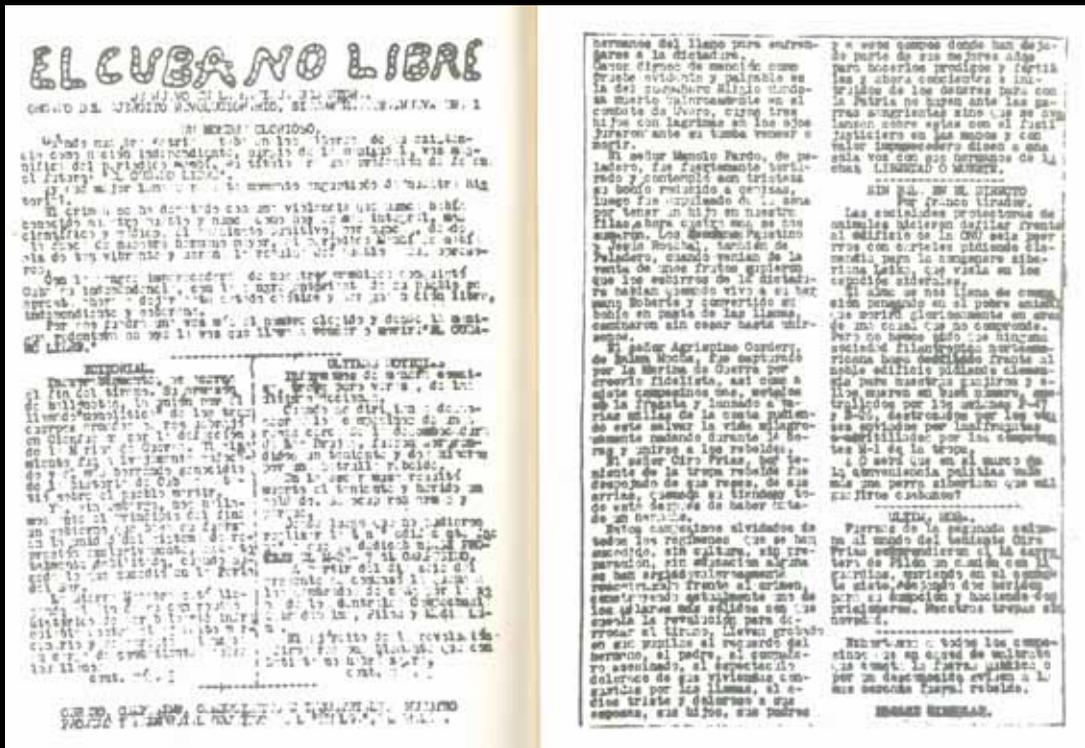


Imagen 5.3. Edición de *El Cubano Libre*, Sierra Maestra, Cuba, 1958. En la imagen es posible apreciar la baja calidad de impresión que afecta inevitablemente a la lectura del texto. La imagen fue tomada de: Adelina Vázquez y otros, *Apuntes de la Prensa Clandestina y Guerrillera del Periodo 1952-1958*, La Habana: Unión de Periodistas de Cuba, 1973, pp 90-91.

la esperanza de que su baja calidad te sirva de shock y colabores con algo que tenga tu firma”¹⁶⁷. Ante el reconocimiento de la baja calidad en la impresión, el *Ché Guevara* le solicita al comandante Castro su participación intelectual para elevar la moral del periódico. En otra nota de diciembre de 1957 dirigida a Fidel Castro, el *Ché* insiste en su colaboración intelectual: “Manda el artículo contra recibo, te advierto que éste es un diario serio [...] Nuestros amigos están pidiéndolo, para distribuirlo en la zona”¹⁶⁸. Unos días después, el *Ché Guevara* escribió una nota para el Comandante Daniel

167. Adelina Vázquez y otros, *Apuntes de la Prensa Clandestina y Guerrillera del Periodo 1952-1958*, La Habana: Unión de Periodistas de Cuba, 1973, pág. 89.
 168. *Ibid.*, pág. 92.

en donde le dice: “Te adjunto el periódico y la proclama. Tú verás que hacer con ello. Son el fruto de un intenso sacrificio de mucha gente. Si te parece que vale la pena el esfuerzo, necesito papel en abundancia, tinta, estérciles, engrapadoras”¹⁶⁹. En otra nota a Daniel dice:

El periódico está todo redactado y pasado en estércil, pero la falta de tinta no lo deja salir y la falta de papel lo limitará a unos setecientos ejemplares. También aquél adolece de la falta fundamental de no tener un artículo firmado por Fidel. Luis Orlando ha quedado en ocuparse de eso para darle más tipo de periódico. Conviene que manden con generosidad todo lo que se pide en este rubro pues que el periódico puede ser de gran utilidad¹⁷⁰.

Por último, en una nota dirigida a Mario, el Ché señalaba:

Los defectos que verás se deben a la mala calidad del papel, que no es el indicado para este tipo de trabajo y el pésimo estado del mimeógrafo. Sería bueno que se reprodujeran por allí, sobre todo el periódico. Necesitamos libros de consulta de Historia de Cuba, de la vida de Martí, Maceo y Máximo Gómez para el periódico¹⁷¹.

A través de esta correspondencia escrita en 1957, es posible apreciar el difícil camino de la prensa clandestina, las condiciones y el estado de los materiales y los medios de reproducción y, también, la conciencia de la baja calidad técnica de las publicaciones.

En los primeros números del periódico *Madera*, la Liga Comunista 23 de Septiembre utilizó un mimeógrafo, pero rápidamente la dirección política de la organización se dio cuenta de que el periódico era la representación de *la orga* ante el pueblo y había que elevar la calidad en su impresión. Por lo que adquirieron una prensa tipográfica y posteriormente una imprenta ófset¹⁷². (Imagen 5.4)

169. *Ibid*, pág 92.

170. *Ibid*, pág 92.

171. *Ibid*, pp. 92,94.

172. Jaime Laguna, *Historia de Madera. Periódico Clandestino*, disponible en: http://www.periodicomadera.mx/jm/index.php?option=com_content&view=article&id=182&Itemid=6

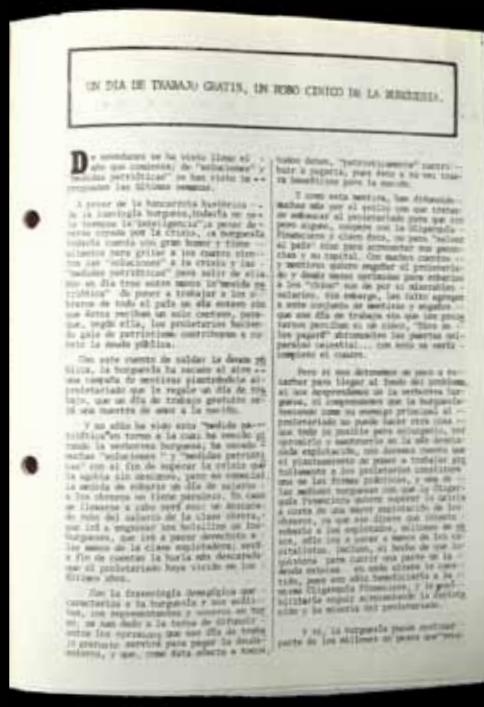
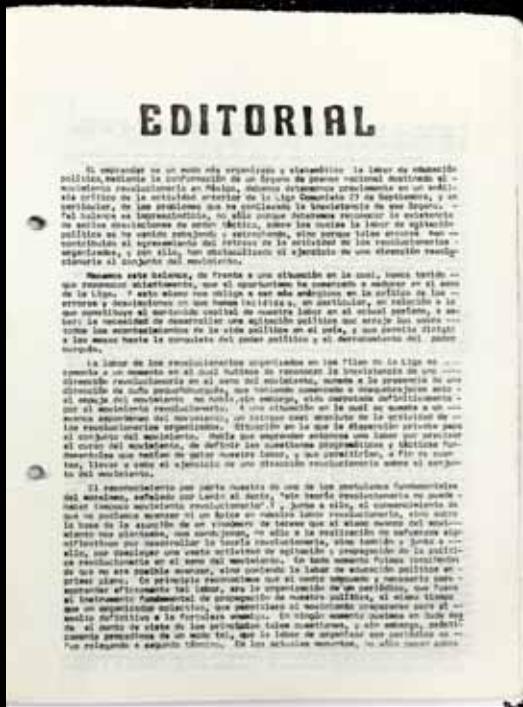


Imagen 5.4. Del lado izquierdo, editorial del número 1 del periódico *Madera*, mimeografiado, 1974. Del lado derecho, página interna del número 29 del periódico *Madera*, Offset, 1977. Es notoria la calidad en la definición de la línea y en el contorno de las letras, afectando notablemente el nivel de legibilidad.

Por su parte, en el museo de la Casa del Dr. Margil, en Monterrey, Nuevo León, es posible encontrar hoy en día el mimeógrafo modelo Gestetner 320, que es presentado como el arma más mortífera de las Fuerzas de Liberación Nacional, máquina utilizada en la impresión de la propaganda de esta organización. (Imagen 5.5)

Durante el movimiento de 1968, las proclamas, boletines, circulares, revistas, carteles, fueron reproducidas, en su mayoría, en mimeógrafo. La duplicadora con la cual se trabajaba mucho era el modelo Risograph GR 3750, esta máquina está diseñada para reproducir ejemplares de un mismo original mediante un sistema heredado de los antiguos mimeógrafos; utiliza tintas directas y es capaz de imprimir sobre una gran variedad de papeles sin estuco. A diferencia de otros sistemas modernos de reproducción, Risograph no requiere de



Imagen 5.5. Mimeógrafo Gestetner 320, utilizado por las Fuerzas de Liberación Nacional para la reproducción de su propaganda, 1979. En la Casa Museo del Dr. Margil, Monterrey, Nuevo León.

un proceso térmico para fijar las imágenes sobre el papel. Mediante una cama de escaneo, el sistema genera un original o máster que es transferido al cilindro de impresión, y que se descarta una vez se termina el trabajo. El empleo de un sistema como el Risograph, que utiliza alternativas a los consumibles de origen fósil, implica trabajar con un modelo que pondera el ahorro de energía y materiales; esto lo vuelve un sistema económico que permite ofrecer ediciones limitadas a precios incluso inferiores a los de un libro comercial en rústica.

