

Lo público en la hegemonía: análisis categorial de un concepto para el estudio del peronismo

Omar Acha

Universidad de Buenos Aires/Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas
omaracha@gmail.com

Resumen:

El primer peronismo ha sido usualmente descripto en términos diversos, con interpretaciones incluso antagónicas. Pero si hay una cuestión donde diversas lecturas convergen es respecto de la ausencia de una problematización del carácter “público” de la constitución de una hegemonía política y social peronista. Sea por la preeminencia otorgada a los liderazgos, a la “doctrina” y propaganda o incluso a la “interpelación populista”, la dimensión pública del primer peronismo no ha sido tematizada conceptualmente. De un modo bidimensional y empirista (alrededor del “espacio público”) está presente en algunas elaboraciones concernientes a la prensa, el cine o el consumo, menos claramente en la historia social, aunque en ningún caso la cuestión de lo público ha sido objeto de una reflexión sistemática ni, lo que es importante, como oportunidad para pensar el primer peronismo (y el peronismo en su trayectoria secular) en su conjunto. En ese sentido, la ponencia explora las potencialidades y límites de las nociones de espacio público y “publicidad”, para luego reflexionar sobre la historiografía política y cultural del peronismo. La hipótesis sostiene que la carencia de una elaboración analítica del carácter “público” del peronismo tendió a construir una imagen *cerrada* de la edificación de una hegemonía política. Esa imagen fue común a estudios de heterogénea índole, sin que la adhesión o rechazo del peronismo fuera al respecto relevante. Finalmente, se argumenta sobre la importancia de las vertientes *abiertas* y por ende contingentes, de aquella hegemonía, sin la cual la noción de “lo público” permanece presa de una concepción unilateral.

Introducción: una ausencia en los estudios históricos

Los estudios sobre el conjunto de temas ligados a “lo público”, la “publicidad” y la “esfera pública” encuentran un antecedente crucial en la interpretación habermasiana de la Europa de los tiempos de Ilustración y del surgimiento de las estructuras comunicacionales, en su parecer, inherentes a la vida democrática moderna (Habermas 1989). Ese antecedente de preferencias al menos en parte liberales es contrapesado por otra interpretación, más pesimista e incluso anti-ilustrada y antiliberal, en los estudios koselleckianos sobre la “crítica” y la “crisis” como patologías específicamente modernas (Koselleck 2007). En la historiografía occidental la cuestión de la “publicidad” como apertura de un espacio de comunicación y pugna por la comprensión de la sociedad, la cultura y la política, tuvo una enorme repercusión. Solo menciono aquí como ejemplo el trabajo de Roger Chartier (1995) sobre “los orígenes culturales” de la Revolución Francesa.

En la historiografía argentina los usos de “lo público” fueron también significativos, e inauguraron una serie de estudios que recorren todo el siglo XIX y avanzan hasta el periodo de entreguerras. Trabajos como los de Pilar González (2001), Hilda Sabato (1999) y Adrián Gorelik (1998), entre otros, han suscitado un conjunto ya denso de lecturas del pasado vinculables a la cuestión de la publicidad. Además de esos análisis generalmente situados en la ciudad de Buenos Aires, comienzan a producirse otros ligados a espacios diferentes como Córdoba (Vidal y Blanco, comps. 2007). No obstante, desde el punto de vista de la entera historiografía argentina la pertinencia interpretativa de “lo público” parece agotarse después de 1943, misteriosa y abruptamente. Ocurrido 1955, el tema de “lo público” renace hasta nuestros días con algunos cortes entre el que se destaca el de la dictadura militar-civil de 1976-1983. Pienso que esa notoria licuación de la utilidad del concepto merece una reflexión. En suma, parece que el primer peronismo constituye una anomalía histórica que permite sustraerlo de una temática de amplia vigencia.

Tal vez sea oportuno comenzar por el principio. Es conocida la formulación habermasiana del surgimiento de la “esfera pública” u *Öffentlichkeit* como rasgo de la modernidad, donde la separación entre lo estatal y lo privado inexistente durante el Antiguo Régimen abre paso al *uso público de la razón* en lugares donde no prima irrestricta la soberanía estatal sino el libre intercambio de razonamientos y argumentaciones, entre una diversidad de individuos que asumen el carácter de ciudadanos. Para alcanzar ese estatus se requirió fundar el derecho tras hacer revoluciones. Y si la ciudadanía requiere de una confirmación jurídica e involucra entonces una sanción estatal, se constituye en un espacio “civil”. Las fluencias semánticas entre lo civil, lo ciudadano y lo burgués (como rasgo del interés individual/ista) constituyen un índice de este pasaje a un orden en fractura con el Antiguo Régimen, que en el caso americano supone el quiebre del orden colonial. Así es que durante la centuria que sigue al meridiano del siglo XVIII en Inglaterra, Francia, Estados Unidos, y algo más tardíamente Alemania, emerge la “opinión pública” que Habermas (1981) indagó en su forma “civil” o “burguesa”. Los sujetos que participan de la esfera pública son por definición “ilustrados” pues hacen uso de su coraje de pensar, como señalara Kant en su respuesta a la pregunta *Was ist Aufklärung?*, con el propio entendimiento, poniendo en entredicho la ciega sumisión a la tradición. En términos individuales y de las sociabilidades compartidas en los cafés y salones literarios, la discusión sobre los acontecimientos contemporáneos a la luz de las informaciones provistas por los periódicos, constituyó una expresión de la “crítica” hacia el absolutismo, y más exactamente hacia el absolutismo feudal. Fueron los decenios en que sedimentó la filosofía liberal, el *laissez-faire*, la competencia y el individualismo. Habermas también menciona las condiciones que condujeron a lo largo de los siglos XIX y XX a la declinación de la “publicidad” debido a la imposición de un capitalismo monopolista, la “sociedad de masas”, el consumismo y el avance de la razón de Estado incluso en la figura del Estado de Bienestar.

Entre las diferentes consecuencias que conllevó la emergencia de la esfera pública se pueden destacar tres: 1) la aparición de la “sociedad” como opuesta al Estado; 2) la contraposición entre un ámbito privado en contraste con el público; 3) la “moralización” de la políti-

ca democrática como intrínseca a su inherente fragilidad post-tradicional. Es conocido que en este análisis subyacía una discusión de amplias repercusiones respecto de la crítica y la modernidad. Mientras Habermas recuperaba a través del estudio de los cafés y la circulación de prensa periódica durante el siglo XVIII la asunción de prácticas liberal-democráticas de construcción racional e intersubjetiva de la legitimidad política, desde otro horizonte cultural Reinhart Koselleck (2007) seguía a Carl Schmitt en descubrir en la moralización de la política una hipocresía que no asumía sus fines políticos e inauguraba irresponsablemente el camino hacia una secuencia catastrófica de crisis, guerra civil, revoluciones y terror.

No es esta la línea seguida en las reformulaciones del planteo habermasiano operadas en las investigaciones históricas y sociales. En ellas se prolongó una indicación ya presente en el análisis del filósofo francfortiano, pues este hizo explícito que había diseñado una indagación de la esfera pública “burguesa”, dejando por lo tanto como una tarea pendiente en la identificación de otras “publicidades” no subsumibles en el ideal “burgués” de los individuos interactuando en los espacios “no políticos” de la “sociedad civil”.

Para indicar dos casos bien conocidos menciono la elucidación de las publicidades proletarias abiertas por las lecturas de *La formación histórica de la clase obrera en Inglaterra*, de E. P. Thompson (Eley, 1994), y las relativas al género señaladas por Nancy Fraser (1992). En ese orden de cosas, el uso historiográfico ha desgastado una concepción simplista de la esfera pública que solo enuncia su pretensión de universalidad para reconocer, en cambio, la heterogeneidad y multiplicidad de las dimensiones públicas, las que habilitan conceptualizar sus antagonismos, desajustes y las voluntades por constituir nuevas e inesperadas figuras de lo público. Por último, la revisión del recorte habermasiano también ha contribuido a delimitar la validez liberal que trasuntaba su normativismo originario. En suma, no solo se tornan conceptualizables una diversidad de publicidades sino que se admiten configuraciones de las mismas irreductibles al liberalismo político.

