

“Embajadores de buena voluntad”: la revista *Gente* ante la “campana antiargentina”

María Noel Álvarez (*)

Resumen: Este artículo se centra en un aspecto específico del tan señalado apoyo que la revista *Gente* brindó a la última dictadura militar argentina. Se analizan las intervenciones editoriales realizadas durante el año 1978 para contrarrestar las denuncias internacionales sobre violaciones de los derechos humanos en Argentina, en un momento crítico en torno a la organización del Mundial de Fútbol. A partir de considerar a *Gente* como un actor político, se estudian artículos en los que el medio intentó disputar sentidos, orientar a los lectores y actuar de forma coordinada con las estrategias comunicacionales del gobierno militar. El trabajo propone la hipótesis de que lo publicado por *Gente* en esa coyuntura puede interpretarse en relación directa con las estrategias diseñadas por la agencia Burson-Marsteller, contratada por la dictadura para mejorar su imagen internacional. En este sentido, se analiza cómo efectivamente los periodistas de *Gente* actuaron como “embajadores de buena voluntad” y “escuadrones de la verdad” ante sus colegas europeos para contar “toda la realidad sobre la Argentina”. Además, se conjetura sobre la posible participación directa de Editorial Atlántida en la producción y difusión en Francia del folleto “*Argentine: Toute la Vérité*”, publicado en julio de 1978 en el diario *France Soir*. A partir del análisis de estas prácticas, dirigidas tanto a los lectores dentro como fuera de Argentina, se aportan nuevas evidencias sobre el grado de colaboración entre Editorial Atlántida y la última dictadura militar, y se reflexiona sobre las difusas fronteras entre apoyo ideológico, alineamiento político y complicidad.

Palabras clave: medios – dictadura – campana antiargentina – revistas – periodismo

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 157 y 158]

(*) Universidad Nacional de San Martín

Profesora de Historia por la UBA, periodista y doctoranda en la Escuela IDAES (UNSAM). Su investigación doctoral aborda una historia social, cultural y política de la revista *Gente* entre 1965 y 1984. Ha publicado el libro *Progresistas fuimos todos. Del antimenemismo a Kirchner, cómo construyeron el progresismo las revistas políticas* (2019, Siglo XXI), en coautoría con Eduardo Minutella. noelalvarezhistoria@gmail.com

Introducción

Este artículo es parte de una investigación en curso más amplia llevada adelante en el marco de una tesis de doctorado, donde se aborda una historia sociocultural y política de la revista *Gente* entre 1965 y 1984.⁰¹ Ha sido ampliamente señalado que esta revista, junto a otras publicaciones de Editorial Atlántida, se alinearon durante la última dictadura militar a las narrativas oficiales y brindaron un apoyo enfático al proyecto político, represivo, económico y cultural del autodenominado “Proceso” (Blaustein, 1998; Borrelli, 2010, 2011, 2021; Borrelli y Gago, 2014; Burkart, 2017; Gago, 2017, 2025; Gago y Saborido, 2011; Gamarnik, 2012, 2017; Saborido y Borrelli, 2011; Jurgiel, 2015, 2025; Lorenz, 2005; Risler, 2018; Ulanovsky, 2011; Varela Cid, 1984). En la investigación doctoral en curso, se analizan diversas dimensiones que permiten caracterizar ese apoyo, problematizarlo, explicar sus matices y alcance. En este artículo, se buscará indagar en un aspecto específico de este problema: las intervenciones editoriales realizadas por *Gente* durante el año 1978 para contrarrestar las denuncias internacionales sobre violaciones a los derechos humanos en Argentina, en un momento crítico alrededor de la organización del Mundial de Fútbol. Se estudian a continuación un corpus de artículos publicados en ese año, en los que el medio intentaba refutar esas denuncias e influir en la forma en que sus audiencias procesaban los acontecimientos. Además, se contrastan las fuentes hemerográficas con el documento de la estrategia de comunicación diseñada por la agencia Burson-Marsteller para mejorar la imagen internacional de la dictadura; y se estudia un folleto titulado “Argentine toute la vérité”, publicado en el diario *France Soir* en julio de 1978.⁰²

Gente fue una de las revistas de interés general de mayor popularidad, circulación y perdurabilidad de la Argentina. Comenzó a publicarse en 1965, por la empresa Editorial Atlántida, fundada por Constancio C. Vigil en 1918. Con su lenguaje, la calidad de su fotografía y su audacia periodística, *Gente* renovó en el último tramo de la década del sesenta el mercado editorial, desplazó en números de ventas a sus competidoras y hacia 1972 comenzó a alcanzar picos de 300.000 ejemplares vendidos por semana en Argentina y otros países (Álvarez, 2025; Becerra, 2025; Borrelli, 2025). Por el volumen de circulación de la revista, su llegada a todo el país y su lenguaje accesible y ameno se puede pensar que alcanzó entre su público lector a hombres y mujeres de todos los estratos sociales. Para el momento del golpe de estado de 1976, dominaba el mercado de revistas comerciales y de interés general, y es plausible pensar que se benefició del declive atravesado por *Siete Días*, su principal competidora.⁰³ En septiembre de 1976, en un contexto de censura, cierre y clausura de medios, Editorial Atlántida lanzó el semanario político *Somos*, que se sumó a sus otras publicaciones: *El Gráfico*, deportiva; *Para Ti*, dirigida a mujeres; *Billiken*, infantil; y *La Chacra*, sobre temas vinculados a las actividades productivas del campo. Otro dato de relevancia que aporta indicios para pensar en la afinidad entre esta empresa y la dictadura es que, en 1977, los Vigil, dueños de Editorial Atlántida, recibieron de parte del gobierno militar un resarcimiento económico por la expropiación y estatización de Canal 13 ocurrida durante el gobierno de María Estela Martínez de Perón (Sirvén, 1996).⁰⁴ La centralidad de *Gente* en la etapa dictatorial se explica por su liderazgo comercial respecto de sus competidoras y su relevancia como parte de una cultura comercial que fue, en términos