Otro proceso de impresión que utilizaron algunas organizaciones clandestinas fue el Multilith, que responde al mismo principio de impresión que el ófset de pequeño formato. Es decir, es un sistema de impresión en superficie donde las zonas impresoras y no

impresoras están en el mismo plano. Con este sistema de impresión se pueden realizar grandes tirajes de impresos de pequeño formato. Los gramajes de papel que se podían trabajar en este sistema variaban dentro de la gama de los 55 gr/m² hasta 240 gr/m². La operación de una impresora Multilith es relativamente sencilla, siendo la curva de aprendizaje de rápido ascenso. Tanto su costo de adquisición como su mantenimiento es menor al de las máquinas ófset tradicionales, lo que permite encarar emprendimientos sin mucha inversión.

La Multilith permitía a las organizaciones que pudieran adquirirla, conseguir mejor calidad en la impresión, un mayor tiraje en mucho menos tiempo, y al ser mucho más pequeña que una máquina ófset, permitía esconderla y moverla con mucha mayor facilidad. Por lo regular una imprenta no podía permanecer más de 5 o 6 meses en el mismo lugar, porque despertaba sospechas muy fácilmente. Así que una característica fundamental de los medios de impresión clandestinos es la posibilidad de ser trasladados con facilidad.

La elección del sistema de impresión con el que las organizaciones clandestinas reprodujeron sus medios de comunicación, dependía en mucho del nivel de clandestinidad y de persecución policiaca en el que se encontraran. La adquisición de una imprenta tipográfica o un sistema de impresión ófset requieren de un esfuerzo en muchos sentidos por parte de la organización.

La tipografía como método de impresión era pesado y muy laborioso para las organizaciones, y se prefería entonces trabajar con el ófset para la impresión. En el caso del periódico *Madera*, como no era posible contar con impresiones en ófset en todos los lugares de impresión, se utilizaban esténciles electrónicos para impresiones locales, los que eran “quemados” de manera central para que en todo el país el periódico mantuviera el mismo diseño y características. “Tener una sola imagen del periódico permitía hacer creer a la policía que el periódico, en todos los casos, llegaba de otra entidad y no que era impreso en la entidad en donde aparecía”¹⁷³.

En algunos lugares se mantuvieron imprentas legales que eran la cobertura de los comités de prensa para a la adquisición de grandes volúmenes de papel. En el argot interno de la Liga, algunas brigadas se encargaban de un “niño” que era el nombre que recibían los mimeógrafos; se decía en clave que algunos militantes tenían un “niño” en la casa y que debían ir a cuidarlo, lo que no era otra cosa que ir a imprimir material de propaganda. Las primeras imprentas

cayeron en manos de la policía y esto era festinado como el eterno fin de la organización.

En 1976 la Liga sufre un fuerte golpe represivo, en el que fueron asesinados y desaparecidos los responsables de Taller de Prensa de la Liga. Estaba en circulación el número 30 de *Madera* y la Liga decidió que el siguiente número en todo el país, el número 31 fuera editado en mimeógrafo y esténcil electrónico en todo el país, para dar la imagen que el golpe había sido devastador y que, en efecto, se había caído “el” Comité de Prensa. Ese ejemplar tiene una dedicatoria a los compañeros muertos. “Sólo el número 31 de *Madera* apareció con los medios técnicos en ese entonces superados; a partir del número 32 y hasta el número 57, último número de *Madera*, todos los ejemplares fueron impresos de manera central en ófset”¹⁷⁴. Desde 1977 y hasta la disolución de la Liga no fueron detenidos los integrantes del Comité de Prensa y no dejó de funcionar ningún taller de impresión.

5.4 La circulación de la prensa clandestina

A diferencia de la prensa de las clases dominantes que impone sus mensajes de arriba hacia abajo a los receptores que no pueden discutirlos, la prensa clandestina es una prensa discutida, criticada, una prensa al servicio a los intereses de la lucha de clases. En este sentido, la difusión y la circulación de la prensa dentro de la comunidad debe ser muy organizada para impulsar un circuito de comunicación que rompa la tradición de la prensa oficial y establezca una relación permanente entre los que hacen la prensa y los que la acogen.

Por su carácter clandestino, los canales de distribución de la prensa comercial están cerrados, por lo que una de las tareas fundamentales de las organizaciones clandestinas es la de generar una red de distribución. Por eso Lenin sabía que

[...] encauzar, organizar una rápida y acertada red de distribución de la literatura, de volantes, proclamas, etc., adiestrar esto a toda una red de agentes, equivale a tener andada la mayor parte del camino en la preparación de futuras manifestaciones y de la insurrección... No habiendo

174. Jaime Laguna, *Op. Cit.*

periódico puede y debe hacerse esto con volantes, pero sin permitir, en modo alguno, que el aparato de distribución permanezca ocioso¹⁷⁵.

En la distribución se genera la semilla de una tarea de suma importancia para las organizaciones, se genera el contacto con las clases explotadas, despreciadas, despojadas y reprimidas en las que se pretende despertar la conciencia de lucha de clases y se convierten en sujetos revolucionarios. Encontramos pues en la distribución de los periódicos una de las tareas políticas más importantes para las organizaciones clandestinas. Sin embargo, no hay que olvidar que la distribución de los periódicos implicaba un alto riesgo para la seguridad de los militantes. No son pocos los testimonios de la persecución y represión de la que fueron víctimas los cientos de militantes que repartían de mano en mano las publicaciones impresas.

Es imposible calcular cuánto público tiene la prensa clandestina. La circulación de estas publicaciones no sólo es variable e inconstante sino que los grupos que las editan consideran confidenciales sus datos de circulación. Aun cuando éstos se supieran, sería difícil hacer un cálculo aproximado pues cada periódico es leído por muchas personas. Siendo uno de los propósitos de la prensa clandestina ser discutida colectivamente, es difícil averiguar cuántas personas leen cada periódico. Sin embargo, estos datos no son tan importantes como conocer quiénes son los lectores de la prensa clandestina. Podemos hablar de manera general de dos tipos de publicaciones: una, dirigida a las bases de la organización, más de carácter agitativo, y la otra, de carácter político-ideológico, orientada a los cuadros¹⁷⁶.

175. Vladimir Lenin, *Carta a un camarada sobre nuestras tareas de organización*. Impreso en 1902 en hectógrafo; el prologo y las palabras finales se publicaron en 1904, en el folletodel mismo titulo, editado en Ginebra, por el CC del POSDR.

176. *Cuadro Político* es aquel militante que ha alcanzado cierto desarrollo intelectual en diversos temas vinculados a la política como eje rector, economía, historia, sociología, filosofía, etcétera. Que los aplica críticamente en su vida práctica de acuerdo a las circunstancias que le tocan vivir y que a su vez, formula y reformula lo entendido de acuerdo a las experiencias de las que se nutre. No es un individuo aislado, es decir, no puede ser sin el otro, ni sin la organización que lo contiene, lo representa y le da directivas de acción. No obstante, es un librepensador, heterodoxo, respetuoso de las posturas ajenas pero firmemente convencido de sus principios y valores.

Asimismo, es un espécimen moral a la altura de las circunstancias, ya que todo su capital político está puesto al servicio de la transformación y esta, como tal, demanda la participación del pueblo que él alentará con su pensamiento, acción y ejemplo. Es un sujeto crítico constructivo y reflexivo de las experiencias populares. Su condición de militante, lo predispone al trabajo, y su capacidad de acción, lo

5.4.1 Circulación interna. Formación militante

Uno de los principales objetivos de la prensa clandestina es el de la formación política de los militantes de la organización. Para ello, las publicaciones se realizaban con la intención de consolidar la formación ideológica y fomentar la discusión con otras corrientes de la izquierda. Este es el caso de los primeros números del periódico Madera, cuya intención era la de aportar algunas ideas políticas en la discusión interna de la organización para consolidar la línea y dirección del movimiento.

Esta es una de las tareas fundamentales de los periódicos de las organizaciones militantes, construir el piso común ideológico sobre el cual caminarían todos los miembros de la organización.

Una de las circunstancias que presenta concebir la publicación para la capa más “avanzada” del proletariado, es decir para los militantes, es la del lenguaje. Éste es el instrumento más elemental de la comunicación y, como tal, es usado de diferentes formas según los intereses a los que sirve. Laura Castellanos, al referirse al lenguaje de los primeros números del periódico Madera dice: “El lenguaje usado en los documentos era de cuño marxista, estilo soporífero y de difícil comprensión incluso para algunos de los propios militantes”¹⁷⁷.

Este tipo de lenguaje e intención en la construcción del contenido del periódico, tenía como principal consecuencia que la circulación del periódico estuviera muy limitada a quienes aspiraban a ser militantes y cuadros políticos de la organización.

La cultura organizativa, como elemento de cohesión de la identidad del militante, tendrá su representación en las publicaciones clandestinas a través de contenidos que remiten a la vida interna de las organizaciones, como la celebración de reuniones, la publicación de los documentos y resoluciones acordadas en estas, la creación de organismos y nuevas estructuras organizativas, los acuerdos alcanzados con otros grupos e informes sobre las actividades realizadas por la organización. La circulación de los periódicos al interior de la estructura clandestina fortalece el espíritu de cuerpo y la mística militante de la organización.

sitúa en el lugar de organizador, de impulsor de avances, sea en el seno del partido, como en el seno del pueblo. No está demás aclarar que si bien es condición necesaria para el cuadro político ser militante, no todo militante es un cuadro político.

