

El nacionalismo argentino de derecha a mediados del siglo XX y la reconfiguración de su identidad a través de su iconografía

Right-wing Argentine nationalism in the mid-twentieth century and the reconfiguration of its identity through its iconography

Valeria GALVÁN

Universidad nacional de San Martín, Argentina

CONICET- Instituto de Investigaciones Políticas

galvan.valeria@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3969-4559>

Resumen

En el contexto del incipiente proceso de radicalización que se inició en Argentina tras la caída del segundo gobierno de Perón (1955) y bajo la influencia de los ecos de la Revolución Cubana (1959), numerosos partidos y grupos políticos experimentaron importantes cambios en sus identidades y programas, entre ellos los nacionalistas de derecha. El nacionalismo argentino de derecha se caracterizó a finales de los años cincuenta y sesenta por su populismo gradual. Al mismo tiempo, la “nacionalización” general de la política argentina impulsó a los nacionalistas a redefinir también su propia identidad. Estas transformaciones y declaraciones de identidad, que rara vez han sido analizadas por la historiografía, se reflejan en numerosas imágenes gráficas publicadas en revistas nacionalistas, semanarios y panfletos de la época, que se analizan en este artículo.

Palabras clave: Nacionalismo de derechas; Argentina; siglo XX; iconografía; identidad

Valeria GALVÁN

El nacionalismo argentino de derecha a mediados del siglo XX y la reconfiguración de su identidad a través de su iconografía

Sur y Tiempo. Revista de Historia de América, Nº12, julio-diciembre 2025, pp. 183-212.

ISSN 2452-574X

DOI: 10.22370/syt.2025.12.5234



Abstract

In the context of the incipient process of radicalisation that began in Argentina after the fall of the second government of Perón (1955) and under the influence of the echos of the Cuban Revolution (1959), numerous parties and political groups experienced important changes in their identities and political programs, including right-wing nationalists. Right-wing Argentine nationalism was characterised in the late fifties and sixties by its gradual populism. At the same time, the general “nationalisation” of Argentine politics prompted the nationalists to also redefine their own identity. These transformations and declarations of identity, which have rarely been analysed by historiography, are reflected in numerous graphic images published in nationalist magazines, weeklies and pamphlets of the time, which are analysed in this article.

Keywords: Right-wing nationalism; Argentina; 20th century; iconography; identity

Introducción

El nacionalismo argentino sufrió una profunda serie de cambios en los años cincuenta y sesenta. Hasta entonces, los nacionalistas argentinos se caracterizaban por ser un grupo elitista y tradicional de intelectuales y militantes. Todos ellos tenían como valor supremo el interés de la nación y se oponían a las formas liberales de participación popular que dominaban el sistema político argentino. Su ideología predominantemente derechista los inclinaba hacia un anticomunismo visceral, el antiliberalismo y, en muchos casos, hacia formas radicales de antisemitismo.

El período comprendido entre los años 1956 y 1969 vio surgir nuevas problemáticas y realineamientos en el contexto de las nuevas condiciones de los ámbitos político e intelectual (Sarlo, 2001; Sigal, 2002; Terán, 1993). En este contexto, tras el golpe de Estado contra el gobierno democrático peronista en 1955 y, también, influido por la Revolución Cubana (1959) y la encíclica papal *Populorum Progressio*, el contexto político argentino y las identidades de sus principales protagonistas

cambiaron radicalmente. Así, muchos grupos experimentaron transformaciones ideológicas (Altamirano, 1992). Entre ellos, el nacionalismo argentino también se vio obligado a redefinir su propia identidad y su nuevo rol para sobrevivir como actor influyente.

El nacionalismo argentino se caracteriza típicamente por ser autoritario, corporativista, católico, antiliberal, anticomunista y antisemita (McGee, 2005; Buchrucker, 1999; Galván, 2013a; Devoto, 2006; Goebel, 2011). Sin embargo, en la década de 1960, los nacionalistas se vieron atravesados por la coyuntura geopolítica marcada por la Guerra Fría y el avance del proyecto tercermundista (Fares, 2024) y comenzaron a colaborar con los sindicatos peronistas y los trabajadores militantes, acercándose así a las masas peronistas (Galván, 2013b). En última instancia, este proceso dio lugar a una ampliación de los límites de la identidad del nacionalismo.

Estos cambios pueden rastrearse en el discurso gráfico de los semanarios, panfletos y revistas nacionalistas de la época. En sus páginas parece haber un énfasis específico en algunos estereotipos y sus contraestereotipos, es decir, el activista ideal y su opuesto, el subhumano que representaba al adversario. El uso de esta iconografía, más explícito que en su producción textual, se inspiró en todas las tradiciones políticas y culturales, así como en elementos del nuevo contexto.

Por ello, el objetivo de este artículo es rastrear los cambios en el nacionalismo argentino de mediados de siglo a través del análisis de iconografías específicas encontradas en las publicaciones nacionalistas más representativas de aquellos años: el semanario *Azul y Blanco* (AyB) y los panfletos y revistas del movimiento Tacuara. Ambos fueron permeables a los rápidos cambios y adaptaciones del nacionalismo al nuevo contexto de transformaciones políticas e ideológicas iniciado en 1955.

El Movimiento Nacionalista Tacuara (MNT), conocido generalmente como Tacuara, estaba formado por jóvenes estudiantes de escuelas católicas y nacionalistas radicales. Poco después de su nacimiento, Tacuara se dividió en diferentes grupos. La primera división del MNT dio origen a la Guardia Restauradora Nacionalista (GRN) en 1960. Un año más tarde, el Movimiento Nueva Argentina (MNA) se separó del grupo original, al igual que el Movimiento Nacionalista Revolucionario Tacuara (MNRT) en 1963. Mientras que la GRN se dividió debido a la radicalización de sus tendencias

derechistas y antisemitas, el segundo grupo se separó por la creciente influencia de los peronistas. Finalmente, el MNRT se formó tras algunos conflictos de poder entre los líderes del grupo original y la influencia de la Revolución Cubana. A pesar de las diferencias entre todos estos subgrupos de Tacuara, también hay muchas características comunes que se pueden rastrear fácilmente en sus representaciones figurativas.

A pesar de las importantes diferencias entre los grupos Tacuara, todos ellos eran igualmente famosos por su uso exótico de símbolos, remanentes de una ideología antiliberal y antisemita. Estos símbolos tenían algunos matices nazis y era difícil separarlos de los numerosos ataques antisemitas que perpetraron. También enfatizaban la importancia de un líder masculino fuerte y sentían nostalgia por los modelos perdidos de armonía social y la supremacía de la tradición (Campos, 2019a). Por estas razones, las diferencias radicales entre estos grupos no solo no lograron borrar los elementos comunes de identidad e ideología, sino que también sirvieron como prueba de la heterogeneidad del nacionalismo de la época.

De manera similar, el grupo intelectual responsable del semanario *AyB*, aunque más constante en su ideología y sus proyectos, sufrió una serie de rupturas y disensiones internas que duraron casi diez años. *AyB* fue fundado durante la segunda presidencia de la autoproclamada “Revolución Libertadora” por un grupo de conocidos intelectuales y políticos nacionalistas que habían participado en el golpe contra Perón en 1955 y estaban decepcionados con el giro liberal que tomó el gobierno cuando asumió el segundo presidente de la “Libertadora”, el general Pedro Eugenio Aramburu.

El semanario, nacido con el objetivo explícito de criticar y oponerse al nuevo presidente, formaba parte de una cultura gráfica marcada por el auge de nuevos semanarios que buscaban su propio “lugar al sol” en el escenario posperonista (Melón, 2009: 159-173; Ehrlich 2011: 14-31).