Mi tesis sostiene que así revisada, la noción de lo público es útil para dar cuenta de las dinámicas de constitución socio-política de la compleja experiencia peronista durante el periodo 1945-1955. Esta

tesis pareciera a primera vista contra-intuitiva, pues el primer peronismo ha sido usualmente concebido como el tránsito de una inicial apertura democrática socavada pronto por un cierre autoritario, deriva generada por el propio peronismo en su dialéctica hegemónica, que concluyó con el golpe militar-civil de 1955.

En términos del desarrollo de la historiografía reciente, postulo que con “lo público” en el primer peronismo ocurre *exactamente* lo mismo que sucedió con otros temas en apariencia inexistentes, pero sobre los cuales el avance de la investigación documentada mostró que *sí* existían. Hace cuarenta años se sostenía que la historia del sindicalismo durante el primer peronismo solo podía ser una pseudo-historia porque aquél había sido sometido a la voluntad de Perón y la CGT era una inerte correa de transmisión, mientras ahora contamos con estudios sobre la cuestión; hace treinta se afirmaba que no existía una historia del Partido Peronista, y hoy la tenemos; hace dos décadas se sostenía que no era importante dar cuenta de una vida intelectual en la primera década peronista sino, a lo sumo, indagar a los sectores letrados antiperonistas, y hoy disponemos de un panorama más intrincado donde incluso las y los intelectuales peronistas han conquistado el derecho de ciudad; hace incluso quince años se defendía que la historia del asociacionismo durante el primer peronismo había sido yugulado por la primacía estatal, y hoy contamos con trabajos interesados en una rica vida asociativa para el periodo. En fin, la ejemplificación podría continuar, innecesariamente, argumentando por acumulación. Lo que quiero subrayar es que también respecto de una historia de “lo público” (la esfera y el espacio públicas, más ampliamente la “publicidad”) requerimos de un reajuste paradigmático que *nos permita ver* aquello que lentes diferentes nos impedían percibir.

La justificación que invisibilizaba los temas recién señalados es la misma que inhibió la percepción de una tensión en la definición de “lo público” durante el primer peronismo, a saber, la exagerada prevalencia atribuida a Perón y al Estado peronista en la oclusión de toda la vida histórica durante el periodo. Una modestísima teoría social avalaba esa lectura unidimensional, unidireccional y monoespacial donde una realidad compleja era torturada y simplificada para caber en una horma explicativa francamente inverosímil. En efecto, del

mismo modo que la imposición de una voluntad decisionista en el “líder” desde el privilegio estatal anulaba la actividad del Partido Peronista, de las asociaciones o del quehacer intelectual, también la “hegemonía” peronista basada en la figura “carismática” de Perón y la represión del pluralismo por el Estado guiado por el presidente en ejercicio, habrían anulado toda publicidad que no fuera sino expresión monológica, unívoca, del autoritarismo peronista. En mi contraargumentación defiendo que de la misma manera acontecida respecto del Partido Peronista, de las prácticas intelectuales y sindicales como de las asociativas (y reitero que no son las únicas), para la complejidad de “lo público” en el primer peronismo la opresión del tándem Perón-Estado sobre la sociedad argentina plantea inadecuadamente un objeto de estudio cuya investigación rigurosa, atenta a los pliegues de toda dialéctica inherente a la pugna por la “publicidad”, se encuentra en sus inicios. Estimo que si esa investigación avanza puede ofrecer un escenario histórico novedoso del periodo, pues involucra una dimensión transversal de todas las prácticas sociales.

La clausura de lo público en el primer peronismo

Es sencillo detectar los esquemas historiográficos en los que se narró una oclusión de la apertura democrática prometida, más o menos coherentemente, entre el 17 de octubre de 1945 y el 4 de junio de 1946. Se trata del pasaje entre un acontecimiento multitudinario que deja en vilo la definición de una época de la historia nacional –¿qué salida hallar a la crisis social y política argentina en vísperas de una postguerra internacional?– y las limitaciones de la realidad instalada tras la asunción presidencial de Perón. En realidad, durante el segmento histórico mencionado más o menos explícitamente se reconoce una disputa en y por lo público: en la secuencia de solicitadas pro o contra el secretario de Trabajo y Previsión, en la contraposición de la Marcha de la Constitución y la Libertad con el 17 y 18 de octubre, y en la activísima campaña electoral del verano 1945-1946.

Los hechos que conducen hacia el autoritarismo desde la reconocida proliferación de hechos en lo público son conocidas. Ellos afectan tanto al heterogéneo frente social y político pro Perón como

al resto de la sociedad y particularmente al naciente antiperonismo: la anulación de la diversidad social y política de la alianza que condujo a la victoria electoral de 1946, particularmente la liquidación del proyecto laborista no solo como partido sindical sino como arraigo democrático de la novedad peronista, la sanción de la “Constitución de Perón”, la consagración de la “Comunidad Organizada”, la consolidación de un aparato de propaganda populista (del cual la expropiación del diario *La Prensa* en 1951 fue una revelación) y la secuencia de polarización cuyo ciclo de radicalización siguió al fallecimiento de Eva Perón en 1952, hasta concluir en el conflicto con el catolicismo y el *coup d'État* de 1955 en tanto única salida viable una vez cancelada toda posibilidad de alternancia gubernamental y de pluralismo en la sociedad civil. Respecto de esta narrativa hay algunas construcciones que postulan la existencia de una matriz populista y unanimista intrínseca a los orígenes del peronismo (como en Loris Zanatta, quien rastrea las huellas populistas del peronismo hasta antecedentes coloniales) y otras en las cuales se registra una mayor contingencia (por ejemplo L. A. Romero y J. C. Torre). Estas últimas son las que han hallado una significativa repercusión historiográfica, con buenas razones pues habilitan una mayor densidad descriptiva que el enfoque genealógico de Zanatta (1995) donde todo está ya definido de antemano. Desde este mirador, si hay justificación para mentar el espacio público es solo para dar relieve a su “ocupación” por el peronismo. Veamos como lo expresó Darío Macor (2009:5):

“Un elemento central en esta capacidad del peronismo para renovar su condición originaria, es la importancia que en el Estado peronista se asigna a las técnicas de movilización de masas. El movilizacionismo destinado a la ocupación del espacio público a través del cumplimiento de determinados rituales, recrea el mito de los orígenes y remite directamente a la cultura plebiscitaria, núcleo duro del dispositivo de legitimación del poder y generación de consenso político”.

Me interesa citar estas pocas líneas de Macor porque condensan una serie de motivos del relato de la clausura de lo público: Estado, masas, rituales, mitificación, unanimismo plebiscitario como “cultura” en singular del peronismo. La consecuencia que quisiera subrayar

aquí es la clausura del pluralismo de la que se deriva un empobrecimiento del espacio público, y su reducción a extensión lisa por la “peronización”. En el mismo convencimiento, para el segundo mandato presidencial de Perón, Juan Carlos Torre se pregunta por qué el gobierno peronista no promovió la eliminación de las elecciones en la medida en que le era consustancial el “sistemático atrofiamiento del pluralismo político”. ¿Por qué no lo hizo? Antes que recurrir a una explicación menos sofisticada pero más conteste con el carácter democrático-liberal que fue la contracara del populismo en el peronismo, Torre prefirió utilizar una razón basada en “las complejas relaciones que Perón mantenía con las Fuerzas Armadas”. En efecto, “la lealtad de la corporación castrense al jefe de Estado hubiera sido más difícil de obtener y conservar si sus títulos para gobernar no fueran periódicamente legitimados por medio de las consultas electorales, aun en las condiciones escasamente competitivas en que se llevaban a cabo” (2002:53). Es interesante que la vigencia de fuerzas políticas no peronistas fuera reducida a la “casi clandestinidad” y el aparato de propaganda se difundiera por toda la espacialidad pública:

“La consagración del peronismo como único movimiento nacional eliminó todo vestigio de pluralismo en la vida política: las otras expresiones partidarias fueron relegadas a una existencia casi clandestina, la afiliación al partido oficial pasó a ser requisito para el desempeño de cargos en la administración, las imágenes de Perón y Evita se multiplicaron en los libros de lectura de la escuela primaria y en los sitios más diversos del espacio público” (2002:56-57).

