

Chapman University

Chapman University Digital Commons

Student Scholar Symposium Abstracts and Posters

Center for Undergraduate Excellence

Fall 12-1-2021

Eva Peron, the Radio, and her Strategic Influence on Peronism, *or* Eva Perón, la radio y su influencia estratégica en el peronismo

Natalya Bachoura

Chapman University, bachoura@chapman.edu

Follow this and additional works at: https://digitalcommons.chapman.edu/cusrd_abstracts



Part of the [International Relations Commons](#), and the [Latin American Languages and Societies Commons](#)

Recommended Citation

Bachoura, Natalya, "Eva Peron, the Radio, and her Strategic Influence on Peronism, *or* Eva Perón, la radio y su influencia estratégica en el peronismo" (2021). *Student Scholar Symposium Abstracts and Posters*. 475.

https://digitalcommons.chapman.edu/cusrd_abstracts/475

This Poster is brought to you for free and open access by the Center for Undergraduate Excellence at Chapman University Digital Commons. It has been accepted for inclusion in Student Scholar Symposium Abstracts and Posters by an authorized administrator of Chapman University Digital Commons. For more information, please contact laughtin@chapman.edu.

Eva Perón, la radio y su influencia estratégica en el peronismo

Natalya Bachoura, Advisor: Dr. Polly Hodge

Figure 1: Eva Peron dressed to go to Teatro Colon on July 9, 1951 (Wikimedia Commons)



Speeches

“La renunciación de la vicepresidenta—el 31 de agosto de 1951”

- **El pathos:** Eva challenges the descamisados that if they love her, they would not doubt her decision to renounce the nomination
- **La retórica peronista:** more than 57 key words; invokes the memory of October 17, 1945

“A los descamisados—el 17 de octubre de 1951”

- **El pathos:** Eva invokes God, humility, pride, and love in her people
- **La retórica peronista:** more than 51 key words; the story of Loyalty Day; everything geared back toward Peron always

“El último discurso de Eva Perón—el 1 de mayo de 1952”

- **El pathos:** Eva uses contrasts such as with insects/enemies and repetitive declarations of love for her people to evoke loyalty
- **La retórica peronista:** more than 68 key words; completely centered around the continued need to fight

Tesis

En esta investigación, se estudian **las estrategias de comunicación** que **Eva Perón** usó para ganar la influencia en la sociedad y promocionar el peronismo. Se va a enfocar en dos estrategias que ella usó para mostrar su éxito capturando los corazones de la gente: **la retórica peronista y el uso de emoción—pathos**. Específicamente, se analiza una selección de **sus discursos**, incluyendo, “A los descamisados—el 17 de octubre de 1951”, “La renunciación de la vicepresidenta—el 31 de agosto de 1951” y “El último discurso de Eva Perón—el 1 de mayo de 1952”. Se usan estos discursos para estudiar qué **imágenes y emociones Eva inspira** con sus palabras y cómo ella manipula sus palabras con la retórica peronista para convencer a sus oyentes de la **“bondad” del peronismo y sus intenciones puras**. Se revela últimamente cómo **el radio se unía y empoderaría** a Eva y Juan Perón—cambiando la trayectoria de su camino y multiplicando su influencia y poder comunicativa mientras que seguían el cambio en Argentina.



Figure 2: Eva speaking at the Cabildo Abierto on August 22, 1951, where the crowd chanted for her to take up the vicepresidency (Iconic Photos)

Conclusiones

- **Los patrones de habla:** repitió algunas palabras por cada discurso, machacando la idea que el peronismo es para el bienestar de la gente
- **La radio** la proveía un poder y **magnitud** que no habría tenido de otra manera
- Todavía es una figura **divisiva** en Argentina, pero aún todos **recuerdan** sus palabras

Fig 3: Famous picture of Eva and Juan Peron on October 17, 1951, full of emotion, hugging, on the balcony of the Casa Rosada (Wikimedia Commons)



Communication Strategies

Pathos

- Type of persuasion where words with a **cultural or social connotation** are deliberately chosen to evoke certain **emotions**
- Aristotle selected **14 emotions** important for persuasion “anger and satisfaction, or calmness; friendship and enmity; fear and confidence; shame and shamelessness; favor, or kindness, and its opposite, ingratitude, or unkindness; pity and indignation; and envy and emulation” (Copeland “Pathos and Pastoralism” 97; Madrid Meneses “Del páthos a la befindlichkeit” 26).

Peronist Rhetoric

- **Peronism:** A political movement & ideology that focuses on the economic and social policies of Juan Peron, launching in the 1940s in Argentina
- **Characteristics:** social justice, economic independence, political sovereignty, labor rights, safeguarding of national interests, strengthening of the State, and the nationalization of public services (Plotkin *Mañana es San Perón* 23; Palacio “The ‘Estatuto Del Perón’” 339)
- **Key words:** Perón, patria, descamisados, el pueblo, líder, partido, peronista, general

(refiere al estudio para una bibliografía completa)

