

Virginia Morales

Vol. 1, N.º 53 (enero-marzo 2017)

## **Mundo Peronista. Una mirada “desde abajo” a la constitución de la identidad peronista durante el primer peronismo (1945-1955)**

*Peronist World. A look "from below" to the constitution of the peronist identity during the first peronism (1945-1955)*

**Virginia Morales**

Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales;  
Universidad Nacional de Villa María/ Consejo Nacional  
de Investigaciones Científicas y Técnicas (Argentina)  
mviriniamorales22@gmail.com

### **Resumen**

Durante el primer peronismo, el Estado nacional apeló a un lenguaje de la propaganda que supo articular modos particulares de identificación cultural y nacional y en el que las publicaciones oficiales desempeñaron un rol fundamental. Tomando distancia de aquellas lecturas que interpretan a la propaganda en términos de la manipulación y el adoctrinamiento ejercido “desde arriba” hacia “abajo”, este artículo propone pensar en torno al lenguaje de la propaganda que puso en marcha el Estado peronista en el período en cuestión mediante el análisis de la revista oficial *Mundo Peronista*

### **Abstract**

During the first Peronism, the national state appealed to a language of propaganda that managed to articulate particular ways of cultural and national identification and in which official publications played a fundamental role. Taking distance from those readings that interpret propaganda in terms of manipulation and indoctrination exercised "from above" to "below," this article proposes to think about the language of propaganda that launched the Peronist state in the period in Issue through the analysis of the official *Peronist World* (MP) magazine. In this sense, and from the concept of emerging language "linguistic turn" we will

Virginia Morales

Vol. 1, N.º 53 (enero-marzo 2017)

(MP). En este sentido, y a partir del concepto de lenguaje emergente del “giro lingüístico” indagaremos en la emergencia del sujeto popular peronista en dicha publicación.

inquire into the emergence of the Peronist popular subject in that publication.

**Palabras clave:** peronismo; identidad; propaganda; lenguaje; revistas oficiales.

**Keywords:** peronism; identity; propaganda; language; official journals.

**Artículo recibido:** 01/02/2017; **evaluado:** entre 08/02/2017 y 10/03/2017; **aceptado:** 17/03/2017.

## Introducción

Para finales de la década del cuarenta, el peronismo articuló un modo de identificación cultural y nacional en el que la propaganda desarrolló un rol fundamental (Baschetti, 1997; D'Arino Aringoli, 2006; Plotkin, 1993). Radios, diarios, noticieros, revistas, libros, historietas, gráficas callejeras constituyeron un discurso oficial capaz de conformar un nuevo marco de significación para el Estado Nación y para los sujetos que formaban parte de él. Así, el peronismo otorgó sentido a lo que en sus términos denominó como una “Nueva Argentina”, que a la vez que se definió en oposición a un pasado de daño hacia los sectores populares, se conformó como una patria justa, libre y soberana, que adquirió su particularidad en una nueva cultura del trabajo (Rocca y Dieleke, 2009). En este sentido, la propaganda desarrollada por el gobierno peronista actuó en dos dimensiones: la difusión y la pedagogía. Por un lado, Perón apeló a ella para difundir la doctrina peronista y neutralizar a la oposición, mientras que por el otro, fue una de las condiciones para construir una nación moderna, es decir, “se trat[ó] de usar la propaganda para educar a los trabajadores en la tecnología y para que entiendan que ahora el Estado tiene un proyecto industrial y social inclusivo con el que el obrero puede identificarse” (Soria, 2009: 31). De este modo, la “nueva nación argentina peronista” emergía como un sistema de significación que se construye, difunde y aprende a través del lenguaje de la propaganda.

Ahora bien, en este lenguaje las expresiones literarias producidas desde el Estado adquirieron centralidad. Mediante libros, textos escolares e infantiles, diarios, revistas, poemarios, cancioneros, entre otros, el peronismo interpeló a una ciudadanía obrera que era nombrada como la principal destinataria del país en construcción (1), y por ende, también de dichas

expresiones propagandísticas. De esta manera, la literatura oficial formó parte de un campo de significación más amplio en el cual se inscribió la emergencia de la Nación y el sujeto peronista. En otros términos, la propaganda puso en juego un lenguaje en el que los relatos literarios abrieron una dimensión en la que el “peronismo se construye ‘construyendo’” (Soria, 2009: 44).

Este artículo\* propone pensar en torno al lenguaje de la propaganda que puso en marcha el Estado peronista en el período en cuestión mediante el análisis de la revista oficial *Mundo Peronista (MP)*. En continuidad con los estudios emergentes en la última década que indagan en la constitución de la identidad peronista tomando distancia de las interpretaciones que definen la relación entre Perón y las masas en términos de un proceso de interpelación manipulador y demagógico ejercido “desde arriba” hacia “abajo” (Acha, 2004, 2007; Barros S. 2011, Barros, M. 2013, 2014; Groppo, 2004, 2008; Vargas, 2016), analizaremos la conformación del sujeto popular peronista en dicha revista. Para ello, retomaremos una serie de estudios que se focalizan en *MP* para luego detenernos en la sección “Amigos” de la revista, esto es, dos páginas en las que se publican las cartas y demás expresiones literarias producidas y enviadas a la editorial por ciudadanos peronistas, y que permanece mayormente ausente en la bibliografía específica sobre el tema.