177. Laura Castellanos, *México armado. 1943-1981*, Ciudad de México: ERA, 2008, pág. 208.

5.4.2 Circulación externa. Agitación política

El otro público al que está dirigida la prensa clandestina, es al público que se mueve fuera de la organización y que representa el potencial social de la lucha revolucionaria. La prensa como instrumento de agitación social juega un papel importante en la organización política de los sujetos revolucionarios. Por eso, una de las principales tareas organizativas es la circulación de los periódicos en los diversos sectores explotados, reprimidos, despreciados y despojados para despertar en ellos la conciencia de la lucha.

Esta es quizá la tarea más importante y de mayor riesgo para los militantes. En ella radica la posibilidad de contacto directo con los integrantes de los diversos sectores de la clase oprimida. El periódico se convierte en un pretexto para el encuentro y el trabajo político con las bases sociales.

En el manual de prensa obrera citado anteriormente, se reflexiona lo siguiente acerca de la distribución y circulación de los periódicos:

No existe información o prensa sin la difusión de ésta. Uno de los momentos más importantes del trabajo de prensa es el de la distribución. El trabajo de prensa no se acaba con la impresión del periódico, del boletín o del volante. No basta un periódico bien redactado y bien diagramado, una vez impreso, se debe organizar la distribución de la manera más eficaz posible, adaptándola a la coyuntura¹⁷⁸.

Para segundo Armas y Pierre Richard, la manera más eficaz de hacerlo es la distribución de mano a mano, a través del contacto directo entre los que la distribuyen y los que la reciben, por lo que afirman lo siguiente:

De esta manera estamos seguros que la prensa ha alcanzado a los trabajadores o pobladores; además el contacto directo influye mucho sobre la probabilidad de que la prensa sea leída. Dejar una pila de boletines sin repartirlos equivale a echarlos a la basura¹⁷⁹.

178. Segundo Armas, *op. cit.* p. 94.

179. *Ibid.*, p. 106.

Como ya mencionamos, resulta muy difícil medir la recepción social de la prensa clandestina, sin embargo, los militantes eran conscientes de la aceptación o el rechazo en el encuentro directo con las clases populares, lo que podía constituir un termómetro de la coyuntura política y de las condiciones objetivas y subjetivas de la lucha para la organización.

5.4.3 La prensa clandestina y el analfabetismo

Uno de los principales problemas a los que se enfrenta la prensa clandestina es el inmenso porcentaje de analfabetismo en el sector de población que le interesa como receptor de sus ideas revolucionarias. Un problema que pareciera una contradicción si perdemos de vista uno de los objetivos fundamentales de la prensa en los procesos revolucionarios: generar organización. Existen múltiples testimonios en los cuales se acredita cómo, alrededor de un periódico, decenas de personas se juntaban a escuchar la lectura en voz alta del mismo.

La condición *sine qua non* de la comunicación escrita es la lectura. Sin ella, la prensa escrita sólo es un papel con manchas de tinta. El objetivo final de la prensa clandestina es llegar a manos de las clases bajas de la sociedad, para despertar la conciencia y el espíritu revolucionario en ellas, campesinos y obreros son los principales destinatarios de las ideas revolucionarias. Sin embargo, estas publicaciones se encuentran con una realidad que le impide llevar a cabo su principal objetivo, a saber, el analfabetismo predominante en las clases bajas de la sociedad. Tres lustros antes de que iniciara la Revolución Mexicana, 6 millones de mexicanos mayores de 15 años no sabían leer ni escribir. En la actualidad, más de un siglo después, todavía hay en México 5.4 millones de personas del mismo rango de edad que viven en la marginalidad y que son analfabetas¹⁸⁰.

La pregunta ante esta realidad es ¿por qué crear un medio impreso para un público en su mayoría analfabeto? La respuesta no es sencilla, pero radica en el elemento organizativo. Como hemos visto, la prensa clandestina genera organización por todos lados, interna-

180. Cifras del Censo General de la República Mexicana levantado en 1895 para cuantificar por primera vez a la población. INEGI. Estadísticas históricas de México, 2009; y del Censo de Población y Vivienda 2013. México, INEGI, 2013.

mente para su elaboración y, por otro lado, en la sociedad aglutina sujetos a la causa ideológica de cada organización. La prensa es un pretexto para organizar.

La lectura en voz alta agrupa, abre un espacio para la discusión, para el encuentro necesario para llevar a cabo el proceso organizativo. La lectura en voz alta es un ejercicio colectivo a diferencia de la lectura mental que es un proceso individual. He aquí la razón por la que un medio escrito funciona en el contexto de un grupo social analfabeta, porque su razón de ser no es únicamente el de ser leído por un individuo, sino que tiene el objetivo de generar organización a su alrededor.

5.5 Internet y la era digital

Las políticas neoliberales de las últimas décadas, el desarrollo del capitalismo trasnacional, la sociedad globalizada y las tecnologías de la información y la comunicación están produciendo cambios de gran magnitud que obran desigualmente sobre los territorios, los Estados-nación y las diversas formas de acción individual y colectiva. Estas transformaciones alcanzan a la cultura y a la política de la sociedad global, de manera tal que las formas dominantes de mediación simbólica se han consolidado en un discurso hegemónico y, en consecuencia, en lógicas de dominación y desigualdad social. El surgimiento de un nuevo paradigma tecnológico –organizado en torno a las tecnologías de la información– hace que la misma información se convierta en el producto del proceso de producción. En este escenario la tecnología de la información juega un papel central en el nuevo contexto ideológico, político y cultural del denominado pensamiento único. El caso de las comunicaciones es particular por tratarse de un área de importancia estratégica en términos del proceso de reproducción global, pues el mundo se encuentra ahora interconectado y los actores operan en una amplia red de interacción que trasciende las fronteras nacionales y geográficas ¹⁸¹.

En la vida cotidiana los medios electrónicos, la fotografía en la prensa escrita, el cine o la televisión generan imágenes como parte de sus actividades propias de producción, recepción y distribu-

ción que operan como formas de acción social. Estas formas de acción social, con fines de protesta y denuncia, son desplegadas también por redes de colectivos y movimientos sociales a través de la radio y la televisión comunitarias, portales en la Red, radios por Internet, fotografía y video, arte militante y otras experiencias que centran la actividad en la comunicación y la imagen, integrando las expresiones escritas, visuales y gestuales. Nuevas formas de intervención política, con soporte en Internet y en las tecnologías digitales, son incorporadas desde fines de los noventa por los movimientos de Resistencia global a nivel mundial, y en Argentina por diversos colectivos sociales y culturales involucrados en las luchas de los movimientos sociales.

La fórmula parece bastante sencilla: internet gracias a su bajo costo, masividad e inmediatez permite potenciar como nunca la comunicación política entre activistas y militantes de diversas organizaciones. De esta manera, se está transformando la actividad de la comunicación militante, ejemplo de ello son algunas organizaciones clandestinas mexicanas surgidas a mediados de los noventa y principios del nuevo milenio, que siguen generando y publicando información, sin embargo han explorado el soporte virtual de la internet para difundir su pensamiento ideológico.

Desde su primera aparición en público, el EZLN difundió por medio de la escritura su palabra y a partir de esto es que ha tenido la aceptación a lo largo de estos ya veintidós años del levantamiento. Y es que esta apertura de los medios de comunicación fue una de las grandes ventajas para darle realce e importancia al llamado neozapatismo, no sólo en el ámbito nacional sino también en la esfera global. Este acontecimiento hubiera sido imposible en otra época y, sin duda, es uno de los mayores logros populares que se han logrado a lo largo de los años con el trabajo de distintos movimientos sociales que se han organizado en busca de la democracia en nuestro país. Tal y como lo analizó Carlos Montemayor al hablar de la historia rebelde de nuestro país:

Podemos decir que el EZLN fue el primer movimiento guerrillero en el México moderno que conquistó, desde el primer día de su aparición, un espacio permanente en los medios de comunicación. Los anteriores grupos guerrilleros en vano pretendieron, como una parte esencial de su objetivo de lucha, penetrar en los medios¹⁸².

182. Carlos Montemayor, *Chiapas. La rebelión indígena de México*, p. 169.

Los diversos comunicados que el Subcomandante Insurgente Marcos elaboró a lo largo del conflicto han servido para mostrar esa parte indígena que ha sido sojuzgada por varios siglos y que recurrió a la lucha armada como un modo de subsistencia. Y no sólo se han servido de la literatura para darse a conocer, ya que con su aparición y la ayuda de la nueva tecnología es posible reconocer a los indígenas rebeldes chiapanecos a través de la fotografía, el video, el ciberespacio y hasta por la radio. Tal ha sido su aportación en este sentido que algunas guerrillas sucesoras a los zapatistas también han recurrido con mayor insistencia y destreza a los comunicados, boletines y hasta publicaciones periódicas digitales para darse a conocer y explicar su lucha.

Tres de las guerrillas que sucedieron al EZLN, el Ejército Popular Revolucionario (EPR) y tres escisiones de éste, Tendencia Democrática Revolucionaria-Ejército del Pueblo (TDR-EP) el Ejército Revolucionario del Pueblo Insurgente (ERPI) y las Fuerzas Armadas Revolucionarias del Pueblo (FARP), por ejemplo, tienen su propio periódico digital. En el caso del EPR la publicación se denomina *El Insurgente*, *Paliacate* el del ERPI, *Pueblo en Lucha* la publicación correspondiente a TDR-EP y *Verde Olivo* para el caso de las FARP (imagen 5.6). Estas publicaciones pueden encontrarse en internet en diversas páginas, pero fundamentalmente en una página dedicada a la divulgación de los textos de diversas organizaciones clandestinas, hablamos de la página del Centro de Documentación de los Movimientos Armados (CEDEMA), alojado en el URL: <http://cedema.org>.

Se decía, entonces, que desde el primer día los zapatistas recurrieron a la escritura para darse a conocer, por lo que al sitiar los municipios de Chiapas referidos, a la par pegaron como cartel, y repartieron su periódico clandestino *El despertador mexicano*, la declaración de guerra al gobierno mexicano, la cual sintetizaron en lo que se conoce como la Primera Declaración de la Selva Lacandona.

