

# LOS JUEGOS DE LENGUAJE DE PERÓN. UN ENFOQUE CONCEPTUAL SOBRE EL POPULISMO LATINOAMERICANO.



**Yixin Guan**  
Universidad Complutense de Madrid.  
julia.gyx@hotmail.com



**Javier del Rey Morató**  
Universidad Complutense de Madrid.  
javierey@ucm.es

## Resumen

En esta investigación los autores han querido conocer los juegos de lenguaje empleados por Juan Domingo Perón entre los años 1946 y 1954, por entender que en ellos se encuentran los elementos persuasivos que frecuentarán los líderes populistas latinoamericanos de las repúblicas hispano-parlantes en las décadas siguientes. En el decurso de la investigación, los autores entendieron que incluir en el análisis algunos discursos de Eva Duarte complementaba la muestra: ella coadyuvó a la construcción del mito de manera notoria. La anchurosa sombra de Perón en los años subsiguientes justifica por sí sola ese regreso a los orígenes, saltando por encima de la hojarasca bibliográfica acumulada, y aplicando un enfoque conceptual multidimensional. Por otra parte, cuando Pablo Iglesias reconoce que "Podemos tiene rasgos peronistas", y cuando se hace público que a Iñigo Errejón le gustan Eva Duarte y Ernesto Laclau (EL PAÍS, 13/6/2016), se confirma la pertinencia y la actualidad de esta investigación.

**Palabras clave:** Eva Perón; juegos de lenguaje; Laclau; Lakoff; peronismo; populismo latinoamericano; storytelling.

## Abstract

Through analyzing the languages games used by Juan Domingo Perón between 1946 to 1954, the authors of this paper try to find the persuasive elements that used frequently by populist leaders of the Spanish-speaking republics in the following decades. During the research, to complement the analysis and sample, the authors decided to incorporate some speeches of Eva Duarte into the study. She significantly contributed in creating the myth. Perón's broad shadow in subsequent years justifies by itself this return to the origins, jumping over the accumulated bibliographic litter, and applying a multidimensional conceptual approach. On the otherhand, when Pablo Iglesias admit that "Podemos has the feature of Peronism" and Iñigo Errejón publicly praise Eva Duarte y Ernesto Laclau (EL PAÍS 13/6/2016), confirms that this reseach has pertinence and practical implication nowadays.

**Keywords:** Eva Perón; Laclau; Lakoff; language games; latin american populism; peronism; storytelling.

## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Objetivos.

Las campañas electorales de 2015 y 2016 han puesto en el primer plano de la atención de los españoles la palabra *populismo*, que asociaba a Pablo Iglesias –candidato de Unidos Podemos–, con la Venezuela de Chávez y de Maduro. Y los autores quisieron ir al origen del populismo latinoamericano. Aunque el equipo investigador no ignora el protagonismo que en ese fenómeno tuvo el presidente Getulio Vargas, quisimos conocer aquella manifestación del populismo que más influencia tuvo, no sólo en el país de origen, sino en otros países, hasta nuestros días: el peronismo. El objetivo era desentrañar algunas de las claves de su éxito en el momento inicial, y tal vez dar con alguna respuesta satisfactoria a la pregunta sobre su larga duración, toda vez que el fenómeno sobrevivió a la muerte de sus protagonistas.

### 1.2. Las preguntas relevantes.

Las preguntas que se insinuaron en el momento cero de la exploración fueron una interpelación en busca de respuestas satisfactorias que conjuraran la incertidumbre inicial hacia un territorio más confortable. ¿Cómo consiguió Perón hacerse con el poder, y afianzar su protagonismo político? ¿Cuáles fueron los recursos que le permitieron alcanzar sus objetivos? ¿Cuál fue el papel de Eva Duarte en ese proceso? ¿Por qué sus palabras han sobrevivido al que las pronunció? ¿Es posible dar con alguna de las claves de la pervivencia del peronismo durante siete décadas?

### 1.3. Las hipótesis de la investigación.

Las hipótesis de las que partimos son las siguientes.

H1. Perón vertebró su estrategia sobre tres juegos de lenguaje: el juego de la dicotomía substancial –o del enemigo declarado (1)–, el juego de la redención de la víctima –o la coartada del lazo social (2)–, y el juego del personaje salvador (3).

H2. La fortaleza de la narrativa de Perón radicó en que el triángulo que la vertebraba –enemigo, víctima, salvador–, constituía una combinación invencible, por su capacidad de imponer al mapa cognitivo de los ciudadanos un esquema cerrado, sin posible alternativa, contra el que no podía competir la narrativa del adversario.

H3. La supuesta irrupción de un nuevo actor en el escenario político argentino –*el pueblo*–, fue una ingeniosa construcción semántica de Perón –prueba empírica de la habilidad persuasiva de la que hacía gala–, al

servicio de la conquista del poder. Esa abstracción, *el pueblo*, era obra de una estrategia de comunicación en la que había sólo un actor relevante: Perón.

H4. La contribución de Eva Duarte a la construcción del mito de Perón radicó en construir el lazo social mediante una comunicación emotiva, basada en dos recursos: la metáfora de la familia y la imagen del padre protector.

### 1.4. Enfoque conceptual de la investigación.

El dispositivo identitario desplegado por Perón le permitió imponer su supremacía narrativa al imaginario social compartido, que desde entonces cristalizó y se convirtió en el relato predominante de la política argentina, fenómeno inimaginable en el área del empirismo y del pragmatismo: los británicos enterraron a Winston Churchill –personaje reconocido como el más relevante de la larga historia del reino–, y esa misma noche entró en la historia y dejó de pertenecer a la política; los norteamericanos enterraron al mítico presidente John F. Kennedy, y su posteridad corrió la misma suerte que la del inglés. El asunto que analizamos marca una diferencia notable con los casos antedichos, y supone una cultura política bien diferente a la de aquellos países, cultura política que en buena medida es una construcción lingüística fraguada por el general. Perón puso en marcha un ingenio identitario poderoso, invencible, asociando su figura a la nación argentina y generando la ilusión de que el pueblo, por fin, había tomado el poder, o –al menos– había encontrado al hombre capaz de interpretar sus anhelos y sus demandas.

