



Tercer Congreso de Estudios sobre el Peronismo (1943-2012)

18, 19 y 20 de Octubre, Jujuy

Eje Temático: Política

Mundo Peronista. Una mirada “desde abajo” a la constitución de la identidad peronista durante el primer peronismo.¹

Virginia Morales

CIECS/UNC/CONICET

mvirginiamorales22@gmail.com

Nuestra tarea sigue siendo, empero, mostrar cómo la agencia histórica se transforma mediante el proceso de significación; cómo los hechos históricos son representados en un discurso que *de algún modo está fuera (más allá) de control* (Bhabha 2002: 29).

Para finales de la década del cuarenta, el peronismo articula un modo de identificación cultural y nacional en el que la propaganda desarrolla un rol fundamental. Las radios, los diarios, los noticieros, las revistas, los libros, las historietas, los teatros, las gráficas callejeras constituyen un discurso oficial capaz de resignificar el Estado nación y los sujetos que lo conforman. Así, el peronismo otorga sentido a una Nueva Argentina, que a la vez que se redefine en oposición a un pasado de oscuridad y opresión, se conforma como una patria justa, libre y soberana, que adquiere su particularidad en una nueva cultura del trabajo. En este sentido, la propaganda peronista actúa en dos dimensiones: la difusión y la pedagogía. Por un lado, Perón apela a ella para difundir la doctrina peronista y neutralizar a la oposición, mientras que por el otro, es una de las condiciones para construir una nación moderna, es decir, “se trata de usar la propaganda para educar a los trabajadores en la tecnología y para que entiendan que ahora el Estado tiene un proyecto industrial y social inclusivo con el que el obrero puede identificarse” (Soria 2009: 31). De este modo, la “nueva nación argentina peronista” emerge como un

¹ Este escrito corresponde a un primer avance de investigación que indaga en el análisis de la literatura popular peronista desarrollado en el marco del Proyecto PICT de Investigación “La constitución de la identidad peronista en el primer peronismo. Una mirada “desde abajo” a través de archivos y documentos no tradicionales” dirigido por el Dr. Alejandro Groppo y la Dra. Mercedes Barros.

sistema de significación que se construye, difunde y aprende a través del lenguaje de la propaganda.

Resulta relevante para este artículo el hecho de que dentro de este lenguaje, las expresiones literarias producidas desde el Estado adquieren centralidad. Mediante una narración que toma la forma de libros, textos escolares e infantiles, diarios, revistas, poemarios, cancioneros, entre otros, el peronismo interpela -y en este mismo acto constituye- a una nueva ciudadanía obrera que será nombrada como la principal destinataria del país en construcción,² y por ende, también de dichas expresiones propagandísticas. De esta manera, la literatura peronista reescribe la historia, resignifica el Estado y redefine los sujetos de la Nueva Argentina. La literatura forma parte de un campo de significación en el cual se inscribe la emergencia de la nación y el sujeto peronista. En otros términos, la propaganda pone en juego un lenguaje en el que los relatos literarios abren una dimensión en la que el “peronismo se construye ‘construyendo’” (Soria 2009: 44). Por lo tanto, como veremos en las páginas siguientes, “sin esta concepción de la performatividad del lenguaje en las narrativas de la nación” (Bhabha 2010: 14) sería difícil comprender al peronismo, y en particular, la constitución del sujeto de la Nueva Argentina, por fuera de los conceptos del adoctrinamiento y el binomio líder-pueblo. En este sentido, a lo largo del presente escrito veremos cómo la incorporación de una concepción performativa del lenguaje al análisis aquí propuesto nos habilita a problematizar con las hipótesis del adoctrinamiento por parte del líder hacia el pueblo.

Con lo dicho en mente, el presente artículo se propone analizar la emergencia del sujeto popular peronista en la revista *Mundo Peronista (MP)*. Para ello, nos detendremos principalmente en la sección “Amigos” de la revista, esto es, dos páginas en las que se publican las cartas y demás expresiones literarias producidas y enviadas a la editorial por ciudadanos peronistas, y que está mayormente ausente en la bibliografía que aborda como temática de estudio a *MP*. De esta manera, consideramos que retomar lo dicho sobre la revista y a partir de allí analizar el proceso de constitución de la sección

² “La propaganda establece que el mejor torero es el trabajador criollo que por primera vez es invitado a protagonizar la historia. Pero para romper con la tradición colonial, el nuevo sujeto de la historia, el pueblo, debe emerger como sujeto y entender que el país se ha transformado en su herramienta de trabajo. Se lo convoca a colaborar activamente en el progreso, se le explica qué limita su crecimiento y, en adelante, qué debe guiar su pensamiento. Se lo trata como sujeto que ha dejado de ser abyecto y se lo educa y capacita” (Soria 2009: 40).



“Amigos”, nos permitirá repensar los supuestos que subyacen en determinados estudios, a la vez que nos permitirá arrojar una comprensión alternativa de la que éstos proponen de la construcción de la identidad peronista.

Mundo Peronista: Nueva revista de la “Nueva argentina”

“En los dos primeros gobiernos justicialistas se produjo un importante desarrollo de revistas que ha sido olvidado. Un trabajo las recupera y exalta su impacto”. De este modo, el escritor y crítico literario Eduardo Romano inicia su comentario sobre el libro compilado por Claudio Panella y Guillermo Korn (2010) *Ideas y debates para la nueva argentina. Revistas culturales y políticas del peronismo (1946-1955)*, del cual destaca el abordaje que los autores realizan de las revistas oficiales de la década mencionada. Esta reciente publicación, se inserta en un momento de la historia de los estudios sobre el primer peronismo, y en particular sobre la propaganda y la política cultural de dicho período, en el que las revistas peronistas adquieren protagonismo como objeto de estudio y se abren paso por los múltiples estudios respecto de aquellas revistas escritas por intelectuales críticos y opositores al discurso peronista. De esta manera, las nuevas revistas de la Nueva Argentina, son abordadas por un lado por cuanto dan cuenta de una de las modalidades de difusión de las políticas culturales del partido en el gobierno, mientras que por el otro, evidencian que dicha política cultural no fue todo lo homogénea que algunos análisis suponen (Romano, 2011).

