

Derechas, imágenes y  
anticomunismo en el Uruguay de  
la Guerra Fría (1947-1985)

# PÁNICO MORAL: GÉNERO Y JUVENTUDES

La cruzada anticomunista se radicalizó en Uruguay a partir de 1968. Esto tuvo su traducción en una creciente iconografía que denunciaba el “lavado de cerebros” que el comunismo internacional generaba en los jóvenes y las mujeres. El temor al declive del orden social fue expresado como “pánico moral” frente al conflicto, al cambio y a la diferencia. Y fue traducido en la propaganda anticomunista por imágenes que exageraban o deformaban a los militantes de izquierda como jóvenes corrompidos, degenerados, violentos, drogadictos y proclives al libertinaje sexual.

## LA JUVENTUD CORROMPIDA

La movilización social, la crisis económica y la represión estatal volcó a muchos jóvenes hacia la militancia en gremios estudiantiles y organizaciones políticas de izquierda que ponía en cuestión las jerarquías de clase, género y generacionales consideradas constitutivas de la nación. Algunos adoptaron cambios en su vestimenta y estética corporal y promovieron nuevas expresiones culturales.

La propaganda anticomunista los presentó como víctimas del adoctrinamiento y la manipulación marxista en los centros de estudio, los sindicatos y los grupos legales o armados de la izquierda. En otras ocasiones se los representó como sujetos violentos que recibían órdenes del extranjero, y en otras como “hippies” snobistas reacios al estudio y la disciplina laboral. Algunas acciones de protesta y actitudes contestatarias tenían bases reales, pero la propaganda buscó exagerar, deformar y estigmatizar a todos los jóvenes como instrumentos inmorales de una conspiración comunista mundial. Las imágenes proyectaban un horizonte de catástrofe social y servían para reclamar la restauración de valores considerados esenciales para la nación: el patriotismo, el tradicionalismo, el estudio y el trabajo no contestatarios.



La perversión, la sexualidad desenfrenada, las drogas, todo lo que rebaja las defensas del ser humano, y en especial en la juventud, es usado por el comunismo como arma PS-P. No obstáculos, ni moral, ni prejuicios.

Azul y Blanco 17/01/1973

Esta fotografía publicada en el periódico de extrema derecha Azul y Blanco se incluyó en un reportaje titulado “El comunismo, insanía moral”. Pretendía desenmascarar las acciones psicopolíticas para corromper y manipular a la juventud. La imagen mostraba a una mujer joven, cuya boca abierta y mirada perdida evocaba la pérdida de conciencia y autocontrol, aprovechada por el varón como se explicitaba en el pie de la fotografía: “La perversión, la sexualidad desenfrenada, las drogas, todo lo que rebaja las defensas del ser humano, y en especial de la juventud, es usado por el comunismo como arma PS-P. No obstáculos, ni moral, ni prejuicios”.

La propaganda representa la mutación del rostro de un joven debido al “adoctrinamiento” y la “inyección” de “rencor contra su patria, contra sus padres, contra la sociedad que integra”, según el texto que busca anclar el sentido de la metamorfosis juvenil. El rostro del joven termina “embrutecido, envilecido y anulado”, pronto para “utilizarlo como un ciego instrumento” de la destrucción del “orden social”. La cita descontextualizada de José Artigas sirve de contrapunto a la exigencia de “cortar de raíz el germen del desorden”. La propaganda se publicó en varios diarios como parte de una campaña titulada “Adelante Uruguay”



La Mañana 15/08/1971

Al igual que en otros países de la región, la idea de que los jóvenes eran permeables a la influencia totalitaria y destructiva del comunismo contribuyó a legitimar demandas de orden y disciplinamiento que apuntaban a la restauración de la familia patriarcal, la “juventud sana” y los roles de género tradicionales que se consideraban claves para reforzar la lealtad patriótica y la armonía social. La manipulación a la que estaban expuestos en tanto sujetos moralmente inestables, los convertía en presas fáciles de ideas foráneas y de enemigos internos cuyo fin era el avance del totalitarismo comunista y de la disolución de la unidad nacional, laboral y familiar del “pueblo oriental”.