El EZLN ha creado su propio sitio web independiente, denominado *Enlace Zapatista* (imagen 5.7) en donde se publican los comunicados del Comité Clandestino Revolucionario Indígena-Comandancia General del EZLN, las denuncias de las Juntas de Buen Gobierno, así como también ofrece su ciberespacio a organizaciones aliadas como el Congreso Nacional Indígena y adherentes a la Sexta Declaración de la Selva Lacandona, como la Red Nacional contra la Represión y diversos colectivos que utilizan la página para denunciar y divulgar sus actividades. A diferencia de las otras publicaciones mencionadas arriba donde se utilizan formatos PDF en línea y descargables, Enlace Zapatista funciona como una página web y la publicación de

El insurgente

ORGANO DE ANALISIS Y VISIONES DEL PARTIDO DEMOCRATICO POPULAR
REVOLUCIONARIO Y DEL EJERCITO POPULAR REVOLUCIONARIO

AÑO 18
NÚM. 157
AGOSTO DE 2014

¡NO MÁS MISERIA! ¡MUERA EL CAPITALISMO!



**PREFERIBLE MORIR LUCHANDO, QUE MORIR DE HAMBRE EN LA INDIGENCIA
¡A BUSCAR EL CONTACTO! Y ¡CON LA GUERRA POPULAR! ¡EL EPI TRIUNFARÁ!**



el paliacate

Volúmen 1 Número 4 Noviembre de 2013



**Democracia y Justicia: ¡Fleas!
Maniobras y Más fleas: Nada**

Entrevista a la Coronel Aurora

¿Dónde están los desaparecidos políticos de ayer y hoy?

¿A qué propósitos sirve una Fiscalía Especial?

¿Cuántas reformas más para que todo sea igual o peor?

¿Puede el Poder del Pueblo desahogar las demandas del Estado?

¿En Argentina, ¿Cuáles son las perspectivas para el movimiento popular?

Información, Formación, y Difusión

PUEBLO en LUCHA

Órgano de discusión, análisis y difusión del PUPU-EPR-TUPU

Año 14º 1 Diciembre-Enero 2008

Este periódico de **PUEBLO en LUCHA** es el primer número que nuestro partido edita, después de su primer Congreso constitutivo. **A E T E R I E P R E M A S** es el primer número de un órgano de prensa de un órgano de prensa al que sus titulares delecta. Después del momento y de haber aprobado definitivamente el nombre de nuestro órgano de prensa, éste viene constituyendo un espacio abierto a la militancia. Este número contiene la reflexión del Consejo Político sobre la importancia que tiene el ejercicio de la democracia en el desarrollo de la lucha revolucionaria: contiene una breve reseña sobre el Congreso elaborado por la Comisión de Actas; contiene una reseña a la que hemos denominado "Estado Revolucionario", la cual tiene por objeto intercambiar puntos de vista tanto el interior de nuestro partido como entre



Programa de Intereses Populares

En este número se hace resaca de lo que fue el Primer Congreso del PUPU-EPR-TUPU. Este número, contiene una sección dedicada a **PROGRAMAS DE INTERESES POPULARES**. En este número se hace resaca de lo que fue el Primer Congreso del PUPU-EPR-TUPU. Este número, contiene una sección dedicada a **PROGRAMAS DE INTERESES POPULARES**.

PROGRAMAS DE INTERESES POPULARES

En este número se hace resaca de lo que fue el Primer Congreso del PUPU-EPR-TUPU. Este número, contiene una sección dedicada a **PROGRAMAS DE INTERESES POPULARES**.

25 ANIVERSARIO DE LA CAJADA EN COMBATE DEL COMANDANTE LUCIO CARAÑAS BARRIENTOS



Verde Olivo

Nº. 001 Nº. 1 Número de Edición Nº. 1 Número de Edición Nº. 1



FARP

Verde Olivo

Este periódico es un espacio de análisis y discusión que busca promover la participación y la militancia de los cuadros y militantes del PUPU-EPR-TUPU.

Editorial

En este número se hace resaca de lo que fue el Primer Congreso del PUPU-EPR-TUPU. Este número, contiene una sección dedicada a **PROGRAMAS DE INTERESES POPULARES**.



Programa de Intereses Populares

En este número se hace resaca de lo que fue el Primer Congreso del PUPU-EPR-TUPU. Este número, contiene una sección dedicada a **PROGRAMAS DE INTERESES POPULARES**.

Programa de Intereses Populares

En este número se hace resaca de lo que fue el Primer Congreso del PUPU-EPR-TUPU. Este número, contiene una sección dedicada a **PROGRAMAS DE INTERESES POPULARES**.

Programa de Intereses Populares

En este número se hace resaca de lo que fue el Primer Congreso del PUPU-EPR-TUPU. Este número, contiene una sección dedicada a **PROGRAMAS DE INTERESES POPULARES**.

25 ANIVERSARIO DE LA CAJADA EN COMBATE DEL COMANDANTE LUCIO CARAÑAS BARRIENTOS

Imagen 5.6. Publicaciones digitales de organizaciones clandestinas de finales del siglo XX y principios del XXI. Aunque son publicaciones digitales su diseño responde a la lógica de las publicaciones impresas y son archivos PDF descargables en diversos sitios web.



Imagen 5.7. Captura de pantalla de la página Enlace Zapatista del EZLN.

los comunicados y la información responden a la lógica de la lectura en línea. Esto significa que el EZLN ha entendido el potencial de la plataforma digital en línea y la está utilizando como el canal de comunicación principal de su organización con la sociedad. Para entender el alcance de este medio tomemos como ejemplo el comunicado *Entre la luz y la sombra* del 25 de mayo de 2014, en donde se anuncia la muerte del Subcomandante Insurgente Marcos y el nacimiento del Subcomandante Insurgente Galeano. El texto tuvo más de 25 mil lecturas y cerca de 200 comentarios en los primeros quince días después de su publicación, al día de hoy el texto se ha leído más de 100 mil veces.

Esto sumado a la posibilidad de leer todos los documentos producidos por el movimiento zapatista desde su surgimiento hasta la actualidad, hacen de la página de internet Enlace Zapatista un medio fundamental para la lucha del EZLN, cuyo promedio de visitas mensuales es de 60 mil personas.

Si bien hoy en día, Internet no se ha extendido a todos los sectores sociales por igual, bien se sabe que se trata simplemente de una cuestión de tiempo.

5.5.1 Nuevas posibilidades de comunicación

La revolución tecnológica aplicada a la comunicación, en su sentido más amplio, ha permitido construir una red mundial de computadoras conectadas por medio de satélites, antenas parabólicas y fibra óptica. Este sistema posibilita trasladar de forma automática y casi instantánea cantidades impresionantes de información. Que esta tecnología, que será la base de la comunicación en el futuro, no quede en manos de los sectores dominantes es un gran desafío. Apropiarse de ella para desarrollar medios de comunicación alternativos, horizontales y democráticos que estén al servicio del desarrollo socio-cultural de los pueblos es hoy una posibilidad real y un desafío para las organizaciones de base.

Actualmente cualquier persona u organización puede acceder y ofrecer su propia información en la red mundial las 24 horas del día: libros, documentos, material de estudio, programas informáticos, información de todo tipo (cultural, comercial, política, noticias, ciencia, bases de datos), textos, sonido (música, voz), imagen (gráficas, fotografía, video), etcétera.

Están conectados y transmitiendo a través de Internet muchas organizaciones sociales, vecinales, cooperativas y sindicales; bibliotecas y museos; diarios y revistas; radio y televisión.

Sin duda estamos ante una verdadera revolución en el modo de tratar la información y la comunicación. Logrando que los sectores populares se apropien de este instrumento democratizando su uso, podemos acceder a medios de comunicación con alcances ilimitados al servicio del cambio social. No se trata evidentemente de que cada persona disponga individualmente de una computadora y de su conexión a Internet. Esto puede lograrse entre organizaciones, cooperativas o un vecino del barrio.

Por sus características, Internet nos da una posibilidad histórica de que la alta tecnología puede ser puesta al servicio de las mayorías y de los procesos de cambio.

El uso de este sistema nos da una posibilidad fundamental para combatir el pensamiento hegemónico, transmitiendo los principios solidarios de la ayuda mutua, la autogestión, la justicia social, la igualdad y la participación democrática.

5.5.2 Redes sociales. ¿Una revolución para la revolución?

Con este impulso, los grandes medios informativos también están cambiando su percepción de la actualidad y utilizan cada vez más

el periodismo ciudadano y las fuentes que proporcionan las propias personas. Un ejemplo de ello es Al Yazira, cuya cobertura de las revueltas ha inspirado a otros medios por su búsqueda de testimonios a través de las redes sociales allí donde los periodistas no llegan. Pero también en este punto hay reservas. La mayoría de los grandes medios tienen grandes intereses y en muchas ocasiones prefieren apoyar a los gobiernos en lugar de a los ciudadanos. Por eso, hay que crear alternativas a los grandes grupos de comunicación.

El surgimiento de nuevos colectivos dedicados a la generación y difusión de otro tipo de información, diferente al generado por los monopolios informativos transnacionales significa una posibilidad real de tejer nuevas redes sociales que rompan el carácter virtual y construyan nuevas relaciones sociales al conocer los ejemplos de resistencia y rebeldía que existen en todos lados del mundo y que han sido invisibilidades por el Polifemo del poder. Nos referimos a los llamados medios libres, alternativos, autogestivos, independientes, que asumen como su actividad política la transmisión de la voz de los que históricamente han carecido de ella.

Sigue siendo una minoría el número de pobladores que tiene acceso a internet, lo que, en la actualidad, dificulta el trabajo político a través del ciberespacio. Pero existen ejemplos cercanos, como el movimiento #YoSoy132, que fue generado en su estructura organizativa a través de las redes sociales.