Las nuevas revistas de la Nueva Argentina, emergen en un momento en el que la incorporación de nuevos lectores y la masividad del consumo de revistas son dos características que definen la década del '40 y que se extienden hasta el comienzo de la siguiente. En este contexto, cada uno de los nuevos sujetos/lectores de la nueva nación argentina peronista encontrará una o varias revistas que lo interpele y convoque a participar activamente de la nueva configuración hegemónica. Así, luego de la nacionalización de la editorial Haynes, las revistas *Mundo Agrario* (1949-1955), *Mundo Radial* (1949-1955), *Mundo Atómico* (1950-1955), *Mundo Peronista* (1951-1955), *Mundo Deportivo* (1949-1959) y *Mundo Infantil* (1950-1952) se incorporan a las múltiples producciones impresas estatales y a una diversidad de políticas tendientes a la difusión y el aprendizaje del nuevo sistema de significación peronista.

Ahora bien, dentro de estos estudios sobre revistas mayormente olvidadas, algunos análisis interpretan a la revista *Mundo Peronista*³ como uno de los casos más significativos en los que el gobierno peronista pone en marcha el lenguaje de la propaganda al servicio de la difusión de su doctrina y el entrenamiento de los militantes y simpatizantes del gobierno para que reproduzcan los argumentos de defensa de la Nueva Argentina. De este modo, Claudio Panella (2010) considera que en el marco de la propuesta gubernamental de “realizar una labor pedagógica destinada a afirmar el ideario elaborado por Juan y Eva Perón” (Panella, 2010:283), la revista *MP* se constituyó en un órgano relevante de propaganda y difusión doctrinaria de la Escuela Superior Peronista. En sus palabras:

La tarea pedagógica que llevaron a cabo los primeros gobiernos peronistas a fin de ganar el consenso que debía acompañar el proceso de cambio profundo que, entendían, estaban realizando en el país, necesitó de prácticas para nada convencionales. Una de ellas fue la puesta en marcha de una escuela de capacitación de dirigentes y de inculcación de las ideas elaboradas por Juan Perón. El vehículo para ello fue una revista, *Mundo Peronista*, que conjugó la difusión agresiva de la doctrina con la propaganda intensa de la obra de gobierno, todo ello acompañado por la exaltación de las figuras que integraban la pareja gobernante, Juan y Eva Perón que, en el caso de esta última, se acrecentó luego de su fallecimiento (Panella, 2010: 305-306).

En continuidad con este argumento, María Elena Ques (2008) sostiene que la revista desarrolla “una pedagogía del debate político” (Ques, 2008:4) para todos aquellos poco entrenados en la polémica política tales como mujeres, clases populares, cuadros y militantes políticos, peronistas poco politizados, y hasta incluso niños, a la vez que refuerza los vínculos con los simpatizantes y neutraliza los argumentos de la oposición. Para esta autora, *MP* se convierte en una estrategia electoral de suma importancia debido a que “difundiendo la doctrina del justicialismo y ‘entrenando’ a los militantes y simpatizantes del gobierno para que cumplieran un rol multiplicador de los argumentos

³ La revista *Mundo Peronista* es una publicación de la Escuela Superior Peronista. Impresa por la editorial Haynes y de periodicidad quincenal, se publica entre el 15 de julio de 1951 y el 1 de septiembre de 1955, lo que hace a un total de 93 números editados. Respecto de su distribución, la revista se vendía en el interior del país y en menor medida en el exterior. Las modalidades de adquisición eran la suscripción y la compra en kioscos. Según difunde su editorial, para julio de 1952, el tiraje asciende de 55.000 ejemplares a 100.000, de los cuales 50.000 eran enviados para la reventa en el interior, 30.000 se destinaban a Capital Federal, 15.000 eran enviados a los suscriptores, y el resto, 5.000 ejemplares, estaban reservados para la venta en el exterior. Para un detalle de los costos de impresión y mantenimiento de la revista véase *Mundo Peronista*, 1952, N°26, p. 12 y Panella, 2010:286-288.

de defensa del oficialismo” (Ques, 2008:1) cumple la función de traducir y acercar los núcleos doctrinarios a nuevos públicos (Ques, 2008:17). Al respecto, continúa:

Las estrategias de propaganda que desarrolla MP -y también la que se difundía en formato cinematográfico-, parecen destinadas a alimentar la conversación popular cotidiana, asegurando hasta donde fuera posible, la presencia de contraargumentos oficialistas en cada espacio de encuentro, donde pudiera aparecer una voz opositora. Hay, en suma, un esfuerzo importante y expreso por hacer de cada simpatizante un propagandista (Ques 2008: 2).

En este esfuerzo por hacer de cada simpatizante un propagandista, y en este entrenamiento que “tiende a llevar la discusión y la propaganda a espacios privados o públicos difícilmente accesibles al aparato formal del partido, los lectores serán la red que permita capturar a los reticentes” (Ques, 2008:17). De allí que *MP* interpele de modo particular a cada uno de los diferentes sujetos que componen la nueva nación argentina:

La publicación interpelaba a hombres y mujeres⁴ -también a los infantes- del amplio espectro del movimiento gobernante, es decir dirigentes, funcionarios, militantes, pero también simpatizantes y adherentes [...] Varios fueron los ejes en los cuáles machacó *Mundo Peronista*, reiterando conceptos, frases, apotegmas y definiciones, legitimando y justificando acciones de gobierno (Panella, 2010:306).