de Mara Burkart, “entronizada” (Burkart, 2007, p.114).⁰⁵ Durante los años de la dictadura, *Gente* mantuvo su fórmula editorial de revista de interés general, de frecuencia semanal, al tiempo que levantó la voz en su apoyo a las Fuerzas Armadas. Hacia marzo de 1978, la revista era dirigida por Aníbal Constancio Vigil y Samuel “Chiche” Gelblung era el subdirector. Los secretarios de redacción eran Alfredo Serra y Néstor Barreiro, los prosecretarios, Dimas Suarez y Renée Sallas, y los redactores especiales Mario Santiago Pérez Collman y Eduardo Paredes. Se sumaban Alberto Oliva como corresponsal en Estados Unidos y Danielle Raymond en París.

En este trabajo, se retoma la noción de “periódico independiente como actor político” de Héctor Borrat, ya que, si bien el objeto bajo estudio es una revista de interés general, y no un periódico, se considera a *Gente* por su centralidad en el sistema de medios de la década del setenta como un medio que tuvo capacidad de influir, y ser influido en sus interacciones con otros actores políticos, a la vez que afectar el comportamiento de sus audiencias (Borrat, 1989). De forma adicional, se reconoce como antecedente sustancial aquel campo de la historiografía que toma como objeto de estudio las expresiones culturales y las conciben como productoras de procesos de significación que trabajan sobre materiales de la sociedad, pero, al mismo tiempo, operan sobre ellos (Burkart, 2017: 17; Cosse, 2011, 2014, 2019; Gamarnik, 2017; Levin, 2013: 6, 193; Manzano, 2012). Desde una perspectiva más amplia, en la investigación de doctorado se plantea la hipótesis de que fue precisamente el carácter de revista generalista, que abordaba las noticias políticas en combinación con una agenda temática más liviana, lo que hizo de *Gente* un medio popular, masivo y ubicuo, con capacidad de interesar a diversos sectores sociales —incluso aquellas audiencias que no solían leer periódicos o revistas políticas— lo cual la hizo aún más relevante a la luz de las estrategias comunicacionales que se estudian a continuación.

El “frente interno” de una campaña internacional

La preocupación por su imagen internacional fue uno de los ejes centrales de las estrategias de comunicación de la última dictadura a lo largo de todo el período, con momentos álgidos alrededor del Mundial (1978), de la visita de la CIDH (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, septiembre de 1979) y la publicación de las conclusiones de su informe (marzo de 1980); y el otorgamiento del Premio Nobel de la Paz a Adolfo Pérez Esquivel en octubre de ese mismo año (Franco, 2002 y 2008; Schenquer y Cristiá, 2022; Fernández Barrio y Tizon, 2020; Feld y Catoggio, 2024; Schenquer, 2024; Piñero, 2024). En junio de 1976, se emitió el decreto secreto n° 961/76 para “neutralizar urgentemente la propaganda adversa al país” y, en ese momento, la SIP suscribió un primer contrato con la agencia de publicidad estadounidense Burson—Marsteller “para hacer conocer en el exterior el perfil de la Argentina deseado por la dictadura”, y otro con la agencia Diálogo (Cristiá y Schenquer, 2022, pp. 83, 84; Piñero, 2024). Además, a partir de 1977, el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto creó la Dirección General de Prensa y Difusión bajo la cual funcionó el Centro Piloto de París, estableciendo así otro circuito estatal que obró con

propósitos afines y de forma paralela a las acciones desplegadas por la SIP (Franco, 2008, p. 212; Cristiá y Schenquer, 2022; Barrio y Tizón, 2020). Ambas fueron estrategias orientadas a un mismo objetivo: mejorar la imagen internacional de la Argentina en lo que la propia dictadura denominó su “frente externo” (Feld y Catoggio, 2024, p. 3).

En este trabajo, se aborda este problema desde la premisa de que lo actuado por medios como *Gente* permite identificar el “frente interno” del “frente externo” de los planes comunicacionales internacionales de la última dictadura. Como se verá, *Gente* interpeló a sus lectores argentinos sobre estas cuestiones e intentó comprometerlos en un activismo transnacional. Esta idea de “frente interno” resulta clave al pensar el rol de medios masivos y populares como *Gente* ya que, como ha planteado Franco, “si bien las denuncias provenían de foros y ámbitos externos como la OEA y la ONU, en buena medida el discurso defensivo del gobierno se orientó hacia adentro y fue uno de los mayores intentos de reconstruir legitimidades en torno al ‘Proceso militar’” (Franco, 2002, s.p.).