En esta investigación se han analizado las características visuales de la prensa clandestina de la militancia política de izquierda en México durante el siglo XX. Las publicaciones clandestinas nos permiten mirar una parte de nuestra historia que ha sido invisibilizada desde las estructuras de poder. No sólo se han borrado episodios “incómodos” en la historia oficial, también se ha negado el conocimiento de la cultura visual contenida en todos los impresos que son fruto de los procesos que han sido eliminados del discurso oficial de la historia.

Cuando un comunicador visual utiliza las imágenes para construir un discurso, le resulta necesario recurrir a referentes visuales para lograr una comunicación efectiva. ¿Cuáles son los referentes a los que se recurre para comunicar visualmente? ¿De dónde se alimenta la cultura visual, o mejor dicho, el sentido común de la vista, para que pueda existir un proceso de comunicación visual completo? Aunque para la globalización capitalista la tendencia que rige es la de unificar modelos simbólicos y culturales, no existe “la necesidad” comunicativa única, absoluta y abstracta, existen por el contrario múltiples y diversas necesidades concretas de comunicación en las sociedades. Por esta razón el comunicador visual debe de ser poseedor de una basta cultura de imágenes, esto es, no sólo haber visto millones de imágenes, sino comprender los procesos sociales, políticos y económicos que dan origen a esas millones de imágenes para conocer el contexto en el cual éstas son útiles. Este fue uno de los propósitos fundamentales de esta investigación, aportar referentes visuales para la comunicación en el contexto de la lucha de clases y del pensamiento de izquierda.

Una de las hipótesis que originaron esta investigación tenía que ver con el interés por lo visual de las organizaciones clandestinas al producir sus publicaciones. Al inicio de la investigación se pensaba que existía un desdén por la apariencia de las publicaciones, que no existía ningún tipo de importancia hacia el aspecto visual de los periódicos. Durante la investigación fue posible darse cuenta que no era del todo cierta esta proposición. Si bien, el aspecto del contenido político era la prioridad para los editores clandestinos, existía una preocupación por acompañar dicho discurso por recursos visuales simbólicos que refuerzan las ideas transmitidas en los documentos. Las imágenes en este contexto adquieren tres funciones representativas fundamentalmente: una función simbólica, una función testimonial, y una función denunciante. Si bien estas funciones no son exclusivas de la prensa clandestina, en ella adquieren un nivel trascendental de importancia.

La hipótesis inicial también partía de la idea de que las imágenes eran usadas principalmente como ilustración de los textos en los periódicos, sin embargo, fue posible constatar que, más allá de su calidad técnica de reproducción, las imágenes enmarcadas en el contexto de la prensa clandestina cumplen una función más compleja que el de ser ilustración o mera decoración. Las imágenes por sí mismas, construyen un discurso que pretende ser identificado con una intención social específica. La visualidad de los periódicos clandestinos, no pretende influir en el individuo en términos estéticos, pretende llegar a la conciencia de un colectivo que se identifica con su discurso a través de referentes simbólicos.

La investigación reveló la ausencia de estudios teóricos profundos acerca de las relaciones que guardan las imágenes en los contextos de movilización y organización social mediados por el pensamiento de izquierda. Se hace necesaria pues, la construcción de las teorías de la imagen desde sus usos y funciones en el contexto del pensamiento y la práctica política de las izquierdas. Por otro lado son muy escasas las investigaciones sobre la historia del diseño de las publicaciones periódicas en México, una investigación que abarque la materialidad no sólo de las publicaciones de circulación oficial, sino también de las marginales, que muestre los discursos visuales del poder a través de los medios oficiales, así como los contradiscursos emanados desde la visualidad de la rebeldía y la marginalidad.

Esta investigación abre también las puertas y ventanas de una nueva línea de acercamiento a la historia del diseño y la comunicación visual, una línea que, utilizando la idea del Subcomandante

Insurgente Marcos sobre el periscopio invertido, sea capaz de completar los huecos que quedan en el rompecabezas de la historia del diseño de los medios visuales de comunicación. Esta línea tendría como principal característica de acercamiento al hecho de diseño el que deba ser construida con una perspectiva crítica, desde abajo, y con una posición política clara frente a la realidad del diseño.

Un primer hallazgo de la investigación tiene que ver con la relación existente entre las estructuras de conservación material de los documentos históricos y el contenido de los mismos mediados por la ideología. Desde estas estructuras institucionales se valoran de diferente forma los documentos históricos y dicha valoración se ve reflejada en las medidas de conservación que se toman para cada documento. El valor que la prensa clandestina tiene para las instituciones que las guardan, fue determinado históricamente y fue el de obtener información acerca de las organizaciones rebeldes para reprimir, encarcelar y, no en pocos casos asesinar a los militantes que ejercían su práctica política de forma clandestina. Cumplido este objetivo, hoy en día estas publicaciones carecen de valor alguno para las instituciones que las conservan y es la razón principal por la cual estas publicaciones se han deteriorado mucho más que cualquier otra cuyo valor histórico sigue vigente para la ideología dominante. Se entiende de esta manera que el valor histórico, en cuanto a carácter subjetivo, esta determinado por los intereses ideológicos de las instituciones de conservación del acervo nacional.

Una de las tareas urgentes que se desprenden de esta investigación es la de procurar en la conservación de los documentos políticos que conforman la memoria subterránea del país. Una alternativa factible es la digitalización, esta tarea tendría que ser necesariamente colectiva y podría estar coordinada desde una plataforma virtual desde la cual se sistematicen los documentos almacenados para su conservación a través de este medio. ¿Cuáles son las necesidades de conservación de estos documentos? Es una pregunta que no alcanzó a ser respondida en esta investigación sin embargo, es posible decir que habría que atender fundamentalmente dos aspectos que han sido el interés común por estas publicaciones, por un lado el contenido de las publicaciones ha sido fuente de numerosas investigaciones sobre la historia de las organizaciones políticas de izquierda clandestinas en nuestro país; sin embargo, no es suficiente con el contenido político, se debe garantizar también la conservación de las características materiales y visuales de las publicaciones, por la riqueza simbólica y por su cualidad de refe-

rente visual para la identificación de los discursos políticos de izquierda en el país.

En este sentido la investigación fue limitada por la condición de la existencia y la conservación de las publicaciones clandestinas. Una gran parte del tiempo de la investigación fue requerido para la búsqueda de los periódicos, lo cual redujo el tiempo del análisis visual, teniendo como resultado en esta investigación un primer acercamiento a las características visuales de los periódicos clandestinos, pensando en que éste pueda ser el punto de partida de análisis más profundos y específicos utilizando el corpus presentado en ella.

A raíz de esta investigación surge la siguiente pregunta ¿existe una forma de cómo deba de ser el diseño de izquierda? Para responderla es necesario profundizar en los discursos visuales de las publicaciones políticas de izquierda, sin embargo, un primer acercamiento al tema que podríamos dilucidar desde esta investigación es la cuestión de la ética en el ejercicio de la comunicación visual. ¿Cuáles son las diferencias éticas de los discursos visuales construidos desde las diversas fuerzas en el contexto de la lucha de clases? Quizá el estudio de esta problemática de la imagen en este contexto no deba de ser resuelto únicamente a través del análisis formal de los discursos, sino anteponer la cuestión ética de la práctica discursiva en la comunicación.

Estudiar las formas y medios de producción y descubrir cómo fueron imaginadas estas publicaciones nos permite acercarnos a procesos de diseño al margen de los espacios institucionales, profesionales y académicos que habitualmente ocupa el quehacer diseñístico. La prensa ha estado íntimamente ligada a los procesos revolucionarios durante el siglo XX, como parte de una cultura política en donde los medios impresos son los elementos que configuran los rasgos una manera de concebir la militancia política desde y por la prensa. La avidez por la lectura como una característica fundamental de la militancia, la concepción de la palabra escrita como arma revolucionaria, el conocimiento de un oficio: la imprenta, como enriquecimiento de la lucha, son las características que desde la producción impresa dotan a la política de izquierda de sus principales cualidades.

La mayoría de las publicaciones fueron realizadas por personas sin conocimientos teóricos acerca del diseño editorial, sin embargo, la cultura visual que poseían les permitió adentrarse en el trabajo gráfico y aprender un oficio útil para la lucha revolucionaria. Resulta hasta cierto punto natural dudar, después del

estudio de estos objetos editoriales, si es posible hablar de diseño con respecto a estos medios de comunicación impresa. La duda principalmente se alimenta del hecho de que no fueron creados por un diseñador profesional y de que carecen de la legitimación de alguna institución académica o privada del diseño.

Sin embargo, fue posible distinguir conocimientos sobre diseño principalmente en dos publicaciones, *Militante* y *El Despertador Mexicano*, situación que confrontó la hipótesis de que las publicaciones clandestinas fueron realizadas por militantes sin conocimientos específicos de diseño.

Si bien, como se mencionó anteriormente, al principio de la investigación se partió con la idea de que el diseño no era importante para las organizaciones, uno de los principales hallazgos obtenido a través del análisis realizado a la prensa clandestina, es que sus creadores manifiestan una intención clara de comunicar, a través del lenguaje de diseño, una serie de ideas que constituyen la razón de ser de las organizaciones políticas clandestinas. Así de vital resulta la tarea comunicativa para estas organizaciones.

A través de las principales características formales de los periódicos, es posible dimensionar el nivel de manejo del lenguaje visual de los militantes, y como opera la intuición visual a la hora de producir un diseño editorial. Esta intuición está alimentada por una cultura visual que cada individuo se construye en función de su relación con los objetos visuales de los que decide rodearse. Los militantes clandestinos, en su formación política, se empapan de una buena cantidad de textos —libros, panfletos, volantes, carteles—, los cuales están dotados de una configuración visual específica que se convierten en los recursos que, de manera inconsciente, construyen dicha manera visual.

Ahora bien, la intuición de la que hablamos no surge de la nada. Sin la formación profesional de diseño, los militantes encargados de la producción editorial tienen que echar mano de esa cultura visual para poder resolver, a través del lenguaje visual, la necesidad de comunicar el ideario político a través de un medio impreso. Aquí es donde surge la intuición como proceso mental para diseñar un periódico.