Con esta interpretación, ambos textos recorren la literalidad de las diferentes páginas y secciones de la revista poniendo el acento en las maneras en que la publicación interpela a los destinatarios y pone en marcha las dos dimensiones de la propaganda que mencionamos anteriormente, esto es, la difusión y la pedagogía. En este escrito, no pretendemos poner en cuestión el proceso de interpelación que supone *MP*, como así tampoco su objetivo explícito de difusión y pedagogía doctrinaria. Sin embargo, sostenemos que en el caso de los estudios mencionados, el análisis de dicha interpelación lleva implícito un concepto de “lenguaje” y de “sujeto” que desde nuestra perspectiva consideramos que delimitan el análisis de la revista al proceso de enunciación que ésta supone y dificulta el estudio de su recepción, o dicho en otros términos, de los *efectos* que devienen del proceso de interpelación que conforma *MP*. Efectos sobre los cuales estructuraremos nuestro argumento, y que como veremos más adelante, no son algo distinto ni posterior al momento de la interpelación, sino parte de un mismo proceso de constitución discursiva e identitaria que acontece en el espacio de

⁴ Sobre los modos de interpelación directa e indirecta hacia las mujeres que aparecen en la revista, véase la sección “Géneros y género en *Mundo Peronista*” del artículo de María Elena Ques aquí citado.

la revista. Estructuran el próximo apartado, entonces, las siguientes preguntas: en el marco de una serie de trabajos abocados al estudio de las revistas oficiales de la Nueva Argentina, ¿cómo recuperan los trabajos antes citados a *MP*? ¿cómo analizan las modalidades de interpelación que pone en marcha la revista? ¿cómo pensar ese proceso de interpelación?.

El lenguaje y el sujeto de la interpelación

Retomando el análisis de *MP* propuesto en las lecturas que mencionamos antes, consideramos aquí que el énfasis en el análisis de la revista desde la posición del enunciador y en las modalidades de interpelación directa e indirecta que desplegó esta publicación, derivan en una argumentación que se estructura a partir de la reconstrucción de dos posiciones de sujetos diferentes que adquieren sentido a partir de una relación unidireccional y vertical. Esto es, ambos autores encuentran en *MP* la materialización de la intencionalidad de difusión y adoctrinamiento-entrenamiento por parte del discurso oficial para con “los peronistas”. Cuestión, ésta, que acerca estas lecturas a aquellas perspectivas que supone una concepción sustancialista de la manera en que se constituyen los sujetos y las interacciones que se establecen entre ellos. En otros términos, Perón y Eva Perón emergen en ambos análisis como emisores activos, con la capacidad y la intención de apelar al lenguaje de la propaganda para educar a sus lectores. Por su parte, éstos, como únicos destinatarios, pasan a ser receptores que aprenden, se entrenan y adoctrinan, siendo su actividad la reproducción del discurso oficial en la cotidianeidad popular. Entonces, dos sujetos, o dicho de otro modo, dos posiciones de enunciación, con la particularidad de que la relación entre el emisor y el receptor se establece a partir de una jerarquía que sitúa al primero en el espacio de la autonomía y el poder, esto es, de la producción, la actividad y la intencionalidad y al segundo en el de la heteronomía, o bien, de la recepción, la pasividad y la reproducción. En este sentido, los testimonios de adhesión, agradecimiento y lealtad a Perón y Eva Perón que adoptan la forma de relatos, poemas, versos, entre otras expresiones literarias, han sido mayormente abordados por la bibliografía sobre el primer peronismo desde estos términos de la recepción pasiva del discurso de los líderes y de una reproducción activa de la doctrina peronista en espacios cotidianos. Cuestión que relega o deja por

fuera de los marcos de lo analizable cualquier capacidad de alteración o resignificación de sentidos por parte del sujeto/destinatario/lector peronista.⁵

En estrecha relación con lo dicho, interpretamos el énfasis puesto por Panella y Ques en el análisis de las palabras publicadas por Perón y Eva Perón, en las secciones que hacen explícito las acciones del gobierno y los beneficios que el peronismo trajo para los sectores obreros, las mujeres y los niños y en las páginas dedicadas a la crítica y ridiculización de la oposición. Sin embargo, queda relegado en estos estudios el análisis de los destinatarios, de sus palabras y de su irrupción en las páginas de *MP*, y con ello, como veremos en las próximas páginas, queda eliminada la posibilidad de comprender el lenguaje de la propaganda en los términos performativos que mencionábamos en la introducción en este trabajo.

Ahora bien, *Mundo Peronista* cuenta con secciones fijas y otras que varían de acuerdo a los sucesos que acontecen en la quincena anterior a la fecha de edición de cada número. Respecto de las secciones fijas, el contenido se divide en textos que publican la doctrina peronista a través de la publicación de las palabras de Perón y Eva Perón, entre los que se encuentran los siguientes títulos: “El pensamiento vivo de Perón”, “Escribe Eva Perón”, “Habla el General Perón”, “Política y estrategia” -en la cual Perón aparece con el seudónimo Descartes- y “Escuela Superior Peronista”, sección que reproduce las clases que Perón y Eva Perón dictaron en dicha institución. Esta última, se complementa con la sección “El movimiento peronista”, un espacio en el que la Escuela se dirige a las Unidades Básicas y los sindicatos. También son permanentes las expresiones de exaltación y alabanza al líder, a su esposa y al pensamiento que los define. Aquí, a las secciones “El ejemplo peronista”, “Doctrina para todos”, “La realidad social del peronismo”, “El tema económico”, “Crónica taquigráfica”, etcétera, se suman poemas y poesías que en su mayoría refieren a Eva Perón. Las obras y acciones de gobierno también están presentes en la revista bajo el título de “Segundo Plan Quinquenal”, “Perón cumple”, “Postales estadísticas”, “Cifras y razones”, “Realizaciones peronistas” y “Calendario Justicialista”, mientras que las referencias a la oposición encuentran lugar

⁵ Para un análisis de la recepción pasiva del discurso peronista y de la reiteración también pasiva de dicho discurso véase Santiago, María Eugenia. 2010. “Poesía y política: producciones poéticas del peronismo ¿proyecciones de imaginario peronista?”. Presentado en II Congreso de Estudios sobre el Peronismo, noviembre, Buenos Aires. Allí, las producciones populares son consideradas tanto como expresiones de alabanza, agradecimiento y glorificación de Perón y Eva Perón, como de reproducción de la doctrina peronista en el espacio social.

en “Respuestas peronistas”, “Además”, “Diálogos entre usted y yo”, “Grageas al paso” y en el humor y la crítica de “Don Cangrejo”, “Mr. Whisky y Soda”, “Don ¿...?” y “Bobalicón”. Por último, estas secciones permanentes se completan con “Tu página de pibe peronista” y “Amigos de Mundo Peronista” -luego denominada simplemente “Amigos”.

