

Cuerpo de campo. Las representaciones del gaucho en la propaganda gráfica del peronismo. Buenos Aires (1946-1955)

Marcela Gené¹

“¿Decís que vos sabías lo que era un gaucho? [...] Vos eras un hombre de ciudad, una célula evolucionada y despreciativa, pero no por maldad, más bien por abulia [...] La geografía de tus sentimientos terminaba en la General Paz... y el resto era, para vos, una especie de cambalache folclórico... Tu paisano, tu hombre de campo, ¡tu gaucho! era... ¿Qué, sino un individuo falsamente literario que siempre está haciendo ruido con las espuelas? Explotación, nunca supiste qué significaba... injusticia tampoco, claro, no eran palabras literarias y además el campo quedaba lejos...”

Enrique Santos Discépolo, *Pienso y digo lo que pienso.*²

En 1946, Juan Domingo Perón asume la presidencia de la República Argentina, cargo que ocupará –reelección mediante– durante casi una década. El general, que había desempeñado diversas funciones en el gobierno militar que lo precedió, llegó a la primera magistratura liderando un movimiento integrado por sectores obreros y sindicales que espontáneamente surgió a la vida pública el 17 de octubre de 1945. Una de las operaciones que el nuevo régimen debió acometer sin demoras fue la de crear un sistema simbólico que lo identificara y legitimara en el marco de una sociedad polarizada en términos políticos. Las imágenes desempeñaron un rol crucial en la construcción del poder: miles de afiches y folletos, producidos y distribuidos por la usina propagandística estatal mostraban a los “trabajadores” como los destinatarios privilegiados de las políticas sociales del peronismo.

El *trabajador* fue el icono peronista por antonomasia y en la gráfica se representó desdoblado en tres versiones diferenciadas desde sus atributos, vestimenta y actitudes:³ como “descamisado”, héroe de los orígenes del movimiento, como “trabajador urbano/rural” y como esposo y padre, integrado al núcleo familiar. Pero fue la caracterización del *obrero industrial*, vestido de overol y junto al engranaje, y su contrapunto, el *peón de campo*, manejando relucientes tractores, la que más frecuentemente circuló en la propaganda de la década como referentes de la modernización de la producción y como sujetos de la reforma social. Asimismo, en algunos casos, el hombre de campo connota valores que tradicionalmente asumía el gaucho como símbolo de la “argentinidad” y de la confrontación pueblo-oligarquía.

En las páginas que siguen nos referiremos sumariamente a la hibridación entre las figuras del *gaucho* y el *peón* en la gráfica conmemorativa del Día de la Raza, al punto que las características



propias a cada una de ellas se tornan difusas: en alguna medida el peón rural es la resignificación del gaucho en clave popular. El “sólido guardián de las tradiciones” es también el trabajador amparado por la Justicia social.

En la Argentina, desde fines de la década de 1930, existía pleno consenso acerca de que el gaucho encarnaba el arquetipo de la nacionalidad. Según afirman Alejandro Cattaruzza y Alejandro Eujanián, hacia 1940 se produjo un fenómeno que debe interpretarse como el corolario del proceso de definición de la identidad nacional iniciado a fines del siglo XIX.⁴ Si a lo largo de seis décadas, el Estado y los sectores ilustrados de la sociedad habían intentado sin éxito consolidar el sentimien-

¹ Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Universidad de Buenos Aires

ro de la nacionalidad ante el avance de la inmigración mediante la exaltación de los próceres de la Patria, en tiempos de la Segunda Guerra Mundial se asiste a una redefinición de las posiciones cuando se incorpora formalmente "el mito del gaucho y de lo que se consideraba su expresión literaria más acabada, el *Martín Fierro*, al conjunto de rituales estatales celebratorios de la historia y la nacionalidad".⁵ El gaucho, ese habitante —¿imaginario?—⁶ de la pampa, "vago y malentendido", hasta entonces patrimonio simbólico de los sectores populares, es apropiado por las élites erigiéndolo en símbolo excluyente de la "argentinidad". Pero ya desde los albores de los treinta, un verdadero entusiasmo por los temas folclóricos y nativos ganaba espacios no sólo en los medios de comunicación masivos como el cine y la radio,⁷ sino también en las artes plásticas,⁸ como han demostrado numerosas investigaciones desde diversas perspectivas disciplinares.⁹ La propaganda de los partidos políticos tampoco fue ajena a tal exaltación nacionalista,¹⁰ en momentos en que "la mayoría de las identidades partidarias estaba, en lo que hace a sus aspectos ideológicos, en trance de construcción o ajuste" y efectuaba diagnósticos sobre el pasado en la convicción de encontrar allí respuestas a sus posiciones en el presente, buscando por entonces nutrirse de una auténtica tradición nacional.¹¹