El enfoque conceptual de la investigación adopta cuatro perspectivas de análisis complementarias (ver Tabla I): la propuesta de Laclau (2005), la metáfora de la familia de Lakoff (2007), la práctica del *storytelling* (Salmon, 2008; 2011 y 2013) y la teoría lúdica de la comunicación política (Rey Morató, 2007; 2008).

#### 1.4.1. Ernesto Laclau y el contexto en el que surge el populismo latinoamericano.

Para comprender el fenómeno es preciso hacer una breve referencia al contexto, o precondiciones del populismo:

- 1) La formación de una frontera antagónica separando *el pueblo* del poder.
- 2) La unificación de las diversas demandas en un sistema estable de significación.
- 3) Una unificación de diversas demandas –cuya equivalencia no había ido más allá de un vago

**Tabla I. Un enfoque conceptual multidimensional.**

AUTORES	ENFOQUES	CATEGORÍAS
Ernesto Laclau	Espacio político dicotómico. Caudillismo.	Frontera antagónica interna. Articulación equivalencial de demandas. Unificación de demandas en un sistema estable de significación.
Christian Salmon	Narrativa como recurso emocional de control social.	Primacía del narrador. Potencial emocional del relato.
George Lakoff	La metáfora de la familia.	El padre protector.
Javier del Rey Morató	Teoría Lúdica de la Comunicación Política. Triada perversa que vertebra la comunicación del populismo latinoamericano.	Lazo social. Agonística de la democracia. El juego de la dicotomía substancial, o del enemigo declarado. El juego de la redención de la víctima, o la coartada del lazo social. El juego del personaje salvador.

sentimiento de solidaridad–, en un sistema estable de significación (Laclau, 1999), que hace posible el surgimiento del *pueblo*.

En un contexto de muchas demandas aisladas desatendidas que se acumulan, y que el sistema no absorbe ni resuelve de manera diferenciada, se establece lo que Laclau llama una «relación equivalencial». Y en la medida en que las demandas aisladas entran en una articulación equivalencial, dan lugar a una subjetividad social más amplia, y comienzan a constituir al *pueblo* como actor político<sup>1</sup>. Silva Herzog decía que “*el carácter distintivo del populismo es precisamente que aloja una variedad infinita de demandas que logran unificación a través de un enemigo común*” (2006).

Y lo fundamental es la irrupción de un líder que se erija en representante de ese déficit social de felicidad: ese líder intenta ser todo para todos, y funciona como «significante vacío» (Laclau, op. cit., 269) con débiles vínculos con significados particulares.

#### 1.4.2. Christian Salmon y el storytelling.

Sabemos de la eficacia de disponer de una buena historia en la actividad política, y si la presidencia de Ronald Reagan recibió el rótulo de «narrarquía» (Salmon, 2008: 141), el protagonismo de Perón no merece menos. Y si Bill Clinton entendió que “*el presidente es*

*un guionista, el realizador y el principal actor de una secuencia política que dura el tiempo de un mandato, al estilo de las series que apasionan al mundo, como 24 o El ala oeste de la Casa blanca*” (Salmon, op. cit., 145), mucho antes que él, Perón supo que la clave de su poder era narrar una historia.

Y si Obama era un perfecto *storyteller* (Salmon, 2011: 59), Perón no lo es menos, y –aunque hoy nos parezca arcaico–, su relato sigue presente en la memoria de los argentinos. Si pensamos en la perduración del peronismo –y en la cultura política que impuso en la Argentina hasta nuestros días–, es pertinente recordar este texto, porque nos recuerda que un relato no es inocente, y crea al que se lo cree, y lo conforma a su imagen y semejanza:

*Eso que somos es también, y tal vez ante todo, un cierto modo de contarnos lo que nos pasa, porque lo que nos pasa sólo nos pasa porque nos lo contamos como nos lo contamos* (Morey, 1988: 94).

Y eso ocurre con los individuos, con las familias, con los fieles de esta o aquella religión, y con esos grandes grupos sociales que son los partidos políticos y las naciones. Si “*el objetivo de los comunicadores políticos es sincronizar y movilizar las emociones*” (Salmon, 2013: 131), hay que reconocer que Perón era un experto.

#### 1.4.3. La metáfora de la familia y la figura del padre protector.

La historia de la metáfora es tan antigua como la historia del lenguaje, y al actuar sobre y desde el lenguaje su actuación alcanza y afecta al pensamiento y a la acción. “*Nuestro sistema conceptual ordinario, en términos del cual pensamos y actuamos, es fundamentalmente de naturaleza metafórica*” (Lakoff, 2009: 39), y el sistema conceptual que prospera y se instala en una sociedad estructura el pensamiento de esa sociedad, sus percepciones y sus opiniones.