Pensando en el binomio emisor-receptor o líder-pueblo tal como consideramos se desprende de los análisis de Panella y Ques, nos interesa destacar que a excepción de “Amigos”, todas las demás secciones que mencionamos en el párrafo anterior, sumando las no permanentes, son producidas íntegramente por miembros de la editorial de la revista, o bien por escritores pertenecientes o vinculados a la Escuela Superior Peronista. Las únicas palabras publicadas que no pertenecen a su redacción son las de Perón y Eva Perón. Es decir, tal como lo describen los autores en cuestión, en las páginas de la revista se delimitan dos posiciones de sujetos diferentes: “¿quién habla en Mundo Peronista? Desde el lado del enunciador, los únicos textos firmados con nombre propio corresponden a Perón y a Eva Perón” (Ques 2008:15). En los demás textos, tanto el director como los redactores no aparecen con sus verdaderos nombres, lo hacen o bien con seudónimos⁶ o bien con iniciales, incluso algunos no llevaban ni uno ni otro. Por el lado del destinatario, la editorial reitera una y otra vez que el contenido de *MP* “tiene por destinatario al Pueblo” (*Mundo Peronista*, 1952, N° 29, p.48). Entonces, “¿a quienes iba dirigida la revista?, pues a ‘los peronistas’: dirigentes, militantes, afiliados y simpatizantes, quienes a partir de esa condición se convertían en los destinatarios de las ‘palabras orientadoras, definitorias y permanentes’ de Juan Perón y Eva Perón y las acciones del gobierno peronista” (Panella 2008:289). En suma, dice Ques:

El dispositivo de enunciación se organiza como un esquema radial, que distribuye los mensajes desde un centro único, a una pluralidad de perfiles simpatizantes. Si en el núcleo central y en los formatos más clásicos es Perón quien dice, desde el centro a los márgenes Perón es dicho, como vimos, en todos los tonos imaginables (Ques 2008:16).

Los ciudadanos que aparecen con sus nombres o fotografías en las páginas de la revista son presentados como beneficiarios de las acciones de gobierno o como “ejemplos” de lo que significa “ser un auténtico peronista”. En estos casos, sus voces y experiencias de vida son relatadas y comentadas por el redactor de *MP*. Por lo tanto, la presencia de

⁶ Entre ellos se destacan Silo Gismo, A De Mas, Verissimus, A De Menos, Fe Justicialista, Loco Noce, Mas de Caripote y Elicás, entre otros.

estos espacios no modifica el esquema anterior. Tanto las políticas oficiales como la revista tienen por finalidad al mismo sujeto. Un sujeto que recepta los beneficios del Estado y que es educado-entrenado en la doctrina de la Nueva Argentina a partir del lenguaje de la propaganda. Como dijimos antes, la relación entre ambos sujetos es unidireccional y jerárquica;⁷ siempre del líder al pueblo, siempre de “arriba” hacia “abajo”, siempre mediante la “forma retórica de la abundancia” (Ques 2008:3), de la reiteración permanente de la doctrina peronista.⁸

Resumiendo, analizar *MP* a partir de las estrategias de difusión doctrinaria y de propaganda gubernativa y electoral que ésta desarrolla y de sus aspiraciones de entrenamiento y pedagogía aceptando las categorías de “adoctrinamiento”, “entrenamiento”, “propaganda”, “pedagogía” sin problematizar los usos y sentidos que gran parte de la literatura canónica sobre el primer peronismo le ha asignado, conduce por un lado a dirigir el debate al estudio o la evaluación del mayor o menor grado de efectividad de la revista,⁹ mientras que por el otro, y como pudimos ver en párrafos anteriores, instituye dos posiciones de sujetos claramente delimitados, cada uno con su propio lugar y su propia función. Pero además, no repensar estos términos ubica a estos análisis en cercanía con aquellas concepciones instrumentales del lenguaje en las cuales, en términos de Oscar Landi, “el receptor [en nuestro caso el destinatario de la revista] es precisa y solamente eso: un receptor que es (in) formado [educado-entrenado-adoctrinado] desde los medios de comunicación” (Landi, 1983:46). De este modo, el lenguaje y las modalidades de interpelación que se despliegan en *MP* son considerados como una estrategia gubernamental, o como “un instrumento para la producción de

⁷ Respecto de esta jerarquía, Ques destaca el lugar de enunciación del líder argumentando que las imágenes de Perón y Eva Perón presiden cada número de la portada de la revista y sus fichas son las inauguradoras del registro de suscriptores, de modo que “son también los ‘primeros lectores’, cronológica y jerárquicamente” (Ques, 2008:15).

⁸ “Evidentemente, esta redundancia no es accidental: el propio Juan Domingo Perón solía distinguir -y lo hace también en las páginas de *Mundo Peronista*-, entre la teoría y la doctrina política. La teoría, decía el líder del justicialismo, se puede enseñar, ya que pertenece al campo de lo racional, mientras que la doctrina se ‘inculca’ y es fundamentalmente emocional: el modo más eficaz, de inculcar la doctrina sería a su juicio la repetición ‘¿Cómo se inculca? Repitiendo, repitiendo, repitiendo hasta inculcar...’ Las páginas de *Mundo Peronista* atienden a ambas vertientes” (Ques 2008:3-4).

⁹ Al respecto, Panella concluye su artículo diciendo: “En efecto, si *Mundo Peronista* apuntaba a ser leída por una gran cantidad de personas ¿logró ganar nuevas adhesiones para la causa que defendía o bien consolidó las que ya poseía el movimiento político cuyas ideas difundía? Su propaganda ¿logró la efectividad deseada? Pero ¿cómo se mide esta influencia? ¿Por la cantidad de lectores? ¿Por el perfil de los mismos? ¿Por la presencia de la revista en el imaginario colectivo? ¿Por lo que pudo haber dejado en los cuadros dirigentes del movimiento? Como puede observarse, las preguntas superan largamente las posibles respuestas, éstas, se espera, podrán ir respondiéndose en la medida que pueda profundizarse el análisis de esta publicación emblemática del primer peronismo” (Panella, 2010:306).

efectos predeterminados sobre el receptor” (Landi, 1983:48), y lo que es más, las producciones de los destinatarios -cartas, versos, poesías, canciones, etc.- parecen ser la expresión más o menos acabada de los efectos obtenidos y deseados desde la Escuela Superior Peronista, o incluso aún, desde Perón y Eva Perón.

