

**Propaganda do regime Peronista:  
O uso dos meios de comunicação para a divulgação do governo de Juan Domingo Perón (1946-1955).**

Daniele Leonor Gonçalves<sup>1</sup>  
Kalina Fernandes Gonçalves<sup>2</sup>

**RESUMO**

O uso dos meios de comunicação e da propaganda compõe um aparato essencial para manter um regime, seja qual for sua natureza. Esse artigo visa compreender, através de uma discussão bibliográfica, como Juan Perón no seu primeiro mandato (1946-1955) ministrou a propaganda do regime e controlou os meios de comunicação. O peronismo teve grande influência dos nazistas no que se diz da organização da propaganda e dos meios de comunicação, por isso uma breve abordagem será feita a respeito da inspiração nazista. O que era divulgado e como era divulgado serão as questões centrais do artigo que pretende analisar o conteúdo e a forma da propaganda peronista.

**Palavras-chave:** Perón, Propaganda, meios de comunicação.

**Advertising of Perón's regimes:  
The use of communication media for Juan Domingo Perón's (1946-1955) government  
divulgation.**

**ABSTRACT**

The use of means of communication and publicity compose an essential way to maintain a political system, independent of their nature. This article intends to understand, using a bibliographic discussion, how Juan Perón in your first mandate (1946-1955) did use of the publicity and controlled the means of communication. The peronismo had large influence of the Nazism when we think about the organization of the publicity and the means of communication, because of this a little approach will be done about the Nazism inspiration. What was released and how this was released will be the central questions of this article that wants analyses the contend and form of publicity of Perón.

**Keywords:** Perón, publicity, means of communication.

---

1 Graduada em História pela Universidade Federal de Viçosa. Email: dani.historia13@bol.com.br  
2 Graduada em História pela Universidade Federal de Viçosa. Email: kalinafg@bol.com.br

### Introdução

É de grande importância estudar como Perón aparelhou sua propaganda política e como ela chegou às massas, pois acreditamos que a propaganda faz parte da construção de um mito imaginário que por si é essencial para a legitimação de um governo, de um regime, etc. Mito tem um significado amplo, mas é usado neste contexto de forma simplificada como, de forma simplificada, uma representação de fatos ou pessoas que é realçada de forma exagerada pelo imaginário popular e/ou pela tradição (FERREIRA, 1999). Segundo Lévi-Strauss “a originalidade dos mitos reside em sua capacidade de manter uma relação simultânea com o passado, o presente e o futuro” (NEIBURG, 1997. p. 86). Nessa relação o imaginário é aqui identificado como:

A elaboração de um imaginário é parte integrante da legitimação de qualquer regime político. É por meio do imaginário que se podem atingir não só a cabeça, de modo especial, o coração, isto é, as aspirações, os medos e as esperanças de um povo. É nele que as sociedades definem suas identidades e objetivos, definem seus inimigos, organizam seu passado, presente e futuro. O imaginário social é constituído e se expressa por ideologias e utopias sem dúvida, mas também – e é o que me interessa – por símbolos, alegorias, rituais, mitos. Símbolos e mitos podem, por seu caráter difuso, por sua leitura menos codificada, torna-se elementos poderosos de projeção de interesses, aspirações e medos coletivos. (CARVALHO, 1990. p. 10)

Com essa colocação de José Murilo Carvalho sobre a construção do imaginário e legitimação do poder, pode-se dizer que o governo de Perón foi amplamente bem sucedido, pois permeou e ainda permeia o imaginário argentino de forma intensa. O peronismo soube utilizar a propaganda para penetrar no imaginário popular que contribuiu de forma efetiva para legitimar o regime.

A proposta apresentada nesse trabalho é analisar, através de uma discussão bibliográfica, o peronismo em relação ao controle dos meios de comunicação. O objetivo é compreender como Perón durante seu primeiro mandato (1946-1955) organizou a propaganda política do seu governo na Argentina e como essa propaganda contribuiu para formar um imaginário popular que iria ser um grande pilar legitimador do peronismo.

Primeiramente discutiremos conceitos chaves para o trabalho: propaganda política, populismo e o peronismo, para tanto foram utilizados verbetes do Dicionário de política e textos dos autores Federico Neiburg, Maria Helena Capelato e Octávio Ianni. Logo após, tratar-se-á do contexto histórico do populismo na Argentina que será a partir da crise de 1929 até o fim do primeiro mandato peronista.

Na segunda parte do trabalho iremos discutir a influência nazista na manipulação, realizada por Perón, dos meios de comunicação. Abordaremos o que era divulgado e como era divulgado o regime peronista pelo fundador, faremos então as considerações finais.

### **Populismo, Peronismo e Propaganda: breve discussão de alguns conceitos.**

Para melhor entendimento do tema desse trabalho faremos uma breve discussão dos conceitos de populismo e peronismo utilizando a obra de Norberto Bobbio, Dicionário de Política. O conceito de propaganda será também analisado, visto que o tema principal desse trabalho é o uso dos meios de

comunicação pelo regime peronista. Os conceitos utilizados têm como objetivo auxiliar e colaborar com a análise, além de servir como um ponto de partida para a discussão.

O termo Populismo é definido como as “fórmulas políticas cuja fonte principal de inspiração e termo constante de referência é o povo, considerado como agregado social homogêneo e como exclusivo depositário de valores positivos, específicos e permanentes” (BOBBIO, 1986. p. 980). Para entender o termo populismo é necessário compreender o entendimento da palavra povo. Segundo o Dicionário, o populismo se diferencia dos movimentos de classe e dos interclassistas, pois este tem como fundamento a homogeneidade das massas populares, para essa concepção a divisão não está entre classes, mas sim entre povo e “não-povo”. (BOBBIO, 1986. p. 981)

O não-povo está associado a tudo o que é “extrínseco a um povo histórico, territorial e qualitativamente determinado” (BOBBIO, 1986. p. 982). Segundo o Dicionário, é essa concepção de embate entre povo e não-povo, essa radicalização de extinguir tudo aquilo que é não-povo, que deu ao populismo uma constante feição racista, xenófoba, pois entendia tudo que era estrangeiro como algo a se combater; a busca ao nacionalismo tomava um formato de distanciamento ao que era de “fora” do país, ao que se caracterizava, portanto, como “não-povo”. Por essa via o populismo inspirou-se em regimes nazi-fascistas, pois esses regimes também defendiam em suas ideologias um nacionalismo “radical”, que projetava uma superioridade de sua nação em uma supressão das nações estrangeiras, ditas “inferiores”. Em regimes como na Argentina e no Brasil essa discriminação se volta contra categorias econômicas e culturais, ou até mesmo ideológicas, foi desta forma que regimes populistas militares se voltaram contra o comunismo (BOBBIO, 1986. p. 981-982).