De esta manera, inscriptos en el concepto de lenguaje emergente con el “giro lingüístico” retomaremos lo dicho sobre la revista y a partir de allí analizaremos el proceso de constitución de la sección “Amigos”. Esto nos permitirá repensar los supuestos que subyacen en determinados estudios, a la vez que nos permitirá arrojar una comprensión alternativa del modo en que estos estudios abordan el lenguaje de la propaganda peronista, la interpelación “desde arriba” que este conlleva, la relación líder-masa que se produce en este marco y la forma en que intervienen las revistas oficiales -en particular *MP*- en la construcción de la identidad peronista.

### ***Mundo Peronista*: Nueva revista de la “Nueva Argentina”**

“En los dos primeros gobiernos justicialistas se produjo un importante desarrollo de revistas que ha sido olvidado. Un trabajo las recupera y exalta su impacto”. De este modo, el escritor y crítico literario Eduardo Romano (2011) inicia su comentario sobre el libro compilado por Claudio Panella y Guillermo Korn (2010) *Ideas y debates para la nueva Argentina. Revistas culturales y políticas del peronismo (1946-1955)*, del cual destaca el abordaje que los autores

realizan de las revistas oficiales de la década mencionada. Esta publicación se inscribe en el renovado interés que adquirió la propaganda y la política cultural del primer peronismo entre los estudiosos de dicho período. En este marco, las revistas peronistas alcanzaron protagonismo como objeto de estudio y se abrieron paso frente a los múltiples abordajes de aquellas revistas escritas por intelectuales antiperonistas. De esta manera, las revistas oficiales comenzaron a ser abordadas por un lado por cuanto dan cuenta de una de las modalidades de difusión de las políticas culturales del partido en el gobierno, mientras que por el otro, evidencian que dicha política cultural no fue todo lo homogénea que algunos análisis suponen (Romano, 2011).(2)

Las nuevas revistas de la Nueva Argentina peronista, tuvieron su origen en un momento en el que la incorporación de nuevos lectores y la masividad del consumo de revistas fueron dos características que definieron la década del cuarenta y que se extendieron hasta el comienzo de la siguiente. En aquel contexto, cada uno de los nuevos sujetos/lectores que comenzaron a definirse a sí mismos como “peronistas” encontró publicaciones que lo interpeló y convocó a participar activamente del orden sociopolítico. Así, luego de la nacionalización de la editorial Haynes, una serie de nuevas revistas -entre ellas, *Mundo Peronista* (1951-1955)- se incorporaron a las producciones impresas estatales y a una diversidad de políticas tendientes a la difusión y el aprendizaje de los contenidos que estructuraban la hegemonía peronista.

Ahora bien, respecto de estas revistas oficiales algunos análisis interpretan a *Mundo Peronista* (3) como uno de los casos más significativos en los que el gobierno puso en marcha el lenguaje de la propaganda al servicio de la difusión de su doctrina y el entrenamiento de los militantes y simpatizantes para que reprodujeran los argumentos de defensa de la Nueva Argentina. De este modo, Claudio Panella (2010) destaca:

La tarea pedagógica que llevaron a cabo los primeros gobiernos peronistas a fin de ganar el consenso que debía acompañar el proceso de cambio profundo que, entendían, estaban realizando en el país, necesitó de prácticas para nada convencionales. Una de ellas fue la puesta en marcha de una escuela de capacitación de dirigentes y de inculcación de las ideas elaboradas por Juan Perón. El vehículo para ello fue una revista, *Mundo Peronista*, que conjugó la difusión agresiva de la doctrina con la propaganda intensa de la obra de gobierno, todo ello acompañado por la exaltación de las figuras que integraban la pareja gobernante, Juan y Eva Perón que, en el caso de esta última, se acrecentó luego de su fallecimiento (305-306).

En continuidad con este argumento, María Elena Ques (2008) sostiene que la revista desarrolló “una pedagogía del debate político” (4) para todos aquellos poco entrenados en la polémica política tales como mujeres, clases populares, cuadros y militantes políticos, peronistas poco

politizados, y hasta incluso niños, a la vez que reforzó los vínculos con los simpatizantes y neutralizó los argumentos de la oposición. Para esta autora, *MP* se convirtió en una estrategia electoral de suma importancia debido a que “difundiendo la doctrina del justicialismo y ‘entrenando’ a los militantes y simpatizantes del gobierno para que cumplieran un rol multiplicador de los argumentos de defensa del oficialismo” (1) cumplió la función de traducir y acercar los núcleos doctrinarios a nuevos públicos. Al respecto, continúa:

Las estrategias de propaganda que desarrolla *MP* -y también la que se difundía en formato cinematográfico-, parecen destinadas a alimentar la conversación popular cotidiana, asegurando hasta donde fuera posible, la presencia de contraargumentos oficialistas en cada espacio de encuentro, donde pudiera aparecer una voz opositora. Hay, en suma, un esfuerzo importante y expreso por hacer de cada simpatizante un propagandista (Ques, 2008: 2).

En este esfuerzo por hacer de cada simpatizante un propagandista, y en este entrenamiento que “tiende a llevar la discusión y la propaganda a espacios privados o públicos difícilmente accesibles al aparato formal del partido, los lectores serán la red que permita capturar a los reticentes” (Ques, 2008: 17). De allí que *MP* interpeló de modo particular a cada uno de los diferentes sujetos de la nueva nación argentina.