El final conflictivo del primer peronismo aparece en esta mirada estrechamente vinculado a la clausura de lo público, que en realidad sería incompatible con el peronismo, o solo lo sería en la figura degradada en que prevalece una sola voz. Pues sin pluralidad de voces no hay realmente “publicidad”.

Entiendo que es innecesario insistir en estas consideraciones, ni útil multiplicar las citas y referencias bibliográficas. Solo quisiera agregar que la carencia de una problematización de lo público suele estar también presente en las interpretaciones del peronismo que enfatizan el carácter antagónico de la época, la reivindicación de los in-

tereses populares y la expansión de las capacidades estatales para afirmar la adhesión de la clase trabajadora al líder. También en estas perspectivas la cuestión de “lo público” aparece como improcedente, o tal vez como el residuo de una interrogación “liberal” incapaz de perfilar la novedad de la ruptura peronista.

Pero como dije, diversos trabajos afirman que eso no sucedió en el momento de emergencia. Podemos denominar al primer momento de una disputa por lo público como el segmento *herético* del peronismo, según una interpretación relacionada con los trabajos de Daniel James sobre el 17 y 18 de octubre de 1945. Se trataría de una ocupación de lo público que se hizo en términos thompsonianos de un “contra-teatro” de “iconoclasia laica”. Y específicamente en relación con los ataques sufridos por algunos locales universitarios y de la prensa periódica, James los interpretó del siguiente modo:

“La clase obrera, excluida durante mucho tiempo de la ‘esfera pública’ en la que se generaban dichas formas de poder y de dominación, dirigió precisamente sus ataques a dos de las entidades que con mayor nitidez determinaban las ideas vigentes sobre la legitimidad social y cultural (...). Al obrar así, procuraba reafirmar su propio poder simbólico y la legitimidad de sus reclamos de representatividad, así como el reconocimiento de la importancia social de las experiencias, los valores y la organización de la clase obrera en la esfera pública” (1988: 458).

Estrechamente vinculada con esta disputa por intervenir en la esfera pública se hallaba, siempre según James, la ocupación de espacios en los que previamente no se asignaba un lugar a la clase trabajadora. Puede añadirse que en *Resistencia e integración*, James (1990) encuentra un “cierre” de la diversidad de lo público protagonizado por Perón pero también por la clase trabajadora, aproximadamente desde 1947, para reabrirse en tiempos de la “Resistencia peronista”.

El análisis de James fue muy influyente. Pero como suele ocurrir con las “influencias”, estas manifiestan solo en parte rebordes y la sensibilidad de James para percibir el carácter abierto de un consenso peronista en la clase obrera aparentemente unívoco.

En los trabajos sobre el 17 de octubre se acostumbra a mostrar la “peronización” posterior como reducción de la diversidad originaria de un acontecimiento múltiple. Ello se observa en el estudio de Federico Neiburg (1992) y también en el de Mariano Plotkin (2007b). Según este autor desde 1947 avanza un creciente cierre de sus significaciones irreductibles a la unidad a través de la ritualización estatal-partidaria generada por el peronismo. Primero en varias figuras en que se dirimía el protagonismo en un peronismo donde Eduardo Colom y Ángel Borlenghi, desde respectivamente *La Época* y *El Laborista*, ofrecían imágenes alternativas del acontecimiento. Luego en un imaginario monolítico erigido alrededor de Juan y Eva Perón. La “oficialización” del 17 de octubre consolidada en 1949-1950 hacía sistema con el liderazgo carismático invocado por el propio Perón. La conmemoración devino entonces en la instancia “ritual” de una “religión política”. Con tal deriva antiliberal, unitaria y teológico-política, no hay ya posibilidad de concebir una dinámica pública. El clima político se unifica, se agota todo diálogo real y la peronización del país solo tiene una salida: la entronización indefinida del peronismo o su derrocamiento.

Este modo de comprender las performances públicas –o más exactamente su inexorable clausura– a través de nociones como “ritualización” y construcción de un “imaginario”, pierden de vista, al subrayar las aspiraciones peronistas a un consenso cada vez mayor (la “peronización”), las novedades e inconsistencias, así como los excesos y vacíos, de ejercicios de lo público con residuos que todavía debemos conocer. Pienso que eso puede decirse del modo en que Lobato, Damilakou y Tornay (2010) interpretan las consagraciones de las “reinas del trabajo” como capítulo de los actos del “día del trabajador”. Los acontecimientos aparecen como puestas en escena de dispositivos de legitimación: un “culto”, una “liturgia” y un “espectáculo”. Son visibilizados y elegidas nuevas bellezas obreras, en una tensión entre su aparición en el espacio público y la afirmación de ideales de familia y amor “tradicionales”.

Hacia una visibilización de lo público

Naturalmente, no afirmo que los asuntos ligados a lo público no hayan sido tema de los estudios históricos. Respecto del primer peronismo existen numerosos trabajos que aportan informaciones y documentación sobre las facetas públicas del peronismo, usualmente contrapuestas con las vertientes autoritarias del “régimen”. Un trabajo ejemplar al respecto es el de Anahí Ballent (2005) sobre las políticas de vivienda y la construcción urbana. La preocupación de Ballent por la “estética de la política” ofrece una serie densa de observaciones, las que pueden ser reinterpretadas en la clave ofrecida en este trabajo; también son muy útiles los descubrimientos de Rosa Aboy (2005) sobre el “espacio urbano” en su pesquisa relativa al barrio Los Perales. Estos dos estudios proporcionan informaciones sobre la vertiente material de lo público que aquí no puedo analizar. El trabajo de Marcela Gené (2005) sobre las representaciones gráficas de los trabajadores aporta informaciones valiosas respecto de la circulación de imágenes en la “Nueva Argentina”. Gené no procede a neutralizar la complejidad de la proliferación de la iconografía producida desde el peronismo en la “propaganda” ni en la vocación uniformizante de Raúl Alejandro Apold. A través de la lectura del texto de Gené se puede observar la multiplicidad de sentidos legibles e interpretables de las imágenes. Un elemento descuidado del enfoque de Gené revela más claramente la imposibilidad de “cerrar” las significaciones de una batería de representaciones que sin duda hallaron una tendencia creciente a la subordinación imaginaria al liderazgo de Perón: los textos que acompañaban a las imágenes son índices de la intención propagandística de limitar las recepciones y matizaciones en iconografías aparentemente incuestionables. Así las cosas, una imagen de la manifestación del 17 de octubre puede ser leída como la marcha sumisa hacia la primacía incuestionable del líder, la movilización autónoma (e incluso revolucionaria) de la clase trabajadora, o una variante que rehúya esta dicotomía un tanto elemental. Para contener la multiplicidad hermenéutica, la usina propagandística imponía un texto que enfatizaba la unidad esencial del pueblo con el conductor. Pero esa misma afirmación reconoce en su materialidad la insuficiencia de atribuir una reducción “imaginaria” de la fluencia constitutiva de to-

da imagen, fluencia que por desgracia para los nostálgicos de la unanimidad *también* florece en la palabra. Lo que me interesa destacar aquí es que la presencia pública de las imágenes no solo plantea la necesidad peronista de reafirmar su relevancia (jamás una identidad está completamente confirmada, pues persiste a través de reiteraciones y desplazamientos), sino la imposibilidad de una clausura de la publicidad a pesar de los sueños de unidad esencial que algunas franjas del Estado peronista podían sostener. Para esto no es necesario embarcarse en la empresa inviable de postular un sustrato liberal o pluralista en el peronismo.