A lo largo de sus diez años de existencia, *AyB* fue siempre un agente representativo del nacionalismo que reunió a intelectuales y contribuyó activamente al desarrollo de las ideas nacionalistas. Pero su relevancia superó el nacionalismo cuando se convirtió en un fuerte crítico del gobierno. Así, a pesar de su estilo elitista,

AyB alcanzó un público masivo y radicalizó su proyecto político revolucionario y su discurso corporativista¹.

La materialidad del semanario nacionalista denota, al igual que los boletines publicados por los grupos Tacuara, un intento de mostrarse como actores políticos y culturales capaces de influir en su contexto, bajo la bandera de una determinada imaginaria. En particular, en ambos casos es posible percibir el predominio de algunos estereotipos para definir su propia identidad y limitar al “otro” o al adversario.

Así, tras una breve caracterización de la materialidad de los boletines de AyB y Tacuara y de la historia de ambos, este artículo se centra en cómo estas publicaciones recurrieron al uso de estereotipos para redefinir su propia identidad.

1. Materialidad de las publicaciones nacionalistas de derecha en los años sesenta

Aunque las publicaciones de los grupos Tacuara —*Ofensiva*, del MNT (1962), *Tacuara. Vocero de la revolución nacionalista* (1964) y *Barricada*, publicada por el MNRT (1963) y *Mazorca*, del GRN (1966, 1968-1969)— y el semanario AyB en tres números —AyB (1956 a 1960), *2da República* (1961 a 1963) y *AyBII* (1966 a 1969)— tienen diferentes diseños, objetivos y lectores, todas recurren a las imágenes para facilitar el acceso y la comprensión de la información que proporcionan a sus lectores. En este sentido, los estereotipos son el principal factor homogeneizador de las representaciones y, como tales, se utilizan con mucha frecuencia en los boletines de AyB y Tacuara.

El diseño de la primera página del semanario AyB destacaba principalmente las noticias políticas más importantes de la semana y una caricatura. Cuando había un diseño de portada con estas características, el estilo sobrio del logotipo quedaba eclipsado por una caricatura política, que generalmente ocupaba una cuarta parte de la página o incluso más. Esta viñeta estaba directamente relacionada con la nota principal, satirizando su tema.

Así, la caricatura era una forma de difundir las posturas políticas del semanario

¹ Este giro en AyB se asemejó al nacionalismo argentino de los años treinta y cuarenta.

que, al ser cómica, escapaba fácilmente a la censura de la época. Independientemente de la importancia que el consejo editorial² otorgara a la función del caricaturista, las imágenes desempeñaban un papel importante para explicar el contenido de un número determinado.

También hay que tener en cuenta que la descripción de las portadas de una publicación funciona como una “carta de presentación”, lo que significa que no solo “presentan” el contenido de la revista o el semanario, sino que también “representan” su línea editorial. Teniendo esto en cuenta, tanto Tacuara como *AyB* estaban dirigidos a un lector tipo específico (Verón, 1985) ya desde la portada. En el caso del semanario, estas estrategias excluían a quienes no estaban familiarizados con la situación política nacional y a quienes no tenían las habilidades necesarias para poder interpretar el lenguaje figurativo utilizado en los titulares y las caricaturas.

En resumen, el lector de *AyB* era maduro, culto e informado sobre la vida política nacional. El lector veía en esta publicación abiertamente nacionalista un refugio interesante en un contexto de represión y censura mediática, lo cual es de gran importancia. En efecto, la revista, en este contexto de opresión y represión generalizadas, tuvo una influencia especial en los sectores peronistas, que pudieron dar rienda suelta a sus reivindicaciones a través de ella³. En este marco, la publicación nacionalista servía al lector peronista utilizando una retórica que representaba claramente el discurso nacionalista. Como tal, pretendía “iluminar” al actor político peronista en el “camino nacional”, es decir, mostrar al lector (considerado como actor político) que sus reivindicaciones encontraban una solución en la “causa nacional”.

La influencia peronista en el semanario también incluye representaciones de Perón. Al principio, estas eran bastante abstractas (se utilizaban referencias como “el gobierno anterior”, “el líder en el exilio”, etc.). A pesar de ello, a través del discurso

² Los dibujantes profesionales de *AyB* eran despedidos con frecuencia debido a los cambios en el énfasis de la opinión política de los editores. Así, en 1956, el dibujante Santiago, especialmente crítico con el liberalismo del gobierno, fue sustituido por el famoso caricaturista de la época, Lino Palacio. Palacio abandonó el grupo *AyB* en 1958 y fue sustituido por el dúo “Erizo”, formado por André Delbaerre y Jean-Henri Azéma, antiguos colaboradores nazis (Galván, 2012: 48-50).

³ En realidad, compartían con semanarios peronistas —*Palabra Argentina*, *Rebeldía*, *Palabra Prohibida*, *Línea Dura*, *El Guerrillero*, *El Hombre*, *Norte* y *Palabra Obrera*— la misma imprenta: “The Standard Publishing & Co.”, también conocida como “The Standard” o “Aleman y Cía”, propiedad de la tradicional familia Alemann (Ehrlich, 2011: 30).

“celeste y blanco” se filtraba una imagen fuerte y viril de Perón, que contrastaba con el débil y vano intento de Aramburu por controlar la situación (*AyB*, n.º 34, 06/02/57; 52, 11/06/57; 53, 18/06/57; 75, 19/11/57). También emblemático de este imaginario de género fue el artículo titulado “Afeminamiento de la política”, que criticaba el contexto de caos durante el segundo gobierno de la “Libertadora” y lo contrastaba con el “exceso de dominación viril” del gobierno peronista (*AyB*, n.º 5, 04/07/56). De este modo, Perón se vinculaba al estereotipo de líder viril y dominante tan querido por la tradición nacionalista argentina, como se analizará más profundamente en la siguiente sección. Pero Perón no fue el único personaje masculino tematizado por el semanario en esta primera etapa. Además del expresidente militar nacionalista, el general Lonardi, siempre retratado como un ícono del militar honorable (*AyB*, n.º 4, 27/06/56; entre otros), el presidente Arturo Frondizi fue el principal blanco sobre el que *AyB* centró sus estereotipos negativos.

En el contexto de la creciente dependencia del capital extranjero, durante el gobierno de Frondizi el semanario comenzó a presentar este proceso como una amenaza para el interés nacional y al presidente como un enemigo de la Nación (Galván, 2013a: 121-172). Desde la campaña presidencial de 1957, el futuro presidente Frondizi fue siempre objeto de representaciones verbales e iconográficas muy diversas en *AyB*. Al final, estas describían la forma en que la figura presidencial, de ser un representante legítimo del pueblo, se convirtió en un enemigo público.

La caída política, moral y jurídica de Frondizi a ojos del semanario no solo se refleja en los temas de actualidad que aparecen en sus páginas, sino también en las estrategias retóricas y el léxico utilizado para referirse al presidente (Galván, 2013a: 14-18). En realidad, la temática de las noticias no difería mucho de la que aparecía en otros semanarios y diarios contemporáneos: la firma de contratos petroleros con capitales extranjeros, los debates sobre el “Laico o Libre”, los conflictos con los sindicatos y los peronistas, los ataques antisemitas en el contexto del secuestro de Eichmann en 1960, los CONINTES⁴, la Revolución Cubana, los conflictos con las Fuerzas Armadas, etc. (Terán, 1993; Sigal, 2002; Spinelli, 2007; Ehrlich, 2011). Sin

⁴ El “Plan de Conmoción Interna del Estado” autorizó a las Fuerzas Armadas a intervenir en la represión interna. También prohibió el partido comunista.

embargo, solo *AyB* puso este énfasis particular en algunas de las noticias: los conflictos con las Fuerzas Armadas, el antisemitismo y la “cruzada” contra el comunismo, como un delirio para ocultar la “conspiración roja” más amplia de la que Frondizi era una parte importante (*AyB*, n.º 134, 06/01/59; *AyB*, n.º 160, 07/07/59; etc.).