A partir de lo dicho, si introducimos al análisis la sección “Amigos”, esto es, dos páginas de *MP* en la que la “voz” de los receptores encuentra su espacio y sobre las que nada se dice en el texto de Ques y sólo se menciona como algo que “llama la atención” en el de Panella;¹⁰ Si introducimos el análisis de la recepción y de los efectos que devinieron del proceso de interpelación “desde arriba”, ¿cómo pensar el binomio líder-pueblo?, ¿cómo emerge el sujeto peronista en este proceso de interpelación? En otros términos, ¿cuál es la importancia de pensar en la recepción por parte de “los de abajo” al momento de reflexionar sobre la revista? Entonces, pues, en el siguiente apartado nos detendremos en el proceso mediante el cual la sección “Amigos” se constituye en un espacio de emergencia de una subjetividad popular en el marco de la revista, y a partir de ello, en cómo se articula una lectura de la dimensión performativa del peronismo con esta sección de *MP*.

La sección “Amigos”: El lenguaje y el sujeto de la recepción

Desde el primer número de aparición de *Mundo Peronista* se convoca a participar al lector del contenido de la misma. En este sentido, por un lado se llama al “amigo nuestro” a enviar a la revista testimonios de ejemplos peronistas¹¹ y por el otro se le pide ayuda al “amigo lector” para decidir el nombre de un personaje realizado por el dibujante H. Pum.¹² Desde el correo de lectores, por su parte, se invita al “compañero/a”

¹⁰ “Merece destacarse la página de lectores, denominada “Amigos de Mundo Peronista”, cuya cantidad y variedad de correspondencia tenían a Perón y Evita -ésta aún después de fallecida- como destinatarios principales, llama la atención. En efecto, los lectores de todo el país -y también de naciones vecinas- participan de la revista y se involucran en ella expresando su gratitud a la pareja gobernante a través de cartas, canciones, saluciones, versos, poemas, acrósticos, dibujos y fotografías” (Panella 2008:304).

¹¹ Un recuadro en la sección “El ejemplo peronista” señala: “Nota. - Ejemplos peronistas como éste, sencillos y emocionantes ejemplos, llenos de sugerencias, se registran todos los días a lo largo y a lo ancho de nuestra tierra. Son ejemplos de honradez, de fe, de amor, de solidaridad, de patriotismo, de abnegación. Amigo nuestro: Si uno de esos ejemplos llega a conocimiento de usted, envíelo a MUNDO PERONISTA, debidamente documentado, a fin de que lo hagamos llegar hasta todos los argentinos, como ejemplo del sentido heroico de la vida que alienta en los caminos de la Nueva Argentina” (Mundo Peronista, 1951, N°1, p.10).

¹² Encabeza la sección “Don ¿...?” el siguiente texto: “AMIGO LECTOR: H. Pum, un dibujante amigo de MUNDO PERONISTA, nos mandó este personaje de regalo y se nos fué. Ni siquiera nos dijo cómo se

a enviar preguntas o inquietudes respecto de la lucha de Perón.¹³ En los números posteriores, estas preguntas e inquietudes son respondidas y los ejemplos peronistas aparecerán en cada edición. Sin embargo, como dijimos antes, los envíos no son directamente publicados, sino que por el contrario, en todos los casos son relatados o comentados por los redactores. Mientras tanto, los nombres propuestos para el personaje no encuentran un lugar en la revista; finalmente desde la editorial se toma la decisión de dejarlo sin nombre.¹⁴ Por lo tanto, las voces de los destinatarios nunca aparecen. Situación que cambia radicalmente a partir de la novena edición con la incorporación de una sección permanente en la que se publican los mensajes enviados por ciudadanos peronistas al líder y su esposa, que en algunos casos toman la forma de cartas y otras de poemas, versos o canciones.¹⁵ En el encabezado puede leerse:

El alma del Pueblo argentino, sentimiento peronista de su gratitud, de su ternura y de su amor a Perón y a Eva Perón, llega hasta MUNDO PERONISTA a través de la poesía, de sus composiciones, de sus cartas y de sus confidencias que trasuntan un estado de ánimo que

llamaba este ilustre señor que aquí presentamos. ¿Por qué no nos ayuda? Mándenos Ud. el nombre para el próximo número. ¿Quién no le dice que se gane un premio?...” (Mundo Peronista, 1951, N°1, p.10).

¹³ En un recuadro de la sección “Consultas” se puede leer: “MUNDO PERONISTA ofrece sus columnas para responder a las consultas de sus lectores. Ud. compañero, compañera, está en el frente de batalla. Tal vez necesita a veces tener un argumento de prueba de la obra o la doctrina de Perón. Mándenos su pregunta. Háganos conocer su inquietud. Mundo Peronista quiere darle a Ud. todas las armas que usted necesita para luchar por la causa de Perón” (Mundo Peronista, 1951, N°3, p.38).

¹⁴ En la segunda revista, encabeza la sección “Don ¿...?” el siguiente texto: “AMIGO LECTOR: Nos han llegado muchos nombres para bautizar a este raro personaje ‘por principio opositor’. No sabemos con cuál quedarnos; todos son muy buenos. En el próximo número lo publicaremos y los lectores decidirán. Mientras tanto, tienen tiempo de seguir aguzando el ingenio mandándonos más nombres” (Mundo Peronista, 1951, N°2, p. 20). En el número siguiente, “Don ¿...?” se publica sin texto de la editorial. Recién en el cuarto número se puede leer: “Amigos de MUNDO PERONISTA: Está bien que este ‘tipo’ merezca todos esos nombres que ustedes sugieren. Y aún peores. ¡Pero no! ¡Ustedes comprenderán que no se pueden publicar!... ¡Ni siquiera sus iniciales!... Son cosas que se dicen cuando uno está enojado. ¡Pero no se deben escribir! Muchos nos han escrito diciendo indignados: ‘¡Este tipo no tiene nombre!’ Y nos gusta la idea. Lo vamos a dejar así: sin nombre. Como si fuera un hijo de padre y madre desconocidos... ¿No les parece? ¡Total, además se pinta solo! Y esta vez el versito se lo dedicamos nosotros” (Mundo Peronista, 1951, N° 4, p. 38).