## LA PÉRDIDA DE VIRILIDAD

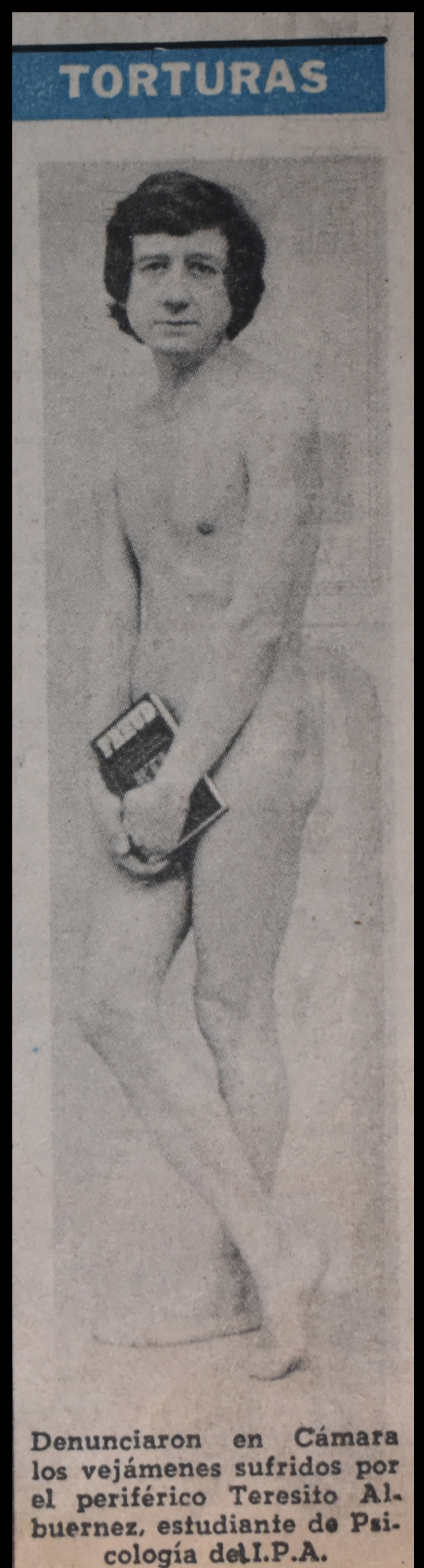
La iconografía anticomunista incluyó valoraciones morales sobre la subversión asociadas a “desviaciones sexuales”. La visión del disidente sexual como débil, enfermo o traidor estaba arraigada en la cultura homofóbica dominante tanto en las derechas como en las izquierdas.

Aunque la burla con este sesgo no predominó, la prensa de derecha la utilizó de forma articulada con las nociones de engaño, farsa y patología atribuidas a la subversión marxista.

El comunismo como un virus contagioso evocaba la idea dominante en la época sobre el “contagio homosexual”. La pérdida de virilidad operaba como denuncia de la decadencia moral y la relajación de los roles de género tradicionales.

La propaganda asociaba perversión y depravación a la libertad sexual, la que conjugada con el consumo de drogas y la pornografía podía desembocar en la homosexualidad.

La denuncia de esta deriva como un fenómeno patológico es elocuente de la añoranza de los ideales de masculinidad regidos por la heteronorma y su tajante diferencia con los atributos femeninos.



El País 12/06/1971

La burla homofóbica para denigrar como cobardes y débiles a los militantes de izquierda, así como para justificar los malos tratos y la tortura por parte de las fuerzas de seguridad, fue el recurso satírico empleado en esta fotografía. Un varón desnudo y afeminado cubre sus genitales con un libro de Freud. La imagen y el texto denigraban al instituto de formación docente y legitimaban la tortura: “Denunciaron en Cámara los vejámenes sufridos por el periférico Teresito Albuernez, estudiante de Psicología del I.P.A.”