Entiendo que no solo es posible introducir una complejización de la noción de publicidad que supere largamente a sus figuras liberales, sino también que reconozca la irreductible perseverancia de una construcción de legitimidad pública en las democracias modernas. Esa legitimidad precaria y necesitada de confirmaciones periódicas, sea a través de elecciones y/o de mecanismos plebiscitarios, de prácticas cotidianas ocurridas en múltiples espacios y escalas, en los “acontecimientos” públicos que reorganizan la relación de fuerza entre las clases y en el interior de ellas, entre otras expresiones, es un rasgo inherente a las sociedades capitalistas. La excepción a esa constancia de la publicidad (que convendría mencionar en plural) son los regímenes totalitarios en los que se anula la diversidad de voces, se procede a un constante autocontrol del aparato estatal y se aplica la violencia sistemática contra la diferencia. Y si es cierto que el primer peronismo no fue el régimen liberal que nunca quiso ser, ni estuvieron en él ausentes prácticas de sometimiento de las oposiciones políticas, los mecanismos de lo público nunca fueron radicalmente anulados. Es más, continuaron como trama de comunicación con diversas dimensiones cuya comprensión es decisiva para dar cuenta de la experiencia histórica.

Más aún, estimo que no solo se puede observar una continuidad de la vigencia de lo público. En la medida que la publicidad nunca está del todo dada sino que se reconstituye performativamente, mi hipótesis de trabajo es que durante el primer peronismo no solo se produjo una mutación de los estratos y se recompuso lo público, el periodo 1945-1955 acompañó una explosión de lo público como pocas veces ocurrió en la historia argentina hasta 1983. Justamente, la

vocación de control peronista de lo público se explica por una voluntad política pero también por la imposibilidad del propio movimiento liderado por Perón de hegemonizar las circulación pública de significaciones.

Es plausible sostener que una hornada reciente de estudiosos y estudiosas apela de manera más decidida al uso de la noción de “espacio público”. Poseemos algunos trabajos publicados en años cercanos que han empleado algunos conceptos del vocabulario de “lo público” y tal vez sea instructivo relevar cómo lo han hecho. Se trata de estudios interesantes llevados adelante por nuevas investigadoras e investigadores.

José Pablo Carro (2009) analizó, desde la perspectiva de los estudios de la comunicación, la serie *Sucesos Argentinos* desde la pregunta por el espacio público durante el peronismo. El autor recuerda su surgimiento en 1938 y la puesta al servicio del Estado desde 1943. Carro emplea el concepto de espacio público de un modo que llamaré “contributivo”, lo que quiere señalar que trata de incorporar un elemento hasta entonces no considerado en los análisis sobre aquellos documentales. Así, dice como resultado de su estudio:

“la cultura política de los trabajadores quedó marcada a fuego por el peronismo en el poder. Este emerger ciudadano por parte de los trabajadores en el espacio de lo público, es fundante de una nueva identidad de los trabajadores que los vincula al peronismo. La retórica del peronismo a través de *Sucesos Argentinos* tiene a los trabajadores en su centro. Y si bien esto produce un desplazamiento de otras identidades políticas del centro de lo público, el valor predominante en ese espacio es la armonía social” (2009:72).

El “espacio público” que piensa Carro es un “espacio público peronista”, visualizado en *Sucesos Argentinos*, que permitió a las masas “la posibilidad de hacerse visible socialmente, de ingresar también desde lo cultural (al verse y oírse siendo, al reconocerse como trabajadores) al espacio de lo público. *Sucesos Argentinos* resultó, en fin, un catalizador de la experiencia de la multitud en las calles y, por lo mismo, lugar de formación de una nueva ciudadanía” (2009:73). Se nota muy pronto que lo público está dado una vez fundado, y la fun-

ción de los cortos “peronistas” hacen visible en una espacialidad ya dada unos sujetos hasta entonces ignorados: “las masas”. No hay en la constitución de lo público una creación situada y jamás acabada, una modificación de las relaciones entre los sujetos, la nunca del todo cristalizada emergencia de nuevas coyunturas, ni la recomposición de previas jerarquías en el proceso mismo de plasmarse la publicidad. La concepción es estática pues el “espacio público peronista” se alimenta a sí mismo desde la emisión (los documentales) hasta la recepción (las masas que se presumen como peronistas).

Otro trabajo que utiliza el concepto de espacio público es el de Fernando Castillo (2012) sobre el primer peronismo en la ciudad capital de la provincia de Jujuy. Castillo asume la narrativa sintetizada páginas más arriba como de apertura y cierre. Con el avance de la década, el agostamiento de la tolerancia peronista hacia las disidencias recorta el antagonismo del espacio público. El autor sostiene que ello se debió a lo siguiente:

“el requerimiento del salvoconducto policial para la realización de actos partidarios, en general denegada por la vigencia de leyes afines a situaciones de conmoción o bien por la arbitrariedad solidaria con el régimen por parte de los delegados policíacos. La delimitación de la prensa como ámbito estrictamente reservado a la amplificación de los discursos de corte peronista contribuyó del mismo modo a la eliminación de los elementos antagonistas del espacio público” (2012: 5).

Así le acontece al otrora importante Partido Demócrata que “circunscribió su accionar prácticamente a un recinto que rayaba la esfera privada” (ibidem). Como Romero, Torre y Plotkin, Castillo subraya las lógicas de ritualización, peronización y clausura, por lo que, concluye, “[se] produjo una aparente eliminación del carácter dialógico y agonal que supone necesariamente la naturaleza del primero [i.e., el espacio público]” (ibidem). El argumento es vigoroso cuando recuerda la proliferación de nombres de Perón y Eva Perón en calles, escuelas, diques y cuanta obra pública se pueda imaginar. Como Carro, Castillo sostiene que si hubo espacio público ello fue válido solo para “los actores incorporados al peronismo”, por lo que la política peronista “en

lo que concierne al espacio público discurrió por andariveles diversos a los principios específicos de la tradición democrático liberal” (2012: 9). Es válido preguntarse si ese “espacio público” tan segmentado y mutilado puede ser denominado realmente como “público”, esto es, heterogéneo en su condición de campo de comunicación y por la incertidumbre de todo mensaje que circula en un ámbito común a sujetos diversos.

El trabajo de María Eugenia Cadús (2014) sobre el ballet teatral de La Plata en los años peronistas inscribe la noción de espacio público en el marco de la “democratización del bienestar”, en su caso dentro del capítulo de “democratización de la cultura” (noción que adeuda al trabajo de Leonardi, 2010). La autora recalca la oferta de espectáculos con acceso popular y menciona esa “ocupación” del espacio público del escenario, el consumo de las obras, y la creación de nuevos espacios como el teatro al aire libre. Otra vez, el espacio es un hecho empírico, no involucra una multiplicidad de voces ni actitudes.

Sin duda el tema que más se presta para la problematización de las peripecias del espacio público es el de la prensa. No se verifica en la bibliografía, empero, un interés sustantivo, tal vez regida por las imágenes que desde el trabajo de Pablo Sirvén (1984) han confirmado un paisaje peronista de reducción a la unidad con la manipulación del abastecimiento de papel, las presiones más o menos abiertas a las empresas periodísticas, la adquisición de una diversidad de diarios y revistas por la empresa evitista ALEA, la expropiación del diario opositor *La Prensa* luego de haber clausurado la socialista *La Vanguardia* y haber hostigado sin cese a la comunista *La Hora*. Los estudios sobre el tópico de “prensa y peronismo” (Da Orden y Melon, comps. 2007; Rein y Panella, comps. 2008) no han conseguido conversar con aquella interpretación sino, en algunos casos, a través de la vindicación de la innovación peronista que visibilizó y nacionalizó a sujetos hasta entonces marginados o promovió una nueva línea de legitimidad popular. De tal manera se consolida una oposición entre, por un lado, las interpretaciones críticas del peronismo basadas en un rechazo de la uniformización y, por otro, una defensa de las exigencias antagónicas necesarias para la consolidación de una nueva hegemonía nacional-popular. En ambas miradas, opuestas, el tema de lo público carece de relevancia.