El haber visto cientos de periódicos, volantes y carteles, haber observado las soluciones visuales de dichos medios, las técnicas de impresión y reproducción de la prensa, es la fuente principal para poder elaborar un medio sin tener una formación profesional. ¿Por qué el cabezal es grande y se ubica en la parte superior? ¿Por qué los titulares se escriben con letras de un mayor tamaño de cuer-

po? ¿por qué se ilustran con caricaturas y fotografías? Porque así lo han hecho a través de la historia otras organizaciones. La respuesta puede parecer simple, pero en realidad encierra un profundo entramado de relaciones sociales que principalmente afectan en algo que podemos llamar memoria colectiva, o bien: sentido común visual. El reconocimiento de esa memoria colectiva es el camino para encontrar la identidad visual de una práctica que representa a una manera de concebir políticamente al mundo.

En el estudio de la prensa clandestina es posible encontrar elementos que constituyen los símbolos de una cultura política, es decir, de una forma de hacer y concebir la política. Dichos elementos fueron heredados de diversos procesos históricos revolucionarios en diferentes latitudes y calendarios y resignificados por los grupos políticos en la clandestinidad.

El diseño siempre ha estado limitado por los recursos materiales para su elaboración. Si bien surge como un proceso mental, sin la materialización de ese plan mental, el diseño se quedaría únicamente como una buena idea. En el caso de la prensa clandestina, las limitantes materiales son un elemento fundamental para entender la razón de ser de su visualidad.

Ya sea de forma consciente, pragmática o azarosa, los diseños elaborados por los militantes clandestinos contribuyeron a generar una identidad visual para una ideología. Una identidad que representa la decisión de tomar el destino en sus propias manos y construir, contra todo, los propios medios para comunicar visualmente la idea de que un mundo diferente y mejor es posible.

Cuerpo de Obra

- Regeneración*, Órgano del Partido Liberal Mexicano, 1900-1918. Archivo Digital Ricardo Flores Magón, D.E.H. - I.N.A.H. 2007-2014. http://archivomagon.net/periodicos/regeneracion_1900_19181
- El Machete Ilegal*, Órgano del Partido Comunista Mexicano, 1929-1934, Edición Facsimilar, Puebla: Universidad Autónoma de Puebla, Primera Edición, 1975, Centro de Estudios Históricos y Sociales, México.
- Militante*, Órgano de la Liga Comunista Espartaco, 1965-1969; Año 1 Número 2: Septiembre de 1965; Año 3 Número 4: Junio 1967; Año 4 Número 14: Noviembre 1969. Archivo General de la Nación.
- Madera*, Órgano de la Liga Comunista 23 de Septiembre, 1974-1981, Archivo General de la Nación.
- Nepantla*, Órgano de las Fuerzas de Liberación Nacional, 1979; Año 1 Número 1: Febrero 1979; Año 1 Número 6: Julio 1979; Año I Número 7: Septiembre 1979; Año 1 Número 8: Diciembre 1979; Año 2 Número 9: Marzo 1980. Archivo General de la Nación.
- El Despertador Mexicano*, Órgano de Información del Ejército Zapatista de Liberación Nacional, 1993; Número 1: Diciembre 1993.

Bibliográficas

- ABRIL, Gonzalo, *Análisis crítico de textos visuales. Mirar lo que nos mira*, Madrid: Síntesis, 2007, pp. 256.
----- *Cultura visual, de la semiótica a la política*, México: Plaza y Valdés, 2013, pp. 228.
- ACHA, Juan, *Arte y sociedad. Latinoamérica. El sistema de producción*, México: Fondo de Cultura Económica, 1979.
----- *Arte y sociedad. Latinoamérica. El producto artístico y su estructura*, México: Nueva imagen, 1981, pp. 277.
- AGUIRRE ROJAS, Carlos, "Cultura política de izquierda y cultura impresa en el Perú contemporáneo (1968-1990): Alberto Flores Galindo y la formación de un intelectual público", en *Mili/antes, intelectuales y Revolucionarios. Ensayos sobre marxismo e izquierda en América Latina*, Carlos Aguirre Rojas (comp.), Ciudad de México: A Contracorriente, 2014.
- ALBIÑANA, Salvador (ed), *México Ilustrado: Libros, Revistas y Carteles 1920-1950* [libro que acompaña a la exposición], México: Editorial RM, 2010, pp. 376.
- ALCOBA, Antonio, *Fotoperiodismo*, Madrid: Fragua, 1988.
- ALLEGRI, Luigi, *Cultura, comunicación de masas y lucha de clases*, México: Nueva imagen, 1978, pp. 277.
- ALTHUSER, Louis, *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*, México: Quinto S01, 1985.
- AMBROSE Gabin y Paul Harris, *Layout*, Barcelona: Parramon, 2005.
- ARMAS Segundo y Pierre Richard, *Manual de prensa obrera y popular*. Lima: Asociación Trabajo y Cultura, 1981
- ARMENTIA VIZUETE, José I., *Las nuevas tecnologías en el diseño de la prensa*, País Vasco: Universidad del País Vasco, 1993, pp. 378.
- ARNOLD, Edmund, *Modern newspaper design*, New York: Harper & Row, 1969, pp. 500.
----- *Diseño total de un periódico*, México: Edamex, 1985, pp. 285.
----- *Tipografía y diagramado para periódicos*, Brooklyn: Mergenthaler linotype, 1965, pp. 286.
- BABIANO, José, *Amordazada y perseguida. Catálogo de prensa clandestina y del Exilio*, Madrid: Fundación 10 de mayo, 2005, pp. 480.
- BAIN, Peter y Paul Shaw, *La letra gótica. Tipo e Identidad nacional*, Valencia: Campgrafic, 2001, pp. 213.
- BAINES, Phil y Andrew Haslam, *Tipografía: Función, forma y diseño*, Barcelona: Gustavo Gili, 2005, pp. 192.
- BAUDRILLARD, Jean, *Crítica de la economía política del signo*, México: Siglo XXI, 2002.
----- *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós, 1978.
- BECERRA ABSALÓN, Benjamín, *Los ojos del caracol, el discurso visual del Ejército Zapatista de Liberación Nacional*, México: Tesis maestría UNAM, 2010, pp. 127.

- BELTRÁN, Félix, *Acerca del diseño*, La Habana: Cuadernos de la revista Unión, 1975, pago 77.
- BETTO, Frei, "Cómo derechizar a un izquierdista", en *CubaDebate*, 22 de septiembre de 2012.
- BIZOT, Jean-François, *Free press: underground & alternative publications 1965-1975*, Michigan: Universe, 2006, pp. 264.
- BLANCHARD, Gérard, *La letra*, Barcelona: CEAC, 1990, pp. 295.
- BOSQUE LASTRA, María Teresa, *Origen, Desarrollo y Proyección de la Imprenta en Méjico*. México: UNAM. 1981.
- BRINGAS, Guillermina, *La prensa de los obreros mexicanos 1870-1970: Hemerografía comentada*, México: UNAM, 1979, pp. 289.
- *Esbozo histórico de la prensa obrera en México*, México: UNAM, 1988, pp. 299.
- BRINGHURST, Robert, *Los elementos del estilo tipográfico*, México: Fondo de Cultura Económica, 2008, pp. 446.
- BURKE, Peter, *Visto, no visto. El uso de la imagen como documento histórico*, Barcelona: Crítica, 200 1, pp. 286.
- *De Gutemberg a internet. Una historia social de los medios de comunicación*, México: Taurus, 2008, pp. 428.
- CAMPA, Valentín, *Mi testimonio. Memorias de un comunista mexicano*, México: Cultura popular, 1985, pp. 406.
- CANGA LAREQUI, Jesús, *El diseño periodístico en prensa diaria*, Madrid: Bosch, 1994, pp. 192.
- CANETI, Elías, *Masa y poder*, Madrid: Alianza Editorial, 1981.
- CANO, Aurora, *El Machete ilegal: Un instrumento y una perspectiva frente a la problemática mexicana*, México: Tesis licenciatura UNAM, 1981, pp. 160.
- CARPINTERO, Carlos, *La dictadura del diseño*, Buenos Aires: Wolcowicz Editores, 2009.
- CASTELLANOS, Laura, *México Armado 1943-1981*. México: Ediciones Era, 2008, pp. 384.
- CHAPPELL, Warren y Robert Bringhurst. *A short history of the printed world*, Vancouver: Hartley & Marks publishers, 2000, pp. 315.
- CORBETO Albert y Marina Garone. *Història de la tipografia. Evolució de la lletra desde Gutenberg fins a les foneries digitals*, Barcelona: Pages editors, 2012, 296.
- CROWELL, Alfred, *Creative news editing*, Dubuque: WMC Brown, 1975, pp. 223.
- DARNTON, Robert, *Edición y subversión. Literatura clandestina en el Antiguo Régimen*. Madrid: Turner FCE, 2003,1982.
- *La gran matanza de gatos y otros episodios en la historia de la cultura francesa*. México: FCE, 1994.
- DARNTON Robert y Daniel Roche, *Revolution in Print: The press in France, 1755-1800*. Los Ángeles: University of California Press, 1989.
- DE MORAES, Denis, Ignacio Ramonet y Pascual Serrano, *Medios, poder y contra-poder*. Madrid: Biblos, 2014, pp. 192.
- DEBRAY, Régis, "El socialismo y la imprenta: un ciclo vital", en *New Left Review*, N°. 46, 2007 , pp. 5-26.