O termo populismo foi utilizado para definir “ideologicamente os processos de transição, particularmente da fase aguda dos processos de industrialização” (BOBBIO, 1986. p. 985). Portanto, o populismo seria segundo o Dicionário “um recurso natural de uma sociedade em crise, dividida entre o setor tradicional e o setor moderno” (BOBBIO, 1986. p. 984). Essa definição diz respeito à contextualização histórica dos períodos que se construíram os governos ditos populistas, mas muitas singularidades envolvem esses governos. Maria Helena Capelato aponta essa dificuldade da utilização do termo, para quem “agrupar diferentes personagens e movimentos e defini-los a partir de um mesmo conceito implica a homogeneização de políticas muito distintas” (CAPELATO, 2001. p. 135). Segundo a autora as análises que caem sobre o termo populismo geralmente dividem-se em duas vias: os generalistas e os particularistas. Os generalistas, na tentativa de construir um conceito que abarca diferentes fenômenos, subestimam as particularidades significativas, incluindo-as em categorias amplas. Já os particularistas na busca pela desconstrução dos diferentes conceitos de populismos ressaltam peculiaridades e diferenças de fenômenos similares para argumentarem que fenômenos como o varguismo e o peronismo são um tanto distintos e não podem ser enquadrados dentro de um mesmo conceito. Capelato discorda dessas abordagens e aproxima-se de outras análises que segundo ela:

(...) nas últimas décadas, retomaram o estudo do chamado populismo estão trilhando um caminho inverso ao percorrido na elaboração das interpretações generalizantes: privilegiam as particularidades nacionais e os recortes mais específicos, sem, contudo, perder de vista a totalidade na qual se inserem. A reconstrução histórica em perspectiva

comparada de vários “populismos” pode contribuir para a compreensão dos aspectos comuns, bem como das especificidades (CAPELATO, 2001. p. 141).

Assim Maria Helena Capelato corrobora com Alberto Ciria quando ele esse afirma que é interessante e frutífero fazer comparações entre diferentes experiências, entretanto Capelato alega que não há como diante de fenômenos tão desiguais, caracteriza-los em um conceito único.

Na outra vertente dessa discussão, Octavio Ianni analisa que através dessas experiências populistas latino-americanas, apesar de algumas diferenças, é possível identificar o que seria o Estado populista (IANNI, 1989. p. 85). No entanto, como já foi dito essa é uma ampla discussão e não vamos nos deter nela, pois não é essa a nossa proposta, visto que essa discussão mereceria um trabalho extenso.

O segundo termo a ser abordado é o Peronismo que tem sua definição dada pelo Dicionário de política como “o movimento político criado por Juan D. Perón, quando foi presidente da república Argentina (1946-1955)” (BOBBIO, 1986. p. 923). Para diferenciar o movimento Peronista do seu partido político, o presidente Perón destacava o caráter heterogêneo do peronismo, segundo o qual era constituído por além do partido, organizações sindicais e outras forças como estudantis, esportivas, etc. Essa representação heterogênia seria uma forma de abarcar a totalidade “dos interesses nacionais” (BOBBIO, 1986. p. 923).

Para Federico Neiburg a palavra peronismo permite como poucas “uma referencia tão ampla de sentidos” (NEIBURG, 1997. p. 14). Para o autor, a palavra nomeia o movimento político identificado pela figura de Perón; o período de 1945 à 1955 da história Argentina; o partido político criado por Perón, que ainda sobrevive com outra denominações; além de fazer referência à identidade política. Neiburg ainda afirma que o “adjetivo *peronista* serve para descrever uma doutrina política, um tipo de governo, uma forma de discurso” (NEIBURG, 1997. p. 14-15). Dessa profusão de significados do termo peronismo é posto em vários sentidos diferentes como uma forma polêmica e apaixonada, que recai sobre questões da identidade nacional e de ideologias ainda presentes na Argentina. Ainda segundo Neiburg a maior prova da dimensão do peronismo está nas mitologias nacionais mais reconhecidas que se atualizam em torno desse termo (NEIBURG, 1997. p. 85). Portanto, o peronismo evoca em seu significado uma gama de sentidos muito complexos, tanto em termo práticos como principalmente em termos ideológicos, que vão muito além da definição descrita pelo Dicionário.

De acordo com a definição dada pelo Dicionário a palavra de ordem lançada pelo movimento peronista era: “Justiça social” que, baseada na melhoria de vida dos trabalhadores acentuava o caráter inter-classista do movimento; “independência econômica” diante do capital estrangeiro e “terceira posição” que seria atitude de neutralidade frente aos dois blocos durante a guerra fria (BOBBIO, 1986. p. 923). Essa terceira posição é chamada por Perón de a “*tercera via*” (ALTAMIRANO, 2002. p. 220), que segundo ele era a busca do Estado peronista por uma política soberana, que estaria entre os excesso do individualismo e a dominação do coletivismo (ALTAMIRANO, 2002 .p. 220).

A Justiça social se baseava na defesa de um estado interventor, no qual asseguraria um equilíbrio social, diferente do estado liberal. O Estado permearia as relações sociais e as relações de trabalho, os trabalhadores se fariam representar através dos sindicatos. Essa organização era para Perón um princípio

obrigatório, que estabeleceria a “unidade nacional” (ALTAMIRANO, 2002. p. 216).

O terceiro conceito a ser discutido é o de Propaganda definido pelo Dicionário de política como uma difusão de mensagens visando criar uma imagem positiva ou negativa de determinados fenômenos (pessoas, instituições, movimentos, etc) e a estimular determinados comportamentos. “Propaganda é, pois, um esforço consciente e sistemático destinado a influenciar as opiniões e ações de um certo público ou de uma sociedade total” (BOBBIO, 1986. p. 1018). De acordo com o Dicionário a palavra adquiriu uma conotação negativa, pois é frequentemente ligada a idéia de manipulação das massas por parte de pequenos grupos, essa conotação negativa foi reforçada pelos regimes totalitários, que utilizaram amplamente da propaganda como forma de manipulação.