1 La propuesta de Laclau es débil, y recogemos aquí una crítica pertinente: “El recurso laclauiano es pedestre: quien ose atacar al populismo se coloca en la fila de los oligarcas. Los antipopulistas resultan, en última instancia, antidemócratas. Lo que parece claro es que, al convertir al populismo en el milagro que cohesionaba a un pueblo, el filósofo alimenta la farsa terrible. El postmarxismo certifica filosóficamente la confiscación política del pueblo por parte del caudillo que habla en su nombre. El farsante que se proclama símbolo patrio en la plaza pública resulta un admirable artista. Soy un pedazo de todos ustedes, ha gritado Hugo Chávez, recordando la identificación de los fascistas con Mussolini. Ernesto Laclau celebra el espectáculo del demagogo, apoyándose en citas de Freud y Althusser. Venezuela es Hugo Chávez. Y Chávez, ha declarado el filósofo argentino, es un gran demócrata” (Silva Herzog, 2006).

Lakoff recuerda que “*las ideologías políticas y económicas tienen marcos metafóricos*” (op. cit., 281), y el baño de metáforas en la que vive inmersa una sociedad siempre enseña algo agradable, a expensas de algo menos amable, que permanece oculto.

Y “*la metáfora que conecta la nación con la familia*” (Lakoff, 2007: 24) oculta que en esa familia unos de izquierdas y otros son de derechas, unos son millonarios, otros son obreros, y hay quienes no tienen trabajo ni lo encontrarán en los próximos años.

Lakoff escribe que “*las metáforas duermen en nuestro cerebro en espera de que se las despierte*” (op. cit., 85), y, ante un auditorio huérfano de referencias identitarias –inmigrantes e hijos de inmigrantes–, y poco confiado en las instituciones, probablemente eran el campo abonado para la semilla que alguien sembraría.

#### 1.4.4. La teoría lúdica de la comunicación política.

Toda ejecutoria lingüística supone convivencia, y participar en una serie de juegos de lenguaje, bien para ser bautizado, conquistar a una mujer, alcanzar el doctorado, obtener algo de los dioses o hacerse con el poder. Todo en la vida social está transido de juegos de lenguaje, y los portadores de subuniversos simbólicos tienen que ingresar en esa competencia lúdica, mediante la ejecución de una serie de juegos de lenguaje, de cuya eficacia depende la conquista del poder. La teoría lúdica de la comunicación política detecta una serie de matrices de argumentación que se repiten en las campañas electorales, y acuña una serie de juegos de lenguaje que pretenden dar cuenta de esos patrones. La antedicha teoría desarrolla la noción de “*juegos de lenguaje*” (Wittgenstein, 1988: 25), y estudia los juegos del populismo latinoamericano.

### 1.5. Método de la investigación.

#### 1.5.1. Sobre la selección de la muestra y el período del análisis.

Para el acceso a la documentación hemos contado con la ayuda de dos profesores argentinos: Ignacio Liendo –de la Universidad Siglo XXI de Córdoba–, y Rubén Galleguillo –de la Universidad Nacional de La Rioja, aunque nuestra es la responsabilidad de la elección de la muestra: una selección de los discursos de Perón pronunciados entre 1944 y 1954, y algunos discursos significativos de Eva Duarte, de los que damos cuenta en el apartado de Bibliografía.

#### 1.5.2. Sobre la técnica de análisis de los discursos.

La técnica adoptada para el análisis de los discursos seleccionados de los dos personajes es consistente con el enfoque conceptual que orientó la investigación: aquella parte de la teoría lúdica de la comunicación política que tiene que ver con el populismo latinoamericano (Rey Morató, 2007). En ese enfoque destaca un posterior desarrollo, en el que el autor propuso *la tríada perversa y la coartada del lazo social* (Rey Morató, 2008), que pasamos a exponer en el apartado siguiente.

## II. LOS JUEGOS DE LENGUAJE DEL POPULISMO LATINOAMERICANO

La teoría lúdica de la comunicación política detecta tres juegos fundamentales en el populismo latinoamericano, que vertebrarían toda la comunicación generada por el líder, y que aspiran a dar cuenta de la estrategia de la que éste se vale para competir con sus adversarios, hacerse con el poder y cautivar a su auditorio.

### 2.1. Populismo, lazo social y agonística en la comunicación.

Luhmann decía que para comprender las relaciones sociales no necesitamos sólo una teoría de la comunicación, sino una teoría de los juegos, que incluya en sus supuestos a la agonística (Luhmann, 1990). Y la agonística en la democracia supone considerar que el lazo social está hecho de jugadas de lenguaje (Lyotard, 1987). Decimos que en la comunicación política podemos reconocer dos relaciones: la agonística y el lazo social. La agonística es la lucha de los partidos por hacerse con el voto, en tanto que el lazo social es todo aquello que mantiene unida a la sociedad, desde los símbolos hasta las emociones compartidas, la historia común, el presente problemático y el futuro que se espera y se construye. Bien es verdad que buena parte de lo que entendemos como lazo social es también control social de los comportamientos.

A nuestro modo de ver, los juegos de lenguaje ejecutados por el populismo latinoamericano –del que Perón es un ejemplo típico–, pretenden la conquista del poder mediante la construcción del lazo social en torno a su persona, o acaso la simulación del lazo social, entendido como relación entre el interpelado (el pueblo) y el interpelante (el líder), sin otra mediación institucional que la propia figura del líder.

Nosotros hablamos de *la tríada perversa del populismo latinoamericano*, que se puede representar mediante un triángulo, tal y como lo exponemos en el epígrafe siguiente.



## 2.2. La tríada perversa del populismo latinoamericano.

La función apelativa y la función expresiva del lenguaje revelan su energía cuando escrutamos su estructura desde la tríada perversa del populismo latinoamericano, que representamos en el triángulo siguiente.

**Imagen 1. Tríada perversa del populismo latinoamericano.**



Si en el Triángulo Dramático de Karpman (2014); Rey Morató, 2008) la víctima está en el vértice inferior de un triángulo invertido –perseguidor y salvador están en la parte superior, sostenidos por la víctima–, en la tríada perversa el lugar privilegiado lo ocupa el salvador, situado en el vértice superior: en la base, enemigo y víctima sostienen su protagonismo, y son recursos retóricos necesarios para legitimar su protagonismo.