En su análisis exhaustivo de cómo diferentes medios masivos y comerciales actuaron ante estas acusaciones, Franco encuentra que la mayoría lo hizo replicando los discursos oficiales y borrando la “voz propia” del medio (Franco, 2002). Además, explica que, en el tratamiento periodístico de estas denuncias, la mayoría de los medios, excepto la revista *Gente*, omitieron toda la información relacionada con su contenido específico. En efecto, el semanario de Editorial Atlántida exhibió en sus coberturas una serie de detalles: los nombres propios de quienes estaban al frente de organizaciones como Amnesty, COBA y otros organismos; direcciones y fotos de las sedes desde donde actuaban, reproducciones de solicitadas en medios de Europa y Estados Unidos y cartas. Además, los artículos de *Gente* informaban en muchas ocasiones el contenido de las denuncias en sí mismas, con cifras de la cantidad de personas desaparecidas y menciones a los casos más resonantes.⁰⁶ Una lectura del documento que describe la estrategia diseñada por Burson-Marsteller permite encontrar algunas pistas que explican las decisiones editoriales de *Gente* en 1978.⁰⁷ Allí se propone “usar a editores argentinos para que visiten a sus contrapartes en los ocho países incluidos en este programa. Cada editor elegido será instruido minuciosamente y se le proveerá una instrucción de tipo moderado sobre ‘lo que se informó y lo que realmente sucedió’”. Según este plan de Burson-Masteller, se buscaba que estos editores argentinos actuaran como “embajadores de buena voluntad”: “Los contactos que establezcan les permitirán actuar algo así como un escuadrón de la verdad en la diseminación de «papeles blancos» sobre temas específicos de particular importancia para la Argentina más adelante”. Como se observa en el análisis que se presenta a continuación, las intervenciones editoriales de *Gente* deben ser pensadas de forma articulada a la luz de lo que revela esta estrategia.

“Argentina, toda la verdad”

La organización del Mundial de Fútbol en Argentina representó un momento de intensificación del activismo internacional que alertaba sobre las violaciones a los derechos humanos que sucedían en este país bajo el régimen militar (Águila, 2023: 163; Franco, 2008); y Francia fue epicentro de ese activismo, especialmente movilizada por e2471 secuestro y desaparición de las religiosas francesas Leonnie Duquet y Alice Domon a fines de 1977. En ese contexto, el 13 de abril de 1978, la corresponsal en París, Danielle Raymond, entrevistó al embajador argentino Tomás Anchorena (Raymond, 13 de abril de 1978). Como han precisado Barrio y Tizón, el embajador era un “civil alineado con la fracción politicista del Ejército”, que no tardó en tener profundos desacuerdos con los funcionarios designados por la Armada para tomar el control del Centro Piloto en París en 1978 (Barrio y Tizón, 2020, pp. 103, 112). Estos desacuerdos no implicaron que Anchorena atenuara su alineamiento con la campaña oficial, por el contrario, actuó como vocero, expresando la idea de que el boicot al Mundial de Fútbol —y a un congreso Mundial de Cáncer que también estaba planificado para ese 1978 en Argentina— respondían a los intentos del “terrorismo internacional” para “destruir la imagen del país”. En esta entrevista publicada en *Gente*, Anchorena instaba a los argentinos “a través de sus organizaciones privadas y públicas, profesionales y empresarias, mantuvieran un diálogo con sus pares en Europa, contándoles la realidad de su vida cotidiana en Argentina”, y sostenía:

En todo el mundo hay una izquierda radicalizada que intenta por todos los medios imponer su nihilismo y sus métodos para llegar al poder y al control de los estados. Los terroristas argentinos, vencidos, sin apoyo del pueblo ni posibilidades de seguir con sus fechorías, se han volcado al ámbito internacional. Con el apoyo de la izquierda radicalizada intentan destruir el país a través de una falsa imagen y la erosión de la opinión pública, para que todo el mundo crea que la Argentina es un país donde es imposible vivir y con el cual no se debe colaborar (Raymond, 13 de abril de 1978, pp. 56-57).

Unas semanas más tarde, una iniciativa de *Gente* presentó una notable similitud a la invitación realizada por Anchorena a los lectores de la revista, instándolos a hacia un activismo transnacional. En su “Carta a un argentino que vive afuera”, publicada en mayo de 1978, *Gente* invitó a sus lectores a tomar el contenido para enviarlo a sus amigos o parientes en el exterior: “Para que la divulguen. Para que se conozca la verdad sobre un país que lucha por la paz después de la guerra sucia que vivió” (*Gente*, 11 de mayo de 1978, pp. 4-5. Ver Figura 1).

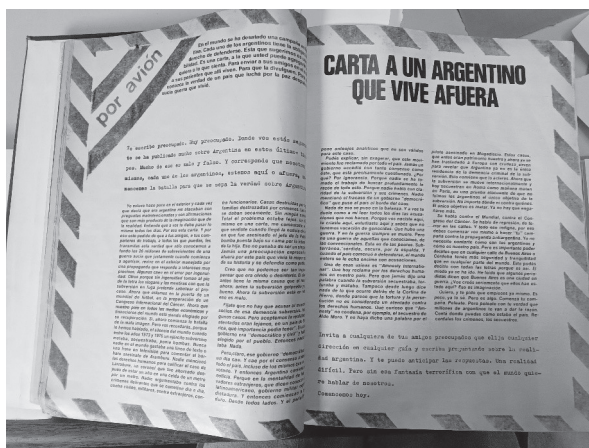


Figura 1. Carta a un argentino que vive afuera. *Gente* n° 668, 11 de mayo de 1978, 4, 5. Fuente: Hemeroteca de la Biblioteca Nacional.