La Mañana 15/09/1971

La caricatura remite a tres jóvenes de izquierda simbolizados por un guerrillero, un militante comunista y una persona hippie, peinados y vestidos de forma no tradicional. La peligrosidad se enfatiza en la metralleta, el garrote y la hoz y el martillo como arma. En su marcha arrastran a un adolescente, cuya sonrisa refuerza la idea de manipulación de los inocentes. Los violentos jóvenes son enfrentados por otro de menor tamaño, vestido y peinado de forma tradicional, que porta un cartel de la organización de derecha Juventud Uruguay de Pie. La escena final promueve la idea de que los jóvenes de izquierda actúan como una patota alarmista (“cuidado el facho”), prejuiciosa (“que horror un reaccionario”) y cobarde que se escuda en la victimización (“socorro”)

## LAS MUJERES PERVERTIDAS



Azul y Blanco 19/11/1972

La radicalización de la protesta social acentuó la inclusión de mujeres jóvenes en gremios, partidos y en la izquierda armada. El aumento de la matrícula femenina en la enseñanza secundaria y universitaria, así como los cambios a nivel global en las relaciones de género, impactaron en una nueva generación de mujeres jóvenes que ponían en cuestión las jerarquías de clase, género y generacionales.

La propaganda anticomunista denunciaba estos cambios como una desviación del rol natural que las mujeres debían ocupar en la familia como base de la nación. A las militantes de izquierda, politizadas y contestatarias, se las vinculó con la pérdida de atributos femeninos, la negación del instinto maternal y una tendencia a la perversión sexual y las conductas masculinizadas.

Desde una lectura esencialista de los roles de género, se proyectó una visión apocalíptica de la deriva de las mujeres hacia la inmoralidad y el consumo abusivo de drogas, además de exagerar los alcances de la liberación sexual en Uruguay. En contraste, se postuló la restauración de los roles de la mujer como esposa, madre y protectora del hogar, lugares asumidos como naturales y no politizados para garantizar la custodia familiar y contribuir de forma subordinada a los hombres en la estabilidad del orden social.



Azul y Blanco 23/02/1972

La caricatura mostraba a una mujer joven ingresando a un "comitern", en referencia a los comités de base del Frente Amplio. El pizarrón anuncia la "misa roja" dado que la iconografía anticomunista fustigaba a religiosos y laicos cristianos que se acercaban a la izquierda. El orinal con el nombre de Enrique Erro, dirigente de uno de los grupos del Frente Amplio, la mancha de sangre y el nombre del lugar asociaban también al comunismo con la izquierda legal como satélite del totalitarismo de la Unión Soviética. La nota denunciaba la militancia de los jóvenes de izquierda y la permisividad de sus familias ante la relajación de las costumbres. La cartera con drogas, el pantalón vaquero, las moscas y vampiros que la rodean evocan el desenfreno, la masculinización y la suciedad que en este estereotipo se adjudicaba a las militantes de izquierda.

La silueta de una mujer joven con su rostro tapado por uno de los símbolos representativos del MLN se incluyó en una nota sobre el "perfil sicológico de un tupamaro", cargada de epítetos denigrantes. Delante de tres varones, la mujer posa tatuada con su cabello alborotado y un vaquero manchado que remite a la promiscuidad y a la degradación femenina. El articulista se proponía denunciar las maniobras psicológicas de la "organización criminal" integrada por "intelectualoides" cuya ceguera estaba dada por "dosis de marxismo, sexualidad y marihuana" y tenía como fin una "revolución antinatural" proclive al aborto, la sífilis y la pornografía. Responsabilizaba al semanario Marcha y a los sacerdotes infiltrados en la Iglesia Católica y denunciaba la complicidad del liberalismo