Como escribe Cassirer *“la intensidad del deseo colectivo encarna en el caudillo. Se declara que los vínculos sociales anteriores –la ley, la justicia, las constituciones–, carecen de todo valor. Lo único que queda es el poder místico y la autoridad del caudillo y la autoridad del caudillo será la suprema ley”* (Cassirer, 1947: 331).

## 2.3. Los elementos del guion peronista y sus consecuencias para la democracia.

En la vertebración de la comunicación, el enemigo y la víctima son los pilares sobre los que pivota el único actor relevante: el salvador. El pueblo es una construcción discursiva sin otro protagonismo que el de sentirse nombrado y el de aplaudir, y el enemigo declarado es un recurso fundamental: sin él no hay víctima, y sin ésta no hay salvador. Y esa relación sigue un guion, como si fuera una película, y genera un relato.

Y no se trata de un guion sin consecuencias. Dos peculiaridades hay en una comunicación vertebrada de esa guisa, a saber:

- » no hay adversarios: sólo enemigos;

- » no hay instituciones mediadoras, sólo el personaje que defenderá a la víctima de sus enemigos, y la redimirá.

Tres consecuencias se derivan de lo anterior:

- » no se buscan acuerdos y pactos, porque no es la sociedad del consenso;
- » el conflicto es inevitable, porque la comunicación no asume el papel de mediadora, sino de instrumento para crear al enemigo y expandir el conflicto;
- » la última, lo propio y lo previsible es que no se resuelvan los conflictos.

En esa sociedad no hay instituciones: sólo el caudillo. Años después, Venezuela nos entrega la metáfora: cada vez que Chávez sacaba del bolsillo de la chaqueta la pequeña edición de la Constitución, se veía que él no estaba en la Constitución: la Constitución estaba en él. Chávez era la constitución. Y es que, en el discurso populista, el único actor es el personaje salvador. *El pueblo* aplaude la representación.

## 2.4. Los tres juegos de lenguaje de Juan Domingo Perón.

Podemos entender la tríada P-V-S de populismo –que recuerda la del cristianismo: Satanás (P), el hombre (V) y Cristo (S)–, *“como una tríada destinada a legitimar la misión salvífica del líder”* (Rey Morató, 2007: 224). Los tres juegos sobre los que pivota el protagonismo estelar del líder populista ya han sido anunciados: el juego de la dicotomía substancial o del enemigo declarado, el juego de la redención de la víctima o la coartada del lazo social, y el juego del personaje salvador.

### 2.4.1. El juego de la dicotomía substancial o del enemigo declarado.

La tríada perversa permite al líder semantizar una dicotomía básica –simplificadora, como todo lo binario–, que concita la adhesión inquebrantable al líder. Se trata de imponerle a la realidad enunciados que construyen una dicotomía substancial, porque se habla de realidades dinámicas, complejas, heterogéneas –el pueblo, la nación, nosotros–, como si de sustancias sagradas se tratara, sustancias no sometidas al principio de la corrupción al cambio, a las contradicciones internas y no analizadas en su diferenciación, en su heterogeneidad y en su carácter dinámico: han sido previamente sacralizadas, en un protocolo de actuación que desactiva todo mecanismo de crítica.

El enemigo declarado representa la absoluta negatividad, y no es posible pactar con él: la consigna es su derrota, su deslegitimación, lo único que se ajusta al estatuto de enemigo. Veamos algunos ejemplos:

*(...) nuestros enemigos, que se ensañan empleando la calumnia y la mentira (...)*

*Somos enemigos de los egoístas, capaces de ser indiferentes a la miseria sin que se les conduela el corazón (...)*  
*La oligarquía (...)*

*Estén atentos a la propaganda de las fuerzas del mal (...)*  
*Los oligarcas (...)*

*Los resentidos, los enemigos de la patria (...)* / *Sindicarios señorones (...)*

*Los Judas que se han vendido (...)* *Esta infamia es tan sacrílega como la del Iscariote que vendió a Cristo (...)*

*La oligarquía / Oligarcas / Grupos oligárquicos disfrazados de demócratas.*

*Contubernio / Traición / Mis enemigos / Nuestros enemigos.*

*Contubernio oligárquicomunista.*

*O Braden, o Perón. Sepa el pueblo votar.*

Esas palabras construyen la demonización del otro, su desprestigio sistemático, su neutralización política, y hasta “la expulsión del enemigo del campo político” (Larí, 2011: 452). Esos actores demonizados –el imperialismo, la oligarquía, la casta, etc.–, fungen de contrafigura para la matriz argumental que estará en la trastienda de la estrategia de comunicación del líder populista, en su comunicación fuertemente personalizada, autoritaria, asimétrica y complementaria (Rey Morató, 2007: 225): él es el padre, el salvador, y los *descamisados* son sus hijos, o acaso sus súbditos.

#### 2.4.2. El juego de la redención de la víctima o la coartada del lazo social.

A este juego le asignamos una doble eficacia, por cuanto supone la legitimación del líder populista, la prueba de su incuestionable necesidad, al tiempo que oculta la desagradable realidad que hay en la trastienda: tras la simulación del lazo social construido en torno a la figura del líder, disfraza una fórmula de comunicación que no es otra cosa que una manifestación de la agonística en la comunicación, esto es, la despiadada lucha por el poder.