El recurso de la carta no era una excepción en el estilo de la revista. Por el contrario, *Gente* publicaba con frecuencia diversos formatos: desde la sección de correo de lectores, hasta notas estilo “carta abierta”, escritas en un estilo coloquial, brindaban al lector la sensación de cercanía, de ser parte de un intercambio de ideas llano.⁸⁸ Además, ese mismo año 1978 la revista *Para Ti* publicó una serie de postales que alentaba a sus lectoras a enviar a amigos y familiares en todo el mundo, y a los organismos que llevaban adelante las acusaciones por violaciones de derechos humanos, para informar “toda la verdad” sobre la Argentina (Gamarnik, 2012).

En las vísperas del Mundial 78, *Gente* continuó abordando desde diferentes ángulos el problema de la imagen dañada de Argentina y envió a sus periodistas a Francia a sostener debates de forma personal con los medios de ese país y los activistas. En mayo de 1978, Gelblung llegó a París para abordar a los responsables del COBA (Comité de Boicot a la Organización del Mundial de Fútbol en la Argentina). Según el artículo publicado, tocó el timbre de la calle Nanteuil 14 en la capital francesa y se entrevistó con Pierre Grennet y Marek Halter (Gelblung, 25 de mayo de 1978, 14-17. Ver Figura 2).



Figura 2. *Gelblung enfrenta a los activistas franceses.* *Gente* n° 670, 25 de mayo de 1978, 14-15. Fuente Hemeroteca de la Biblioteca Nacional.

El tono de la conversación reproducido es agresivo. El lenguaje, propio del llamado “nuevo periodismo”, incluía diálogos: “¿No será que usted es un idiota útil del terrorismo?”, planteó el entonces subdirector de *Gente*. En una entrevista con Gelblung realizada a los fines de esta investigación, Gelblung se justificó escuetamente: “Es cierto que había una campana antiargentina. ¡Querían boicotear el Mundial! Halter para mí fue una nota importante”.⁹ Esta puesta en escena de periodistas protagonistas de la noticia —que era una de las claves de la fórmula editorial de *Gente*— se repitió unas semanas más tarde. Mientras en Argentina se desarrolla el Mundial de Fútbol, Renée Sallas, prosecretaria de redacción y redactora estrella de la revista desde fines de los sesenta, viajó a Europa a realizar una serie de coberturas como “enviada especial”.¹⁰ El 20 de julio, *Gente* publicó “Lo que pasa en Francia cuando se dice la verdad sobre la Argentina” (Sallas, 20 de julio de 1978, 84-92). Se trató de un artículo de cinco páginas que mostraba las gestiones realizadas por Sallas con editores de varios destacados medios franceses para que publicaran un folleto editado por un “grupo de argentinos”: “Argentine Toute la Vérité” (“Argentina toda la verdad”). Según informó la nota, *Le Point*, *L’Express*, *Paris Match* y *Le Monde* rechazaron su publicación. En efecto, esta suerte de solicitud de cuatro carillas solo fue publicada por *France Soir*, un diario que pertenecía a Robert Hersant, político y empresario de medios con un pasado colaboracionista durante la ocupación nazi en Francia (Cristiá, 2025) (Figuras 3 y 4).



Figura 3. Una periodista de Gente ante sus colegas franceses. Gente n° 678, 20 de julio de 1978, 84, 85. Fuente: Hemeroteca de la Biblioteca Nacional.



Figura 4. El folleto “Argentine toute la verite”, publicado en France Soir el 17 de julio de 1978. Fuente: archivo personal de Moira Cristiá¹¹

Este folleto se trataba de un espacio de publicidad paga de cuatro páginas en el que se narraban algunos acontecimientos de la situación argentina de los últimos años y carac-

terizaba la etapa de los gobiernos peronistas de 1973-1976 como de “caos”, controlada y ordenada gracias a la llegada del régimen militar (Franco, 2008, p. 215). Dice el folleto:

Desgraciadamente, los franceses ignoran que las Fuerzas Armadas se vieron obligadas a asumir el poder en marzo de 1976, en respuesta a los deseos de millones de argentinos que, impotentes, veían cómo su país se desmoronaba. Entre 1973 y marzo de 1976, Argentina fue víctima de una guerra atroz, provocada por grupos subversivos que, sembrando el terror, pretendían hacerse con el poder. Curiosamente, la prensa no se hizo eco de esta guerra. En ella murieron miles de argentinos inocentes y, sin embargo, no se escribió una sola línea sobre nuestro drama (s.p.).

Los argumentos eran los mismos que *Gente* había esgrimido en ocasiones anteriores desde el golpe de 1976: la idea de que cuando la prensa y los organismos internacionales denuncian lo actuado por las fuerzas represivas en Argentina, omiten contar la violencia y el caos del período anterior.¹² Además, buscaba establecer una conexión entre la violencia política atravesada en Argentina con sucesos recientes vividos en Europa, como el asesinato del líder de la Democracia Cristiana en Italia, Aldo Moro, por parte de las Brigadas Rojas, en mayo de 1978. Continúa el folleto:

Este no es un documento oficial. Ha sido financiado por ciudadanos argentinos y no con dinero del gobierno, ni tiene fines publicitarios, sino como respuesta a una campaña contra Argentina, una campaña cuyo centro principal está en Francia. Es el testimonio —podría decirse— de quienes han sufrido el terror y la violencia, la violencia que ahora golpea las ciudades de Europa (s.p.).