¹⁵ En el número anterior, la publicación de una “carta abierta al director de Mundo Peronista” ocupa toda la página 30 -misma página en la que luego se presentará la sección “Amigos”-. Debajo del título y antes del comienzo de la carta un recuadro dice: ““MUNDO PERONISTA no publica habitualmente las colaboraciones de sus lectores -pues son excesivamente numerosas-, y podríamos cometer evidentes injusticias, publicando unas y otras no... Sin embargo, aquí nos ha llegado una de un tipo de la ‘contra’, que nos ha hecho el alto honor de mandarnos sus puntos de vista. Creemos interesante publicar esta ‘carta abierta’, porque, en realidad, queremos de paso probar a los señores de la oposición que en este país existe libertad de prensa. ¡Tanta, que los contreras pueden escribir, incluso, en MUNDO PERONISTA! Nota: La carta es textual. No le hemos puesto ni quitado una sola palabra. Por tratarse un opositor, no hemos querido ponerle lápiz rojo, de la Dirección, arma habitual del director de MUNDO PERONISTA...” (Mundo Peronista, 1951, N° 8, p. 30). Por lo tanto, ya desde este número, con la irrupción de la oposición en las páginas de la revista comienza a emerger un proceso que problematiza el esquema de enunciación propuesto por Panella y Ques. La publicación de esta “carta abierta” desplaza a MP de su posición de emisor pleno hasta el lugar de la recepción y la interpelación.

ofrece, en las distintas expresiones de su pensamiento, *la permanente lealtad a su líder y a su dignísima esposa*, que no es otra cosa que la preocupación constante del alma de nuestro pueblo en esta hora de grandeza nacional.

Como no sería posible publicar los millares de colaboraciones que nos llegan, MUNDO PERONISTA, en su deseo de seguir siendo, como su nombre lo indica, el compendio de cuanto gira y se mueve alrededor de las geniales figuras de Perón y Eva Perón, también tendrá su espacio en el comentario amigo y compañero, dedicado a quienes nos envían la inquietud de sus almas y la hermosura de sus versos, en *la humilde y fervorosa adhesión a este nuestro Justicialismo*, que es la razón de la nueva vida argentina” (*Mundo Peronista*, 1951, N° 9, p. 15. Las cursivas son nuestras).

Nuevas voces emergen en *MP*. Las voces de los destinatarios, de los receptores, de “los de abajo”, del sujeto de la Nueva Argentina. La voz de un Pueblo que es nombrado y constituido en el proceso de reiteración de la narración peronista. Esto es, a partir de la reiteración literaria, el discurso peronista produce -materializa- los efectos que nombra, que dice, o que expresa. De este modo, produce un sujeto destinatario de la doctrina peronista y de las políticas de gobierno. Un sujeto que no es previo a este discurso, sino que se constituye en cada acto de enunciación, en cada expresión, en cada número de *MP*.

En consecuencia, el sujeto de la Nueva Argentina es un efecto performativo, su identidad en tanto “peronista” es un resultado del poder reiterativo del discurso. El destinatario, entonces, emerge sujetado a un discurso que le antecede, y es en este sentido que la propaganda conforma a un sujeto peronista a través de la difusión y la educación. Pero es en este mismo lenguaje de la propaganda en donde residen también las condiciones que posibilitan la emergencia de un sujeto activo, con capacidad de apropiarse de los espacios de producción significados por el Estado. Así, “lo que se constituye en el discurso no es algo fijo, determinado por el discurso, sino que llega a ser la condición y oportunidad de una acción adicional” (Butler 2008:267). Dicho de otro modo, la performatividad es una esfera en la que el poder actúa como discurso. Entonces, el poder actúa repitiendo una emisión anterior y poniendo en obra, a partir de ello, un acto reiterado cuyo poder descansa en su persistencia y en su inestabilidad. Las relaciones de poder constriñen y constituyen las posibilidades de la voluntad poniendo en evidencia que el poder sólo puede ser reformulado subversivamente. De esta manera, el concepto de adoctrinamiento pasa por alto la capacidad productiva del poder, pone énfasis en la reiteración y en la capacidad de educar, inculcar y entrenar del discurso y

no considera el desplazamiento propio de toda repetición y las aperturas del mismo discurso peronista que habilitan la posibilidad de decir algo nuevo. En pocas palabras, los conceptos de “adoctrinamiento” y “entrenamiento” no consideran el proceso por el cual la revista se constituye en una superficie en la que el espacio simbólico del peronismo deja lugar a la emergencia de la “voz” del lector peronista, sin mediación oficial.

En consecuencia, el lenguaje de la propaganda, y en particular *MP*, es el resultado de un “proceso de articulación de elementos: donde los significados pueden ser parciales por estar *in media res*” (Bhabha 2010:14). Es por esto que las expresiones de “permanente lealtad a su líder y a su dignísima esposa” y de “humilde y fervorosa adhesión a este nuestro Justicialismo” al mismo tiempo son expresiones de demanda y producción. El destinatario es tan activo en la recepción como en la reproducción del discurso del líder. La enunciación oficial, por lo tanto, no es recibida de manera literal, sino resignificada y desplazada. Las publicaciones que componen la sección “Amigos”, en ningún caso responden a las convocatorias de participación que mencionábamos en párrafos anteriores. Lo que es más, estas publicaciones no responden a convocatoria alguna. Al respecto, el lector Jorge Mar, encabeza su carta al Director de *MP* con las siguientes palabras: “Diversas contingencias me obligan a mí, simple y humilde peón de albañil, a cometer este *grave acto de indisciplina civil*, dirigiéndome personalmente a Usted...” (*Mundo Peronista*, 1952, N° 25, p. 43. Las cursivas son nuestras). Por su parte, el obrero Santiago Gómez, expresa en el inicio de su poesía:

Quien escribe, obrero gráfico santafesino, poeta de vocación, de 19 años de edad, se dirige a usted con el fin de *solicitar que publique en la revista que usted tan dignamente dirige, una humilde poesía de mi alma de peronista* (*Mundo Peronista*, 1952, N° 29, p. 30. Las cursivas son nuestras).