*Llego a vosotros para deciros que no estáis solos en vuestros anhelos de redención social (...)* *Que el pueblo sea realmente libre (...)*

*(...) alcanzar la redención social que vamos a conquistar antes de quince días.*

*En la mente de quienes concibieron y gestaron la Revolución del 4 de Junio estaba fija la idea de la redención social de nuestra Patria.*

*(...) nuestros hermanos de tierra adentro, en cuyos ojos he podido percibir el centelleo de esta esperanza de redención.*

*Un presidente que aconseja, más que presidente es un amigo, y eso es lo que yo quiero ser de mi pueblo: un amigo.*

*A la patria la salva una sola entidad: el pueblo.*

*Cuando un pueblo está dispuesto a morir por su dignidad, es un pueblo invencible (...)* *Le hicimos morder el polvo de la derrota a Braden (...)*

*Quiero (...) como simple ciudadano, mezclarme en esta masa sudorosa, estrecharla profundamente en mi corazón, como lo podría hacer con mi madre.*

La víctima de la oligarquía, del imperialismo o de la casta necesita ser salvada, redimida de su condición de explotado y de su estatuto de humillado. El lazo social –transido de emociones compartidas–, está trazado. El pueblo es una figura idealizada y homogeneizada, mítica, que recuerda *el espíritu del pueblo* (Volkeist) de Herder (Larí, 2011: 276). Desde España, Fernández Liria escribe que en la lucha política hay que hacer pasar los propios intereses por los intereses de la voluntad general (2016).

#### 2.4.3. El juego del personaje salvador.

La redención de la víctima no se espera ya de frías y distantes instituciones del Estado, cuya indiferencia y cuya ineficacia se da por descontada: todo se espera mágicamente, por obra y gracia del líder providencial.

La incertidumbre social, la conciencia de la injusticia perpetrada contra el pueblo, el reconocimiento del enemigo declarado y la posibilidad de la salvación son elementos que conjuran en contra de las instituciones –cuyo desprestigio aumenta, y cuya legitimidad disminuye en favor de la nueva legitimidad: la que representa el salvador.

*Para un soldado nada hay más rato que quemarse para alumbrar el camino de la victoria. Al defender a los que sufren y trabajan (...) defendiendo a la Patria cumpliendo un juramento en que empeñé mi vida (...)*

*En esta obra para mí sagrada, me pongo hoy al servicio del pueblo y (...) juro que jamás he de servirme de él para otra cosa que no sea su propio bien (...)*

*Yo les he dado una doctrina justicialista, he asegurado una justicia social, he conquistado una libertad económica, les he dado una realidad política (...) Seremos como una familia unida (...)*

El esquema puede consolidarse hasta constituirse en una narrativa fuertemente identitaria, capaz de sobrevivir a la muerte de su intérprete: de alguna manera, puede decirse que los argentinos, desde hace 70 años, votan siempre a Perón.

### III. LA TRASTIENDA DE LA ESTRATEGIA PERSUASIVA DE PERÓN

El título que le hemos dado a este epígrafe final se beneficia del potencial expresivo de una metáfora. El Diccionario de la RAE dice que trastienda –en su primera acepción–, “Aposento, cuarto o pieza que está detrás de la tienda”, y –en su segunda acepción (coloquial)–, “cautela advertida y reflexiva en el modo de proceder o en el gobierno de las cosas”. Y es que el protagonista de aquella epopeya confesó abiertamente lo que estaba detrás de la tienda (su comunicación), y la cautela y reflexión que antepone a su modo de proceder, en el gobierno de las cosas y de las palabras. En las Tablas IV y V presentamos pruebas empíricas de ello (ver Tabla II).

Y todo eso el general lo había pensado mucho antes de ser presidente. En 1944, dos años antes de las elecciones que le llevarían a la presidencia de la República, el entonces coronel decía a los capitalistas –que en su etapa de presidente, serían la oligarquía, es decir, los enemigos–, que no deberían alarmarse: con él estarían seguros, porque él sabría manejar a los obreros.

En definitiva, en la estrategia de Perón, *el pueblo* no era otra cosa que una construcción semántica cuya ejecutoria estaba diseñada para lucimiento de un único actor: Perón, el hombre providencial, el caudillo mesiánico, el *empty signifier*, el que confiesa cuál era su *técnica de conducción*, el que aspira a significar todo para todos –excluida la oligarquía, excluido el imperialismo–, no era el compañero de los descamisados, no era el hombre del pueblo que hablaba para el pueblo al que representaba: era el estratega que le daba “algunas mejoras” –que la reciente guerra europea y la coyuntura económica mundial hacían posible–, para que, en sus manos, se convirtiera en *una fuerza fácilmente manejable*.

Bajo la simulación del lazo social, sus juegos conseguían el control social de los comportamientos. Y al amparo de las emociones asociadas al líder salvador –la construcción del lazo social–, lo que hay es la agnóstica en la comunicación, esto es, la lucha frente a sus competidores por hacerse con el poder.

### IV. EVA DUARTE Y LA CONSTRUCCIÓN DEL MITO DE PERÓN


Hay palabras de Eva Duarte que apuntalan la figura de Perón, con recursos emocionales que incluyen la propuesta de cambiar el significado derogatorio de algunas palabras, contrariando –o ignorando– el Diccionario de la RAE.

#### 4.1. Elogio del fanatismo.

Eso que el término “fanatismo” suponga una adhesión irracional al general, y pregone la buena nueva a sus acólitos:

*Es que Perón ha creado una nueva manera de ser gobernante (...) Todo movimiento político que apoye a Perón*

Tabla II. La confesión de Perón.