Segundo o Dicionário, em regimes totalitários e autoritários a propaganda é firmemente controlada pelo Estado ou partido dominante, “tendo em vista a expansão e consolidação do regime, para inculcar na população uma versão simplificada da ideologia oficial e para combater as formas internas de oposição” (BOBBIO, 1986. p. 1019). O Dicionário define ainda as duas principais direções da propaganda: a interna, direcionada para o sistema político e a externa utilizada nas relações entre Estados.

Essas definições e argumentações utilizadas do Dicionário de política nos servirão para tentar definir o uso da propaganda pelo regime peronista. Certamente os usos de algumas palavras chaves já nos saltam aos olhos, como a manipulação de massas, o combate às oposições, a divulgação da ideologia, etc. Tentaremos chegar às repostas do que era e de como era divulgado pelo governo de Perón. Para tanto se faz antes necessário uma breve contextualização do populismo na Argentina.

### **Perón, populismo e argentina.**

O texto apresentado abaixo é uma contextualização da Argentina no período de 1929 a 1955, tendo dando ênfase aos anos de 1946 a 1955, período na qual Perón governou a Argentina. Para isso utilizamos obra da Maria Ligia Prado sobre populismo na América Latina (PRADO, 1985).

A Argentina até por volta de 1929 viveu em prosperidade econômica na qual o modelo agroexportador, baseado na exportação de carne e cereais, era o pilar da sua prosperidade. Após 1929, com a quebra da bolsa de Nova Iorque o modelo agroexportador da Argentina entra em profunda crise.

Em seis de agosto de 1930 ocorreu um golpe de estado sob o comando do Tenente general J. F. Uruburi representante dos interesses. Das oligarquias e a partir daí a Argentina inicia a chamada década infame que se caracterizou por constantes fraudes eleitorais, por perseguição ativa contra os opositoristas entre eles comunistas, anarquistas e socialistas além da forte dependência em relação à Inglaterra devido ao pacto Roca - Runcimam (1933), no qual a Argentina fazendo concessões ao capital inglês ficou fortemente atrelada ao capital estrangeiro.

Já em 04 de novembro de 1943 é aplicado um outro golpe de estado por parte também dos militares liderados pelo General A. Rawson logo substituído pelos agroexportadores que procuravam manter uma fachada liberal. O golpe de 1943 apresentava-se como nacionalista, expansionista, antiliberal e antidemocrático que daria início a uma nova fase moderna e industrializante à Argentina.

Com o golpe de 1943 assume a presidência E. J. Farrell tendo na *Secretaria de Trabajo y Prevision* o coronel Juan Domingo Perón que fazia parte da GOU (*Grupo dos Oficiais Unidos*), além de secretário Perón também era vice-presidente da república e ministro da Guerra. Nessa secretaria Perón criou o Estatuto do Peão que constava diversos direitos sociais dos trabalhadores, Juan Perón vislumbrava nos mesmos um ator político em ascensão que poderia ser útil, isso possibilitou adesão das massas ao peronismo. Por outro lado Perón procurou desarticular os sindicatos mais ativos e independentes através de diversos meios como o uso da violência. Segundo Carlos Altamirano A *Secretaria de Trabajo e Prevision* foi uma evidência de que o Estado ambicionava intervir na relação patrão e empregado, ou seja, interferir nas relações sociais para garantir a ordem social (ALTAMIRANO, 2002. p. 215-216).

As medidas tomadas por Perón desagradaram às classes dominantes, aos socialistas e aos comunistas que solicitavam ao presidente a saída de Perón da secretaria. E. J. Farrell por pressão acabou exilando Perón para a Ilha de Martín García em 12/10/1945. Em 17/10/1945 Perón por motivos de saúde retorna a Buenos Aires internando-se no Hospital Militar, com autorização do presidente.

No hospital, Perón assiste a uma manifestação de apoio por parte dos trabalhadores. A partir desse momento Perón aponta como um candidato natural à presidência da Argentina tendo como base eleitoral a massa trabalhadora. Em 24/10/1945 era fundado o Partido Laborista (PL) que apoiava a candidatura de Perón-Quinjano à presidência. Perón disputa as eleições de 24/02/1946 com José P. Tamborini e Enrique Mosca, apoiado pela União Democrática e vence.

Perón chega ao poder, na Argentina em 04 de junho de 1946, através de vias legais, isto é, a eleição, como candidato do Partido Laborista. O primeiro período de seu governo de Perón (1946-1952) caracterizou-se por uma prosperidade econômica na qual a Argentina no contexto da II Guerra Mundial havia acumulado divisas no exterior e estava em débito com países como a Inglaterra, isso possibilitou a Perón conceder vários benefícios sociais e melhorias nas condições de vida dos trabalhadores como o aumento de salários.

Segundo Maria Helena Capelato o governo peronista caracterizou-se por um viés autoritário à medida que o Estado passou a exercer um papel de interventor nas relações sociais sob o lema de garantir o equilíbrio social. Essa ação tutelar do estado se deu através do controle dos sindicatos e de uma política paternalista e corporativista. Em contraposição houve um caráter democrático, pois “concedeu” certa expressão política aos trabalhadores inseridos nos sindicatos legalizados além da melhoria de condições de vida dos mesmos (CAPELATO, 2001).

O nacionalismo também se tornou um aspecto do governo peronista, pois, segundo Carlos Altamirano, ele fundamentou seu discurso em uma tríade nacionalista: independência econômica, unidade nacional e justiça social. A independência econômica consistia na privatização de empresas e desenvolvimento econômico com o próprio capital argentino, a unidade nacional argentina consistia em ser chefiada pelo Estado assim como a Justiça social que seria o equilíbrio social, ou seja, a intervenção do Estado nas relações sociais na Argentina.

Medidas autoritárias foram tomadas por Juan Perón, como a dissolução do Partido Laborista que em seu lugar foi criado o Partido Único da Revolução posteriormente denominado de Partido Peronista. A partir daí o estado personificava-se na figura de Perón (ALTAMIRANO, 2002).