Hacia finales de 1960, como consecuencia del fracaso de su propio partido político y de la radicalización de las críticas contra las políticas “antinacionales” de Frondizi, el grupo *AyB* volvió a la vieja idea nacionalista-corporativista de la “Revolución Nacional”. Por lo tanto, el discurso del semanario se centró en dirigirse a los trabajadores sindicalizados y a las Fuerzas Armadas, ambos clave para su programa corporativista. En este programa, que pretendía derrocar al gobierno, se enfatizó particularmente en la segunda versión de *AyB*, *2da República*. Por esta razón, este último semanario fue rápidamente cerrado por la presidencia.

En 1966, tras el golpe militar del general Onganía, el semanario publicó su tercera y última versión. Esta nueva publicación estaba a cargo de una nueva generación de nacionalistas y, aunque pretendía retomar el estilo del *AyB* original, era un semanario típicamente “moderno”. *AyBII* se dirigía a un lector más joven, por lo que recurría a páginas a todo color, fotografías y collages sofisticados. Casi todas las páginas tenían fotografías, caricaturas o dibujos ilustrativos. Además, la maquetación, la calidad del papel y el mayor número de páginas se explican por un presupuesto más elevado. Estas diferencias con la primera versión de *AyB* hacían la lectura más fácil y atractiva para un lector más joven, cultural y políticamente inquieto.

El lector tipo de los boletines de Tacuara difiere del de *AyB* porque es aún más joven y, aunque sigue interesado en lo que ocurre a su alrededor, aún no tiene una opinión concreta. Por lo tanto, está predispuesto a informarse y formarse a través del discurso de los boletines, dedicados principalmente a las actividades de los grupos y a las noticias y opiniones políticas locales en general.

Todos los grupos de Tacuara pretendían hacer frente a la pérdida de activistas que había sufrido cada división del MNT original, mediante la persuasión y el adoctrinamiento de estudiantes de secundaria y universitarios y, en algunos casos, de jóvenes trabajadores sindicalizados. Estas estrategias se desarrollaron en panfletos y boletines distribuidos en escuelas, reuniones sindicales y manifestaciones. Con

orígenes y años de publicación diferentes, los boletines eran muy distintos entre sí en más de un aspecto (Campos, 2019b). En particular, en las primeras páginas, donde cada grupo presentaba su logotipo seleccionado —en cuyo diseño se condensaban y publicitaban su identidad principal y sus elementos ideológicos—, es donde se encontraban la mayoría de las diferencias entre los grupos. Así, por ejemplo, las figuras del águila o el cóndor en las primeras páginas de *Ofensiva*, boletín del MNT, así como la cruz de Malta, la espada y la falta de perspectiva, recuerdan influencias de la heráldica medieval, los fascismos europeos y el catolicismo⁵.

La adopción de estos elementos con el fin de convertir a estos jóvenes activistas en “verdaderos nacionalistas” no carecía de cierto color local. Así, la figura del águila/cóndor, aunque se asemejaba en todos los aspectos al águila imperial utilizada por los nazis, pretendía representar al cóndor típico de los Andes, simbolizando así una majestuosa Hispanoamérica (entrevistas a Yáñez de Gomera y Emilio di Roccabruna, 18/04/2007 y 28/02/2007). Del mismo modo, la cruz de Malta combinada con la espada representaba para los jóvenes militantes la fe católica y el espíritu de sacrificio de los cruzados medievales, a quienes intentaban emular en la lucha por su propia causa política, pero igualmente sagrada (Bardini, 2002: 31-41).

Por otro lado, la primera página de *Barricada*, del MNRT, muestra un espíritu más crítico y revolucionario. Así, el estilo del logotipo —un puño cerrado que sostiene una caña de tacuara como arma lista para ser utilizada— tiene líneas irregulares que, combinadas con el uso de sombras, dan como resultado una composición final dinámica que contrasta enormemente con los logotipos de *Ofensiva*. El logotipo de Barricada, copia de un motivo del pintor argentino Ricardo Carpani, está lleno de expresividad. En realidad, desde que el MNRT se separó del MNT, se distanció de los temas antisemitas y fascistas del grupo original. Por último, *Mazorca*, del GRN, mostraba su carácter ultraconservador en su iconografía y consignas fascistas, anticomunistas, antisemitas y *criollistas*. El radicalismo de estas tendencias iba incluso

⁵ Estas influencias ideológicas, aunque fueron relevantes en la iconografía y la praxis política del MNT, no influyeron por igual en todos los activistas tacuara. De hecho, los activistas de estos grupos no compartían un conjunto coherente de ideas y, por lo tanto, aunque había muchos simpatizantes y fanáticos nazis y fascistas, esto no era una regla general.

más allá que el del MNT. En conjunto, el análisis contrastivo de las características generales de los boletines ayuda a identificar algunas de las diferencias entre cada programa político y el conjunto de ideas elegido.

Pero también compartían muchos elementos comunes. Todas las imágenes de los boletines se asemejan al estilo de los cómics e ilustraciones argentinos de los años cincuenta y sesenta (Steimberg, 2001). Esto parece indicar la edad de los activistas de Tacuara, que aún estaban claramente influenciados por sus primeras lecturas de cómics, novelas gráficas y novelas de aventuras. Estas influencias son especialmente evidentes en las páginas de *Mazorca*, donde las líneas y las sombras de los dibujos se asemejan mucho a los cómics argentinos de la época. Así, el heroísmo, combinado con un misticismo católico muy arraigado, les hacía creer que iban a ser los «héroes del futuro» y estaban dispuestos a arriesgar sus propias vidas para cumplir este destino (Orlandini, 2008: 195-196).

Otro elemento común a todos los boletines está relacionado con el discurso verbal. Los textos de estas publicaciones presentan un enunciador objetivo y pedagógico que solo se acercaba a su lector cuando recurría a una “sensibilidad nacional” compartida y a referencias culturales comunes. Así, aunque con diferentes fechas de publicación y programas políticos, estos boletines no diferían mucho en su aspecto enunciativo. Todos ellos se dirigían a sus lectores mediante términos como “compañeros”, “compañeros nacionalistas”, “compañeros estudiantes”, “jóvenes argentinos”. Con ellos, además del uso del estilo propio de los géneros cómico y de aventuras, el enunciador buscaba un acercamiento igualitario al lector, recurriendo a un terreno común basado en la cultura juvenil. Esta aparente igualdad comunicativa parecía contradecir la misión pedagógica descrita anteriormente. Sin embargo, ambos tipos de enunciador coexistían y, mientras que el pedagógico se dirigía a los lectores con un estilo autoritario, el igualitario enfatizaba las cosas que tenía en común con ellos.

Por último, los boletines (especialmente *Ofensiva* y *Mazorca*) se parecían entre sí también en el uso de temas discursivos antisemitas, anticomunistas y antiliberales. En realidad, estos elementos eran totalmente coherentes con la praxis política del MNT y el GRN, conocidos en aquella época por perpetrar actos violentos y espantosos

contra judíos, militantes comunistas y símbolos liberales. De hecho, en todos los boletines de Tacuara prevalecía un discurso pedagógico y autoritario que, al mismo tiempo, pretendía establecer una relación de camaradería con el lector (Galván, 2010). Así, basándose en estas características, los boletines pretendían reclutar nuevos activistas y, al mismo tiempo, contribuían a la formación de un “buen nacionalista” que pudiera identificarse con los valores y opiniones políticas de estas publicaciones. En este contexto, la iconografía desempeñaba un papel fundamental.