EL PERSONAJE	SU ESTRATEGIA
	<p>Conducir no es, como muchos creen, mandar. Conducir es distinto a mandar. Mandar es obligar. Conducir es persuadir. Y al hombre siempre es mejor persuadirle que obligarle (...) Yo en la conducción la técnica que he empleado ha sido siempre: jamás en la conducción política hay que obligar a nadie (...). Cuando yo quería que se hiciera una cosa, ya me ocupaba yo de que un tercero lo tomara, y me vinieran a consultar a mí, ¿se puede hacer esto? Muy bien... Ya era la idea inicialmente mía. Pero, claro, en esto satisfacía muchas ambiciones, muchos deseos. Siempre he pensado, en este tipo de técnica de la conducción, yo digo siempre que si Dios bajara todos los días a la tierra a resolver el problema planteado entre los hombres, ya le habríamos perdido el respeto. Y no habría faltado un tonto que quisiera reemplazarlo (...). En política no hay nada directo (...) El conductor político es un hombre que hace por reflejo lo que el pueblo quiere. Él recibe la inspiración del pueblo, él la ejecuta, y entonces puede tener la absoluta seguridad que lo va a realizar mejor.</p> <p>(La eterna sabiduría de Perón, Youtube: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=3IGXgiWYexk">https://www.youtube.com/watch?v=3IGXgiWYexk</a>. Visitado: 1/9/2016).</p>



*deberá sustentarse en los mismos principios y debe ser de íntima estructura popular (1/5/49). Los opositores dicen que esto es fanatismo, que yo soy fanática de Perón y del pueblo, que soy peligrosa porque soy demasiado sectaria y demasiado fanática con el General Perón y con los descamisados de la patria (...). Yo les contesto con Perón: el fanatismo es la sabiduría del espíritu. Qué importa ser fanático en la compañía de los mártires y de los héroes (Ibídem).*

El Diccionario de la RAE define fanatismo como “*apasionamiento y tenacidad desmedida en la defensa de creencias u opiniones, especialmente religiosas o políticas*”, y es ese apasionamiento y es esa tenacidad desmedida la que –dos años después– la lleva a decir lo que sigue:

*Y si a mí me dieran a elegir entre todas las cosas de la tierra, yo elegiría entre todas ellas la gracia infinita de morir por la causa de Perón, que es morir por ustedes (...) ¡La vida por Perón! (1/5/1951).*

Los objetos de la política reciben la adoración que es propia e los objetos de la religión.

#### 4.2. El pueblo se siente nombrado.

Eva Duarte menciona al *pueblo*, que se siente nombrado, reconocido, admitido en una sociedad que lo ninguneaba, lo cual no le convierte en un actor político: el actor es Perón. Otra cosa, es la subjetividad compartida con la que los presuntos protagonistas vivían aquella historia. Se sentían protagonistas, pero vivían de prestado: la única realidad era la construcción semántica de Perón, con el auxilio de Eva Duarte.

#### 4.3. Los juegos de lenguaje religioso.

Hay un desplazamiento de las actitudes de veneración y adoración que son propias de los objetos que pertenecen al ámbito de la religión hacia los objetos sociales que conciernen al ámbito de la política, con las consecuencias cognitivas y políticas que ello conlleva: los dogmas no se discuten, los objetos adorados

no se cuestionan, y el que no está de acuerdo con el hombre providencial es un traidor a la patria.

Los juegos de lenguaje religioso parten de una división del mundo en dos ámbitos: el aquí y el ahora – lugar en el que se compite por el poder, y se ejecuta la política–, y el más allá –ámbito al que se recurre en búsqueda de un referente para legitimar esa política. Los tipos ideales de Weber dan cuenta de ello, y aunque el modelo racional-legal es unidimensional –y prescinde del recurso a la trascendencia–, ese recurso sigue rindiendo un servicio inestimable a determinadas causas políticas.

Si desde los tiempos de Maquiavelo “*el mundo político ha perdido su conexión no sólo con la religión o con la metafísica, sino también con todas las demás formas de la vida ética y cultural del hombre*”, y “*se encuentra solo, en un espacio vacío*” (Cassirer, 1947: 166), es cierto que, en algunos políticos, el recurso a Dios no ha caducado.

El populismo pertenece a esa categoría de discursos que apelan a la religión. Eva Duarte es ejemplo de ello, como vemos en el ejemplo siguiente.

*Hace diecinueve siglos y medio Dios eligió a los humildes pastores de Belén para anunciar el advenimiento de la paz a los hombres de buena voluntad. Sobre aquél mensaje, los hombres de mala voluntad han acumulado diecinueve siglos y medio de guerras, de crímenes, de explotación y de miseria, precisamente a costa del dolor y de la sangre de los pueblos humildes (...) Nosotros, un pueblo humilde, a quien la soberbia de los poderosos llamó “descamisado” (...) un pueblo que repite (...) la figura de los pastores evangélicos, hemos sido elegidos entre todos los pueblos (...) para recoger de las manos de Perón (...) el antiguo mensaje de los ángeles.*

El plus de legitimidad que le concede a Perón conjura el riesgo de las críticas al personaje, o las desalienta. El líder no solo tiene la legitimidad racional-legal –la de las urnas–, sino la de ser un enviado de Dios para realizar su obra entre los descamisados.

Tabla III. La ficción del pueblo como actor de la política.

<p>LA VERDADERA RELACION ENTRE PERÓN Y EL PUEBLO</p>	<p>No se asusten de mi sindicalismo, nunca mejor que ahora estará seguro el capitalismo, ya que también lo soy, porque tengo estancia y en ella operarios (...) Lo que quiero es organizar estatalmente a los trabajadores para que el Estado los dirija y les marque rumbos, de esa manera se neutralizarán en su seno las corrientes ideológicas y revolucionarias que pueden poner en peligro nuestra sociedad capitalista de posguerra.</p> <p>Para que los obreros sean más eficaces han de ser manejados con el corazón. El hombre es más sensible al comando cuando el comando va hacia el corazón que cuando va hacia la cabeza. También los obreros pueden ser dirigidos así.</p> <p>Discurso de la bolsa de comercio. Juan Domingo Perón (25/8/1944).</p>
--	---



Dicho en román paladino: Perón es *alter Christus*, que llega para redimir a los humildes, como llegó Cristo a los humildes pastores de Belén.