Del mismo modo, Gregorio M. Medina, habitante de Castro de Junio, casado, empleado y padre de diez hijos, escribe:

Tengo el agrado de dirigirme a *Mundo Peronista para solicitar me sea publicada en las columnas de esa revista esta pequeña esquelita*, que es de agradecimiento a nuestro Gran Conductor y Presidente de la República, General Perón, en momento de haberseme adjudicado una casa vivienda en el barrio de referencia de mi múltiple familia” (*Mundo Peronista*, 1954. N° 61, p.40. Las cursivas son nuestras).¹⁶

¹⁶ Un residente de la ciudad de Río Cuarto escribe: “Les pido que si pueden publiquen estos versos que hice de todo corazón a mi querido Presidente... ya que no puedo verlo de cerca. No están bien, pero los

Una concepción performativa del lenguaje permite pensar la literatura como una práctica significativa mediante la cual el destinatario se reapropia del discurso peronista y se desplaza de su lugar de destinatario. Los envíos y producciones literarias no responden directamente a las convocatorias de los primeros números de la revista, sino que son “un grave acto de indisciplina civil”, una “solicitud de publicación” de un verso “que no está bien”, pero que su lugar de enunciación habilitan su publicación. Son la emergencia de una subjetividad popular que a la vez que recepta y reproduce el discurso oficial en la cotidianeidad, demanda e interpela a “los de arriba”. En consecuencia, consideramos necesario incorporar al estudio del proceso de interpelación que la revista implicó el análisis de las modalidades de recepción de dicha publicación. Esto es, la recepción forma parte y conforma también a *MP* desde el momento en que emerge la sección “Amigos”. Los efectos de la interpelación, no son diferentes ni posteriores a ella, sino parte de un mismo proceso. Ignorar la recepción, implica entonces, no considerar las posibilidades de resignificación del discurso oficial por parte del destinatario y sus posibilidades dentro de la configuración hegemónica.

A partir de lo dicho, podemos decir que el proceso de emergencia de la sección “Amigos” supone la desestabilización del binomio que reconstruyen las lecturas de Panella y Ques. Supone enfatizar que es el destinatario mismo a la vez el productor de expresiones literarias. Y por último, supone destacar que son estas expresiones literarias enviadas por el lector-amigo-compañero de *MP* las que involucran nuevas prácticas significantes que instituyen un espacio de demanda en la revista que como resultado hace posible la visibilización de las voces de los receptores. Toda carta lleva consigo la solicitud de su publicación en la revista conjuntamente con su manifestación de adhesión al peronismo y agradecimiento y alabanza al líder y su esposa. Dicho brevemente, toda carta implica a la vez la reiteración y la alteración, la heteronomía y la autonomía, la reproducción y la producción.

hice de todo corazón...” (*Mundo Peronista*, 1952, N° 24, p. 22). “Desde Trenque Lauquen nos escribe nuestra compañera María de los Ángeles -así viene firmada la carta-, para solicitarnos la publicación de una poesía” (*Mundo Peronista*, 1951, N° 27, p. 42). “[Rosita Villar, de Estación Ranchillos, Tucumán] nos envía un acróstico, que nos pide publiquemos ‘en algún lugarcito de Mundo Peronista, para que pueda leerlo Evita’” (*Mundo Peronista*, 1952, N° 28, p.29). Juan A. Bermúdez de Santa Fe, escribe: “Con mi entusiasmo de fanático peronista y de corazón, llego hasta el señor Director con la presente, para molestarlo quiera hacer lugar en la gran revista Mundo Peronista a la colaboración humilde que adjunto. La colaboración consiste en un poema en prosa que titula ‘Eva Perón en el bronce’” (*Mundo Peronista*, 1952, N° 29, p.29).

De esta manera, la carta enviada en sí misma es performativa. La acción de escribir una carta, o un poema, o una canción implica un proceso que desplaza al sujeto de su lugar de destinatario, de receptor desde abajo, de reproductor de un discurso que lo constituye, a un lugar nuevo de enunciación, esto es, a una posición de emisor, de escritor, de productor, de solicitante, más o menos creativo. En síntesis, a una nueva posición de sujeto. En otras palabras, la carta es performativa porque constituye posiciones de sujetos. La carta conlleva la capacidad de definir subjetividades más allá de lo que diga o exprese. Lo importante aquí, entonces, es que la carta, ya sea la forma que tome, y el contenido literal que exprese, abre la posibilidad de decir algo nuevo, y habilita, de este modo, la emergencia de un sujeto que se asume con capacidad para radicalizar las acciones. En la reiteración del discurso peronista, en la difusión y aprendizaje de la doctrina, en la permanente lealtad y humilde y fervorosa adhesión, el destinatario resignifica su posición y su capacidad dentro del proceso de significación literario. Es decir, líder y pueblo, emisor y destinatario, no son términos que refieren a una unidad o una totalidad cerrada que se conforman en binomios a partir de una jerarquía que se establece entre ellos, ambas cuestiones, que como vimos, suponen en su análisis Panella y Ques. Sino que más bien, el desplazamiento que implica la escritura y el envío de la carta “impide que las identidades en los extremos se fijen en polaridades primordiales” (Bhabha 2002:20). La emergencia y constitución de la identidad del sujeto de la Nueva Argentina, entonces, se inscribe en el espacio que genera la tensión entre reiterar y alterar, o lo que es lo mismo, entre receptor y emitir, entre reproducir y producir. Es decir, “estos espacios ‘entre medio’ [*in-between*] proveen el terreno para elaborar estrategias de identidad [*selfhood*] (singular o comunitaria) que inician nuevos signos de identidad, y sitios innovadores de colaboración y cuestionamiento, en el acto de definir la idea misma de sociedad” (Bhabha 2002:18).