Aunque el folleto haya sido publicado de forma anónima, son varios los factores que permiten proponer que Editorial Atlántida estuvo involucrada en la producción y distribución de este material, en articulación con las estrategias comunicacionales de la dictadura para contrarrestar la llamada “campaña antiargentina” en su centro de gravedad, Francia. En primer lugar, es importante subrayar lo más evidente: el hecho de que una periodista de esta empresa, en forma personal, gestione las entrevistas con los editores de los más destacados medios franceses para solicitar su publicación, y se haga fotografiar mientras argumenta a favor de la dictadura que gobierna desde hace dos años su país. “Es una moda hablar mal de la Argentina? ¿Vende más hablar mal de Argentina?”, inquirió Sallas a Claude Imbert, director de *Le Point*. La periodista de *Gente* no omitió, en la versión publicada de su artículo, momentos incómodos en estas conversaciones, como por ejemplo cuando los editores mencionaron la desaparición de Leonnie Duquet y Alice Domon, las religiosas francesas, y a las Madres de Plaza de Mayo, que ya eran mundialmente conocidas. Otro motivo que sustenta el argumento que detrás de la edición y distribución de este folleto estuvo Editorial Atlántida es la utilización de varias fotos que *Gente* había publicado previamente, así como el estilo de la tipografía del título, casi idéntico del utilizado por el semanario (Figura 5).



Figura 5. Las imágenes publicadas previamente en *Gente*, presentes en la portada de “*Argentine Toute la Vérité*”. A la izquierda, portada de la solicitada publicada el 17 de julio de 1978 en *France Soir*. A la derecha, detalle de fotos publicadas en *Gente* edición especial “1035 Dramáticos días”. Fuente: archivo personal de la autora/ Hemeroteca de la Biblioteca Nacional.

En la figura 5, se puede ver la coincidencia exacta entre fotos publicadas en la portada de “*Argentine Toute la Vérité*” y las publicadas en una edición especial que *Gente* publicó en mayo de 1976, titulada “1035 Dramáticos días”.¹³ La primera muestra una persona con la cara tapada junto a un afiche de Perón e Isabel, el día de la asunción de Cámpora el 25 de mayo de 1973; la otra muestra un hombre armado, de pelo largo y barba, el 20 de junio de 1973 en Ezeiza. Otro indicio que no puede ser soslayado es que la frase “Argentina toda la verdad” coincide con el slogan que unas semanas más tarde será utilizado para la campaña de postales realizadas por la revista *Para Ti*.¹⁴

Finalmente, otra coincidencia permite conjeturar que esta nota, y posiblemente también la de Gelblung ante el COBA, fueron parte de una colaboración articulada y planificada con la última dictadura. Como se mencionó previamente, en el “Programa de Comunicaciones Internacionales para la Argentina” de Burson-Marsteller para la SIP, del 22 de octubre de 1976, se explica detalladamente que uno de los ejes de trabajo propuestos es el uso de periodistas argentinos.¹⁵ La práctica que se observa en Renée Sallas es una aplicación literal de esta estrategia. Tal como señala el documento de BM: “Los contactos que establezcan les permitirán actuar algo así como un escuadrón de la verdad en la diseminación de ‘papeles blancos’ sobre temas específicos de particular importancia para la Argentina más adelante”.¹⁶ Efectivamente, la nota publicada en *Gente* mostraba, por ejemplo, a la periodista en conversación con Phillippe De Valene, jefe de redacción de *Paris Match*, mostrándole el folleto en cuestión (Figura 6).



Figura 6. Renée Sallas junto al editor de Paris Match. (Gente n° 678, 20 de julio de 1978, 86). Fuente: Hemeroteca de la Biblioteca Nacional.

Tanto Gelblung como Sallas están actuando, en coincidencia con lo elaborado por Burson-Marsteller, como “escuadrones de la verdad” y “embajadores de buena voluntad”. Si bien no es posible reconstruir cuál pudo ser la recepción de este tipo de mensajes en Argentina, es crucial recordar que la mayor parte de la sociedad argentina en aquellos años, no tenía acceso a información proveniente de medios extranjeros. Al sentarse a dialogar con los responsables de los principales medios franceses, *Gente* está apelando al criterio de autoridad que pueden tener esas voces extranjeras para su propia audiencia, para mostrarles cómo, en una puesta en escena de un diálogo de igual a igual con una periodista argentina, sus argumentos son rebatidos. Sin embargo, al tiempo que intenta desacreditar las denuncias internacionales, desliza datos y menciona nombres silenciados en gran parte en los medios nacionales. Al preguntar a Gelblung por “Argentine Toute la Vérité”, y si tuvo conocimiento de su origen, interrumpió bruscamente la entrevista. La cuestión es delicada.¹⁷

De forma complementaria a lo analizado hasta aquí, es importante destacar que estas notas estuvieron lejos de ser publicaciones aisladas, y que continuaron hasta 1982 cuando, después de la Guerra de Malvinas, Editorial Atlántida reposicionó la línea editorial de sus revistas y comenzó a dar visibilidad a una serie de críticas respecto de los “excesos en la

lucha contra la subversión.”¹⁸ A diferencia de otros medios que hacia 1980, especialmente luego de la publicación del informe de la CIDH, comenzaron a expresar algunas críticas al gobierno militar, la línea editorial de *Gente* se mantuvo en un apoyo rígido, sin reproches, tanto al programa económico como al político, omitiendo los conflictos internos de las Fuerzas Armadas y denostando cualquier debate alrededor de una posible apertura democrática hasta julio de 1982 (Burkart, 2017; Iturralde, 2016; Borrelli, 2016; Sivak, 2013).