La Mañana 26/11/1971

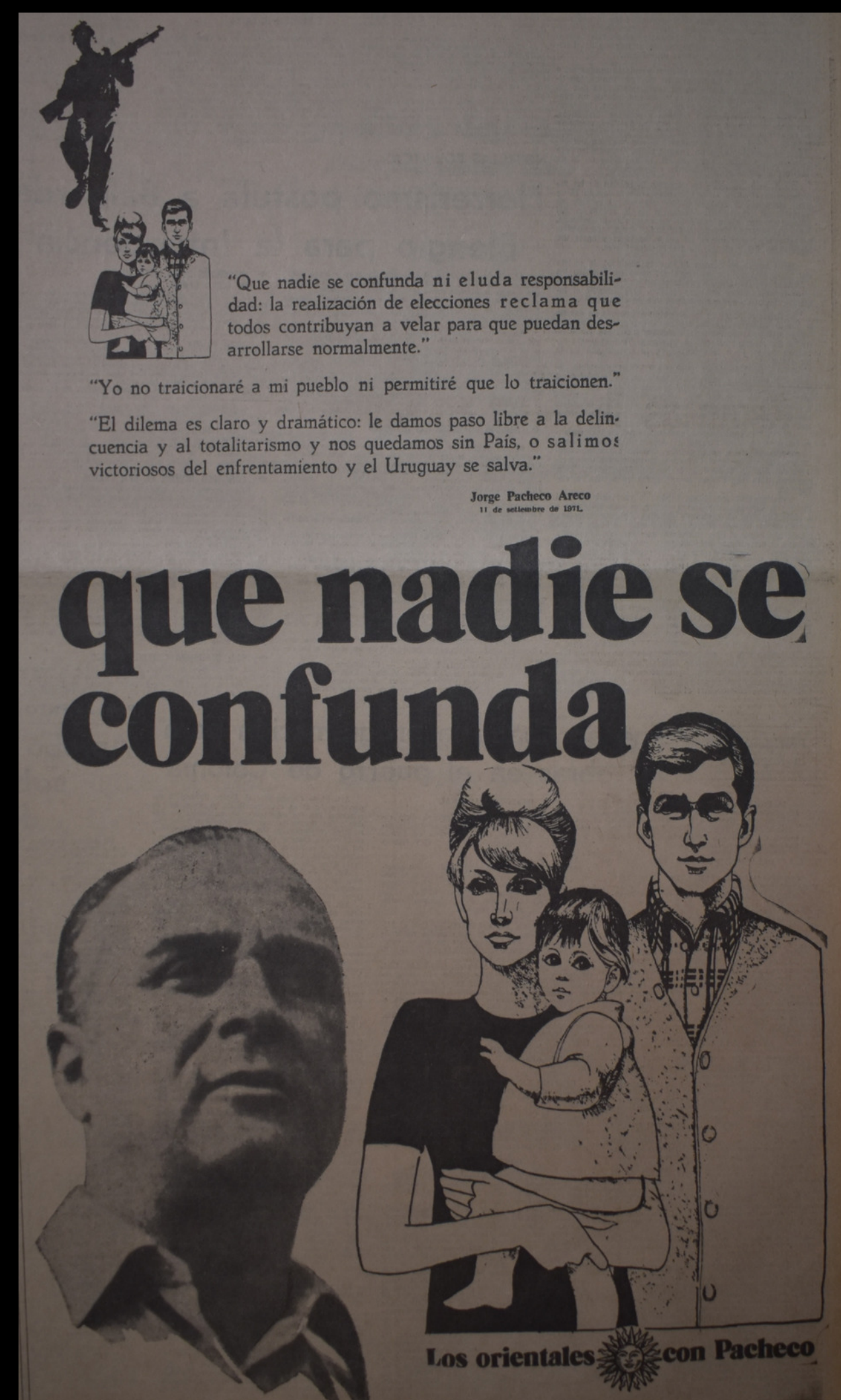
## LA FAMILIA EN PELIGRO

Las imágenes anticomunistas enfatizaron en que la familia podía sucumbir ante la descomposición que planteaba la amenaza marxista y el triunfo del Frente Amplio en las elecciones de 1971.