Con esta interpretación, ambos textos recorren la literalidad de las páginas y secciones de la revista poniendo el acento en las maneras en que la publicación interpeló a los destinatarios y puso en marcha las dos dimensiones de la propaganda que mencionamos anteriormente: la difusión y la pedagogía. En este escrito, no pretendemos poner en cuestión el proceso de interpelación que supuso *MP* y que en detalle muestran Panella y Ques, como así tampoco el objetivo explícito de la revista de difusión y pedagogía doctrinaria. Sin embargo, sostenemos que en el caso de los estudios mencionados, el análisis de dicha interpelación los acerca a un concepto de “lenguaje” y de “sujeto” que desde nuestra perspectiva consideramos que habilitan el desarrollo de un análisis pormenorizado del proceso de enunciación que supo la publicación, pero relega el estudio de su recepción, o dicho en otros términos, de los *efectos* que devienen del proceso de interpelación que conforma *MP*. Efectos sobre los cuales estructuraremos nuestro argumento, y que como veremos más adelante, no son algo distinto ni posterior al momento de la interpelación, sino parte de un mismo proceso de constitución discursiva e identitaria que acontece en el espacio de la revista. Estructuran el próximo apartado, entonces, las siguientes preguntas: en el marco de una serie de trabajos abocados al estudio de las revistas oficiales del primer peronismo, ¿cómo recuperan los trabajos antes citados a *MP*?

¿Cómo analizan las modalidades de interpelación que pone en marcha la revista? ¿Cómo pensar ese proceso de interpelación?

### El lenguaje y el sujeto de la interpelación

Retomando el análisis de *MP* propuesto en las lecturas que mencionamos antes, consideramos aquí que el énfasis en el estudio de la revista desde la posición del enunciador y en las modalidades de interpelación directa e indirecta que desplegó esta publicación, derivan en una argumentación que se estructura a partir de la reconstrucción de dos posiciones de sujetos diferentes que adquieren sentido a partir de una relación predominantemente unidireccional y vertical. Esto es, ambos autores encuentran en *MP* la materialización de la intencionalidad de difusión y adoctrinamiento-entrenamiento por parte del discurso oficial para con “los peronistas”. Cuestión, ésta, que acerca estas lecturas a aquellas perspectivas que supone una concepción sustancialista de la manera en que se constituyen los sujetos y las interacciones que se establecen entre ellos. En otros términos, Perón y Eva Perón emergen en ambos análisis como emisores activos, con la capacidad y la intención de apelar al lenguaje de la propaganda para educar a sus lectores. Por su parte, éstos, como únicos destinatarios, pasan a ser receptores que aprenden, se entrenan y adoctrinan, siendo su actividad la reproducción del discurso oficial en la cotidianeidad popular. Entonces, dos sujetos, dos posiciones de enunciación, con la particularidad de que la relación entre el emisor y el receptor se establece a partir de una jerarquía que sitúa al primero en el espacio de la autonomía y el poder, de la producción, la actividad y la intencionalidad y al segundo en el de la heteronomía, de la recepción, la pasividad y la reproducción. En este sentido, los testimonios de adhesión, agradecimiento y lealtad a Perón y Eva Perón que adoptan la forma de relatos, poemas, versos, entre otras expresiones literarias, han sido mayormente abordados por la bibliografía canónica sobre el primer peronismo desde estos términos de la recepción pasiva del discurso de los líderes y de una reproducción activa de la doctrina peronista en espacios cotidianos. (4) Ahora bien, *Mundo Peronista* cuenta con secciones fijas y otras que varían de acuerdo a los sucesos que acontecen en la quincena anterior a la fecha de edición de cada número. Respecto de las secciones fijas, el contenido se divide en la difusión de la doctrina peronista a través de la publicación de las palabras de Perón y Eva Perón, en las expresiones de exaltación y alabanza al líder, a su esposa y al pensamiento que los define, en las referencias a obras y acciones de gobierno, en las críticas a la oposición, en una página destinada a los

“pibes” peronistas y en la sección “Amigos de Mundo Peronista” -luego denominada simplemente “Amigos”.

Nos interesa destacar que a excepción de “Amigos”, la totalidad del contenido de la revista es producido por miembros de su editorial o por escritores de la Escuela Superior Peronista. Las únicas palabras publicadas que no pertenecen a su redacción son las de Perón y Eva Perón. Es decir, en las páginas de la revista se delimitan dos posiciones de sujetos diferentes: “¿quién habla en Mundo Peronista? Desde el lado del enunciador, los únicos textos firmados con nombre propio corresponden a Perón y a Eva Perón” (Ques, 2008:15). En los demás textos, tanto el director como los redactores no aparecen con sus verdaderos nombres. Por el lado del destinatario, la editorial reitera una y otra vez que el contenido de *MP* “tiene por destinatario al Pueblo” (*MP*, 1952, N° 29, p.48). Entonces, “¿a quienes iba dirigida la revista?, pues a ‘los peronistas’: dirigentes, militantes, afiliados y simpatizantes, quienes a partir de esa condición se convertían en los destinatarios de las ‘palabras orientadoras, definitorias y permanentes’ de Juan Perón y Eva Perón y las acciones del gobierno peronista” (Panella, 2008: 289). Con lo cual, tanto las políticas oficiales como la revista tienen por finalidad al mismo sujeto. Un sujeto que recepta los beneficios del Estado y que es educado-entrenado en la doctrina de la Nueva Argentina a partir del lenguaje de la propaganda y mediante la “forma retórica de la abundancia” (Ques, 2008: 3), de la reiteración permanente de la doctrina peronista. En suma, dice Ques:

El dispositivo de enunciación se organiza como un esquema radial, que distribuye los mensajes desde un centro único, a una pluralidad de perfiles simpatizantes. Si en el núcleo central y en los formatos más clásicos es Perón quien dice, desde el centro a los márgenes Perón es dicho, como vimos, en todos los tonos imaginables (2008:16).