Em 1º de maio de 1949 é jurada uma nova constituição chamada de Justicialista na qual poderia haver reeleição. Essa nova constituição veio atrelada a uma política de censura, na qual Perón montou um aparelho de propaganda e repressão de grande envergadura que procurou atemorizar e silenciar toda e qualquer oposição. O governo impediu que discursos de outros partidos fossem ao ar nas rádios, fechou jornais e etc.

Em 11 de novembro de 1951, Perón-Quinjano foram reeleitos. Entretanto as reservas monetárias haviam caído drasticamente, a inflação aumentava, os investidores temiam aplicar seus capitais na Argentina por se sentirem inseguros, etc. Junto a todas essas crises eclode um conflito entre o Perón e a Igreja católica, no qual são trocadas diversas acusações o que, segundo Maria Ligia, o que desagradava a Igreja católica era o excesso de atenção que Perón prestava a massa trabalhadora. Algumas medidas tomadas por Perón aborreceram a Igreja como em 1955 a separação Igreja e Estado, a revogação do ensino religioso etc. Perón começa a perder apoio, os opositores como a própria Igreja se empenham cada vez mais em combatê-lo.

Um conflito com a Aviação Naval fez com que em 15 de junho a Casa Rosada sofresse um atentado, no entanto Perón não se encontrava no local, e os adeptos do Peronismo regiram em forma de protesto. Com isso outro componente de apoio retira-se da base peronista: os militares. A partir daí Perón se viu privado de seus principais colaboradores e torna-se vulnerável a investidas oposicionistas.

Em 16 de setembro de 1955 um levante militar iniciado em Córdoba, liderado pelo general Lonardi, futuro presidente argentino, avançava em direção a Buenos Aires. Em 22 de setembro, Perón renunciava, descartando qualquer possibilidade de luta civil, e dirigiu-se ao exílio no Paraguai, passando pela República Dominicana de Trujillo, para finalmente se instalar na Espanha de Franco. Não se pode deixar de notar que os países por ele escolhidos para refúgio se distinguiam pelo mais forte conservadorismo, gravitando em torno da órbita norte-americana.

### **A Propaganda e o peronismo: a influência nazista**

Em regimes totalitários como foram o nazismo e o fascismo italiano os meios de comunicação e por conseqüência a propaganda política adquiriram importância extrema. Grande parte do autoritarismo desses regimes totalitários provém da necessidade do Estado de controlar sindicatos, partidos, meios de comunicação e demais organizações. No caso dos meios de comunicação, que no momento é o que nos interessa, o Estado totalitário precisava organizar um aparelho de repressão para apoderar-se dos mesmos na finalidade de conseguir uma extensa base popular.

O governo precisa de apoio da população para o esforço de reerguimento econômico do país e para garantir sua própria sobrevivência política. Para mobilizar a população planeja-se uma política agressiva de comunicação, muito mais rigorosa na Alemanha do que na Itália. (MELO, 1981).

Na Alemanha de Hitler a relação autoritária do Estado para com os meios de comunicação se deu de forma mais intensa. Em 1934 o então ministro da Informação e Propaganda, Joseph Goebbels,

considerava a propaganda “como arma mais eficaz de conquista do poder, edificação e consolidação do Estado” (CAPELATO, 1998) que era utilizada para que o Estado mantivesse um constante contato com a população, pois “mais do que instrumento do poder ela era considerada o poder” (CAPELATO, 1998). Segundo Capelato é essa concepção de propaganda que deu sentido ao controle dos meios de comunicação realizada pelo regime peronista na Argentina.

Apesar da influencia do nazismo o governo peronista não pode ser conceituado como um regime totalitário, como no caso da Alemanha nazista.<sup>3</sup> Capelato também discute o uso do termo e se apóia na afirmação de Roberto Romano na qual argumenta que o uso da definição “não se aplica, em sua plenitude, a nenhum país americano”, (CAPELATO, 1998. p. 31) ainda segundo o autor, sobre os governos da América do Sul, nem mesmo “os casos mais conspícuos de regimes autoritários dos anos 30-40, o argentino e o brasileiro, não se mostram adequados ao conceito”.<sup>4</sup>

### Mitos e símbolos

A organização da propaganda peronista inspirou-se na propaganda nazista com a utilização de mensagens de forma a sensibilizar as massas tanto para práticas políticas como para a sustentação do poder. Além disso, o peronismo surge no momento de crise, como já havíamos abordado, portanto se posto para um governo em ascensão a necessidade de legitimar o poder, a propaganda é utilizada de forma intensa e agressiva para incutir um sentimento coletivo (CAPELATO, 1998). Diferente de Vargas a propaganda peronista objetivava estimular paixões e sentimentos, entretanto esse apelo emocional estava sob a tutela do Estado.

(...) as paixões eram estimuladas porque as mensagens se dirigiam às massas populares que apoiavam o regime. Perón tornou-se líder político por meio das massas e delas dependeu, durante todo o seu governo, para fazer frente às oposições e manter-se no poder. (CAPELATO, 1998. p. 257)

A repressão as expressões contrarias ao governo tem o sentido de negar a “pluralidade da vida social”, existente nas democracias, a proposta no peronismo era uma sociedade unida e harmônica, e a propaganda se incumbia desse dever (CAPELATO, 1998). A massa tinha uma nova imagem com Perón, de monstro e perigosa como era vista pelos nacionalistas passou a ser trabalhada por Perón, através da propaganda, como uma massa ordeira e pacífica, não cabendo movimentos autônomos dentro dela (CAPELATO, 1998). Como mostramos, Perón percebia a necessidade de controlar e influenciar a massa para manter-se no poder, a censura fazia parte do grande aparato de controle de Perón sobre a população,

3 De acordo com o Dicionário de política, o regime totalitário é identificado em três aspectos centrais: uma ideologia oficial, governo monopartidário e no terror policial. Outras características permeiam o significado de totalitarismo, como: ser considerado uma nova forma de dominação política, pelo seu poder de penetração e de mobilização da sociedade; a monopolização de todos os poderes da sociedade; a utilização de modernas técnicas de propaganda; a personificação do poder nas mãos de um líder; entre outras definições que variam de autor para autor. O totalitarismo é utilizado para caracterizar regimes fascistas e comunistas. BOBBIO, Noberto., MATTEUCCI, Nicola., GIANFRANCO, Pasquino. *Dicionário de Política*. Brasília, Editora da UnB, 1986.