Frente a la imagen broncínea del *Martín Fierro* acuñada por el oficialismo, gran parte del espectro político e ideológico local expresó en la figura de un gaucho victimizado los conflictos que asolaban al país desde distintas ópticas. Así, si para los grupos nacionalistas más radicalizados, la usura judía y el imperialismo inglés eran causa de los males de la Nación, el Partido Socialista confirió un particular protagonismo al gaucho en la gráfica partidaria desde 1935. El gaucho "Juan Pueblo", en la piel de un Gulliver

adormecido, es el cuerpo de la Nación abatido por la política fraudulenta, los monopolios económicos y la prensa venal. Cinco años más tarde este personaje reaparece con expresión inocente y ojos saltones, en representaciones cercanas a las de las historietas populares, en los afiches de la campaña electoral de 1940. Durante el gobierno peronista, desde las páginas del diario opositor *La Vanguardia*, órgano del Partido Socialista, las mordaces caricaturas de Tristán (José Antonio Guinzo)¹² expresaban en el gaucho al "auténtico pueblo argentino" fustigado



por las temibles figuras del "malevo"¹³ y el mazorquero, el primero asociado al "cabecita negra" del suburbio, y el segundo con las huestes rosistas en una inequívoca relación —desde la óptica del diario— del peronismo con la tiranía de Juan Manuel de Rosas en el siglo XIX.

Si el socialismo y los sectores filofascistas elaboraron una versión *naïve* y caricaturesca del gaucho, derecha e izquierda también reconsideraron la figura de Fierro y la del autor del poema, José Hernández, aunque desde perspectivas opuestas. En una manifestación comunista de 1936, el retrato del poeta se alineaba con los de Marx y Lenin al tiempo que la derecha política reivindicaba al gaucho como

- 2 Ciclo de propaganda radial emitido en 1951 de 37 monólogos escritos por Discépolo donde confrontaba con "Mordisquito", un personaje imaginario, oligarca adversario del régimen.
- 3 Un minucioso análisis de estas iconografías en Gené, Marcela, "Un mundo feliz. Las representaciones de los trabajadores en la gráfica del primer peronismo (1946-1955)", Tesis de maestría, Universidad de San Andrés, Buenos Aires, 2001; Gené, Marcela, "Iconografía peronista: los cuerpos en la gráfica", ponencia presentada en el XXV Coloquio Internacional de Historia del Arte, La imagen política, San Luis Potosí, noviembre de 2001.
- 4 Eujanián, Alejandro y Cattaruzza, Alejandro, "Héroes patrios y gauchos rebeldes. Dispositivos estatales y representaciones populares en la constitución de imágenes colectivas del pasado en la Argentina (1870-1940)", en *Rivista di Storia della Storiografia Moderna*, Roma, Año xx, 4, 2000.
- 5 Cattaruzza, Alejandro, "Descifrando pasados: debates y representaciones de la historia nacional", en (Alejandro Cattaruzza, direcc.) AA.VV. *Crisis económica, avance del Estado e incertidumbre política (1930-1943)*, colección Nueva historia argentina, tomo 7, Sudamericana, Buenos Aires, 2001, p. 434.
- 6 Algunas polémicas historiográficas acerca de la efectiva existencia del gaucho en el pasado tuvieron lugar en la última década. Véase, Gelman, Juan, "Gauchos o campesinos?" y Garavaglia, Juan Carlos, "Existieron los gauchos?", en *Anuarios IEHS*, II, 1987.
- 7 Ejemplo de ello fueron los dramas gauchescos en las emisiones de radioteatro, las evocaciones de la vida pampeana, sus tipos y costumbres en el cine, como *Viento norte* (1937), melodrama inspirado en *Una excursión a los indios ranqueles* de Lucio V. Mansilla, y *La guerra gaucha* (1942), dirigida por Lucas Demare, por citar algunos entre los numerosos ejemplos. Di Núbila, Domingo, *Historia del cine argentino I. La época de oro*, Ediciones del Jilguero, Buenos Aires, 1998, pp.168-172 y 391-396.