Lo que nos interesa resaltar, reside en que si bien destacamos la importancia que adquieren estos análisis al recuperar publicaciones que no han gozado de relevancia histórica para los estudios del primer peronismo hasta la última década, consideramos que analizar *MP* a partir de las estrategias de difusión doctrinaria y de propaganda que ésta desarrolla y de sus aspiraciones de entrenamiento y pedagogía aceptando las categorías de “adoctrinamiento”, “entrenamiento”, “propaganda”, “pedagogía” sin problematizar los usos y sentidos que gran parte de la literatura sobre el período en cuestión les ha asignado, trae aparejado por un lado dirigir el objetivo del análisis a indagar en el mayor o menor grado de efectividad de la revista, mientras que por el otro, instituye dos posiciones de sujetos claramente delimitados, cada uno

con su propio lugar y su propia función. Pero además, no repensar estos términos ubica a estos análisis en cierta continuidad con aquellas concepciones instrumentales del lenguaje en las cuales, en términos de Landi (1983), “el receptor [en nuestro caso el destinatario de la revista] es precisa y solamente eso: un receptor que es (in) formado [educado-entrenado-adoctrinado] desde los medios de comunicación” (46). De este modo, el lenguaje y las modalidades de interpelación que se despliegan en *MP* son considerados como una estrategia gubernamental, o como “un instrumento para la producción de efectos predeterminados sobre el receptor” (48), y lo que es más, las producciones de los destinatarios -cartas, versos, poesías, canciones, etc.- parecen ser la expresión más o menos acabada de los efectos obtenidos y deseados desde la Escuela Superior Peronista, o incluso aún, desde Perón y Eva Perón.

En función de esto último, si introducimos al análisis la sección “Amigos”, esto es, dos páginas de *MP* en la que la “voz” de los receptores encuentra su espacio y sobre las que no se hace alusión en el texto de Ques y sólo se menciona como algo que “llama la atención” en el de Panella (2008: 304): ¿cómo pensar el binomio líder-pueblo?, ¿cómo emerge el sujeto peronista en este proceso de interpelación? En otros términos, ¿cuál es la importancia de pensar en la recepción por parte de “los de abajo” al momento de reflexionar sobre la revista? En el siguiente apartado nos detendremos en el proceso mediante el cual la sección “Amigos” se constituye en un espacio de emergencia de una subjetividad popular en el marco de la revista, y a partir de ello, en cómo se articula una lectura de la dimensión performativa del peronismo con esta sección de *MP*.

### **La sección “Amigos”: El lenguaje y el sujeto de la recepción**

Tal como ha sido analizado por estudios previos, la escritura epistolar se constituyó durante el primer peronismo en un medio legítimo de interacción política masiva que estrechó un vínculo inédito entre el gobierno y los sectores populares (Elena, 2005; Acha, 2004; Guy, 2016). Inscripto en este proceso, desde el primer número de aparición de *Mundo Peronista* se convocó a participar al lector del contenido de la misma. En este sentido, por un lado se llamó al “amigo nuestro” a enviar a la revista testimonios de ejemplos peronistas y por el otro se pidió ayuda para decidir el nombre de un personaje realizado por el dibujante H. Pum. Desde el correo de lectores, por su parte, se invitó al “compañero/a” a enviar preguntas o inquietudes respecto de la lucha de Perón. En los números posteriores, estas preguntas e inquietudes

fueron respondidas y los ejemplos peronistas aparecieron en cada edición. Sin embargo, como dijimos antes, los envíos no son directamente publicados, sino que por el contrario, en todos los casos son relatados o comentados por los redactores. Mientras tanto, los nombres propuestos para el personaje no encontraron un lugar en la revista. Por lo tanto, las voces de los destinatarios no aparecían. Situación que cambió radicalmente a partir de la novena edición con la incorporación de una sección permanente en la que se publican los envíos de ciudadanos peronistas al líder y su esposa, que en algunos casos toman la forma de la escritura de cartas y en otros de poemas, poesías, versos o canciones. En el encabezado puede leerse:

El alma del Pueblo argentino, sentimiento peronista de su gratitud, de su ternura y de su amor a Perón y a Eva Perón, llega hasta MUNDO PERONISTA a través de la poesía, de sus composiciones, de sus cartas y de sus confidencias que trasuntan un estado de ánimo que ofrece, en las distintas expresiones de su pensamiento, la permanente lealtad a su líder y a su dignísima esposa, que no es otra cosa que la preocupación constante del alma de nuestro pueblo en esta hora de grandeza nacional. Como no sería posible publicar los millares de colaboraciones que nos llegan, MUNDO PERONISTA, en su deseo de seguir siendo, como su nombre lo indica, el compendio de cuanto gira y se mueve alrededor de las geniales figuras de Perón y Eva Perón, también tendrá su espacio en el comentario amigo y compañero, dedicado a quienes nos envían la inquietud de sus almas y la hermosura de sus versos, en la humilde y fervorosa adhesión a este nuestro Justicialismo (MP, 1951, N° 9, p. 15. Las cursivas son nuestras).

Ahora bien, lo relevante para nuestro análisis reside en que las publicaciones que componen la sección "Amigos", en ningún caso responden a las convocatorias de participación que mencionábamos en párrafos anteriores. La nueva sección se nutre de envíos de ciudadanos peronistas que sin responder a convocatoria alguna solicitan la publicación de su carta en *MP*. Al respecto, el lector Jorge Mar, encabeza su carta al Director de *MP* con las siguientes palabras: "Diversas contingencias me obligan a mí, simple y humilde peón de albañil, a cometer este *grave acto de indisciplina civil*, dirigiéndome personalmente a Usted..." (*MP*, 1952, N° 25, p. 43. Las cursivas son nuestras). Por su parte, un residente de la ciudad de Río Cuarto, escribe:

Les pido que si pueden publiquen estos versos que hice de todo corazón a mi querido Presidente... ya que no puedo verlo de cerca. No están bien, pero los hice de todo corazón..." (MP, 1952, N° 24, p. 22. Las cursivas son nuestras).