No deja de sorprender que las recurrentes preocupaciones por dar cuenta de la “hegemonía peronista” –dentro del programa de estudios laclauianos del “populismo”– también carezcan de un interés sustantivo por la redefinición de lo público, de lo visible y lo invisible, de lo autorizado y lo desautorizado, de lo reconocido y lo desconocido, en favor de un interés mayor por “el discurso”. Acrisolado en el (post)estructuralismo, el discurso se torna inestable y flexible, pero un terreno relativamente llano en la edificación de “identidades”. Tal vez una excepción al respecto sea el trabajo de Gabriel Carrizo (2015) sobre las “subjetividades” de los trabajadores petroleros patagónicos interpelados por el peronismo. Carrizo propuso seguir “la serie de desplazamientos subjetivos que la irrupción del peronismo supuso en los trabajadores petroleros de Comodoro Rivadavia. A partir de dichos efectos de subjetivación el peronismo habilitó nuevas voces legítimas en el espacio público” (2015:208). En la senda de Jacques Rancière respecto de “lo político” pero situándolo en el horizonte de Laclau y el populismo, el autor subraya la subversión de la jerarquía de lo sensible en términos de un espacio público al que los trabajadores acceden como sujetos (ver también Morales y Reynares, 2010). Al hacerlo se repara un “daño” y se ejerce una toma de la palabra, por ejemplo, rearticulando el nacionalismo petrolero de Mosconi a Perón. Carrizo entiende este pasaje como una modificación de las “subjetividades” sin avanzar sobre las “objetividades” de una publicidad que ha cambiado pero cuyas geografías permanecen no analizadas. Otra vez nos encontramos con una elaboración “contributiva” en la que encuentra relieve, a lo sumo, la forja de una publicidad peronista que, insisto, si es tal cosa no puede serlo cabalmente.

Algunos problemas y conclusiones

Las dimensiones de lo público no son reducibles a las orientaciones impuestas por un poder estatal. Solo en el caso de totalitarismos y dictaduras muy represivas el espacio “abierto” de las significaciones es simplificado a través de la erosión de lo público por una *raison d'État* usualmente identificada con un líder. Esas dimensiones son constitutivas de la diversidad que caracteriza a la sociedad civil

en la sociedad capitalista, y no es seriamente discutible que la Argentina peronista fuera organizada a través de la acumulación del capital. Las empresas públicas de servicios o algunas de producción considerada estratégica jamás se propusieron lo que no podían lograr: un capitalismo de Estado. Esa fue la condición estructural de la persistencia de lo público en la sociedad civil, persistencia que fundaba la necesidad peronista de confirmaciones periódicas de su legitimidad tanto a través de vías electorales como de demostraciones plebiscitarias (que al “ocupar” un espacio público como la Plaza de Mayo sin embargo no dejaban de revelar la división en la sociedad; Sigal, 2006).

Por otra parte, el mercado es un productor incesante de mensajes e imágenes circulantes en lo público, una fuente de representaciones públicas que ningún Estado –salvo los casos mencionados– puede efectivamente subyugar. ¿Dominaba el Estado peronista todas las dimensiones de la circulación de mensajes producidos desde el mercado? Las investigaciones sobre el consumo (Elena, 2011; Milanesio, 2014) han acentuado el balance comprensible de que los alcances del mercado no eran unívocos, ni estabilizados, ni reducibles al plano nacional. ¿Regían completamente la censura y control estatal la multiplicación de productos culturales originados en el espacio nacional y los arribados desde fuentes internacionales? Otra vez: ¿estaban sometidas las recepciones y usos de esos productos públicos mediatizados por la forma mercancía capitalista a la férula peronista-apoldiana? Hace ya un tiempo que la idea de un Estado y una política peronista uniformes ha sido cuestionada en la investigación para continuar con las narrativas tradicionales de la imposición de un poder omnímodo y autodestructivo. Por ejemplo, el estudio de Clara Kriger (2009) sobre el cine ha destacado la irreductibilidad del mismo a una maquinaria monolítica y acieadamente coherente de la que el cine argentino de la época sería una expresión inmediata. Hace poco tiempo Matthew Karush (2013) planteó que el pasaje de lo privado a lo público que James (1990) había sugerido en la experiencia peronista de reivindicación obrera podía ser rastreado desde los años veinte al estudiar el cine y la radio. Tal vez la mirada de Karush sea excesivamente continuista pero acierta en destacar la apertura pública del consumo cultural masivo. ¿Concluyó abruptamente esa facultad de

publicidad en 1946 o en 1949? El tema queda disponible a nuevas investigaciones, pero quien esté familiarizado con las fuentes de la época intuirá que no fue así.

Es cierto que algunas oficinas del Estado peronista diseñaron “planes políticos” de conquista total de la sociedad civil (Quiroga y Acha, 2012); y que las imaginaciones populares también desarrollaron idearios de un peronismo absoluto y eterno (Acha, 2014a, cap. 6). Pero es poco verosímil que esa imaginación totalista constituyera un índice fehaciente de las prácticas políticas vigentes, aunque por cierto tales viajes simbólicos eran enteramente reales. No puedo dejar de observar lo implausible que de allí puedan derivarse interpretaciones solo en apariencia tan sofisticadas como convincentes de Tulio Halperin Donghi (1993) sobre “El lugar del peronismo en la tradición política argentina” en que se hace ingresar al acontecimiento en la *Iron Maiden* de una palabra “unanimista”, o de Silvia Sigal y Eliseo Verón (1985) sobre la primacía del enunciador privilegiado, Perón, al menos hasta 1955.

Sucede que la oclusión de lo público por la tensión constitutiva del peronismo con el pluralismo asume, por su normatividad liberal, una idea simplificada de las usinas políticas que menoscabarían la vigencia de la publicidad. ¿Era el Partido Peronista unívoco en sus prácticas? ¿Constituía el poder propagandístico del Estado peronista un dispositivo sin fisuras y actuante en una sola escala bajo la tutela omnisciente de Apold? ¿Agotaba esa voluntad de unidad las recepciones y reinterpretaciones que suelen caracterizar todo proceso de comunicación no totalitario? ¿Y cómo reconcebir esquemas analíticos cuando se genera una contaminación sistémica entre lo social y lo político como sugiere la noción de “sociedad política” para dar cuenta de la subversión de las fronteras clásicas entre civilidad y política (incluida la estatal)?

Una de las interrogaciones que asaltan a quienes leen la historiografía argentina de los siglos XIX y XX consiste en comprender por qué la importancia del espacio público asignada en la investigación histórica del periodo 1870-1940 y 1955-1976 encuentra un vacío durante el primer peronismo. ¿Qué catástrofe de lo público ocurrió para que durante el decenio peronista la publicidad existiera solo como promesa inicial pronto malograda, sin que perseveraran aspectos

notables de “lo público” para entender la consolidación hegemónica de la oferta política de Perón?