En definitiva, a pesar de las profundas diferencias en cuanto a los lectores modelo, los tipos de enunciadores y los contratos de lectura de los números de *AyB* y los boletines de Tacuara, en cada uno de estos casos las imágenes desempeñaron un papel importante. De todas las imágenes utilizadas en estas publicaciones, las más comunes fueron las estereotipadas.

Las imágenes de estas revistas y los estereotipos, en particular, ayudaron a los editores a crear un mecanismo de identificación para que los lectores se identificaran con sus valores y objetivos. En última instancia, este proceso contribuyó a redefinir la identidad política de los nacionalistas y sus enemigos.

2. El uso de estereotipos

En general, la imagen estereotipada tiene la función de unificar y estandarizar las representaciones de un grupo determinado (Mosse, 1996). En el caso de los nacionalistas argentinos de la segunda mitad del siglo XX, como lo muestran las publicaciones Tacuara y *AyB*, las imágenes fueron recuperadas con fines educativos y activistas. En el contexto de la ruptura de las identidades políticas de la época, que afectó al nacionalismo por la creciente influencia de los sectores peronistas en sus grupos y de las nuevas ideas que surgieron de la Revolución Cubana y la encíclica *Populorum Progressio*, se hizo referencia, por un lado, a las figuras heroicas y viriles para establecer una identidad y vínculos comunes entre los lectores de sus publicaciones y, por otro lado, a la antítesis de esta imagen ideal masculina, para definir a sus enemigos y explicar los rasgos reprobables de los nacionalistas.

AyBII ha incorporado en imágenes y textos la imaginaria *criollista* del

reversionismo histórico con la intención de reevaluar los antecedentes culturales y políticos de la “lucha nacional”. En este contexto, la figura del gaucho en actitud proactiva (Fig. 1), a veces longánime, con una mirada hosca pero llena de dignidad (Fig. 2), se convirtió en un elemento central al combinar dos *Pathosformeln* clásicos: el luchador⁶ y el sufriente⁷. Del mismo modo, los boletines de Tacuara hacían referencia a la iconografía *criollista* con el fin de establecer una línea de continuidad entre la lucha gaucha del siglo XIX y la suya propia.

La asimilación del imaginario *criollista* a la figura del gaucho se remonta a tiempos antiguos (Galván 2010). A principios del siglo XX, *Martín Fierro* fue rescatado como poema nacional y se relacionó con una lengua y un género autóctonos. En 1940, sectores de derecha reconsideraron la figura significativa del gaucho y más tarde fue introducido como símbolo de la tradición católica-hispánica, de lo “autóctono” nacional, de la “*argentinidad*” (Cataruzza y Eujanian, 2003; Gené, 2005; Adamovsky, 2019).

El anhelo de figuras heroicas y tiempos pasados en el imaginario nacionalista también estaba conectado con ciertos mecanismos de mistificación en los que resonaban los ecos del antiguo fascismo europeo. En este sentido, Tacuara se rodeó de símbolos y rituales similares a los del fascismo italiano y el nazismo alemán⁸. Aunque Tacuara adoptó explícitamente los mismos significados que los fascismos europeos daban a estos símbolos y rituales, esta no fue la única manifestación de la admiración del grupo por los movimientos fascistas. Esto también se puso de

⁶ Siguiendo el método warburguiano, Saxl (1989) presentó al hombre luchador *Pathosformel* como el hombre que lucha con la bestia, en sus diversas versiones con armas primitivas (agitando una maza o un palo) o haciendo un arreglo con el cuerpo que lo coloca en un estado de caza o en una lucha contra fuerzas no humanas, nacido en el arte de Mesopotamia con la figura de Mitra y que habría alcanzado su máxima expresión en las representaciones griegas de Hércules. Burucúa continúa la serie y muestra su resurgimiento en el arte de Shoa, encarnando en este caso a los verdugos (Burucúa, 2006, p. 188).

⁷ La transformación icónica del cristianismo afectó a otros *Pathosformel* que ya aparecían en la antigüedad: el esclavo, el derrotado, el hombre explotado y derrotado. También en la Baja Edad Media y en el Renacimiento los cristianos recuperaron ese *Pathosformel*, pero le dieron la dignidad del sufriente, de la víctima de la injusticia (Burucúa, 2006, p. 189).

⁸ Fondo CEN, caja 1424; *Clarín*, 29 de enero de 1963; *Clarín*, 26 de enero de 1963; *La Luz*, 1 de enero de 1963; *La Luz*, 31 de enero de 1963; *Argentinisches Tageblatt*, 1 de enero de 1963; *El Litoral*, 1 de febrero de 1963; *El Mundo*, 2 de febrero de 1963; *Primera Plana*, 3 de febrero de 1963; *Nueva Sión*, 8 de febrero de 1963; *La Nación*, 11 de febrero de 1963; *Clarín*, 11 de febrero de 1963; *La Prensa*, 11 de febrero de 1963 y *Clarín*, 11 de marzo de 1963.

manifiesto, en este sentido, en las referencias al contexto de los textos de las publicaciones y en la admiración por ciertos personajes masculinos de la historia. Así, las publicaciones de los tacuaristas honran en sus páginas a los “héroes” de Nuremberg, Adolf Hitler, Cornelius Codreanu, José Antonio Primo de Rivera y Benito Mussolini⁹. Es que, en efecto, como se ha mencionado anteriormente, muchos tacuaristas admiraban profundamente la actuación de Alemania e Italia durante la guerra y consideraban a estos líderes fascistas como héroes nacionalistas que lo dieron todo por su patria. Pero la influencia del fascismo en Tacuara no se limitó a la imitación por admiración.

Tanto el fascismo como el *criollismo* proporcionaron a estos grupos juveniles un marco de referencia romántico, un pasado que consideraban mítico y en el que basaban la motivación y la legitimidad de su lucha en el presente. Así, al igual que los fascismos europeos, Tacuara reintrodujo tradiciones dominantes en las sociedades de su tiempo y con ellas configuró una liturgia y unos símbolos que funcionaban como medios para reforzar sus identidades y difundir su mensaje político. En este proceso, la belleza del cuerpo masculino clásico desempeñó un papel importante. El ideal masculino que Tacuara recuperó de los nacionalismos europeos representaba la virilidad, el control, la disciplina y el dinamismo revolucionario. Pero el nacionalismo argentino de los años sesenta tiene, de hecho, un precedente más directo en la década de 1930. Los nacionalistas de la década de 1930 mostraron la figura masculina que lideró el golpe: el general Uriburu como “el fenotipo de un ‘hombre nuevo’, que era un plan de un ideal de belleza masculina previamente definido y ampliamente compartido” (Finchelstein, 2002: 114). En el caso concreto de Tacuara, esta idea de un hombre nuevo sugerido por un héroe que se ajustaría al ideal de masculinidad y en quien se proyectaban las perspectivas de éxito del movimiento, se encarnó en la figura de Darwin Passaponti.

La imagen y la historia del joven Darwin Passaponti también se utilizaron para construir un estereotipo del militante heroico más cercano en el tiempo y con más elementos en común con los tacuaristas. Darwin Passaponti era un joven activista de

⁹ *Ofensiva*, n.º 11; *Mazorca*, n.º 1 y *Mazorca*, n.º 3.

la UNES (predecesora del MNT) que murió durante la manifestación fundacional del peronismo, el 17 de octubre de 1945. Fue reconocido por el MNT como su primer caído y uno de los requisitos para ingresar al grupo consistía en prestar juramento frente a su tumba en el cementerio de Chacarita, en Buenos Aires. El carácter martirial de Passaponti se complementaba bien con este ritual de iniciación¹⁰. La mística generada por este héroe de la lucha nacionalista trascendió los grupos Tacuara. En ese sentido, también fue recuperada por AyB, como una forma de mostrar la continuidad entre la lucha nacionalista y los intereses peronistas (AyB, n.º 185, 29/12/59).