Virginia Morales

Vol. 1, N.º 53 (enero-marzo 2017)

Bajo la firma de “Comandante Fontana” del territorio de Formosa, introduce su carta del siguiente modo:

A pesar de mi escaso lenguaje, me atrebo a cooperar con Vosotros a la formación de esta admirable Revista, que es de buen gusto y estimación para todo ciudadano que, encierra en su mente la noble expresión de ser libres y respetados ante todo. Con los mas sinceros cariños le comparto el siguiente acróstico, dedicado a la madre inmortal de los descamisados (MP, 1952, N° 37, p. 9. Las cursivas son nuestras).

Adolfo Alonso de Capital Federal:

Señor Director de “Mundo Peronista”: sería mi más grande deseo que usted publicara en una hoja de “Mundo Peronista” la siguiente nota... ¿Acaso “Mundo Peronista” no es nuestro? Y el Pueblo ¿no somos nosotros? (MP, 1953, N° 39, p. 21. Las cursivas son nuestras).

María Angélica Frau, de Rosario, dice:

Como sólo sé expresar mis sentimientos hacia el General Perón, con modestas cuartetos, hago llegar a ustedes las que adjunto. Les ruego perdonen mi osadía, pero los peronistas sólo contamos con nuestra Revista para desahogar nuestras emociones (MP, 1953, N° 53, p. 14. Las cursivas son nuestras).

Con la introducción de la sección “Amigos” nuevas voces emergieron en *MP*. Las voces de los destinatarios, de los receptores. La voz de un Pueblo que es nombrado y constituido en el mismo proceso de interpelación que el gobierno peronista puso en marcha, en este caso, mediante la publicación de la revista *MP*. Esto es, el lenguaje de la propaganda no operó sólo como un instrumento para difundir la doctrina justicialista y ejercer la pedagogía, sino que más bien, a través de su dimensión performativa “se conv[irti]ó en un léxico capaz de crear tanto el yo como la realidad” (Scavino, 2010: 12). (5) Mediante la reiteración, en este caso producida por *MP*, el discurso peronista produce -materializa- los efectos que nombra, que dice, o que expresa. De este modo, el mismo proceso de interpelación que destacan Panella y Ques produjo un sujeto destinatario de la doctrina peronista y de las políticas de gobierno. Un sujeto que no tuvo existencia previa a este proceso, sino que se constituyó en cada acto de enunciación, en cada expresión, en cada número de *MP*.

Mediante el ejercicio de la escritura, el destinatario se reapropió del espacio de la revista y se desplazó de su lugar de destinatario. Los envíos y producciones literarias no respondieron

directamente a las convocatorias de los primeros números de la revista, sino que se constituyeron en “un grave acto de indisciplina civil”, un atrevimiento de cooperación a pesar del “escaso lenguaje”, una “osadía”, el “más grande deseo”, una “solicitud de publicación” de un verso “que no está bien”, pero que su lugar de enunciación habilita su publicación. Son la emergencia de un sujeto popular que a la vez que recepta y reproduce el discurso oficial en la cotidianeidad, demanda e interpela a “los de arriba”. En consecuencia, consideramos necesario incorporar al estudio del proceso de interpelación que la revista implicó el análisis de las modalidades de recepción de dicha publicación. Esto es, la recepción formó parte y conformó también a *MP* desde el momento en que emergió la sección “Amigos”. Los efectos de la interpelación, no fueron diferentes ni posteriores a ella, sino parte de un mismo proceso de construcción y reconstrucción del sujeto peronista.

Por lo tanto, consideramos al sujeto de la Nueva Argentina y a su identidad en tanto “peronista” como el resultado del poder reiterativo del discurso peronista y en particular del lenguaje de la propaganda que le dio contenido y forma a las revistas oficiales. Desde nuestra perspectiva, el destinatario emergió sujetado a un discurso que le antecedió, y es en este sentido que la propaganda conformó a un sujeto peronista a través de la difusión y la educación. Pero es en este mismo lenguaje de la propaganda en donde residieron también las condiciones que posibilitaron la emergencia de un sujeto activo, con capacidad de apropiarse de los espacios de producción significados por el Estado. Así, “lo que se constituye en el discurso no es algo fijo, determinado por el discurso, sino que llega a ser la condición y oportunidad de una acción adicional” (Butler, 2008: 267). Dicho de otro modo, la performatividad del lenguaje es una esfera en la que el poder actúa como discurso. Entonces, el poder actúa repitiendo una emisión anterior y poniendo en obra, a partir de ello, un acto reiterado cuyo poder descansa en su persistencia y en su inestabilidad. Las relaciones de poder constriñen y constituyen las posibilidades de la voluntad poniendo en evidencia que el poder sólo puede ser reformulado subversivamente. De esta manera, el concepto de adoctrinamiento pasa por alto la capacidad productiva del poder, pone énfasis en la reiteración y en la capacidad de educar, inculcar y entrenar del lenguaje de la propaganda y no considera el desplazamiento propio de toda repetición y las posibilidades de decir algo nuevo que este lenguaje habilita. En pocas palabras, los conceptos de “adoctrinamiento” y “entrenamiento” no consideran el proceso por el cual la revista se constituyó en una superficie en la que el espacio simbólico del peronismo dejó lugar para la emergencia de la “voz” del lector peronista, sin mediación oficial. (6)