4 ROMANO Apud CAPELATO, Maria Helena. *Multidões em Cena: propaganda política no varguismo e no peronismo*. 1ª Ed. Campinas São Paulo: Editora Papirus, 1998. p. 31

sufocando vozes discordantes ao mesmo tempo em que glorificava as ações e qualidades do governo investindo principalmente na figura de seu chefe. O monopólio dos meios de comunicação dava-se basicamente dessas duas formas: censura e propaganda. Um dos principais elementos da propaganda peronista, o mito Perón e Eva, deu-se na confluência dessas duas formas.

Apesar do tratamento que Perón oferecia para com a propaganda, a censura e o controle dos meios de comunicação ser inspirado nos regimes totalitários, o governo peronista como um todo não se enquadra como tal.

O regime peronista utilizou intensamente o uso de símbolos e mitos para sensibilizar e construir um imaginário social. Esse imaginário remete geralmente a um passado e visualiza um futuro ideal, para tanto são utilizados elementos tradicionais para a construção desses novos símbolos e mitos. O peronismo utilizou referências do cristianismo e hispanismo e idéias como o justicialismo na construção desses símbolos. Segundo Capelato: “A propaganda política vale-se de idéias e conceitos, mas os transforma em imagens e símbolos; os marcos da cultura são também incorporados ao imaginário que é transmitido pelos meios de comunicação” (CAPELATO, 1998. p. 36).

No peronismo o mito de unidade nacional é ligado diretamente à imagem do líder, isso é uma característica recorrente nas políticas de massas como a do nazi-fascismo, as propagandas vinculavam a mensagem de que o dever do líder era o de proteger as massas e cabe a elas “venerá-lo e apoiá-lo” (CAPELATO, 1998. p. 257).

Nos governos de massas a utilização de símbolos e imagens tinha a intenção da manutenção e a legitimação do poder político, o governo de Perón utilizou símbolos com essas intenções. Entre os símbolos utilizados pelo governo encontra-se o “*escudito*”, um distintivo que servia para identificar as pessoas leais ao regime peronista, o *escudito*. Era feito com representações da bandeira da Argentina e também foi utilizado uma versão para as crianças do distintivo. Outro símbolo intensamente utilizado foi a imagem da justiça que remetia as idéias divulgados pelo governo de justiça social, a doutrina justicialista. O símbolo da justiça foi colocado em revistas, livros escolares e álbuns. Além da divulgação de símbolos católicos, heróis e grandes acontecimentos nacionais, a utilização intensa de imagens de Perón e Eva Perón. Havia uma intenção de divulgação desses símbolos entre as crianças, difundidos nas escolas eles tinham o objetivo de formação do “pequeno cidadão”.

Na construção de imagens também teve espaço a uma caracterização dos opositores ao regime, os “antiperonistas” que compunham o bloco de inimigos do regime, entre eles o imperialismo e os políticos corruptos das oligarquias chamados de “vende-pátria” e os comunistas. Essa identificação tinha a intenção de colocar a sociedade com imagens dicotômicas, de um lado os argentinos denominados “peronistas”, do outro os inimigos da pátria, caracterizado como, “antiperonistas” (CAPELATO, 1998).

Entre o uso de mitos falaremos de dois dos mais importantes divulgados pelo governo: o mito do discurso de 17 de Outubro e o mito chamado Eva Perón.

O movimento de 17 de Outubro de 1945 é denominado de “acontecimento-mito”, o movimento foi caracterizado assim pela mobilização em parte espontânea das massas populares que se convergiram a Praça de Maio que se localiza a sede do executivo, onde ouviram um discurso de Perón. A Praça de

Maior tornou um dos maiores símbolos do governo de Perón, relacionando o movimento à continuidade da independência da nação e da vitória peronista. A partir de 1946 o dia de 17 de outubro virou feriado nacional e comemorado como uma das mais importantes datas cívicas.

Federico Neiburg discute o acontecimento como um mito de origem do peronismo, que remete uma característica fundamental do governo peronista, ou seja, a sua ligação com o povo. A mobilização das massas naquele dia levou a vários questionamentos sobre a utilização desse mito como manobra política. O acontecimento-mito é mencionado na imprensa como o início da “Nova Argentina”, o mito acabou se caracterizando como Neiburg o chamou, de mito de origem do peronismo (NEIBURG, 1997).

### O mito Evita Perón

Ao se falar sobre Eva Perón é relevante que se trate de um símbolo de grande importância que foram os “descamisados”.

Segundo Maria Helena Capelato o termo “descamisado” adquiriu um novo sentido com o peronismo (CAPELATO, 1998. p. 55). Este termo passou a referir-se ao povo, mas de forma positiva como o amigo do chefe, o povo trabalhador. A figura de Eva Perón foi trabalhada como redentora da massa. Como afirmou Eva Perón:

Para mim, descamisado é o que se sente o povo (...) que ama, sofre e goza como povo mesmo que não se vista como povo. Descamisado é o que esteve na Praça de Maio no 17 de Outubro, ou quis estar. Descamisado é o povo, culturalmente inferior, que aceita, com honra, essa inferioridade, porque, no fundo, se sente forte por meio de seu líder e potencialmente superior porque, por seu intermédio, se sente ascender a uma nova dignidade.<sup>5</sup>

Eva Perón Nasceu nos Pampas e veio para Buenos Aires na adolescência para tentar carreira de atriz, passou a dedicar-se a essa atividade no rádio-teatro quando conheceu Juan Perón. Tempos depois os dois se casaram e Eva abdica da carreira de atriz para tornar-se a 1ª dama da Argentina.

Com Perón na presidência, Eva Perón dedica-se a uma vida política ativa principalmente perante as massas. De acordo com Maysa Navarro a presença de Evita na política encontrou forte resistência por parte daqueles que defendiam que as mulheres não deveriam possuir direito civis. Entretanto Eva Perón supera essa resistência e tornar-se um importante mito da propaganda peronista (ALTAMIRANO, 2002. p. 318).