Especialmente para los miembros del MNT y del GRN, Passaponti representaba el ideal de hombría, valentía y nobleza que buscaban con su militancia; al mismo tiempo que buscaban las expectativas de éxito del movimiento. Como se muestra en la figura 3, los rasgos de seriedad y austeridad que caracterizan el retrato del héroe venerado por Tacuara, mostrados a través de los trazos duros, el ceño fruncido, la boca apretada y la mirada hacia un horizonte relativamente cercano, no se oponen a las virtudes de la juventud, como la rebeldía y la libertad, representadas con el cuello de la camisa desabrochado y el mechón de pelo que cae sobre la frente. Así, las coronas de laurel que enmarcaban su rostro, como fondo, sugieren la idea de un triunfo, de la victoria. Este rostro idealizado aparecía en todas las publicaciones de Tacuara y su historia sirvió de modelo de lucha y sacrificio. Este marco heroico funcionó bien tanto para fusionar la identidad militante como para legitimar la asunción del “papel histórico” atribuido por los tacuaristas (Galván, 2010).

A pesar de las posibles coincidencias entre los ideales heroicos ensalzados por los tacuaristas y los recuperados de otras culturas políticas, la insistencia en el carácter martirial (de la revolución nacional frustrada, de la causa nacionalista), el simbolismo y la religiosidad en torno a su muerte (reafirmada a través de misas conmemorativas y homenajes), su tumba y su imagen se acercan al llamado “culto al soldado caído” utilizado por el nazismo (Mosse, 1979).

En este mismo sentido, *Barricada* recuperaba en su discurso la idea del sacrificio

¹⁰ Fondo CEN, caja 1424.

(véase, por ejemplo, la nota “Los que murieron para que viva la patria”, en *Barricada*, n.º 9, p. 4, s/f). Pero esta idea de la redención a través de la muerte en combate aparece en todos los boletines. Asimismo, el culto a la figura heroica de los caídos solía realizarse en rituales alrededor de los monumentos en su honor o de su tumba. Con esto se relacionan los actos que los miembros de Tacuara realizaban periódicamente alrededor de la tumba de su mártir, ya que, como menciona Mosse, la tumba del soldado caído no era solo el lugar de veneración por excelencia, sino que representaba el signo del camino a seguir por la “futura raza de héroes nacionales”.

La importancia de la resurrección del militante tras la muerte del héroe, es decir, el fortalecimiento del ímpetu de la lucha no terminaba en el culto a Passaponti. En la galería de los héroes, donde Passaponti ocupaba un lugar privilegiado, también se encontraban los “Cerveceros muertos”. Los militantes del MNT y peronistas caídos en la lucha entre militantes del MNT y comunistas en el Salón de los Cerveceros de Rosario en 1964 eran recordados periódicamente en las publicaciones del MNT y el GRN, y se celebraban misas en su memoria (Orlandini, 2008).

Del mismo modo, la figura del gaucho, mencionada anteriormente, también era un icono de redención, desde su trágica sentencia de muerte firmada con el triunfo del imaginario liberal. En esta línea, al igual que *AyBII*, Tacuara tomó las iconografías de los gauchos basadas en el *Pathosformel* del luchador y el sufridor. La combinación de ambos sintetizó la imagen de un héroe masculino fuerte, viril, dedicado a su causa y sacrificado por ella por un acto de injusticia. Este tipo de veneración que provocaba la adoración del mártir caído en la lucha por los mismos ideales que movilizaba a los militantes tacuaristas se caracterizaba también por la exaltación de los valores de la juventud y la camaradería, valores estrechamente asociados, en la construcción del mito, con la perspectiva de la victoria (Mosse 1979). En este sentido, la exaltación de la figura juvenil del caído se asociaba a la valoración de la virilidad y la belleza física masculina. Las publicaciones aportan varios ejemplos figurativos que recuerdan las figuras de los héroes del trabajo y también al prototipo del hombre de la propaganda artística nazi.

El ideal, que hace referencia al *Pathosformel* del atleta, tuvo sus precedentes inmediatos en los tipos ideales del caballero inglés o *del chico americano*. Pero, de

hecho, este ideal de belleza masculina aparece por primera vez con el auge de la moral burguesa en el siglo XVIII (Mosse, 1996). Marcela Gene (2005) añade a esta serie ejemplos del héroe comunista del trabajo y del peronista sin camisa. Del mismo modo, podemos decir que este ideal no murió con la primera mitad del siglo XX, y un claro ejemplo de ello es el prototipo del militante tacuarista, con su pelo corto y engominado y su uniforme de camisa marrón; estilo tan admirado (e imitado) fuera de las escuelas por los adolescentes de la época (entrevistas a Yáñez de Gomera y Emilio di Roccabruna, 18/04/2007 y 28/02/2007).

El ideal masculino representado en varias ocasiones por el gaucho heroico no siempre fue el protagonista de la composición iconográfica. Así, por ejemplo, en el *Tacuara*, el gaucho a caballo reaparece mostrando al pueblo triunfante, pero liderado por la figura femenina de la Patria, que viste un antiguo traje de guerrera y lleva la bandera de Tacuara (Figura 4). Las características de la imagen de la Patria en *Tacuara* hacen referencia aquí al *Pathosformel* de la ninfa. El exhaustivo seguimiento de la ninfa realizado por Warburg (2005) remonta sus orígenes a la Antigüedad. La reaparición de la *Pathosformel* de la ninfa, con sus movimientos gráciles y alegres, sus ropas y su cabello ondulado, en el Renacimiento europeo, tal y como analiza Warburg, representó la aparición de un nuevo personaje histórico, el burgués, joven y dinámico, encargado del comercio, responsable del florecimiento de las ciudades y precursor del esplendor de la política, la ciencia y los viajes transatlánticos.

Así, la ninfa continuó su camino y también desempeñó un papel protagonista en la Revolución Francesa, cuando reencarnó en la figura de Marianne, símbolo de la República Francesa, cuya cabeza es la mujer de *La libertad guiando al pueblo*, de Eugène Delacroix. La principal tradición liberal de nuestro país a finales del siglo XIX continuó esta serie de personificaciones, referidas a este *Pathosformel* con el cuerpo de Marianne.

Sin embargo, en el caso de Tacuara se reconsidera la imagen de la República como una mujer joven y dinámica. Así, dejando de lado la figura central de la “República” por la de la “Patria”, representada por una mujer similar, solo que, vestida con un traje de guerrera antigua y con una actitud desafiante, típica del comienzo de una batalla. Portando en una mano la espada de combate y en la otra el estandarte de

Tacuara inicia la lucha y se une a ella, como espectro protector, un gaucho.

Este paralelismo entre ambas figuras femeninas también aparece en *Barricada*, solo que allí la figura de la ninfa no está representada como iconografía, sino que lo que se representa se “presenta” explícitamente y, de nuevo, acompañada de su opuesto: “nuestra juventud avanza sobre las ruinas del descolorido régimen republicano para dar forma a la arquitectura revolucionaria de una nueva Argentina, poderosa, imperial y comunal” (*Barricada* n.º 9, p. 1). En este ejemplo, se oponen a la pérdida de jovialidad y dinamismo de la República liberal.

Pero el uso de estas imágenes con un significado completo no solo tenía la intención de fortalecer las identidades, la militancia y las solidaridades originales, sino que también buscaba motivar la acción política a través de un atractivo emocional no racional (para lo cual las imágenes como lenguaje eran más adecuadas), ya fuera proporcionando modelos heroicos a imitar o representando “males” a los que enfrentarse y combatir.