El comunismo amenazaba con la destrucción de la familia y por ello había que desnudar sus estrategias "psicopolíticas". Este imaginario no era una novedad ni exclusividad de Uruguay, pero en la coyuntura previa al golpe de Estado de 1973 sirvió para reafirmar lo roles que cada individuo debía cumplir en la jerarquía familiar.

La campaña de Pacheco en las elecciones de 1971 dirigió un discurso paternalista hacia las mujeres a través de carteles y folletería que las presentaba como la reserva moral para frenar la infiltración subversiva en el hogar.

La campaña insistió en la necesidad de recomponer o restaurar las relaciones jerárquicas de la familia como una unidad armónica conveniente para resguardar a los hijos de la "contaminación marxista".



El Diario 16/09/1971

El temor a que si triunfaba el Frente Amplio los niños uruguayos serían secuestrados para adoctrinarlos en Cuba o la Unión Soviética, fue azuzado en la propaganda del gobierno de Pacheco que se planteó reforzar el papel de las mujeres como guardianas del hogar. Este cartel del efímero Partido Femenino de Uruguay, que apoyó la reelección del presidente, alertaba: "A mi hijo no me lo quitará el comunismo". La fotografía reproducía los atributos de clase, género y etnicidad modélicos: mujer, madre, blanca y rubia.

La idea de que el comunismo acechaba a la familia y confundía a sus integrantes para destruirla, fue utilizada por la propaganda a favor de la reelección de Pacheco. "Que nadie se confunda", destaca este cartel que presenta el rostro del presidente junto a la imagen de una familia modélica que subrayada las jerarquías de clase, género y generacional de la iconografía anticomunista

## LA RECONSTRUCCIÓN MORAL

El anticomunismo promovió un modelo de juventud "sana", despolitizada, alejada de la promiscuidad sexual, la drogadicción y la contestación a las normas educativas, laborales o familiares. El contra modelo juvenil promovía imágenes de varones con pelo corto, traje y corbata, estudiantes y trabajadores disciplinados.

La Juventud Uruguaya de Pie servía como referente de abnegación, sacrificio, valentía y coraje patriótico en defensa de la nación agredida por el comunismo. A la vez operó como promotora del restablecimiento de las jerarquías de género y generacionales. Instalada la dictadura, reprimida todo tipo de disidencia y canceladas las identidades partidarias y de clase, la campaña apuntó a "reconstruir" el Uruguay como un cuerpo armónico en el que cada persona tenía su lugar.



La Mañana 25/07/1973

Un mes después del golpe de Estado de 1973, una propaganda oficial aconsejaba a los "padres orientales" y al "estudiante" la manera de comportarse, junto a la leyenda "reconstruiremos nuestro Uruguay". La fotografía mostraba a un grupo de varones jóvenes sonrientes, con una vestimenta formal y una estética corporal uniforme que reforzaban el ideal de juventud que buscaba promover el régimen.

Un año después del golpe de Estado de 1973, el gobierno difundió la campaña publicitaria "Yo, oriental". La propaganda promovió catorce tipos sociales ideales vinculados a profesiones y oficios que enfatizaban la idea de un cuerpo social armónico y un espíritu patriótico de unidad nacional. La única pieza ilustrada con una mujer se titulaba "Yo, ama de casa". La portada de la campaña incluía también a una madre y esposa sonriente en la cocina y en segundo plano. El centro de la imagen lo ocupaban el esposo y el hijo varón, ofreciendo una construcción de sentido sin ambigüedades: en el Nuevo Uruguay la prioridad de las mujeres eran la familia y el hogar. La mayoría de las piezas de este rompecabezas social fueron publicadas por separado en la prensa oficialista durante tres meses del año 1974.



El Diario 11/08/1974