Para Capelato a revolução anunciada com o golpe de 1943 apresenta um ideal de sociedade harmônica sob a liderança de Perón. Assim Perón seria o salvador de uma Argentina desequilibrada. O mito Eva Perón insere-se no contexto dessa política, a sua figura feminina apresenta nesse quadro, a salvadora (CAPELATO, 1998. p. 269).

Enquanto Perón como figura masculina atuava na vida pública com políticas racionais, Eva Perón como figura feminina representava o sentimento, a emoção. Evita Perón, como passou a ser chamada, apesar de ter feito intenso trabalho em prol do sufrágio universal feminino, tinha um discurso

5 PERÓN, Eva. Apud CAPELATO, Maria Helena. Ibidem. P. 55.

de que as mulheres deveriam ser submissas e renunciar a seus maridos como ela fez com Perón.

A propaganda peronista usava de um mito positivo entorno de Eva Perón para promover o peronismo. Segundo Maria Helena Capelato o “mito positivo constrói sua imagem de pureza a partir do nascimento: nascida inocente e pobre nos Pampas, foi para Bueno Aires, na adolescência, para se dedicar à carreira de atriz. Esse percurso do interior rural para a cidade era o caminho sonhado por muitos argentinos numa época de forte movimento migratório”. A sua morte em 1952 acentuou a sacralização do seu mito como a mártir da pureza feminina que deu a vida pela nação Argentina (CAPELATO, 1998. p. 271).

No entanto, do lado dos antiperonistas havia um mito negativo de Eva Perón como uma mulher de instintos impulsivos e emoções violentas que conseguia um domínio maléfico sobre as massas e Perón (CAPELATO, 1998. p. 273).

Os discursos de Evita Perón contribuíram de forma significativa para a propaganda do regime peronista. A sua relação com os “descamisados” foi intensa, em um dos seus discursos na campanha para eleição de Juan Perón, Evita afirma:

Han de comprender que yo, como mujer Del pueblo, al que em ningún momento he de olvidar, lucharé a la par del coronel, que si abrazó la bandera de los descamisados fue perseguiendo un ideal que no sabe de traiciones ni de renunciamentos.<sup>6</sup>

Segundo Neiburg independente do mito positivo ou negativo de Eva Perón, esse faz parte dos maiores enigmas nacional dos argentinos. O seu mito alimenta de forma rica o debate sobre o peronismo e atua de forma efetiva na invenção do imaginário social argentino (NEIBURG, 1997. p. 116).

As imagens divulgadas pelo regime peronista representam bem o forte apelo de divulgação do imaginário peronista. Atrair as massas de forma mítica e encontrar apelo aos pobres a quem o governo chamava de descamisados. O excelente exemplo é analisado por Maria Helena Capelato, uma ilustração de capa de um texto de leitura para o 3º grau com o nome de *Mensaje de Luz*. De acordo com Capelato:

(...) a representação do chefe aí aparece ao lado da esposa Eva, com quem compartilha o poder divino de emanção da luz. Essas figuras iluminam, do alto, o povo/criança. Seu poder ultrapassa o da Igreja, figurada num plano abaixo: o facho de luz que deles emana irradia-se até o interior de um lar, evocando harmonia, proteção e bem-estar (CAPELATO, 1998. p. 259).

A propaganda cria a representação de uma sociedade harmônica, como pretendia as concepções políticas, além de mostrar valores divulgados pelo governo como a família e a Igreja. Tudo apresentado em uma dimensão mítica, a sociedade unida diante dos olhos tutelares do líder Perón.

### Controle e propaganda

Para a realização do monopólio nos meios de comunicação, no sentido de conter a oposição e

6 PERÓN, Eva. Apud ALTAMIRANO, Carlos. ALTAMIRANO, Carlos. Ideologías políticas y debate cívico. In: TORRE, Juan Carlos. *Nueva Historia Argentina. Los anos peronistas (1943 – 1955)*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana, 2002. p 327.

de penetrar suas ideologias, o governo peronista utilizou principalmente o uso da imprensa periódica e em seguida a utilização do rádio. A imprensa e o rádio foram controlados e utilizados para a propaganda política na Argentina de forma mais intensa do que pelo governo de Getulio Vargas no Brasil, o avanço da radiodifusão argentina é explicada, segundo Capelato, em parte pelo país estar mais desenvolvido dos pontos de vista cultural e econômico do que o Brasil (CAPELATO, 1998).

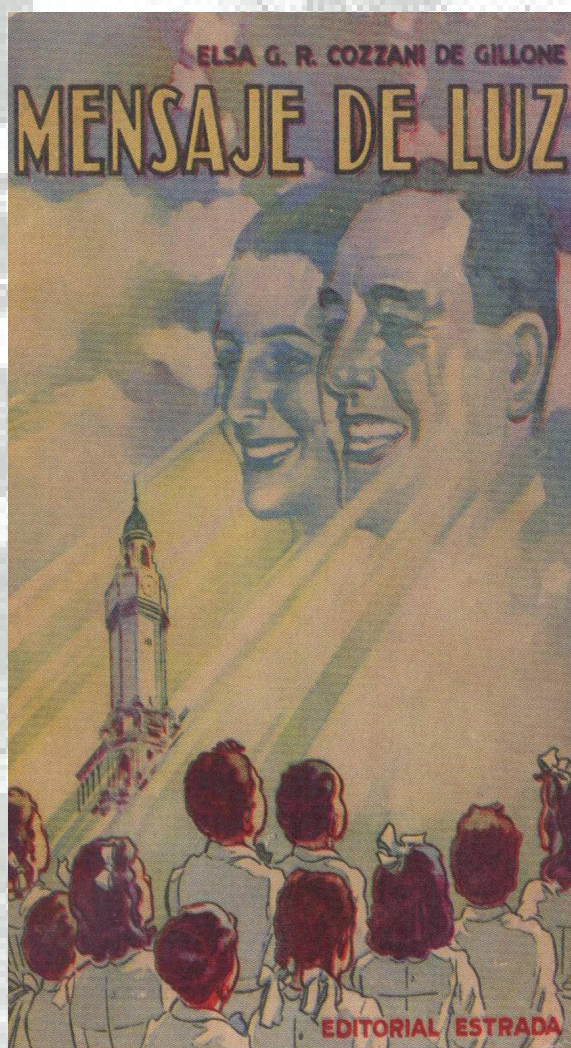


Figura 2. Propaganda política “Mensagem de Luz” de Juan Domingo Perón com Eva Perón ao lado.