En consecuencia, el lenguaje de la propaganda, y en particular *MP*, es el resultado de un “proceso de articulación de elementos: donde los significados pueden ser parciales por estar *in*

*media res*” (Bhabha, 2010:14). Es por esto que las expresiones de “permanente lealtad a su líder y a su dignísima esposa” y de “humilde y fervorosa adhesión a este nuestro Justicialismo” al mismo tiempo son expresiones de demanda y producción. El destinatario es tan activo en la recepción como en la reproducción del contenido de la publicación. La enunciación oficial, por lo tanto, en su recepción es reapropiada y desplazada por su destinatario. Con lo cual, el proceso de emergencia de la sección “Amigos” supone la desestabilización de las dos posiciones de sujetos que reconstruyen las lecturas de Panella y Ques. Supone enfatizar que es el destinatario mismo a la vez el productor de expresiones literarias. Y por último, supone destacar que son esas formas de escrituras del lector-amigo-compañero de *MP* las que involucran nuevas prácticas significantes que instituyen un espacio de demanda en la revista que como resultado hace posible la visibilización de las voces de los receptores. Toda carta enviada a la revista lleva consigo la solicitud de su publicación conjuntamente con su manifestación de adhesión al peronismo y agradecimiento y alabanza al líder y su esposa. Dicho brevemente, todo envío a *MP* implica a la vez la reiteración y la alteración, la heteronomía y la autonomía, la reproducción y la producción. En este punto, retomamos lo dicho por Acha respecto de las cartas enviadas a Perón y Eva Perón. Para este autor, estas formas de escritura

[c]onstituían sitios de enunciación en sí mismo, de una experiencia y un afecto. Esto se encuentra a gran distancia de las interpretaciones históricas que proclaman la construcción de un consenso populista unitario y que se explica “desde arriba”, esto es, desde el estado o los aparatos propagandísticos (2007).

De esta manera, la carta enviada en sí misma es performativa. La acción de la escritura implica un proceso que desplaza al sujeto de su lugar de destinatario, de receptor “desde abajo”, de reproductor de un lenguaje que lo constituye, a un lugar nuevo de enunciación, esto es, a una posición de emisor, de escritor, de productor, de solicitante, más o menos creativo. En síntesis, a una nueva posición de sujeto. En otras palabras, la escritura “desde abajo”, es performativa porque constituye posiciones de sujetos y conlleva la capacidad de definir subjetividades más allá de lo que diga o exprese. Tal como Acha lo expresa:

La escritura aparece como el ejercicio performativo, siempre sometido a restricciones. De allí que se tema “exagerar” o se pide disculpa por los errores de redacción. El yo claramente identificado se construye en la demanda, siempre en peligro por la desmedida o las dificultades comunicativas [...] [Las cartas del peronismo] no expresaron meramente el cariño y amor por Perón. También

fueron escuelas de percepción, intelección y comprensión de una forma del estado donde el individuo Perón estaba en conexión con las instituciones, los derechos sociales y la ideología (Acha, 2007).

Sostenemos que el argumento de Acha aporta elementos para indagar en la especificidad de la escritura que irrumpe en las páginas de la revista y de modo más general, habilita una interpretación de la sección “Amigos” a partir de la dimensión performativa que pretendemos enfatizar en nuestro análisis. Lo importante aquí, entonces, es que el envío a *MP*, ya sea la forma que tome, y el contenido literal que exprese, abre la posibilidad de decir algo nuevo, y habilita, de este modo, la emergencia de un sujeto que se asume con capacidad para radicalizar las acciones. En la reiteración del discurso peronista, en la difusión y aprendizaje de la doctrina, en la “permanente lealtad” y “humilde y fervorosa adhesión”, el destinatario redefine su posición y su capacidad dentro del proceso de significación literario. Es decir, líder y pueblo, emisor y destinatario, no son términos que refieren a una unidad o una totalidad cerrada que se conforman en posiciones plenamente constituidas a partir de una jerarquía que se establece entre ellos. Sino que más bien, el desplazamiento que implica la escritura y el envío de la carta “impide que las identidades en los extremos se fijen en polaridades primordiales” (Bhabha, 2002: 20). La emergencia y constitución de la identidad del sujeto peronista, entonces, se inscribe en el espacio que genera la tensión entre reiterar y alterar, o lo que es lo mismo, entre receptor y emitir, entre reproducir y producir. Es decir, “estos espacios ‘entre medio’ [*in-between*] proveen el terreno para elaborar estrategias de identidad [*selfhood*] (singular o comunitaria) que inician nuevos signos de identidad, y sitios innovadores de colaboración y cuestionamiento, en el acto de definir la idea misma de sociedad” (Bhabha, 2002: 18).