Consideraciones finales

El análisis aquí presentado ha permitido caracterizar un aspecto específico de las intervenciones editoriales de *Gente* en los años de la última dictadura militar. Se ha descrito cómo, en la coyuntura del año 1978, este medio se comportó como un actor político que buscó a través de sus publicaciones, producir sentidos y orientar a sus lectores en cómo interpretar la información que circulaba en Argentina y el mundo. A partir del análisis de las fuentes hemerográficas contrastado con el documento de Burson-Marsteller (1976), se ha postulado que *Gente* funcionó como un engranaje en el “frente interno” del llamado “frente externo” de las estrategias comunicacionales de la dictadura, para desacreditar ante las audiencias nacionales las denuncias sobre las violaciones de los derechos humanos que se emitían desde Europa y Estados Unidos y que, a cuentagotas, se conocían en el país. Este trabajo ha demostrado cómo esas estrategias se aplicaron de forma coordinada con una de las revistas de interés general más populares de la década del setenta.

Es clave en esta interpretación subrayar el hecho de que, al intentar desacreditar a los activistas y organismos denunciantes, *Gente* les dio visibilidad, informando cifras de desaparecidos y mencionando explícitamente los casos más resonantes, como los de las religiosas francesas. Es decir, involuntariamente, la revista revelaba más sobre los horrores del terrorismo de Estado que otros medios de la época, que se restringieron a reproducir los comunicados oficiales.

De forma adicional, se considera que los argumentos aquí reunidos son suficientes para demostrar que el folleto “Argentine Toute la Verité”, publicado en *France Soir* en julio de 1978, fue impulsado en su confección y difusión por parte de Editorial Atlántida. Sin embargo, quedan muchas preguntas por responder. Si este material de propaganda política fue confeccionado por los staffs de Editorial Atlántida, ¿por qué publicarlo de forma anónima? ¿Acaso el anonimato le daba un mayor peso político? ¿O permitía a las publicaciones de Editorial Atlántida mantener cierta fachada de profesionalismo periodístico? Algunos datos permanecen aún opacos: ¿Este folleto fue producto de las estrategias impulsadas por el Poder Ejecutivo (al mando en ese momento de Videla), desde la SIP, en articulación con Burson-Marsteller? ¿O ya hacia 1978, fue resultado de las acciones llevadas adelante por el Centro Piloto en París?

Como se observó, el medio desplegó una serie de recursos propios de una revista masiva y comercial para expresar su apuesta por el proyecto político y económico de la última dictadura. Además, interpeló a sus lectores para que se involucraran en la defensa de la imagen

del país, por ejemplo, mandando cartas a sus amigos en el extranjero; y comprometió a sus más destacados periodistas en una suerte de militancia activa de esta causa. Este hecho debe ser interpretado a la luz de varios factores. Por un lado, la tradición que tenía esta revista de hacer de sus periodistas, los protagonistas de la noticia. Por otro, no hay que perder de vista las jerarquías, las tensiones y los márgenes de acción de los miembros de un staff editorial, en negociación permanente con los dueños de la empresa.

De modo más amplio, los problemas abordados en este artículo contribuyen a una discusión de larga data sobre el rol de los medios de comunicación durante la última dictadura, en la cual las categorías de “cómplices”, “víctimas” o “héroes” requieren ser problematizadas (Borrelli, 2010). El caso de lo actuado por *Gente* con relación a la llamada “campaña antiargentina” permite ponderar el alcance de la articulación de este medio con la última dictadura, identificando posicionamientos que se modularon entre la afinidad ideológica, los negocios y la colaboración.