- DESVOIS, Jean-Michel, *Prensa, impresos, lectura en el mundo hispánico contemporáneo*, Bordeaux: PILAR, 2005, pp. 520.
- DRAPER, Hal, "Neue Rheinische Zeitung: Organ der Demokratie" en el glosario Marx-Engels: *Glosario de la Crónica y Registro, y el índice del glosario: Volumen 3 de la Marx-Engels. Cyclopedia* Nueva York: Schocken Books, 1986.
- DUFFY TURNER, Ethel, *Ricardo Flores Magón y el Partido Liberal Mexicano*, México: Instituto Nacional de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana, 2003.
- ENGELS, Federico, "Marx y la Neue Rheinische Zeitung (1848-1849)" en *Marx & Engels, Obras Escogidas en tres tomos*, Moscú: Editorial Progreso, 1974.
- EVANS, Harold, *Diseño y compaginación de la Prensa Diaria*, Barcelona: Gustavo Gili, 1985.
- FERNÁNDEZ CHISTLIEB, Paulina, *El espartaquismo en México*, México: El caballo, 1978.
- FERNÁNDEZ LEDESMA, Enrique, *Historia crítica de la tipografía en México. (Primera edición facsimilar)*, México: UNAM Instituto de Investigaciones Bibliográficas, 1991.
- FLORESCANO, Enrique, *Imágenes de la patria*, México: Taurus, 2006, pp. 488.
- FOUCAULT, Michel, *Microfísica del poder*. Madrid: Las Ediciones de La Piqueta, 1979.
- *El orden del discurso. Lección inaugural pronunciada en el College de France el 2 de diciembre de 1970*. Buenos Aires: Tusquets, 1992.
- *Defender la sociedad*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2000.
- *Un diálogo sobre el poder y otras conversaciones*. Madrid: Alianza Editorial, 2001.
- *Vigilar y Castigar. Nacimiento de la Prisión*. Buenos Aires, Siglo Veintiuno, 2005.
- FOUNTAIN, Nigel, *Underground: The London Alternative Press*, London: Taylor & Francis, 1988, pp. 231.
- FRASCARA, Jorge, *Diseño gráfico para la gente*, Buenos Aires: Infinito, 2004
- FROST, Chris, *Designing for newspapers and magazines*, Sbingdon: Oxon Routledge, 2012, pp. 190.
- FRUTIGER, Adrián, *En torno a la tipografía*, Barcelona: Gustavo Gili, 2002, pp. 96.
- *Signos, símbolos, marcas, señales*. Barcelona: Gustavo Gili, 2014.
- GÁDE, Reinhard, *Diseño de periódicos. Sistema y método*, Barcelona: Gustavo Gili, 2002, pp. 140.
- GARCÍA, Mario R., *Contemporary Newspaper Design: A Structural Approach*, Indiana: Prentice Hall, 1993, pp. 245.
- *Diseño y remodelación de periódicos*, Pamplona: Eunsa, 1984, pp.302."

- GARCÍA-PELAYO, Manuel, "Ensayo de una teoría de los símbolos políticos", en *Obras Completas*, Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, 1991, volumen 1, p. 1022.
- GARONE GRAVIER, Marina, *La tipografía en México. Ensayos históricos (siglos XVI al XIX)*, México: ENAP, 2012: pp. 232.
- "Notas para una historia contemporánea del diseño gráfico en México", *Revista Quadra. Diseño Gráfico y Comunicación Visual*, Universidad de Guadalajara, Núm. 1, febrero de 2008.
- GILL, Mario, *México y la Revolución de Octubre (1917)*, México: Ediciones de Cultura Popular, 1975.
- GLASER, Milton y Mirko Ilic, *Diseño de protesta*, Barcelona: Gustavo Gili, 2006.
- GLESSING, Robert, *The Underground Press in America*, Bloomington: Indiana University Press, 1970, pp. 207.
- GONZÁLEZ, Laura, *Principios básicos sobre diseño periodístico*, Madrid: Universitat, 2001, pp. 223.
- GOUGH, Hugh. *The newspaper press in the French Revolution*. Londres: Routledge, 1988.
- GRAMSCI, Antonio, *Los intelectuales y la organización de la cultura*, Buenos Aires: Nueva visión, 1972, pp. 183.
- *El concepto de Hegemonía*, México: Ediciones de Cultura Popular, 1978.
- GÜRTLER, André, *Historia del periódico y su evolución tipográfica*, Valencia: Campgràfic, 2007, pp. 209.
- HARNECKER, Marta, *Con la mirada en alto. Historia de las Fuerzas Populares de Liberación "Farabundo Martí" a través de entrevistas con sus dirigentes*. Donostia: Gakoa, 1991.
- *Los conceptos elementales del materialismo histórico*, México: Siglo XXI, 1994, pp. 296.
- HARROWER, Tim, *The newspaper designer's handbook*, MadisonBrown & Benchmark, 1995, pp. 218.
- HEATH, Joseph y Andrew Potter, *Rebelarse vende. El negocio de la contracultura*, Barcelona: Taurus, 2005, 424 págs.
- HERNÁN, Vidal, *Poética de la población marginal: Fundamentos materialistas para una historiografía estética*, Minneapolis: Prisma Institute, 1987, pp. 229.
- HÍJAR, Alberto, *Arte y utopía en América latina*, México: INBA/Conaculta, 2000, pp. 158.
- HÍJAR, Cristina, "Zapatistas, lucha en la significación. Apuntes", en *Discurso Visual (revista digital)*, Número 9, Cenidiap, mayo-diciembre de 2007.
- HURLBURT, Allen, *Layout: The design of the printed page*, New York: Watson-Guptill, 1977, pp. 159.
- *The grid: a modular system for the design and production of newspapers, magazines, and books*, New York: Van Nostrand Reinhold, 1978, pp. 96.

- HUTT, Allen, *The changing newspaper: Typographic trends in Britain and America, 1662-1972*, London: G. Fraser, 1973, pp. 224.
- ILLADES, Carlos, *Las otras ideas: estudio sobre el primer socialismo en México, 1850-1935*, México: Editorial Era, 2008.
- INFELISE, Mario, "Roman Avvisi: Information and Politics in the seventeenth Century" en *Court and Politics in Papal Rome, 1492-1700*. Cambridge: Cambridge University Press, 2002, p. 213.
- JAMESON, Fredric, *EL posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*, Barcelona: Paidós, 1991.
- JARDÓN, Raúl, "Recuperar la mística militante", *Revista Rebel día*, Número 1, noviembre de 2002, México, p. 46.
- KESSLEY, Lauren, *The dissident press: Alternative journalism in American history*, Beverly Hills: Sage, 1984, pp. 160.
- LAGO, Silvia [et al], *Internet y lucha política. Los movimientos sociales en la red*, Buenos Aires: Capital Intelectual, 2006.
- LAGUNA, Mauricio, *La prensa clandestina en México. Caso del periódico Madera*, México: Tesis licenciatura UNAM, 1997, pp. 126.
- LALLANA, Fernando, *Tipografía y diseño: preimpresión digital de diarios*, Madrid: Síntesis, 2000, pp. 256.
- LENIN, Vladimir, *La información de clase*, Buenos Aires: Siglo XXI, 1975, pp. 251.
 ----- *Acerca de la prensa y la literatura*, Buenos Aires: Anteo, 1965, pp. 168.
 ----- "Proyecto de declaración de Iskra y de Zaría". En *Obras Completas*, Buenos Aires: Cartago, 1958, 4 2 volúmenes.
 ----- *Acerca de la prensa*, Moscú: Progreso, 1971, pp. 384.
 ----- *¿Qué hacer?*, Pekín: Ediciones en lenguas extranjeras, 1975, pp. 260.
- LOXLEY, Simon, *La historia secreta de las letras*, Valencia: Campgrafic, 2007, pp. 282.
- MACIEL, David, *El otro México (1600-1985)*, México: Alianza, 1989, pp. 192.
- MAIGRET, Eric, *Sociología de la comunicación y de los medios*, Bogotá: FCE, 2005, pp. 504.
- MARGOLIN, Víctor, *Las políticas de lo artificial: ensayos y estudios sobre el diseño*. Ciudad de México: Editorial Designio. 2005, pp. 366.
- MARIÁTEGUI, José Carlos, *Amauta*, Año 1, No 1. Lima, setiembre de 1926.
- MARTÍN AGUADO, José A, *Tecnología de la información escrita*, Madrid: Síntesis, 1995, pp. 306.
 ----- *Proyecto y diseño de un diario*, Madrid: Ciencia 3, 1991, pp. 170.
- MARTÍNEZ, Gabriel [et al], *Diseño, tipografía y lenguaje*, México: Editorial Designio, 2004, pp. 208.
- MARTÍNEZ-FRESNEDA, Humberto, *La comunicación a través del diseño periodístico*, Madrid: Fragua, 2007, pp. 250.
- MARTINEZ VERDUGO, Arnoldo, *Prólogo a la edición facsimilar de El Machete Ilegal*, Puebla: Universidad Autónoma de Puebla, 1975, p. V.