No obstante es preciso considerar con toda seriedad y sin cortapisas populistas la objeción sobre las restricciones al pluralismo verificables durante el primer peronismo, y meditar sobre si esas limitaciones no impusieron un apagamiento de la apertura intrínseca de lo público (pues si solo hubo un “espacio público peronista”, el concepto es utilizado impropriamente: ya no hay publicidad). Mi respuesta a esa objeción es enfáticamente sí. Creo que es contrario a la comprensión histórica negar las tendencias unanimistas y verticalistas de la dirigencia peronista central. A ello agregaría que numerosas evidencias muestran que la unanimidad pretendida del peronismo, como su eternización, circularon también en las concepciones populares. Y no solo me sostengo sobre la pertinencia de lo público en las matizaciones empíricamente justificables sobre la complejidad de actores y de las prácticas, para horadar la ilusión de un “imaginario” todopoderoso, ni me refugio en la convicción postestructuralista o pragmatista de que las imágenes y las palabras carecen de un sentido esencial y están siempre abiertas a reinterpretaciones. Todo esto es cierto pero no basta, en mi opinión, para refutar la objeción. De índole conceptual, el debate requiere un recomposición teórica pues los hallazgos documentales son neutralizados en matrices de inteligibilidad que justamente deben ser repensadas.

En su propuesta de una “histórica” de los dualismos transhistóricos que son la condición de posibilidad de todas las historias posibles, Koselleck (1997) identificó un conjunto no exhaustivo de pares antitéticos vigentes en toda comprensión de la historia, cuyo estatuto es para él cuasi-trascendental pues si bien tales pares son construidos lingüísticamente no se reducen al lenguaje. Koselleck postula que constituyen las matrices dicotómicas que organizan la comprensión historiadora. Entre ellas reconoce las siguientes: el par inspirado en Heidegger del “precurzar la muerte” y el “poder matar”; el heideggeriano-arendtiano del “estar arrojado”, el nacimiento, y la generatividad (la relación entre generaciones); el schmittiano de amigo/enemigo; el hegeliano de amo/esclavo en torno a la definición de jerarquías; y el que me interesa aquí, el par de las espacialidades entre interior y exterior, una de cuyas figuras es la de público y secreto

donde “lo público” comprende explícitamente a la *Öffentlichkeit* (1997:79-80). Es prescindible que justifique por qué desde una lectura del segundo volumen de *El capital* la dicotomía es histórico-trascendental. Lo que me interesa destacar del último par es que la oposición entre lo público y lo secreto plantea un *continuum* y una coexistencia antagónica. No es posible concebir lo público como apertura y múltiple sin lo secreto como cierre e interioridad incomunicada. O en términos de las culturas políticas, entre la publicidad del pluralismo y la no-publicidad de la voluntad unánime. De hecho, se trata de una tensión inherente e irresoluble. Con una orientación liberal y muy distinta al conservatismo koselleckiano, la relación interna entre la apertura y cierre que habitan en lo público de las sociedades post-tradicionales está presente, es cierto que sin desplegar, en el estudio pionero de Habermas. Es que siempre la constitución de una “publicidad” supone una existencia colectiva compleja y a veces antagónica, por ejemplo, respecto del Estado, o respecto del mercado. En el propio Habermas el devenir de la esfera pública burguesa y pluralista es pronto puesta en cuestión por el desarrollo del Estado democrático y la economía capitalista de monopolios.

Trasladado a la temática de la historia del peronismo, la derivación de la coexistencia de lo abierto y lo cerrado en el concepto mismo de lo público sugiere que las tendencias a la oclusión del pluralismo no son ajenas a la noción de “publicidad”. Son dimensiones hallables en toda experiencia social, sea a través de las acciones estatales como del mercado. Por ende, a menos que se sostenga que durante la Argentina peronista se anuló al mercado capitalista, a la industria cultural y a la sociedad civil, a menos que se afirme la equiparación entre producción de mensajes propagandísticos, peronización y recepción, la indagación de las vertientes públicas de la época constituye una tarea pendiente.

Acreditada la pertinencia de “lo público” para investigar la experiencia histórica durante el primer peronismo, esta pierde algunos rasgos de las interpretaciones más generales que caracterizan a los escritos de Félix Luna a Torre y Plotkin pasando por Romero y Zanatta. Me refiero a la unilateralización de la circulación de los mensajes, lo que deriva en una comunicación irreal entre un centro emisor y una multitud o bien pasivamente receptora (los y las peronistas) o

uniformemente reprimida (el antiperonismo). También contribuye a revisar la representación de un vector sencillo que avanza desde la fundación multitudinaria del 17 de octubre de 1945 y la victoria electoral de 1946 hacia el aplanamiento de la vida política a lo largo de los nueve años subsiguientes, sin mayores menoscabos. Por último, también así se resolvería el arcano insondable que extrae al primer peronismo de una historia del espacio público –que conviene concebir en la multiplicidad de publicidades– relevante para las décadas anteriores y posteriores pero misteriosamente inadecuada para la década de segunda postguerra. Me parece que un programa de estudios sobre el peronismo que adopte con capacidad crítica la cuestión de lo público, sin traslaciones mecánicas de los planteos habermasianos (o sus alternativas planteadas por Maurice Agulhon o Koselleck). Por el contrario sometiendo a examen su ensamblaje normativo y liberal, puede habilitar una imagen bien diferente de la construcción hegemónica durante el peronismo. Sobre todo, permite plantear preguntas nuevas para descubrir una sociedad argentina infinitamente más compleja que las representaciones imaginarias y simbólicas estrechamente asociadas a la construcción peronista de poder. Al respecto me temo que aún no nos hemos emancipado de las mentalidades emanadas de la dicotomía peronismo/antiperonismo.

De los numerosos problemas que requieren meditaciones conceptuales mayores quiero identificar el que se me ocurre más importante: el de no considerar lo público como simple, unidimensional y dado. Lo público no es un espacio en dos o tres dimensiones que deba ser “ocupado”. El verbo ocupar es corriente en los entendimientos empiristas del espacio público como extensión a ser conquistada o demarcada, arrebatada o reclamada. En principio la ocupación es difícil porque no hay un solo espacio o esfera públicos, sino numerosos, con cortes y quebradas regidas por las diferencias sociales, culturales, políticas, de color de piel, género y sensibilidad, edad e historia vivida. Tampoco hay una sola escala que se recorre sin tropiezos. Usualmente coexisten, se solapan e interfieren varias publicidades, sin descartar la existencia de espacios donde ninguna parece existir, como en la clandestinidad o en zonas rurales muy aisladas.

Incluso si se reconoce la pluralidad de lo público, sus escalas y cortes, en esa geografía compleja persiste todavía un esquematismo:

el de dar por definidos de una vez y para siempre un perfil de la publicidad. En cambio, las transformaciones políticas, sociales y económicas evolucionan en tendencias estructurales y de mediana duración de consecuencias desiguales para los escenarios de lo público, a lo que debe añadirse la agencia de los grupos e individuos humanos, que inciden en la reconfiguración de lo que es entendido como “público”. Podría decirse que justamente la tarea de la praxis social y política consiste, en buena medida, en la recomposición de qué es público y qué es privado. Lo público no está dado y su fisonomía es inseparable de las prácticas de su constitución. No hay que optar por un contingencialismo radical de las prácticas, en que se anulan las coerciones y campo de posibilidades a las que los sujetos se enfrentan como “lo real”, para captar que en la definición de lo público hay una politicidad y una dimensión de conflictividad inerradicables. Se me ocurre que impostaciones mecánicas de ideas de Bronislaw Bazcko sobre los “imaginarios sociales” y de George Mosse sobre las “religiones políticas” han causado un evitable daño interpretativo. Es que las sombras de Stalin y Hitler que gravitaron como pesadillas sobre las preocupaciones de los autores recién mencionados sean inadecuadas para interpretar críticamente el peronismo.

Para poner en obra estas consideraciones, en otro trabajo he intentado mostrar de manera preliminar los pliegues de lo público en relación con el sindicato de vendedores de diarios durante el primer peronismo (Acha, 2014b). En principio el sector es significativo por su lugar en la circulación de diarios y revistas en la vía pública, por su actuación en el conflicto de la expropiación de *La Prensa*. En sentido contrario, dada la relevancia asumida por el dirigente más conocido de los “canillitas”, Napoleón Sollazzo, epítome del sindicalismo peronista sometido a las decisiones de Perón, la vida asociativa gremial no era a primera vista relevante para analizar cuestiones ligadas a la “publicidad”.