En consecuencia, la sección “Amigos” se comprende sólo a partir de la resignificación de la narrativa de la nueva nación y, por lo tanto, a partir del debilitamiento del binomio líder-pueblo y la problematización de los conceptos de “adoctrinamiento”, “entrenamiento”, “pedagogía”. A Panella la sección “Amigos” le llama la atención precisamente porque no considera la dimensión performativa de la propaganda. Dimensión que es constitutiva tanto del lenguaje de la narración del discurso oficial como de los sujetos que emergen de él. Por lo tanto, esta sección no se explica desde el

binomio líder-pueblo ni desde la intencionalidad del líder, sino más bien desde la subversión del binomio y desde la comprensión que el mismo proceso de adoctrinamiento habilita las posibilidades de reposicionamiento del mismo sujeto que se construye mediante la reiteración y la educación. De igual manera, la sección “Amigos” no es considerada desde el esquema de enunciación radial que propone Ques, o en otros términos, la ausencia de la sección “Amigos” de su análisis es lo que precisamente hace posible sostener dicho esquema de enunciación. Lo que ambos autores relegan de sus argumentos, y lo que nos habilita a continuar con el análisis de *MP*, es el proceso de redefinición del contenido y los espacios de la revista a partir de las producciones literarias emergentes de sectores populares y las consecuentes solicitudes de publicación de las mismas.

En síntesis, analizar la constitución de la sección “Amigos” en la revista *MP* implica debatir con las lecturas que ponen el acento en el proceso verticalista por el cual el peronismo construye su identidad. Lecturas que sustancializan a los grandes agentes sociales y que en consecuencia piensan a la propaganda, y en general a toda producción literaria, en términos de mecanismos de imposición de “arriba” hacia “abajo”, o bien en términos de estrategia/utilización política de los espacios literarios y los medios de comunicación con la finalidad de adoctrinar a las masas. Lo cual conlleva la interpretación de un sujeto popular que recepta y ejecuta de manera pasiva las enunciaciones “desde arriba” y que se constituye en peronista a partir de una identificación plena con dicho discurso. A diferencia de ello, una comprensión performativa del lenguaje de la propaganda y del proceso de significación que implica la literatura, permite incorporar al análisis la recepción del discurso “desde arriba” como parte del mismo proceso de construcción de la identidad peronista, habilitando, de este modo, una lectura que enfatice en las reapropiaciones y resignificaciones del discurso peronista producidas “desde abajo”. Llegamos entonces, a una dimensión del análisis en donde las modalidades de recepción y los efectos propios del proceso de interpelación “desde arriba” adquieren relevancia tanto para indagar en el contenido de la revista y en su manifiesta intención propagandística, como en los espacios de emergencia de una subjetividad popular peronista.

En este sentido, con nuestra lectura de *MP* intentamos sostener que las producciones literarias populares forman parte de la estructura discursiva en la cual emerge el sujeto



de la Nueva Argentina. Una estructura que por sus propias condiciones de im/posibilidad habilita a considerar las cartas, los poemas, los versos y las canciones enviadas a la revista como superficies de inscripción y de emergencia de la subjetividad popular peronista, esto es, no ya como meras reproducciones del discurso pronunciado por el líder, sino también como un momento de alteración y redefinición del mismo. Es decir, poner el acento en la sección “Amigos” complejiza el proceso de recepción pasiva del sujeto y pone en evidencia que es este mismo sujeto el que en el mismo proceso de identificación con el discurso es capaz de rearticular las significaciones de sentido, y con ello subvertir dicha relación jerárquica hasta desplazarse a una posición de enunciación activa, un momento de autonomía que no parece estar presente en la bibliografía sobre el tema. En pocas palabras, la irrupción de las producciones “desde abajo” en la revista *MP* pone de manifiesto que tanto las expresiones de alabanza y adhesión como las de solicitud y demanda son parte del mismo proceso de constitución de la identidad peronista. Resta avanzar en las formas y los contenidos que adquirieron estas rearticulaciones de sentidos en las voces “desde abajo” y en los modos en que estos desplazamientos y espacios de producción popular se expresan a través de los géneros literarios.

Bibliografía

- Bhabha, Homi. 2002. *El lugar de la cultura*. Buenos Aires: Manantial.
- , 2010. *Nación y narración: entre la ilusión de una identidad y las diferencias culturales*. Madrid: Siglo XXI.
- Butler, Judith. [2002]2008. *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del “sexo”*. Buenos Aires: Paidós.
- Landi, Oscar (1983). *Crisis y lenguajes políticos*. Buenos Aires: CEDES.
- Panella, Claudio; Korn, Guillermo (Comp.) (2010). *Ideas y debates para la nueva argentina. Revistas culturales y políticas del peronismo (1946-1955)*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Panella, Claudio (2010). “Mundo Peronista (1951-1955): Una tribuna de doctrina”. Pp. 281-306 en *Ideas y debates para la nueva argentina. Revistas culturales y políticas del peronismo (1946-1955)*, compilado por Panella, C.; Korn, G. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Ques, María Elena. 2008. “Estrategias persuasivas durante la campaña electoral de 1951: El caso de la revista *Mundo Peronista*”. Presentado en el I Congreso de Estudios sobre el Peronismo, noviembre, Mar del Plata, Buenos Aires.



Santiago, María Eugenia. 2010. “Poesía y política: producciones poéticas del peronismo ¿proyecciones de imaginario peronista?”. Presentado en II Congreso de Estudios sobre el Peronismo, noviembre, Buenos Aires.

Soria, Claudia. 2009. “La propaganda peronista: hacia una renovación estética del Estado nacional”. Pp. 31-48 en *Políticas del sentimiento. El peronismo y la construcción de la Argentina moderna*, editado por Soria, C.; Rocca, P.; Dieleke, E. Buenos Aires: Prometeo.

Fuentes

Revista Mundo Peronista