- MARX, Karl, *El capital*, México: Siglo XXI, 1977.
- MATTELART, Armand, *Comunicación masiva y revolución socialista*, México: Diógenes, 1974.
- *Prensa y Poder en Chile: La Prensa de izquierda y el Poder Popular. Argentina: La Prensa de Derecha y el Poder Burgués*, Santiago de Chile: Editorial ISAL y MISUR, 1971.
- MEGGS, Philip, *Historia del diseño gráfico*, México: Trillas, 1991, pp. 562.
- MICHAEL, Johnson, *El nuevo periodismo: La prensa underground, los artistas de la no ficción y los cambios en los medios de comunicación del sistema*, Buenos Aires: Troquel, 1975, pp. 214.
- MONTEMAYOR, Carlos, *Chiapas. La rebelión indígena de México*, México: Editorial Debolsillo, 2009.
- MORAGAS, Miguel (comp.) , *Sociología de la comunicación de masas*, Barcelona: Gustavo Gili, 1985, 4 volúmenes.
- MORISON, Stanley, *Principios fundamentales de la tipografía*, Madrid: Aguilar, 1957, pp. 87.
- *The English Newspaper*, Cambridge: 1932.
- MOSQUERA, Gerardo, *El diseño se definió en octubre*, La Habana: Editorial Arte y Literatura, 1989.
- MULHERN, Francis, "Notes on Culture and Cultural Struggle" en *Screen Education*, Núm. 34, 1980, pp. 31-35.
- MULLER-BROCKMANN, Joseph, *Historia de la comunicación visual*. Barcelona: Gustavo Gili, 1998, pp. 176.
- OLIVER, Joan [et al], *La prensa clandestina (1939- 1956). Propaganda y documentos antifranquistas*, Barcelona: Planeta, 1978, pp. 427.
- OLSON, David, *El mundo sobre papel, el impacto de la escritura en la estructura del conocimiento*, Barcelona: Gedisa, 1998, pp. 349.
- OSTERTAG, Bob, *People's movements, people's press: the journalism of social justice movements*, Boston: Beacon, 2006, pp. 232.
- PAPANEK, Víctor, *Diseñar para el mundo real: ecología humana y cambio social*. Madrid: El Tinter, 2014, pp. 356.
- PASCOE, Juan. *José María Idiáquez. Impresor en el Oratorio de la Congregación de San Felipe Neri de Oaxaca. 1807-1826*. México: Fundación Alfredo Harp Helú Oaxaca: UAB10, 2012.
- PASTOUREAU, M y D. Simonnet (2006). *Breve historia de los colores*, Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 2006.
- PÉREZ ESCAMILLA, Ricardo, "Vigencia de la estética socialista mexicana", en *Estética Socialista Mexicana. Siglo XX*, Ciudad de México: INBA, 2003, p. 17.
- PÉREZ VILA, Manuel, *La caricatura política en el siglo XIX*, Venezuela: Lagoven, 1979.
- PINI, Ivonne, *En busca de lo propio. Inicios de la modernidad en el arte de Cuba, México, Uruguay y Colombia, 1920-1930*, Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2000.

- POLLOCK, Griselda, "Visión, voz y poder: historias feministas del arte y marxismo". En Karen Cordero Reiman e Inda Sáenz (compiladoras), *Crítica feminista en la teoría e historia del arte*, México: Universidad Iberoamericana, Biblioteca Francisco Xavier Clavigero, 2007.
- PORTALES, Diego, *Poder económico y libertad de expresión: La industria de la comunicación chilena en la democracia y el autoritarismo*, México: Nueva Imagen, 1981, pp. 222.
- POZZI, Pablo, "Por las sendas argentinas ..." en *El PRT-ERP la guerrilla marxista*, Buenos Aires: Eudeba, 2000.
- PRIETO CASTILLO, Daniel, *Diseño y comunicación*, Ciudad de México: Ediciones Coyoacán, 1997.
- PRIETO CASTILLO, Daniel, *Discurso autoritario y comunicación alternativa* Ciudad de México: Edicol, 1980.
- REED, Luis, *El periodismo en México. 500 años de historia*, México: Edamex, 1998, pp. 372.
- RENTERÍA, Armando, "Prensa armada en México: Madera" en *Voces de fuego. La prensa guerrillera en Jalisco*. Guadalajara: Grietas Editores, 2013.
- RESZLER, André, *La estética anarquista*, Buenos Aires: Libros de la Aurauca-ria, 2005, pp. 138.
- RICOEUR, Paul, *Ideología y utopía*, Barcelona: Gedisa Editorial, 2008.
- RUDER, Emil, *Manual de diseño tipográfico*, Barcelona: Gustavo Gili, 1983.
- RUIZ CASTAÑEDA, Ma. del Carmen, *La prensa, pasado y presente de México*, UNAM, IIB, 1987.
- SAMARA, Timothy, *Diseñar con y sin retícula*, Barcelona: Gustavo Gili, 2002, ----- *Los elementos del diseño. Manual de estilo para diseñadores gráficos*, Barcelona: Gustavo Gilli, 2008.
- SÁNCHEZ ORTIZ, Alicia, "El color, símbolo de poder y orden social. Apuntes para una historia de las apariencias en Europa: espacio, tiempo y forma". En *Historia Moderna*, Núm. 12, 1999.
- SÁNCHEZ SILVA, Carlos, *Sud. Continuación del Despertador de Michoacán Correo Americano del Sur*. 1813. *La prensa insurgente oaxaqueña*. Oaxaca: IIH-UABJO, INAOE, Fundación Cultural Rodolfo Morales, 2012.
- SATUÉ, Enric, *El Diseño Gráfico, desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza Forma, 1997, pp. 450.
- SEOANE, María, *Todo o nada*. Buenos Aires: Planeta, 1991.
- SEMO, Enrique, *Historia mexicana: economía y lucha de clases*, México: Editorial Era, 1978, pp. 338. ----- *México: un pueblo en la historia*, México: Alianza, 1990. 8 volúmenes. ----- *Siglo XX: la historia no ha terminado, la utopía es posible*, México: Instituto de Cultura de la Ciudad de México, 2001, pp. 15. ----- *Historia del capitalismo en México: los orígenes, 1521-1763*, La Habana, Casa de las Américas, 1979, pp. 306. ----- *Viaje alrededor de la izquierda*, México: Nueva imagen, 1988, pp. 180.

- SIMPSON, Máximo, *Comunicación alternativa y cambio social*, México: Premio editorial, 1989, pp. 373.
- SOHR, Raul, *Historia y poder de la prensa*, Barcelona: Andrés Bello, 1998, pp. 270.
- SOTO, Jesús, *Prensa clandestina revolucionaria, 1952-1958. La Habana*, La Habana: Biblioteca Nacional José Martí, 1965.
- SUÁREZ, Fernando: *Fundamentos del diseño periodístico: claves para interpretar el lenguaje visual del diario*, Pamplona: Universidad de Navarra, 2008, pp. 203.
- SUTTON, Albert, *Concepción y confección de un periódico*, Madrid: Rialp, 1963, pp. 463.
- TAIBO II, Paco Ignacio, *Los Bolshevikis. Historia narrativa de los orígenes del comunismo en México (1919-1925)*, México: Joaquín Mortiz, 1986.
- TAUFIC, Camilo, *Periodismo y lucha de clases. La información como forma del poder político*. México: Nueva Imagen, 1981.
- TIMOTEO, Jesús, *Historia y modelos de comunicación en el S. XX. El nuevo orden informativo*. Barcelona: Ariel Comunicación, 1987.
- TORRES RODRÍGUEZ, Alberto (Coordinador), *Nueva historia mínima de México*, México: Colmex, 2008, pp. 551.
- TREJO, Raúl, *La prensa marginal*, México: El caballito, 1975, pp. 174.
- TROCONI, Giovanni [et al] *Diseño gráfico en México, 100 años*, México: Artes de México, 2010, pp. 463.
- VALADÉS, José C., *El socialismo libertario mexicano (siglo XIX)*, México: Para leer en libertad, 2010.
- VARELA, Hilda, *Cultura y resistencia cultural: una lectura política*, México: El caballito, 1985, pp.156. .
- VÁZQUEZ, Adelina, *Apuntes de la prensa clandestina y guerrillera del período 1952-1958*, La Habana: Unión de periodistas de Cuba, 1973, pp. 106.
- VILCHES, Lorenzo, *La lectura de la imagen*, Barcelona: Paidós, 1999.
- VITTA, Maurizio, *El sistema de las imágenes. Estética de las representaciones cotidianas*, Barcelona: Paidós, 2003, pp.364.
- WEILL, Georges, *El periódico: orígenes, evolución y función de la prensa periódica*, Sevilla: Comunicación social, 2007, pp. 403.
- ZAPATERRA, Yolanda, *Diseño editorial: periódicos y revistas*, Barcelona: Gustavo Gili, 2008, pp. 207.

Entrevistas

- CASTELLANOS, Laura, "Periódicos clandestinos en los movimientos armados de México", entrevista personal, Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 14 de marzo de 2013. Entrevista realizada por: Benjamín Becerra.

LAGUNA, Jaime, "Participación en la edición del periódico Madera", entrevista personal, Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 14 de marzo de 2013. Entrevista realizada por: Benjamín Becerra.

MORENO BORBOLLA, José Luis, "Participación en la edición del periódico Madera", entrevista personal, Restaurante Sanborns, Balderas, colonia Centro, 12 de abril de 2013. Entrevista realizada por: Benjamín Becerra.

Archivos consultados

ACERVO DOCUMENTAL DE LA DIRECCIÓN FEDERAL DE SEGURIDAD; galería 1 del Archivo General de la Nación.

ACERVO DOCUMENTAL DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIONES POLÍTICAS Y SOCIALES; galería 1 del Archivo General de la Nación.

ARCHIVO ELECTRÓNICO RICARDO FLORES MAGÓN; <http://archivomagon.net/>

ARMED REVOLUTIONARY ORGANIZATIONS OF MEXICO DOCUMENTS AND PUBLICATIONS, Mandeville Special Collections Library. Universidad de California, San Diego.

ARCHIVO PERSONAL DE ALICIA DE LOS RÍOS. Archivo digital de las versiones públicas de los 58 números del periódico *Madera*.

BIBLIOTECA VIRTUAL ANTORCHA, <http://www.antorcha.net/index/hemeroteca/explicacion/explicacion.html>

CENTRO DE DOCUMENTACIÓN DE MOVIMIENTOS ARMADOS, Archivo digital: <http://cedema.org>

MOVIMIENTOS ARMADOS EN MÉXICO. Recursos de información, Biblioteca Daniel Cosío Villegas, Colegio de México. Plataforma Digital: <http://movimientosarmados.colmex.mx/>

Sitios electrónicos

Cuba Debate. <http://www.cubadebate.cu/opinion/2012/09/22/comoderechizaraunizquierdista/#.U5jp8CjTopg>, consultado el 19/06/2013.

Enlace Zapatista. <http://enlacezapatista.ezln.org.mx>

Imprentas insurgentes. <http://mmh.ahaw.net/imprenta/index.php?iddoc=INSURGENTES>

MyFonts. <http://www.myfonts.com/>

Periódico Madera. <http://www.periodicomadera.mx>

Revista *Typoggraphica* #6. <https://archive.org/details/typographica600unse>