#### 4.4. Los cuatro planos de la actuación de Eva Duarte.

Eva Duarte apuntaló el mito de Perón con tres recursos eficaces en el orden persuasivo, que operan en tres planos: el de la inmanencia, el de la trascendencia y el de la legitimidad. Esa operación se presenta en la Tabla IV.

La semantización de Eva Duarte complementó la ejecutoria discursiva de Perón, y contribuyó a la creación de un mito destinado a perdurar (ver Tabla IV).

### V. CONCLUSIONES

1) La investigación confirma las cuatro hipótesis: el discurso de Perón se basa en los tres juegos del populismo latinoamericano. El juego de la dicotomía sustancial, o del enemigo declarado, consiguió reducir el mapa cognitivo de los ciudadanos a una alternativa binaria, en la que sólo una de las dos opciones era la decente: la otra era traición a la patria. El juego de la redención de la víctima –o la coartada del lazo social–, permitió a Perón fundamentar su protagonismo en una intervención del embajador norteamericano Braden, que quedó convertido en un actor nacional, hasta el punto de protagonizar el rol de candidato-de-la-oposición en la campaña electoral de 1946. El juego del personaje salvador quedaba suficientemente legitimado por el juego nº 2, y convertía a Perón en el salvador de la nación.

2) La investigación revela un elemento no contemplado en las hipótesis: Perón vertebró su estrategia en dos planos: el de la trascendencia, y el de la inmanen-

cia. En el primero, encontró legitimidad en la idea de que encarnaba una idea de redención, no ajena a los planes de Dios. En el segundo, consiguió legitimidad mediante un triángulo de actores: el enemigo - la víctima - el salvador.

3) Perón emite poca información y mucha comunicación, predominando en sus discursos la función expresiva (los sentimientos del emisor) y apelativa (la influencia en el receptor), y el referente último de sus mensajes no era otro que el propio Perón.

4) Quedó dicho que, cuando surge un líder que objetiva una versión divergente del universo simbólico de la sociedad, es portador de una definición de la realidad que se define como alternativa a lo existente, y el populismo impulsado por Perón es ejemplo paradigmático de esa objetivación.

5) Los discursos de Perón confirman que la agonística en la comunicación puede camuflarse de lazo social, pues –como dice Lyotard–, el lazo social está hecho de jugadas de lenguaje.

6) La intervención de Eva Duarte en la construcción del mito de Perón se revela en cuatro planos: el de la trascendencia, el de la inmanencia, el de la legitimidad y el de la historia. Las palabras de Eva Duarte confirman el intento de asignar una misión providencial a Perón, revalidando la hipótesis del juego de lenguaje religioso como recurso retórico para conseguir un plus de legitimidad a su liderazgo.

7) En esa operación, Eva Duarte hace uso de la metáfora de los argentinos como familia, y de la imagen del padre protector, que había sido acuñada por Perón en 1944.

**Tabla IV. Los recursos de Eva Duarte para construir el mito de Perón.**

PLANOS	RECURSOS	CONTENIDO
1) De la INMANENCIA	La identificación de Perón con la patria.	Sabemos que estamos ante un hombre excepcional, sabemos que estamos ante el líder de los trabajadores, ante el líder de la Patria misma, porque Perón es la patria y quien no esté con la patria es un traidor. (Eva Duarte, 1/5/1949).
2) De la TRASCENDENCIA	Creando un lazo entre el más allá y el poder.	Nosotros los peronistas concebimos el cristianismo práctico y no teórico. Por eso, nosotros hemos creado una doctrina que es práctica y no teórica. Yo muchas veces me he dicho, viendo la grandeza extraordinaria de la doctrina de Perón: ¿Cómo no va a ser maravillosa si es nada menos que una idea de Dios realizada por un hombre? ¿Y en qué reside? En realizarla como Dios la quiso. Y en eso reside su grandeza: realizarla con lo humildes y entre los humildes.
3) De la LEGITIMIDAD	A la legitimidad racional-legal y a la legitimidad de la gracia le sumó la legitimidad religiosa (Weber,1993).	Perón ha dicho que su doctrina es profundamente cristiana y también ha dicho muchas veces que su doctrina no es una doctrina nueva; que fue anunciada al mundo hace dos mil años, que muchos hombres han muerto por ella, pero que quizá aun no ha sido realizada por los hombres (...)

8) Lo anterior certifica lo que dice el filósofo alemán Ernest Cassirer: el mito es opaco para el silogismo. Opaco para el silogismo, pero diáfano, luminoso y entrañable para lo que Freud llamaba los lazos afectivos que atraviesan a las masas.

9) Perón y Evita instauraron una cultura política menos propensa a las instituciones que a los personajes carismáticos. En una sociedad en la que se ha consolidado ese desplazamiento desde la actitud que los individuos tienen hacia los objetos de la religión hacia los objetos sociales de la política –y en la que el adversario se convierte en enemigo–, la comunicación política genera la cultura del populismo, que está en una relación de restricción conjunta respecto a la cultura de la democracia: a más de una, menos de la otra, y a más enemistades menos cultura del pacto y de las concesiones mutuas, que es la propia de la democracia.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cassirer, E. (1947): *El mito del Estado*. México. FCE.