Referencias

- Aguila, G. (2023). *Historia de la última dictadura militar. Argentina, 1976-1983*. Siglo XXI.
- Álvarez, M. N. (2025). Emociones, familia y género en la antesala del golpe de 1976 en Argentina: el caso de la revista *Gente*. *Cuadernos de Historia*. Vol. 63, 165-190.
- Blaustein, E., Zubieta, M. (1998). *Decíamos ayer. La prensa argentina bajo el proceso*. Colihue.
- Becerra, M. (2025) Modernización, diversificación, «americanización» y burguesía mediática: el sistema de medios argentino en la década de 1960. En M. Vicente, M. Iturralde (Eds). *Más allá del nuevo periodismo. Modernización, desarrollo y autoritarismo en los largos años sesenta*. (pp. 3-23). Ediciones Imago Mundi.
- Borrat, H. (1989). El periódico, actor del sistema político. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, VOL. 12, 67-80.
- Borrelli, M. (2010). ¿Víctimas, héroes o cómplices? Memorias en disputa sobre el rol de la prensa durante la última dictadura militar. *Avatares de la comunicación y la cultura*, VOL. 1, 1-17.
- Borrelli, M. (2016). *Por una dictadura desarrollista. Clarín frente a los años de Videla y Martínez de Hoz, 1976-1981*. Biblos.
- Borrelli, M. (2021). *Las revistas políticas argentinas. Desde el peronismo a la dictadura (1973-1983)*. Prometeo.
- Borrelli, M. (2025). Entre la renovación y la influencia: las revistas políticas argentinas en la década del sesenta. En M. Vicente, M. Iturralde (Eds). *Más allá del nuevo periodismo. Modernización, desarrollo y autoritarismo en los largos años sesenta*. (25-51). Ediciones Imago Mundi.
- Borrelli, M. y Gago, P. (2014). “Prepararse para un nuevo ciclo histórico”: la revista *Somos* durante los primeros años de la dictadura (1976-1978). *RiHumSo*, VOL.2, N°5, Año 3, 15-38.
- Burkart, M. (2017). *De Satiricón a Humor. Risa, cultura y política en los años setenta*. Miño

- y Dávila.
- Cosse, I. (2011). Claudia: la revista de la mujer moderna en la Argentina de los años sesenta (1957-1973). *Revista Mora*. Vol. 17, núm. 1, 1-1.
- Cosse, I. (2014) *Mafalda: historia social y política*. Fondo de Cultura Económica.
- Cosse, I. (2019). Masculinidades, clase social y lucha política (Argentina, 1970). *Revista Mexicana de Sociología*. Núm.4, 825-854.
- Cristiá, M., Schenquer, L. (2022). La acción psicológica en el ámbito internacional. Los planes de comunicación de la dictadura argentina en el extranjero (1976-1978) En L. Schenquer (comp.). *Terror y consenso. Políticas culturales y comunicacionales de la última dictadura*. Edulp.
- Cristiá, M. (julio de 2025). *Estrategias estatales de gestión de imagen internacional: la diplomacia argentina ante las denuncias por violaciones de derechos humanos en Francia (1976-1981)*. XVII Congreso Nacional de Ciencia Política “La resiliencia democrática en tiempos de amenazas globales”, Rosario, Argentina.
- Feld, C. y Catoggio, S. (2024). Introducción al dossier: El frente externo de las dictaduras del Cono Sur: estrategias políticas, propagandísticas y diplomáticas en escenarios internacionales. La apuesta internacional de las dictaduras militares: burocracias, negocios, secretos y noticias falsas. *Revista Sudamérica*. N° 21, 11-23.
- Fernández Barrio, F. González Tizón, R. (2020). De la ESMA a Francia: hacia una reconstrucción histórica del Centro Piloto de París. *Folia Histórica del Nordeste*. N° 38, 99-133.
- Franco, M (2002). La “campana antiargentina”: la prensa, el discurso militar y la construcción de consenso. En J. Casali de Babot y M. V. Grillo (Eds.) *Derecha, fascismo y antifascismo en Europa y Argentina*. Universidad de Tucumán.
- Franco, M. (2008). *El exilio. Argentinos en Francia durante la dictadura*. Siglo XXI.
- Gago, M. P. (2017). Entre el exitismo y el mesurado aliento. Las revistas *Somos*, *Extra* y *Redacción* frente a la crisis del Atlántico Sur (1982). *RiHC* N°8, 63-88.
- Gago, M. P. (2025). Narrativas mediáticas conmemorativas sobre la crisis del Atlántico Sur. El caso de *Para Ti* durante la transición a la democracia en Argentina (1983-1984). *Revista Sincronía*. XXIX (87), 164-187.
- Gago, M. P., Saborido, J. (2011). *Somos* y *Gente* frente a la guerra de Malvinas: dos miradas en una misma editorial. En J. Saborido y M. Borrelli (coord) *Voces y silencios. La prensa argentina y la dictadura militar (1976-1983)*. Eudeba.
- Gamarnik, C. (10 de junio de 2012). Fotografía y dictaduras: estrategias comparadas entre Chile, Uruguay y Argentina. *Nuevo Mundo Mundos Nuevos, Imágenes, memorias y sonidos, en línea*. URL: <http://journals.openedition.org/nuevomundo/63127>.
- Gamarnink, C. (2017). La imagen de la “subversión”: cómo se construyó la imagen del enemigo (1976-1979). *Sudamericana* N° 7, 19-52.
- Gelblung, S. (25 de mayo de 1978). Cara a cara con los jefes de la campana antiargentina. *Gente*, pp. 14-17.
- Iturralde, M (2016). *El terrorismo de Estado en noticias. Clarín ante la cuestión de los derechos humanos (1975-1985)*. Tesis de doctorado. IDES/UNGS.
- Jurgiel, S. (2015). *El rol de la revista Gente en la difusión del discurso moral de la última dictadura cívico militar durante su etapa inicial (1976- 1978)*. Tesis de licenciatura. Ca-