En el último caso, se utilizan imágenes antinaturales y estereotipos de desviación social para señalar a un enemigo cada vez más difuso. Como se ha explicado anteriormente, este fue particularmente el caso del presidente Arturo Frondizi, cuya candidatura presidencial había sido interpretada por *AyB* como una solución a la ilegitimidad del gobierno de facto de Aramburu, pero poco después de asumir el cargo fue acusado de traicionar su plataforma electoral y de pactar con potencias extranjeras. Así, como rasgo distintivo del tratamiento argumental y de la selección léxica de las referencias al presidente, *AyB* demostró una notable hostilidad.

En relación con el análisis específico de las declaraciones sobre Frondizi, cabe destacar que durante el gobierno de Aramburu y las primeras semanas tras su toma de posesión hubo muchas referencias al “doctor” Frondizi, que rápidamente dejaron de ser favorables y fueron sustituidas, en los números posteriores al llamado “gran cambio”, por nombres que lo calificaban de criminal, traidor inmoral o malvado. Este estilo marcadamente agresivo comienza a mediados del año 1958 y se intensifica gradualmente hasta finales de los años sesenta, cuando el punto alcanzado favorece la decisión presidencial de cerrar la publicación. En este sentido, por ejemplo, en el contexto de los debates relacionados con “*Laica o Libre*”, el semanario había hecho

referencia a un “pacto laico” (AyB, n.º 109, 15/7/58).

Además, en relación con los sectores aliados al presidente y los “enemigos” de la Patria, se hizo referencia a metáforas amenazantes como “el tenebroso imperio de la masonería” (AyB, n.º 156, 9/6/59), y, en este contexto, se mencionó el “malvado proceso de rendición nacional” liderado por Frondizi (AyB, n.º 227, 26/10/60). Más allá de las sugerentes referencias de estas metáforas al campo semántico del mal y lo anticristiano, en las páginas de AyB se recurría habitualmente a la ironía y el sarcasmo¹¹. También se utilizaban construcciones irónicas para denigrarlo a los ojos del lector, sin caer en el insulto grosero¹².

En general, tanto el estilo como la retórica de AyB demonizaban y degradaban moralmente a Frondizi, cuestionando así no solo su moralidad, sino también su legitimidad como presidente e invitando a las Fuerzas Armadas a dar un golpe de Estado contra él. Además, las representaciones iconográficas de Arturo Frondizi se relacionaban con estereotipos denigrantes que resaltaban la falta de autoridad, el “afeminamiento político” y la alteridad en relación con un tipo ideal de líder.

De la misma manera, las iconografías del presidente Frondizi tenían la intención de construir una imagen que expresara el rechazo a sus políticas. Para ello, buscaban asimilar cualidades atribuibles a Frondizi, como la ineptitud, la ineficacia y la inmoralidad, a características físicas monstruosas y enfermizas. Así, una de las fórmulas más llamativas que se utilizó para representar al presidente fue la de los monstruos o seres deformes. En Occidente, la figura del monstruo se ha utilizado históricamente para representar al otro, oscuro, peligroso en cierto sentido para la cultura dominante que piensa en él. La deformación física que suele transmitir el carácter monstruoso del representado tiene relación con los juicios morales que este emite (Burke, 2005: 171). De este modo, las imágenes infames, es decir, de sujetos

200

¹¹ Era habitual el uso de comillas en los términos «gobierno» y «ley» (véase, por ejemplo, AyB, n.º 217, 15/8/60) o «Tenemos paciencia, Fuerzas Armadas...» (AyB, n.º 220, 7/9/60), que cuestionaban la positividad de los propios conceptos.

¹² Como ejemplos de ello, se pueden encontrar frases como “El piadoso villano” (AyB, n.º 231, 23/11/60) o “es sabido que el primer ministro israelí se limitó a enviar una carta personal al paladín de la dignidad y del honor argentino, Arturo Frondizi” (AyB, n.º 216, 09/08/60) y construcciones sarcásticas: “... la comisión ha declarado que, bajo la presidencia del secretario de Defensa, examinará las actividades comunistas en el país y la forma de combatirlas; no hay motivo para preocuparse más (¡Oh, si se le hubiera ocurrido la misma idea a Romanoff!)” (AyB, n.º 227, 26/10/60).

deformados o en situaciones humillantes, se han asociado desde finales del siglo XIII con condenas legales (Freedberg, 1989: 287).

Así, aprovechando estas tradiciones inherentes a la cultura occidental, AyB eligió estas fórmulas iconográficas en diversas ocasiones, en el momento de representar al “traidor Frondizi”. Así, la figura 5 muestra al presidente como una gallina desplumada con dos cabezas, lo que muestra el carácter esquizofrénico y oculto de Frondizi. Del mismo modo, se hacía referencia habitual a motivos iconográficos que remitían a estereotipos marginales, como la nariz ganchuda de las imágenes de los judíos. Más allá de que la nariz ha sido el rasgo más monstruoso de esta figura masculina, antítesis del ideal nacionalista, el cuerpo delgado, flácido y encorvado de Frondizi (que incluso en algunas ocasiones se mostraba desnudo para enfatizar su deformidad) constituía un elemento más que no solo mostraba lo espantoso, sino también la falta de vigor y virilidad, valores para los nacionalistas, que, como ya se ha explicado en el caso de Tacuara, tenían en alta estima.

Asimismo, en ocasiones este cuerpo débil y afeminado se ha asociado con la enfermedad. Es el caso de la figura 6. Aquí, el presidente aparece representado como un Quijote deforme, montando en solitario un caballo igualmente raquítico. En esta imagen, el caricaturista recurre a la ironía al utilizar una escena ecuestre, tradicionalmente empleada para representar a figuras poderosas en relación con valores nobiliarios y viriles (Burke 2005: 77, 85-86), pero en este caso muestra a un caballero débil y enfermo. Además, la referencia a Quijote sugiere la presencia de una enfermedad mental que condena a este “caballero” al delirio.

Estas representaciones de Frondizi no solo se oponen a los ideales de belleza, salud y virilidad de los nacionalistas, sino que también coinciden, por contraste, con su idea clásica del enemigo: seres cobardes, afeminados, viejos, débiles y enfermos. Esta forma de representar al adversario buscaba asociar el desorden físico general (como ya hemos visto en el caso de las figuras monstruosas o en situaciones injuriosas) con el desorden moral (Finchelstein, 2002: 125). En este sentido, esta serie de imágenes de Frondizi coincide con las acusaciones —ya mencionadas— de traidor y deshonesto que recibió, después de liberalizar la economía local y cerrar acuerdos con capitales extranjeros, en contra de sus promesas electorales. Siguiendo esta línea,

otras figuras de Frondizi simplemente optan por enfatizar los aspectos humillantes, vergonzosos, condenables y ridículos del presidente. Así, el caricaturista denota vergüenza y humillación para construir la imagen de un Frondizi subhumano.

Junto a estas caracterizaciones de inmoral y subhumano, hay otra serie de imágenes que muestran al presidente como una bestia. Teniendo en cuenta que las representaciones iconográficas que utilizan figuras animales tienden a representar la deshumanización de los representados con el fin de cuestionar la calidad moral de estos (Burke, 2005: 171), la selección de animales para construir estas metáforas es singular. En este sentido, la iconografía de Frondizi en *AyB*, construida a partir de figuras animales, se caracterizó por la elección de una fauna considerada “baja”, parasitaria, sin valor, servil, estúpida o carroñera. Así, el presidente adoptó la forma de burro, parásito, cerda, cuervo, rata y perro, entre otros.