Duarte, E. (01/05/1949): Día del Trabajador, Plaza de Mayo.

\_\_\_(16/12/1949): Discurso ante la CGT, Teatro Colón.

\_\_\_(15/03/1951): Discurso.

\_\_\_(01/05/1951): Día del Trabajador, Plaza de Mayo.

\_\_\_(22/08/1951): Renunciamento de Eva Perón, Avenida 9 de julio.

\_\_\_(24/12/1951): Salutación de Navidad. Desde su lecho de enferma.

\_\_\_(01/05/1952): Día del Trabajador, Plaza de mayo

\_\_\_"Historia del Peronismo". 15/3/1951 En: [https://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=747018502099803&id=229882160480109&sub\\_story\\_index=0](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=747018502099803&id=229882160480109&sub_story_index=0) (Visitado: 6/3/2016).

\_\_\_(1955): *La razón de mi vida*. Buenos aires. Editorial Peuser.

Freidenberg, F. (2007): *La tentación populista. Una vía al poder en América Latina*. Madrid. Editorial Síntesis.

Iglesias, P. (13/6/2016): "Pablo Iglesias: Podemos no se explica sin la televisión, pero no solo por la televisión", *El País*.

Jakobson, R. (1981): *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Seix Barral.

\_\_\_(1988): "Lingüística y Poética". *Lingüística y Poética* (33). Madrid: Cátedra Lingüística.

Karpman, S. (2014): *A Game Free Life. The Definitive Book on the Drama Triangle by the Originator and Autor*. San Francisco CA: Drama Triangle Publications.

Laclau, E. (2005): *La razón populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Lakoff, G. (2007): *No pienses en un elefante*. Madrid: Editorial Complutense.

Lakoff, G. y Johnson, M. (2009): *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.

Larí, A. F.. (2011): *La Religión Populista. Una crítica al populismo posmarxista*. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano.

Luhmann, N. (1990): *Sociedad y Sistema. La ambición de la teoría*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Lytard, J. F. (1987): *La condición posmoderna. Informe sobre el saber*. Madrid: Ediciones Cátedra.

Morey, M. (1988): *El orden de los acontecimientos. Sobre el saber narrativo*. Barcelona: Ediciones Península.

Perón, J. D. (25/8/1944): "Discurso de la Bolsa de Comercio". En: [http://repositoriorecursos-download.educ.ar/repositorio/Download/file?file\\_id=da8289f8-a130-488d-b287-98decb485b3d](http://repositoriorecursos-download.educ.ar/repositorio/Download/file?file_id=da8289f8-a130-488d-b287-98decb485b3d)(Visitado: 7/7/2016).

\_\_\_(10/10/1945): Despedida de la Secretaría de Trabajo y Previsión.

Perón, J. D. (17/10/1945): Plaza de Mayo.

\_\_\_(01/01/1946): Campaña Electoral (Santa Fe).

\_\_\_(10/02/1946): Campaña Electoral (Rosario).

\_\_\_(12/02/1946): Proclamación de su candidatura.

\_\_\_(27/01/1949): Asamblea Constituyente Reformadora.

\_\_\_(01/05/1949): Día del Trabajador, Plaza de Mayo.

\_\_\_(01/05/1950): Mensaje a la Asamblea Legislativa.

\_\_\_(01/05/1950): Día del Trabajador, Plaza de Mayo.

\_\_\_(01/05/1951): Día del Trabajador, Plaza de Mayo.

\_\_\_(01/05/1952): Día del Trabajador, Plaza de Mayo.

\_\_\_(17/10/1952): Día de la Lealtad, Plaza de Mayo.

\_\_\_(01/05/1953): Día del Trabajador, Plaza de Mayo.

\_\_\_(25/04/1954): Clausura de la campaña electoral.

Perón, J. D.: Video "La eterna sabiduría del General Juan Domingo Perón". Youtube. En: <https://www.youtube.com/watch?v=3lGXgiWYexk> (Visitado: 20/06/2016).

Rey Morató, J. (2007): *Comunicación Política, Internet y Campañas Electorales*. Madrid: Tecnos.

\_\_\_(2008): "El populismo latinoamericano y la comunicación política: tríada perversa, agonística y lazo social". En M. G. Gurrionero y M. J. Camel: *Estudios de Comunicación Política*. Madrid. ACOP / Facultad de Ciencias de la Información.

\_\_\_(2010): "Los políticos siguen enredados en los viejos juegos de lenguaje". *Clarín digital* (en línea). 28 de mayo de 2010. (Fecha de consulta: 3 de marzo de 2014). Entrevista de FabiánBosser en Clarín, Buenos Aires. Visitado: En: <http://edant.clarin.com/suplementos/zona/2010/05/02/z-02190155.htm> (Visitado: 7/3/2016).

Salmon, C. (2008): *Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Barcelona: Ediciones Península.

Salmon, C. (2011): *La estrategia de Sherezade. Apostillas a Storytelling*. Barcelona: Ediciones Península.

\_\_\_(2013): *La ceremonia canibal. Sobre la performance política*. Barcelona: Ediciones Península.

Silva-Herzog Márquez, J. (2006): "La razón populista, de Ernesto Laclau", *Letras Libres*. En: <http://www.letraslibres.com/revista/libros/la-razon-populista-de-ernesto-laclau> (Visitado: 10/05/2016).

Waisbord, S. (2013): *Voz Populista, medios, periodismo, democracia*. Barcelona: Gedisa Editorial.

Weber, M. (1993): *Economía y Sociedad*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

Wittgenstein, L. (1988): *Investigaciones Filosóficas*. Barcelona: Editorial Crítica.

Zanata, L. (2015): *El Populismo*. Zaragoza: Kats Editores.