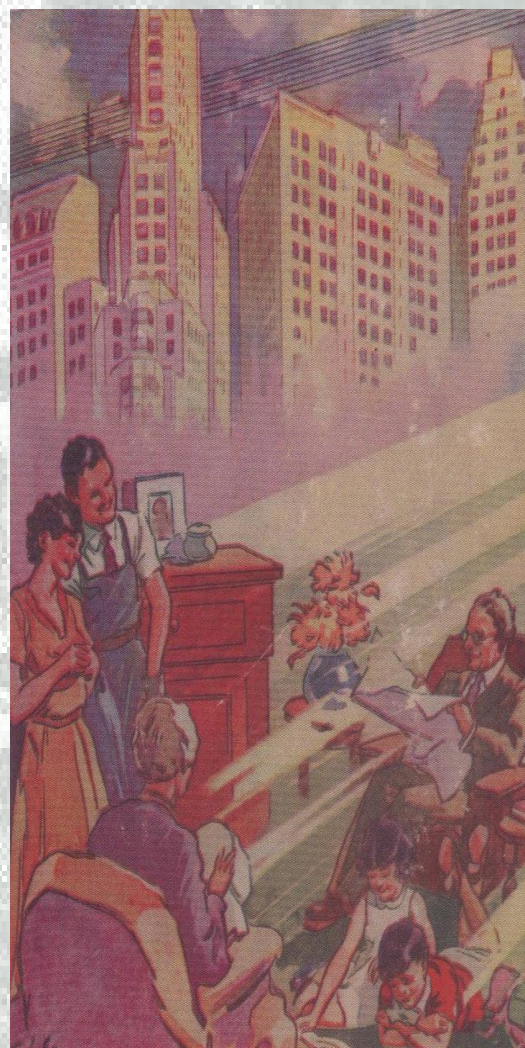


Figura 1. Propaganda política de Juan Domingo Perón fazendo alusão a importância da família que dava em seu governo.

A censura nos meios de comunicação era realizada de maneira voraz, proprietários que resistiam as imposições do governo poderiam ter intervenções em seus trabalhos de diversas formas. O governo conseguia amplo controle através de práticas de sabotagem, corrupção, suspensão de direitos, corte de subsídios, restrições de papel (no caso da imprensa), entre outros (CAPELATO, 1998). A restrição ao papel foi muito empregada para censurar a imprensa, Capelato cita o exemplo de dois jornais: *La Prensa* e *La Nación*. Os periódicos tiveram suas páginas reduzidas de 30 para 16, depois de 16 para 12, chegando ao número de apenas 6 páginas, enquanto jornais pertencentes ao governo aumentavam não

apenas as páginas como a circulação (CAPELATO, 1998). Gradativamente o governo conseguiu ter o controle de vários jornais, entre eles o supracitado *La Prensa*.

Durante a campanha eleitoral de Perón foi divulgada uma revista humorística chamada *Descamisado*, a revista tinha a intenção de rivalizar com uma revista opositora a Perón denominada *Cascavel*. A propaganda do regime ganhou também um título próprio em uma coleção de revistas, intitulada *Mundo Peronista*, esta se tornou um dos principais vinculadores da propaganda de Perón.

O uso do rádio pelo regime peronista foi, de acordo com Capelato, ainda mais eficaz do que a imprensa. A utilização desse veículo apresenta singularidades que merecem ser analisadas à parte. Em parte pelo rádio ser um veículo totalmente novo, que se configurava dentro de um projeto modernizador, a utilização dessas novas tecnologias se apresentavam como alternativas essenciais para uma propaganda de projetos industriais.

### **Perón e a rádio**

O peronismo tinha como um de seus principais objetivos a modernização da Argentina, isto significava adequar o país as exigências do mercado mundial. Nesse contexto se torna imprescindível o uso de meios modernos de comunicação, pois segundo Martin-Barbero “fazer um país não é só uma questão de economia... é também projeto político e cultural” (HAUSSEN, 1996). É dessa forma que os governos chamados populistas utilizam o uso de tecnologias nos meios de comunicação, como parte de um projeto modernizador. De acordo com Dóris Fagunde Haussen o rádio e o populismo vivem ao mesmo tempo seu apogeu e declínio, o rádio com o surgimento da televisão entre outros motivos e o peronismo com as mudanças histórico-econômico-sociais da Argentina que desembocaria na renúncia de Perón. Talvez isso explique o uso intensivo deste meio de comunicação pelo regime peronista, de acordo com Capelato, Perón conseguiu total domínio desse veículo de comunicação, o tornando muito eficaz. Os usos dessas tecnologias de comunicação se tornam plausível neste país a partir da formação de uma nova linguagem, um discurso novo voltado para as massas (HAUSSEN, 1996).

O projeto modernizador defendido pelo regime peronista está ligado a um projeto nacionalista, para tanto não era possível transformar o país em uma nação sem construir uma cultura nacional. Portanto, os meios de comunicação são fundamentais para a divulgação da cultura nacional e do sentimento que deveria ser inculcado nas massas. Para Haussen “o rádio vai ser fundamental para a gestação do sentimento nacional, na tradução da idéia de nação em sentimento e cotidianidade” (HAUSSEN, 1996. p. 52).

Segundo a autora a percepção das várias possibilidades do uso da rádio com papel político foi entendida pelo governo de Perón logo após à revolução de 1943. Em seguida a tomada do poder Perón colocou as emissoras de rádio ao seu controle, a censura foi imposta através de uma circular que regulava a publicidade e as expressões utilizadas durante as transmissões. Também foi sugerida a difusão de músicas folclóricas ao em vez do tango e até o número e o tempo dos capítulos das rádios novelas foram determinados. Antes mesmo da posse de Perón foi criado através de um decreto o “Manual de instruções para as estações radiofônicas” (HAUSSEN, 1997). Se por um lado o governo interferia no desempenho dos artistas e jornalistas que deveriam eram submetidos a identificação política, por outro

as leis trabalhistas favoreciam os profissionais dos rádios de forma que esses trabalhadores apoiavam o governo (CAPELATO, 1998).