En consecuencia, la sección “Amigos” adquiere una nueva dimensión interpretativa a partir del debilitamiento de las posiciones de sujetos líder y pueblo y la problematización de los conceptos de “adoctrinamiento”, “entrenamiento”, “pedagogía”. Consideramos que a Panella la sección “Amigos” le llama la atención por cuanto en su análisis se diluye la dimensión performativa de la propaganda en pos de un análisis formal de la revista. Dimensión performativa, que como vimos, es constitutiva tanto del discurso oficial como de los sujetos que emergen de él. Por lo tanto, esta sección no se explica desde dos posiciones de sujetos claramente definidos, ni desde la intencionalidad del líder, sino más bien desde la desestabilización de ambas posiciones y desde la comprensión que el mismo proceso de adoctrinamiento habilita las posibilidades de reposicionamiento del mismo sujeto que se construye mediante la reiteración y la educación. De igual manera, la sección “Amigos” no es

considerada desde el esquema de enunciación radial que propone Ques. Lo que ambos autores relegan de sus argumentos, y lo que nos habilita a continuar con el análisis de *MP*, es el proceso de redefinición del contenido y los espacios de la revista a partir de la escritura emergente en sectores populares y las consecuentes solicitudes de publicación de la misma. En síntesis, analizar la constitución de la sección “Amigos” en la revista *MP* implica debatir con las lecturas que ponen el acento en el proceso verticalista por el cual el peronismo construye su identidad. Lecturas que sustancializan a los grandes agentes sociales y que en consecuencia piensan a la propaganda, y en general a toda escritura o producción literaria, en términos de mecanismos de imposición de “arriba” hacia “abajo”, o bien en términos de estrategia/utilización política de los espacios literarios y los medios de comunicación con la finalidad de adoctrinar a las masas. Lo cual conlleva la interpretación de un sujeto popular que recepta y ejecuta de manera pasiva las enunciaciones “desde arriba” y que se constituye en peronista a partir de una identificación plena con dicho discurso. A diferencia de ello, una comprensión performativa del lenguaje de la propaganda y del proceso de significación que implica la escritura, permite incorporar al análisis la recepción del discurso “desde arriba” como parte del mismo proceso de construcción de la identidad peronista, habilitando, de este modo, una lectura que enfatice en las reapropiaciones del discurso peronista producidas “desde abajo”. Llegamos entonces, a una dimensión del análisis en donde las modalidades de recepción y los efectos propios del proceso de interpelación “desde arriba” adquieren relevancia tanto para indagar en el contenido de la revista y en su manifiesta intención propagandística, como en los espacios de emergencia de un sujeto popular peronista dentro de la revista.

### **Palabras finales**

Mediante el análisis de *MP* peronista que llevamos adelante en este artículo intentamos poner de manifiesto que las producciones literarias populares formaron parte de la estructura discursiva en la cual emergió el sujeto peronista. Una estructura que por sus propias condiciones habilita a considerar las diversas expresiones enviadas a la revista como superficies de inscripción y de emergencia de la subjetividad popular peronista, esto es, no ya como meras reproducciones del discurso pronunciado por el líder, sino también como un momento de alteración y redefinición del mismo. Es decir, poner el acento en la sección “Amigos” complejiza el proceso de recepción pasiva del sujeto y pone en evidencia que es este

mismo sujeto el que en el mismo proceso de identificación con el discurso es capaz de producir rearticulaciones y desplazarse a una posición de enunciación activa, un momento de autonomía que no parece estar presente en la bibliografía sobre el tema. En pocas palabras, la irrupción de las producciones “desde abajo” en la revista *MP* pone de manifiesto que tanto las expresiones de alabanza y adhesión a Perón y Eva Perón como las de solicitud y demanda son parte del mismo proceso de constitución de la identidad peronista y un efecto del mismo proceso de interpelación que destacan y analizan Panella y Ques.

## Notas

\* Este trabajo fue escrito en el marco del Proyecto PICT de Investigación “La constitución de la identidad peronista en el primer peronismo. Una mirada “desde abajo” a través de archivos y documentos no tradicionales” financiado por la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica y radicado en el Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad (CCórdoba, Argentina).

(1) “La propaganda establece que el mejor torero es el trabajador criollo que por primera vez es invitado a protagonizar la historia. Pero para romper con la tradición colonial, el nuevo sujeto de la historia, el pueblo, debe emerger como sujeto y entender que el país se ha transformado en su herramienta de trabajo. Se lo convoca a colaborar activamente en el progreso, se le explica qué limita su crecimiento y, en adelante, qué debe guiar su pensamiento. Se lo trata como sujeto que ha dejado de ser abyecto y se lo educa y capacita” (Soria, 2009: 40).

(2) Análisis en estos términos se encuentran en Sirven, 1984; Sarlo, 2007; Fiorucci, 2007.

(3) La revista *MP* fue una publicación de la Escuela Superior Peronista. Impresa por la editorial Haynes y de periodicidad quincenal, se publicó entre el 15/07/1951 y el 01/09/1955, con un total de 93 números editados. Se vendía en el interior del país y en menor medida en el exterior. Se adquiría por suscripción y compra en kioscos. Según difunde su editorial, en 1952, el tiraje ascendió de 55.000 ejemplares a 100.000, de los cuales 50.000 eran enviados para la reventa en el interior, 30.000 se destinaban a Capital Federal, 15.000 eran enviados a los suscriptores, y el resto, 5.000 ejemplares, estaban reservados para la venta en el exterior. Para más detalles véase Panella, 2010: 286-288.

(4) Véase Santiago, 2010.

(5) Durante las décadas del '60 y el '70 autores como Heidegger y Wittgenstein desarrollaron pensamientos en torno al lenguaje que introdujeron una ruptura en la filosofía europea que se denominó “giro lingüístico”. A partir de ello, el lenguaje dejó de ser pensado como un medio que se ubica entre el sujeto y el mundo para convertirse en un léxico capaz de crear al sujeto y al mundo. En este sentido, contra las concepciones instrumentalistas, el “giro lingüístico” repara en la dimensión performativa del lenguaje, es decir, en su capacidad para producir los efectos que nombra. De esta manera, destaca Butler, la performatividad no debe comprenderse “como el acto mediante el cual un sujeto da vida a lo que nombra, sino, antes bien, como ese poder reiterativo del discurso para producir los fenómenos que regula e impone” (2008: 19). Para un mayor desarrollo del “giro lingüístico” véase Scavino, 2010 mientras que para profundizar en la dimensión performativa véase Austin, 1982 y Butler, 2008.