Sin embargo la investigación mostró que el sindicato, constituido bajo los auspicios cegetistas y gracias a una legislación sectorial promovida por el gobierno militar de 1943 y ratificada por la gestión constitucional peronista, intervino de diversas maneras en distintos espacios públicos. Uno de ellos fue la escena pública general, para llamarla de alguna manera, donde un diario peronista como *El Labo-*

rista podía dedicarles una edición de su suplemento dominical para otorgarles visibilidad. No solo pretendían así “ser vistos” y reconocidos, sino también, por caso en la publicación en la revista gremial con fotografías de actrices famosas celebrando el aniversario del sindicato, el derecho de verse en lo visible de una espacialidad hasta hacía poco vedada como trabajadores (el cine y el teatro masivos). Otra práctica de intervención de “lo público” involucró la tensión respecto de la denominación de “canillita”, tradicional en el sector pero a la vez anacrónica debido a que según afirmaban habían pasado a ser, con el peronismo, sujetos con derechos. Su participación en las movilizaciones obreras (del Primero de Mayo) y peronistas (del 17 de octubre), confirmadas por las fotografías reproducidas en los órganos gremiales, disputaban la presencia en los escenarios de publicidades obreras y peronistas, que se solapaban pero no coincidían completamente. Por eso no podría coincidir con el juicio de Silvia Sigal sobre el Primero de Mayo durante el periodo cuando sostiene lo siguiente: “La verdadera innovación del régimen consistió en la conversión del Día de los Trabajadores en una ceremonia estatal dedicada a la pareja Perón-Eva Perón” (Sigal, 2006:296); pues fue eso, sin duda, pero bastante más que eso. Por otra parte, la revista *El Canillita* no agotaba la comunicación de palabras e imágenes en el gremio; también circulaba –seguramente con menor facilidad y recursos– el órgano opositor *El Canillita Libre*, que contendía las maneras de lo político en el sector, en una tensión que encontraba en la interpelación pública un plano de realidad. Por supuesto, se trata de solo un caso, pero es uno entre muchos otros que permiten comenzar a percibir y conceptualizar la importancia de lo público en una hegemonía peronista bastante más complicada de lo que se ha pensado hasta este momento.

Las preguntas que surgen al respecto son innumerables y aquí no puedo sino enunciar algunas para calibrar la inmensidad de nuestras ignorancias, que no son sino el reverso de los saberes superfluos para la explicación estatista-carismática de la hegemonía peronista.

¿Qué publicidades compusieron el espacio público durante el primer peronismo? ¿Qué generalidad de lo público interactuó con otras particularidades públicas diferenciadas por lugar geográfico, cultura política y clase social? ¿Cuál fue la novedad peronista, si la

hubo, en la fisonomía de la publicidad urbana? Y entonces, ¿qué debía la performatividad pública vigente durante el primer peronismo a las formas de lo público activas durante las décadas precedentes? Una vez puesta en suspenso la hipertrofia e infalibilidad del poder estatal es innecesario olvidar las novedades peronistas en la expansión de las capacidades estatales, con sus conquistas y sus sombras. ¿Hubo una primacía estatal en el avance sobre lo público o fue el Estado además o también un agente en la multiplicación de la publicidad? ¿Cómo reconfiguró la política estatal peronista, y especialmente su aparato de propaganda, la incidencia del Estado y del mercado en la constitución de los ámbitos de lo público? Reconocida la escalada conflictiva que afectó al menos parcialmente a la cotidianidad durante los años cincuenta, ¿alteró los términos de lo público, el lugar de lo privado y las figuras de lo secreto o clandestino?

Emancipados de la opresión de una clausura estatal, ¿cuál fue la relación entre la acción en lo público del Estado peronista y las prácticas públicas del Partido Peronista y, más ampliamente, de la “sociedad política” peronista? ¿Encastraban todas ellas en una totalidad armónica y sin rebordes? En la medida en que el Estado pierde su estatura imaginaria de Leviatán intolerante se habilitan preguntas sobre los límites de su potencia indudable y acrecentada: ¿cuáles eran los matices de las prácticas de lo público según regiones, condiciones políticas y tradicionales locales? ¿Cómo se relacionaban las orientaciones centrales emanadas de la capital federal con las lógicas específicas que daban cuenta de las relaciones concretas en los ámbitos provinciales, municipales y barriales? A esto necesitamos añadir las novedades aportadas por la industria cultural internacional. El ámbito nacional participó de un alcance global o al menos occidental reconocido incluso por la propia dirigencia peronista a través de la difusión de traducciones de la palabra de los líderes o las “realizaciones” del gobierno y la participación en eventos internacionales de diversa naturaleza (por ejemplo, deportivos y cinematográficos).

Por cierto, si lo público nunca fue completamente clausurado, y si las formas de lo público peronistas incidieron profundamente en la experiencia de la época, eso implica que no podemos reducir el objeto a lo que se denominó en alguna bibliografía citada como “el espacio público peronista”. Así las cosas, ¿persistieron otras publicidades no

peronistas, antiperonistas o no reducibles a la alternativa peronismo/antiperonismo? Mi propio trabajo sobre el uso del chisme y el rumor de las trabajadoras domésticas me lleva a pensar que en los mercados, almacenes, bailes y esperas para ser empleadas “por horas” se constituían ámbitos de clase y género donde se configuraban inestables momentáneas publicidades en que circulaban lenguajes, informaciones y maledicencias irreductibles a la “situación ideal de habla” pero efectivas a la hora del reconocimiento entre las trabajadoras. Por otra parte, ¿si fueron evidentes presencias públicas del conglomerado peronista, ocurrió del mismo modo en Buenos Aires que en Bahía Blanca y Resistencia? ¿Es cierto que el ámbito de la prensa fue arrasado como lo sugieren Sirvén y otros anulando completamente y en todos los ámbitos la circulación de otros discursos? ¿Aconteció esa unificación en el teatro y en las revistas intelectuales? Ya he dicho que no se trata de invertir la imagen unitaria o en proceso de forja de la “Comunidad Organizada”. Por ello los datos incontrovertibles de la construcción de una usina peronista de diarios, revistas, noticieros cinematográficos, libros de lectura escolar y otras instancias de intervención en los escenarios públicos requieren ser incorporados en una trama más complicada, detallada y sutil de emisiones, retransmisiones, reinterpretaciones y recepciones irreductibles a una imposición infalible, pero donde no es obligatorio ni quizás ecuánime suavizar las vitalidades hegemónicas peronistas. ¿Fueron estas consistentes, carecieron de contradicciones y enfrentamientos internos, de desajustes y tensiones? ¿Cómo mutaron a la vera de una convulsionada Argentina peronista nunca del todo estable ni aún en su momento de mayor confianza?

En fin, estas son solo algunas vetas de la formidable mengua que las preguntas informulables por las tesis de la “religión política”, la “ritualización” y la “peronización” nos han legado. Pienso que las investigaciones por venir nos conducirían a revisar la cronología mencionada de un bienio 1945-1946 de multiplicidad hacia otro, 1949-1951 de monolitismo o “peronización”. Son interrogantes que ahora podemos formular y transformar en conocimiento. Como ya sostuve, no porque esas tesis no hayan producido importantes saberes, sino porque la luz con que iluminaron trazos fuertes de la década peronista se engeguecía para otros aspectos así olvidados que, tal vez,

dialogaran con los resultados tan diestramente obtenidos. Pero mi propuesta no es “contributiva”. No se reprime en subrayar la presencia que entonces tuvieron nuevos actores en la visibilidad pública: mujeres, trabajadores, personas de piel oscura, niños y ancianos, entre otros. Antes que complementar interpretaciones tendientes a enfatizar el cierre de lo público al añadir los lugares en que esa clausura no llegó o vaciló, pienso que es preciso deconstruir la entera matriz interpretativa que produjo una representación tan sesgada del acontecimiento peronista. Fuentes que eran irrelevantes o permanecían cerradas, pueden ser abiertas para penetrar en ellas con el cuidado y el ansia con que se recorre lo ya conocido, pero siempre renovado en sus promesas e incógnitas, para redescubrir sus pliegues y secretos jamás entregados, trémulos en la espera de quien sepa conquistarlos.