Partiendo de que las iconografías de los burros o las mulas se relacionan con la estupidez o la incapacidad de los representados, podemos especular sobre la representación de Frondizi como ese animal, ya que enfatiza su incapacidad para liderar el país. Además, en cuanto a la situación relacional de Frondizi con las potencias extranjeras —algo ampliamente cubierto por *AyB*—, las representaciones del presidente como perro y cerda están estrechamente relacionadas con las quejas contra la “entrega”. Así, el perro se ha utilizado tradicionalmente para representar la lealtad (Hall, 1974: 105), sin embargo, el resto de los elementos que componen esta representación particular de un perro utilizada para Frondizi (figura 9) completan el sentido de este concepto con connotaciones negativas. En realidad, Frondizi, el “perro”, es leal, pero a sus verdaderos amos: los capitales estadounidense y británico, representados por dos manos que sujetan al perro por el collar y cuyas mangas llevan el diseño de las respectivas banderas. Del mismo modo, la frase al pie de la imagen acaba de aclarar la situación descrita: “Ambos lo llevan por el collar”. De esta manera, se invierten las connotaciones positivas de la imagen canina y se utilizan otras de sus implicaciones: la servidumbre, la sumisión.

Por otra parte, la representación de Frondizi como una cerda amamantando a sus lechones, que no son más que el “Tío Sam” (representante de los Estados Unidos), “John Bull” (icono de Gran Bretaña), un soldado y un intelectual (figura 7b), muestra

el cambio de percepción del semanario sobre una sola característica del presidente. Tradicionalmente, las imágenes de cerdos como representaciones humillantes se asociaban con los judíos, con la monarquía durante la Revolución Francesa o con los capitalistas, por ejemplo, en las obras de Georg Grosz y Diego Rivera (Burke, 2005: 171). En el mismo sentido, la imagen de la “cerda” Frondizi amamantando a los enemigos de la nación buscaba despertar en el lector asociaciones repulsivas.

En esta misma línea, *AyB* también utilizó ratas (figura 8) con el fin de provocar asociaciones repulsivas en el lector, derivadas de ideas como la putrefacción, los parásitos, la enfermedad o el contagio. Así, la figura del cuervo (figura 7a) no se aleja mucho de estas asociaciones. Al elegir un ave carroñera para representar a Frondizi, el caricaturista remite en primer lugar al lector a escenas desoladoras de destrucción y muerte (el marco habitual en el que se representa a este tipo de animales), como se muestra en el horizonte de esta imagen, en el que aparecen cadáveres humanos en un segundo plano y que hace referencia al dicho popular “Puedes sacar a un animal de la selva, pero no puedes sacar la selva de un animal”, para sintetizar el carácter traidor del presidente. En este sentido, la intención con la figura mencionada es advertir sobre el futuro sombrío que se proyectaría en el horizonte del proceso de rendición que Frondizi inició al firmar los primeros contratos petroleros.

La importancia de estas imágenes antinaturales radica en su poder como organizador del campo político en constante transformación, donde parecía esencial hacer explícitas y claras las listas de enemigos y los valores laudables que se esperaba encontrar en un militante nacionalista¹³. En resumen, debido a esta relajación de las fronteras entre las categorías de aliados y enemigos, se hizo relevante para *AyB* definir los elementos personales que debía reunir un “traidor a la nación y al pueblo” (como en el caso del presidente Frondizi), en oposición a aquellos que, como ellos, daban preferencia al interés general de la nación en su conjunto.

¹³ En los últimos números de *AyBII*, sin subestimar la influencia de *Populorum Progressio* (que, en última instancia, legitimó la opción latinoamericanista y la crítica social progresista entre los católicos, incluso los de derecha), se manifestaba un fuerte compromiso político con un cambio real que pusiera fin a la ya abrumadora dictadura de Onganía, lo que acabó definiendo a los “azulblanquistas” a favor de una alianza “no partidista” e inclusiva. Esto incluía incluso a la izquierda nacional (*AyBII*, núms. 116, p. 10, 10/06/69, 65, pp. 2 y 3, 18/06/68).

Así, teniendo en cuenta las tres etapas de *AyB* y los boletines Tacuara, parecen haber prevalecido dos estereotipos opuestos en las representaciones del discurso nacionalista: el héroe, que impulsado por los fuertes ideales nacionalistas revolucionarios podía sacrificarse por la nación, y su antítesis, los desviados, el monstruo, ese ser subhumano que encarnaba todos sus defectos y vicios morales en sus peculiaridades físicas. Si la primera de estas imágenes remite al ideal de los nacionalistas heroicos de 1930, a los fascismos europeos y, más remotamente, al estereotipo masculino burgués del siglo XVIII, la segunda encuentra sus principales antecedentes en la desviación social de los albores de la modernidad (judíos, gitanos), rodeada de motivos como la fealdad física, la enfermedad, el nerviosismo, el afeminamiento, la suciedad, la desproporción física y la cobardía (Mosse, 1996).

Estos trasfondos influyen, en ambos casos, en los significados de los elementos estéticos que construyen cada uno de los estereotipos. En este sentido, mientras que la belleza, la actitud proactiva del cuerpo, la mirada segura hacia el horizonte y el sacrificio representan la nobleza, la virilidad, el patriotismo y, en conjunto, construyen un modelo positivo a imitar, la debilidad y las deformidades físicas, la fealdad y la falta de honor, la higiene, la virilidad y la moderación de las pasiones primarias muestran la depravación, la desviación y remiten a una especie subhumana, solo encajable en este imaginario bajo connotaciones negativas como la amenaza de la alteridad, en el sentido de lo “extranjero”, lo que amenaza contra la propia identidad.

Conclusiones

Los cambios sociales, políticos e ideológicos que surgieron en Argentina durante la larga década de los sesenta tuvieron efectos en las identidades e ideologías de los principales actores del escenario político. La historiografía ha analizado principalmente las transformaciones de los partidos políticos tradicionales y las organizaciones de orientación izquierdista. Sin embargo, entre los actores de la época, los nacionalistas de derecha se vieron especialmente afectados, aunque la historiografía de este período no reconoció plenamente la profundidad y la resistencia de los cambios en el nacionalismo argentino de derecha a mediados de siglo. A pesar

de este sesgo, el nacionalismo siguió durante esos años reposicionándose en el nuevo campo de fuerzas —marcado por la caída del peronismo, la modernización cultural y la Guerra Fría— y redefiniendo no solo sus objetivos, sino también su propia identidad. Este momento de la historia del nacionalismo argentino sentó las bases para su fractura definitiva en la década siguiente y su contribución decisiva al proceso de radicalización política iniciado en los años sesenta y exacerbado por el cierre político de los regímenes autoritarios y represivos locales que se sucedieron de forma intermitente.

Este proceso de reconfiguración del movimiento nacionalista fue investigado en el semanario *AyB* y en los boletines de los grupos Tacuara. En estas publicaciones, el proceso descrito anteriormente estuvo marcado por la profusión iconográfica que se presentaba a los lectores con objetivos claramente definidos. En este sentido, predominaron dos estereotipos específicos que sirvieron como homogeneizadores de las representaciones sobre el “yo” y la alteridad y como organizadores de los roles políticos. Así, en las páginas de los boletines Tacuara y *AyBII* (cuyos lectores eran jóvenes) surgió un ejemplo perfecto del militante nacionalista ideal que cumplía con los requisitos de virilidad, heroísmo, fuerza y sacrificio con los que se pretendía educar al nuevo tipo de militante nacionalista.