(6) Con la expresión “sin mediación oficial” nos referimos a que los envíos publicados no son comentados por el editor de la revista. Además, creemos conveniente destacar la consideración que realiza Acha (2007) respecto de las

secciones de “cartas de lectores” en el período del primer peronismo: “Es obvio que estas secciones, en apariencia ingenuas, eran en sí mismas construcciones que mezclaban la selección de cartas y la invención de correspondencia. Pero la extensión de la práctica y diversas marcas de interlocución indican que no estaban exentos de fuertes contactos con la realidad sociocultural y las formas del consumo”.

## Bibliografía

- Acha, O. (2004). “Sociedad civil y sociedad política durante el primer peronismo”, *Desarrollo Económico*, vol. 44, núm. 174, pp. 199-230.
- Acha, O. (2007). “Cartas de amor en la Argentina peronista: construcciones epistolares del sí mismo, del sentimiento y del lazo político populista” *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*, Debates, [En línea], Puesto en línea el 09 diciembre 2007. URL: <http://nuevomundo.revues.org/12272>. Consultado el 30 agosto 2012.
- Austin, J. (1982). *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona: Paidós.
- Bhabha, H. (2002). *El lugar de la cultura*. Buenos Aires: Manantial.
- Bhabha, H. (2010). *Nación y narración: entre la ilusión de una identidad y las diferencias culturales*. Madrid: Siglo XXI.
- Barros, M. (2014). “Derechos que sujetan, sujetos de derecho bajo el primer peronismo”, *Estudios Sociales*, núm. 41, pp. 93-128.
- Barros, S. (2011). “La crisis de la deferencia y el estudio de las identidades políticas en los orígenes del peronismo”, *Papeles de Trabajo*, año 5, núm. 8, pp. 13-34.
- Baschetti, R. (1997). *Peronismo y comunicación de masas: diarios, revistas, prensa, periodismo, medios gráficos, historieta y publicidad*. Buenos Aires: BIBNAL.
- Butler, J. (2008). *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del “sexo”*. Buenos Aires: Paidós.
- D’Arino Aringoli, G. (2006). *La propaganda peronista 1943-1955*. Buenos Aires: Maipe.
- Elena E. (2005). “What the People Want. State Planning and Political Participation in Peronist Argentina”, *Journal of Latin American Studies*, núm. 37, pp.81-108.
- Fiorucci, F. (2007). *La administración cultural del peronismo. Política, intelectuales y Estado*. EEUU: Universidad de Maryland.
- Grosso, A. (2008). *Los dos Príncipes. Un estudio comparado del Populismo Latinoamericano*. Villa María: Editorial Universitaria Villa María.

- Guy, D. (2016). *Creating Charismatic Bonds in Argentina: Letters to Juan and Eva Perón*.  
Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Landi, O. (1983). *Crisis y lenguajes políticos*. Buenos Aires: CEDES.
- Panella, C. y Korn, G. (Comp.) (2010). *Ideas y debates para la nueva argentina. Revistas culturales y políticas del peronismo (1946-1955)*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Panella, C. (2010). "Mundo Peronista (1951-1955): Una tribuna de doctrina" en Panella, C.; Korn, G. (Comp.) *Ideas y debates para la nueva argentina. Revistas culturales y políticas del peronismo (1946-1955)*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Pp. 281-306.
- Plotkin, M. (1993). *Mañana es San Perón. Propaganda, rituales políticos y educación en el Régimen Peronista (1946-1955)*. Buenos Aires: Ariel.
- Ques, M. E. (2008). "Estrategias persuasivas durante la campaña electoral de 1951: El caso de la revista *Mundo Peronista*". Presentado en el I Congreso de Estudios sobre el Peronismo, noviembre, Mar del Plata, Buenos Aires.
- Romano, E. (2011). "Los primeros lectores peronistas", *Revista Ñ*, 09/11/2011. Buenos Aires: Clarín. Disponible en: [http://www.clarin.com/rn/ideas/historia/Revistas-culturales-politicas-peronismo\\_0\\_BkFEAbo3PQI.html](http://www.clarin.com/rn/ideas/historia/Revistas-culturales-politicas-peronismo_0_BkFEAbo3PQI.html)
- Santiago, M. E. (2010). "Poesía y política: producciones poéticas del peronismo ¿proyecciones de imaginario peronista?". Presentado en II Congreso de Estudios sobre el Peronismo, noviembre, Buenos Aires.
- Sarlo, B. (2007). *La batalla de las ideas (1943-1973)*. Buenos Aires: EMECE.
- Sirven, P. (1984). *Perón y los medios de comunicación, 1943-1955*. Buenos Aires: CEAL.
- Soria, C. (2009). "La propaganda peronista: hacia una renovación estética del Estado nacional" en Soria, C.; Rocca, P.; Dieleke, E. (Eds.) *Políticas del sentimiento. El peronismo y la construcción de la Argentina moderna*. Buenos Aires: Prometeo. Pp. 31-48.
- Soria, C., Rocca, P. y Dieleke, E. (Eds.) (2009). *Políticas del sentimiento. El peronismo y la construcción de la Argentina moderna*. Buenos Aires: Prometeo.
- Vargas, M. (2016). "Entre el sujeto y su líder. Un análisis de los efectos políticos del discurso peronista en Santiago del Estero, 1944-1955". Tesis doctoral, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.