- rrera de Ciencias de la Comunicación (UBA).
- Jurgiel, S. (2025). El rol de la revista *Gente* en la difusión del discurso moral de la última dictadura cívico militar durante su etapa inicial (1976- 1978). En E.Margiolakis, M.C. Palacios, R. Gomez (Comps.) *Comunicación y cultura en dictadura y transición. Prácticas y conceptualizaciones*. Tren en movimiento.
- Levin, F. (2013) *Humor político en tiempos de represión. Clarín, 1973-1983*. Siglo XXI.
- Lorenz, F. (2005). “Recuerden argentinos”: por una revisión de la vulgata procesista. *Entre pasados*. Revista de Historia. Número 28, 65-82.
- Manzano, V. (2012). “Contra toda forma de opresión”: Sexo, política y clases medias juveniles en las revistas de humor de los primeros '70. *Revista Sociohistórica* N° 29, 9-34.
- Orbe, P. y Napal, M. C. (2019). Periodismo, negocios y política durante el tercerperonismo: la revista *Panorama* (1973-1975). *Question*. Vol. 1, N.º 61, 1-18.
- Piñero, M. T. (2024). La campaña antiargentina, Burson-Masteller y Martínez de Hoz. *Revista Sudamérica*. N° 21, 113-142.
- Raymond, Danielle (13 de abril de 1978). Crónica de una “guerra” antiargentina. *Gente*, pp.56—57.
- Risler, J. (2018). *Acción psicológica: dictadura, inteligencia y gobierno de las emociones (1955-1981)*. Tinta Limón.
- Saborido, J., Borrelli, M. (2011). *Voces y silencios. La prensa argentina y la dictadura militar (1976-1983)*. Eudeba.
- Sallas, R. (20 de julio de 1978). Lo que pasa en Francia cuando se dice la verdad sobre la Argentina. *Gente*, 84-92.
- Scarzanella, E. (2013) *Abril. Un editor italiano en Buenos Aires, de Perón a Videla*. Fondo de Cultura Económica.
- Schenquer, L. (2024). Entre memos, telegramas y notas diplomáticas: Cancillería y su circuito informativo en respuesta a las denuncias externas por violaciones a los derechos humanos durante la última dictadura argentina. *Revista Sudamérica*. N° 21, 24-52.
- Sirven, P. (1996). *El rey de la tv. Goar Mestre y la historia de la televisión*. Clarín/Aguilar.
- Sivak, M. (2013). *Clarín, una historia*. Planeta.
- Ulanovsky, C. (2011). *Parent las rotativas. Diarios, revistas y periodistas (1970-2000)*. Emecé.
- Varela Cid, E. (1984). *Los sofistas y la prensa canalla*. Sin Censura.

Abstract: This article focuses on a specific aspect of the well-known support that *Gente* magazine gave to Argentina’s last military dictatorship. It analyzes the editorial interventions made during 1978 to counter international allegations of human rights violations in Argentina, at a critical moment surrounding the organization of the World Cup. Considering *Gente* as a political actor, the article studies articles in which the media outlet attempted to dispute meanings, guide readers, and act in coordination with the military government’s communication strategies. The paper proposes the hypothesis that what *Gente* published at that juncture can be interpreted in direct relation to the

strategies designed by the Burson-Marsteller agency, hired by the dictatorship to improve its international image. In this sense, it analyzes how *Gente* journalists effectively acted as “goodwill ambassadors” and “truth squads” before their European colleagues to tell “the whole truth about Argentina.” In addition, it speculates on the possible direct involvement of Editorial Atlántida in the production and distribution in France of the brochure “Argentine: Toute la Vérité,” published in July 1978 in the newspaper *France Soir*. Based on an analysis of these practices, aimed at readers both inside and outside Argentina, new evidence is provided on the degree of collaboration between Editorial Atlántida and the last military dictatorship, and the blurred boundaries between ideological support, political alignment, and complicity.

Keywords: media – dictatorship – anti-Argentine campaign – magazines – journalism

Resumo: Este artigo enfoca um aspecto específico do apoio tão destacado que a revista *Gente* prestou à última ditadura militar argentina. São analisadas as intervenções editoriais realizadas durante o ano de 1978 para contrariar as denúncias internacionais sobre violações dos direitos humanos na Argentina, em um momento crítico em torno da organização da Copa do Mundo de Futebol. Partindo da consideração da *Gente* como um ator político, são estudados artigos nos quais a mídia tentou disputar significados, orientar os leitores e agir de forma coordenada com as estratégias de comunicação do governo militar. O trabalho propõe a hipótese de que o publicado pela *Gente* nessa conjuntura pode ser interpretado em relação direta com as estratégias elaboradas pela agência Burson-Marsteller, contratada pela ditadura para melhorar sua imagem internacional. Nesse sentido, analisa-se como os jornalistas da *Gente* atuaram efetivamente como “embaixadores da boa vontade” e como “esquadrões da verdade” diante de seus colegas europeus para contar “toda a realidade sobre a Argentina”. Além disso, especula-se sobre a possível participação direta da Editorial Atlántida na produção e divulgação na França do folheto “Argentine: Toute la Vérité”, publicado em julho de 1978 no jornal *France Soir*. A partir da análise dessas práticas, dirigidas tanto aos leitores dentro quanto fora da Argentina, são apresentadas novas evidências sobre o grau de colaboração entre a Editorial Atlántida e a última ditadura militar, e reflete-se sobre as fronteiras difusas entre apoio ideológico, alinhamento político e cumplicidade.

Palavras-chave: mídia – ditadura – campanha antiargentina – revistas, jornalismo