En contraste con este ideal de belleza y militancia nacionalista, surgió el monstruo, la bestia, el ser distorsionado (retratado principalmente en las páginas de *AyB*), condensado en la imagen de un ser subhumano que parecía reflejar en sus rasgos antinaturales su ineptitud política para defender los intereses nacionales, tan bien protegidos por el militante nacionalista. Con esta estrategia, los nacionalistas intentaban aclarar de forma directa y no racional a sus lectores (en su mayoría jóvenes) el dinámico campo político en el que querían actuar y, al mismo tiempo, buscaban reforzar la identidad desde su oposición, en una época marcada por una profunda crisis de identidades políticas.

Bibliografía

Adamovsky, E. (2019): *El gaucho indómito: de Martín Fierro a Perón, el emblema imposible de una nación desgarrada*. Buenos Aires, Siglo XXI Editores.

Altamirano, C. (1992): *Peronismo y cultura de izquierda (1955-1965)*. Buenos Aires, Siglo XXI.

Bardini, R. (2002): *Tacuara. La pólvora y la sangre*. México DF, Editorial Océano.

Buchrucker, C. (1999): *Nacionalismo y Peronismo. La Argentina en la crisis ideológica mundial (1927-1955)*. Buenos Aires, Sudamericana.

Burke, P. (2005): *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona, Crítica.

Burucúa, J. E. (2006): *Historia y ambivalencia: ensayos sobre arte*. Buenos Aires, Editorial Biblos.

Campos, E. (2019a): “Argentina, tierra de machos y señoras gordas. Género, masculinidad y política en Tacuara”, *Páginas: Revista Digital de la Escuela de Historia*, 11(25), pp. 70-80.

Campos, E. (2019b): “La prensa del Movimiento Nacionalista Revolucionario Tacuara en las mutaciones del nacionalismo argentino”, *Folia Histórica del Nordeste*, 34, pp. 109-128.

Cattaruzza, A. y A. Eujanian (2003): “Héroes patricios y gauchos rebeldes. Tradiciones en pugna”, en A. Cattaruzza y A. Eujanian, eds., *Políticas de la historia. Argentina 1860-1960*. Buenos Aires, Alianza, pp. 217-262.

Devoto, F. (2006): *Nacionalismo, fascismo y tradicionalismo en la Argentina moderna. Una historia*. Buenos Aires, Siglo XXI Editores.

Ehrlich, L. (2011): *Rebeldes, intransigentes y duros en el activismo peronista, 1955-1962*. Tesis de maestría, Instituto de Desarrollo Económico y Social, Universidad Nacional de General Sarmiento, Buenos Aires.

Fares, M. C. (2024): *Derechas e izquierdas nacionalistas en los 60: universidad y prensa local en la encrucijada nacional e internacional*. Buenos Aires, Prometeo Editorial.

Finchelstein, F. (2002): *Fascismo, liturgia e imaginario. El mito del general Uriburu y la Argentina nacionalista*. México DF, FCE.

Freedberg, D. (1989): *El poder de las imágenes*. Madrid, Cátedra.

Galván, M. V. (2010): “O Movimento Nacionalista Tacuara e suas ramificações: uma análise das suas representações figurativas”, en J. L. B. Beired y C. A. S. Barbosa, orgs., *Política e identidade cultural na América Latina*. São Paulo, Cultura Acadêmica, pp. 91-112.

Galván, M. V. (2012): *Publicaciones periódicas nacionalistas de derecha: Las tres etapas de Azul y Blanco [Azul y Blanco 1956-1960. Segunda República 1961-1963, Azul y Blanco -segunda época- 1966-1969]*. Tesis doctoral inédita, Universidad Nacional de La Plata, La Plata.

Galván, M. V. (2013a): *El nacionalismo de derecha en la Argentina posperonista: el semanario Azul y Blanco (1956-1969)*. Buenos Aires, Prohistoria ediciones.

Galván, M. V. (2013b): “Militancia nacionalista en la era posperonista: las organizaciones Tacuara y sus vínculos con el peronismo”, *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*, pp. 1-16.

Gené, M. (2005): *Un mundo feliz. Imágenes de los trabajadores en el primer peronismo 1946-1955*. Buenos Aires, FCE-Universidad San Andrés.

Goebel, M. (2011): *El pasado partidista de Argentina. Nacionalismo y política de la historia*. Liverpool, Liverpool University Press.

Hall, J. (1974): *Dictionary of Subjects and Symbols in Art*. Nueva York, Icon Editions.

McGee, S. (2005): *Las Derechas. La extrema derecha en la Argentina, el Brasil y Chile. 1890-1939*. Bernal, Universidad Nacional de Quilmes Editorial.

Melon, J. C. (2009): *El peronismo después del peronismo*, Buenos Aires, Siglo XIX.

Mosse, G. (1979): “Cementerios nacionales y renacimiento nacional: el culto a los soldados caídos en Alemania”, *Journal of Contemporary History*, 1(14), pp. 1-20.

Mosse, G. (1996): *La imagen del hombre. La creación de la masculinidad moderna*. Oxford, Oxford University Press.

Orlandini, J. E. (2008): *Tacuara... hasta que la muerte nos separe de la lucha. Historia del Movimiento Nacionalista Tacuara 1957-1972*. Buenos Aires, Centro Editor Argentino.

Sarlo, B. (2001): *La batalla de las ideas (1943-1973)*. Buenos Aires, Ariel.

Saxl, F. (1989): *La vida de las imágenes: estudios iconográficos sobre el arte occidental* (Vol. 89). Madrid, Anaya.

Sigal, S. (2002): *Intelectuales y poder en Argentina. La década del sesenta*. Buenos Aires, Siglo XXI.

Spinelli, M. E. (2007): “Las revistas *Qué sucedió en 7 días* y *Mayoría*. El enfrentamiento en el antiperonismo durante los primeros años del ‘frondizismo’”, en M. L. Da Orden, y J. C. Melon, comps., *Prensa y peronismo. Discursos, prácticas, empresas 1943-1958*. Rosario, Prohistoria, pp. 219-242.

Steimberg, O. (2001): “Sobre algunos temas y problemas del análisis del humor gráfico”, *Signo y seña, Revista del Instituto de Lingüística*, 12, pp. 101-117.

Terán, O. (1993): *Nuestros años sesenta. La formación de la nueva izquierda intelectual argentina 1956-1966*. Buenos Aires, El Cielo por Asalto.

Verón, E. (1985): “El análisis del contrato de lectura: un nuevo método para los estudios de posicionamiento en los soportes de los media”, en Institut de recherches et d’ études publicitaires, *Les Médias: expériences, recherches actuelles, applications*. París, IREP.

Warburg, A. (2005): *El renacimiento del paganismo. Aportaciones a la historia cultural del Renacimiento europeo*. Madrid, Alianza.

Anexo



Figura 1, *AyB*, 14, p. 11, 15/09/66.



Figura 2, *AyB*, 5, p. 23, 04/08/66.



Figura 3, *Tacuara*, vocero de la Revolución Nacionalista, sin fecha.



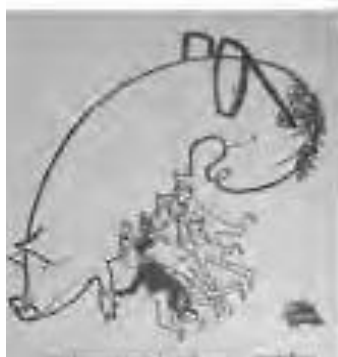
Figura 4, *Tacuara*, vocero de la Revolución Nacionalista, sin fecha.



Figura 5, AyB, 157, 16/06/59.



Figura 6, AyB, 157, 16/06/59.



Figuras 7a y 7b, AyB, 151, 05/05/59.



Figura 8, AyB, 179, 17/11/59.



Figura 9, AyB, 160, 07/07/59.