Bibliografía

- Aboy, Rosa 2005, *Viviendas para el pueblo. Espacio urbano y sociabilidad en el barrio Los Perales, 1946-1955*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Acha, Omar 2014a, *Crónica sentimental de la Argentina peronista, 1945-1955*, Buenos Aires, Prometeo Libros.
- Acha, Omar 2014b, “El sindicato de “canillitas” y el mosaico de lo público en la sociedad política peronista (1945-1955)”, en O. Acha y N. Quiroga, eds., *Asociaciones y política en la Argentina del siglo veinte. Entre prácticas y expectativas*, Buenos Aires, Prometeo Libros.
- Cadús, María Eugenia 2014, “La democratización de la cultura en el primer peronismo: la participación del Ballet Estable del Teatro Argentino en el Anfiteatro Martín Fierro de La Plata”, en *AURA. Revista de Historia y Teoría del Arte*, nº 2.
- Carrizo, Gabriel 2013, “Cuando Perón supera a Mosconi. Populismo, política y re-escritura de la historia en la Gobernación Mili-

tar de Comodoro Rivadavia, 1944-1955”, en Anuario del Centro de Estudios Históricos “Prof. Carlos S. A. Segreti”, año 13, nº 13.

- Carro Aiello, José Pablo 2009, “La nación peronista en Sucesos Argentinos”, en Sociedad Hoy, nº 19.
- Castillo, Fernando Aníbal 2012, “Lo consagratorio y lo venerable: la ‘peronización’ del espacio público en San Salvador de Jujuy (1951-1955)”, en Pilquen. Ciencias Sociales, año 14, nº 15.
- Chartier, Roger 1995, Espacio público, crítica y desacralización en el siglo XVIII. Los orígenes culturales de la Revolución Francesa, Barcelona, Gedisa.
- Da Orden, María Liliana; Melon, Julio César, comps. 2007, Prensa y peronismo, 1943-1955, Rosario, Prohistoria.
- Elena, Eduardo 2011, Dignifying Argentina. Peronism, Citizenship, and Mass Consumption, Pittsburgh, University of Pittsburgh Press.
- Eley, Geoff 1994, “E. P. Thompson y la formación de la ‘esfera pública’ de la clase obrera, 1780-1850”, en Entrepasados, nº 6.
- Fraser, Nancy 1992, “Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy”, en C. Calhoun, Habermas and the Public Sphere, MIT Press.
- Gené, Marcela 2005, Un mundo feliz, imágenes de los trabajadores en el primer peronismo, 1946-1955, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- González Bernaldo de Quirós, Pilar 2001, Civilidad y política en los orígenes de la nación Argentina. Las sociabilidades en Buenos Aires 1829-1862, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Gorelik, Adrián 1998, La grilla y el parque. Espacio público y cultura urbana en Buenos Aires, 1887-1936, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes.

- Gutiérrez, Leandro; Romero, Luis Alberto 1995, Sectores populares, cultura y política. Buenos Aires en la entreguerra, Buenos Aires, Sudamericana.
- Habermas, Jürgen 1981, Historia y crítica de la opinión pública, Barcelona, Gustavo Gili.
- Halperin Donghi, Tulio 1993, “El lugar del peronismo en la tradición política argentina”, en Samuel Amaral y Plotkin, Mariano Ben, comps. Perón del exilio al poder, Buenos Aires, Cántaro.
- James, Daniel 1988, “El 17 y 18 de octubre de 1945: el peronismo, la protesta de masas y la clase obrera argentina”, en Desarrollo Económico, vol. 27, nº 107.
- James, Daniel 1990, Resistencia e integración, Buenos Aires, Sudamericana.
- Karush, Matthew 2013, Culturas de clase. Radio y cine en la creación de una Argentina dividida (1920-1946), Buenos Aires, Ariel.
- Koselleck, Reinhart 1997, Historia y hermenéutica, Barcelona: Paidós/I.C.E. de la Universidad Autónoma de Barcelona.
- Koselleck, Reinhart 2007, Crítica y crisis. Un estudio sobre la patogénesis del mundo burgués, Madrid, Trotta.
- Kriger, Clara 2009, Cine y peronismo. El Estado en escena, Buenos Aires, Siglo Veintiuno.
- Leonardi, Yanina Andrea 2010, “Espectáculos y figuras populares: el circuito teatral oficial durante los ‘años peronistas’” en Claudia Soria, Paola Cortés Rocca y Edgardo Dieleke (eds.), Políticas del sentimiento. El peronismo y la construcción de la Argentina moderna, Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Lobato, Mirta Z. 2009, La prensa obrera, Buenos Aires, Edhas.
- Lobato, M. Z., Damilakou M. y Lizel Tornay 2010, “Working Class Beauty Queens under Peronism”, en M. Karush y O. Chamosa

(eds.), *The New Cultural History of Peronism. Power and Identity in Mid-Twentieth Century Argentina, United States of America*, Duke University Press.

- Luna, Félix 1984-1986, *Perón y su tiempo*, Buenos Aires, Sudamericana.
- Macor, Darío 2009, “Representaciones colectivas en los orígenes de la identidad peronista”, en *Estudios Sociales Contemporáneos*, nº 3.
- Milanesio, Natalia 2014, *Cuando los trabajadores salieron de compras: Nuevos consumidores, publicidad y cambio cultural durante el peronismo*, Buenos Aires, Siglo Veintiuno.
- Morales, María Virginia, y Juan Manuel Reynares 2010, “La política y el espacio público: Constitución discursiva y potencial emancipatorio”, en *Pensamento Plural*, nº 7.
- Neiburg, Federico 1992, “O 17 de outubro na Argentina: espaço e formação social do carisma” en *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, nº 20.
- Plotkin, Mariano Ben 2007a, *Mañana es San Perón. Propaganda, rituales políticos y educación en el régimen peronista (1946-1955)*, Caseros, Eduntref.
- Plotkin, Mariano Ben 2007b *El día que se inventó el peronismo. La construcción del 17 de octubre*, Buenos Aires, Sudamericana.
- Quiroga, Nicolás y Omar Acha 2012, “Manuscrito hallado en una botella. El Plan de acción política 1955-56 y la historiografía sobre el primer peronismo”, en *El hecho maldito. Conversaciones para otra historia del peronismo*, Rosario, Prohistoria Ediciones.
- Rein, Raanan y Claudio Panella, comps. 2008, *Peronismo y prensa escrita. Abordajes, miradas e interpretaciones nacionales y extranjeras*, La Plata, UNLP.

- Romero, Luis Alberto 1994, Breve historia contemporánea de la Argentina, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Sabato, Hilda 1998, La política en las calles. Entre el voto y la movilización. Buenos Aires (1862-1880), Buenos Aires, Sudamericana.
- Sirvén, Pablo 1984, Perón y los medios de comunicación, Buenos Aires, CEAL.
- Sigal, Silvia 2006, La Plaza de Mayo. Una crónica, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Sigal, Silvia y Verón, Eliseo 1986, Perón muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista, Buenos Aires, Legasa.
- Spinelli, Estela,
- Torre, Juan Carlos 1990, La vieja guardia sindical y Perón. Sobre los orígenes del peronismo, Buenos Aires, Sudamericana.
- Vidal, Gardenia; Blanco, Jessica (eds.) 2007, La política y la gente. Estudios sobre modernidad y espacio público, Córdoba, 1880-1960, Córdoba, Ferreyra.
- Zanatta, Loris 1999, Perón y el mito de la nación católica, Buenos Aires, Sudamericana.