Perón utilizou as transmissões em sua campanha para as eleições presidenciais, pelo uso de monólogos humorísticos escritos por um novelista peronista chamado Leopoldo Marechal. Desde de 1943 ele utilizava o rádio para a transmissão de seus discursos atingindo todo o país; para Haussen apesar de já utilizado antes por outros políticos foi Perón que descobriu a utilidade política do veículo. Ele mesmo afirma a importância da rádio em um de seus discursos proferido em 1951.

Os políticos nunca haviam utilizado o rádio para a sua ação. Utilizavam mais os comícios onde as pessoas os viam (...) A ação da presença e a influência direta do condutor é importante, mas a maior parte das massas já me havia visto e eu, então, lhes falei pelo rádio, que era como se me seguissem vendo. De maneira que eu falava a todos. Quando atuamos num ato único, nos basta falar a todo o país pelo rádio e não fica nenhum argentino sem conhecer o que terminamos de dizer.<sup>7</sup>

Durante as eleições a radiodifusão não apoiou Perón, assim como fez a imprensa, por isso, em seu governo houve uma constante interferência nas emissoras de rádio culminando com a gradativa estatização das mesmas. Em setembro 1947 o Estado toma todas as emissoras privadas do país, por uma nota na qual o governo explicitava os motivos: “por elementares razões de defesa nacional e concepção espiritual” (HAUSSEN, 1997. p. 72).

Apesar das constantes interferências e controle do governo peronista os ouvintes argentinos não notaram as diferenças impostas, isto porque segundo Haussen todos os artistas não ligados a Perón e Evita não trabalhavam mais nas rádios desde 1943. Isto incluía pessoas que tivessem alguma “rivalidade” com Evita ainda na época em que trabalhava na rádio.

A propaganda governamental na rádio foi usada de forma intensa, os discursos de Perón e Eva eram transmitidos em boletins diários de meia em meia hora e durante toda a programação eram vinculadas frases peronistas. Durante o governo de Perón muitas foram às ampliações de diversificação nas rádios, as telenovelas, os programas humorísticos, o incentivo a músicas nacionais (no mínimo 50%), programas esportivos e jornalísticos. As rádios além de divulgar as concepções e do governo de Perón, tinham a função de divulgar a vida urbana, e as novas concepções de um país industrial.

A partir de 1952 quando a Argentina já não vivia os anos de euforia trazidos pela “Nova Argentina”, o país não despertava mais tantos elogios por parte dos países estrangeiros e os setores de combustíveis e alimentos davam sinais de escassez. Porém, a propaganda política ainda funcionava de forma intensa e os problemas que surgiam em vista passavam quase despercebidos pela população. Segundo Haussen, “a propaganda do governo ainda era forte, sem vozes opositoras que pudessem ser ouvidas.” Os jornais, as revistas, o rádio e a TV (recém iniciando) só divulgavam o que fosse de interesse do governo. (HAUSSEN, 1997. p. 115). Nesses momentos de tensão o regime peronista usou de forma intensa os meios de comunicação e em especial o rádio, não apenas para encobrir o que acontecia, mas para intensificar o sentido de sua “arma” política, o uso da propaganda para conservar o apoio das

7 Perón Apud HAUSSEN, Dóris Fagundes. HAUSSEN, Dóris Fagundes. *Rádio e Política: Tempos de Vargas e Perón*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1997. p. 71.

massas. A propaganda era usada assim como no começo do regime para manter Perón em constante ligação com o povo.

### Considerações finais

Quando um governo tem como base o apoio da população faz-se necessário ter um uso intenso dos meios de comunicação para se promover diante da mesma, principalmente se esse mesmo governo possui uma natureza um tanto autoritarista. Tal situação pode ser notada com Perón em seu primeiro governo.

Como foi dito, Perón subiu ao poder pelo povo e dependeu dele para permanecer. Nessa relação com a massa, Juan Perón fez um intenso uso da propaganda e da censura construindo assim todo um imaginário em torno da sua figura, da sua esposa, Eva Perón, e do seu regime, com mitos que perduram na memória argentina até os dias atuais.

Possuir o controle dos meios de comunicação é uma importante fonte de poder que pode ser canalizada para sustentar desde produtos comerciais até regimes, pois a propaganda é um dos meios mais eficientes para se atingir grandes massas.

### Referências Bibliográficas

ALTAMIRANO, Carlos. Ideologías políticas y debate cívico. In: TORRE, Juan Carlos. **Nueva Historia Argentina**. Los anos peronistas (1943 – 1955). Buenos Aires: Sudamericana, 2002.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; GIANFRANCO, Pasquino. **Dicionário de Política**. Brasília, Editora da UnB, 1986.

CAPELATO, Maria Helena, Populismo latino-americano em discussão. In: FERREIRA, Jorge(org). **O Populismo e sua História**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

\_\_\_\_\_. **Multidões em Cena: propaganda política no varguismo e no peronismo**. Campinas, SP: Papirus, 1998.

CARVALHO, José Murilo de. **A Formação das Almas: O Imaginário da República no Brasil**. São Paulo: Cia das Letras, 1990.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa**. 3 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira. 1999.

HAUSSEN, Dóris Fagundes. **Rádio e Política: Tempos de Vargas e Perón**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1997.

\_\_\_\_\_. Rádio, populismo e cultura: Brasil e Argentina (1930-1955). **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, RS. n. 5, novembro, 1996.

IANNI, Octávio. **A formação do Estado populista na América Latina**. São Paulo: Editora Ática,

1989.

MELO, José Marques de. **Populismo e comunicação**. São Paulo: Cortez, 1981.

NEIBURG, Federico. **Os intelectuais e a invenção do peronismo**. Trad. De Vera Perira. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997.

PRADO, Maria Ligia. **O Populismo na América Latina**. 4 ed. São Paulo: Brasiliense, 1985.

#### Fonte das Figuras

1-2. CAPELATO, Maria Helena. **Multidões em Cena**: propaganda política no varguismo e no peronismo. Campinas, SP: Papyrus, 1998.