custodio de la herencia cultural hispánica y símbolo de la catolicidad. Esta última vertiente se proyecta linealmente en la gráfica peronista recordatoria del Día de la Raza mientras que para la celebración del Día de la Tradición,¹⁴ alguna xilografía o una selección de prestigiosas pinturas de gauchos del siglo XIX, desde aquellas caracterizaciones "exóticas" con rasgos europeos trazada por los pintores "viajeros" como Emeric Essex Vidal hasta las de los artistas argentinos de la generación del '80, bastaban para ilustrar la crónica periodística alusiva. Para el 12 de octubre, la misma tipología que representa al gaucho y al conquistador en dos siluetas superpuestas en diferente escala, se reitera a lo largo de la década. Es evidente que la utilización de este modelo tiende a enfatizar el legado cultural y espiritual de España en la construcción de la nacionalidad. Pero asimismo, el peronismo desplaza a la figura canónica del gaucho tradicional con su pintoresco atavío para representarlo con características propias del trabajador rural. El primero se concibe como la prefiguración histórica del segundo, ofreciendo una lectura que subraya el presente pletórico de la Argentina de Perón, superador del pasado de penurias y marginalidad que sufrieron los peones rurales bajo el *ancien régime*. En este sentido, varias operaciones se funden en un mismo plano: el peronismo se erige en custodio de las tradiciones vernáculas más arraigadas y se revela a la vez en *factotum* del progreso y la equidad social.¹⁵

Equilibrio entre lo nuevo y lo viejo: las afirmaciones de Eric Hobsbawm se confirman en el caso que nos ocupa.¹⁶ En este sentido, el peronismo demostró su capacidad para gestar una iconografía distintiva a partir de su negociación con las existentes, fundiendo rasgos heterogéneos provenientes de la gráfica de diversos sectores ideológicos así como también de las tradiciones simbólicas arraigadas en los

imaginarios sociales. Antiguos repertorios se resemantizan con mensajes positivos, en función de los objetivos de gobierno, transformándose en la piedra angular del discurso visual de un Estado garante de la armonía y el bienestar de la sociedad. Y ello fue la clave de la eficacia de las imágenes en la construcción del poder del gobierno más controvertido de la Argentina contemporánea. *



- 8 En 1939, el director de la Comisión Nacional de Cultura, Matías Sánchez Sorondo, otorgó becas a pintores y escultores "para estudiar tipos y costumbres del norte argentino bajo un aspecto puramente plástico", política mantenida por sus sucesores en el cargo -al menos hasta 1948- con idénticos objetivos de estudio. *Anuario de Plástica*, Edit. Guillermo Kraft, Buenos Aires, vol. I, p.85, vol.3, p.110, vol.9, p.90.
- 9 Una cantidad apreciable de estudios sobre temas gauchescos, provenientes en su mayoría del campo literario, han aparecido en las últimas décadas. Adolfo Prieto indaga en la construcción del discurso criollista en los folletines de consumo popular de principios del siglo xx en un trabajo ejemplar de análisis literario enfocado desde la historia de la cultura. Prieto, Adolfo, *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*, Sudamericana, Buenos Aires, 1988. Josefina Ludmer analiza el género gauchesco en la encrucijada entre cultura letrada y popular. Ludmer, Josefina, *El género gauchesco. Un tratado sobre la Patria*, Sudamericana, Buenos Aires, 1988.
- 10 En este mismo sentido, no puede evitar mencionarse la utilización simultánea de estos temas en la publicidad comercial. Gauchos y chinas -sus compañeras- promovían la calidad de los materiales fabricados por la empresa *Alpargatas*, uno de los principales productores de ropa de trabajo para el hombre de campo y cualquier otro producto, aunque no tuviese relación directa con el consumo rural, solía emplear la figura del gaucho en sus promociones.

- 11 Cattaruzza, Alejandro, *op. cit.*, p. 438.
- 12 Ilustrador del diario *La Vanguardia* desde 1934, fue también un destacado xilógrafo de la época. La serie de ilustraciones publicadas en el diario entre 1943 y 1945, fueron editadas en vísperas de las elecciones presidenciales con el nombre *Cincuenta caricaturas de Tristán (Dedicadas al Coronel)*, *La Vanguardia y Futuro*, Buenos Aires, 1946. Tristán hostigó sin cesar la "dictadura" caracterizando a Perón con rasgos de Hitler, Mussolini o Rosas. *La Vanguardia* fue clausurado.
- 13 "Malevo" es, en el ámbito rioplatense, sinónimo de malhechor o matón; figura a menudo aludida en el tango. "Cabecita negra" es una apelación peyorativa del porteño hacia el habitante de las provincias argentinas, por su piel oscura. Eva Perón utilizaba el modismo cariñosamente.
- 14 En 1938 se instituyó el 10 de noviembre -fecha de nacimiento de José Hernández- como Día de la Tradición y se debatió en las cámaras provinciales la posibilidad de erigir un monumento al gaucho en La Plata, capital de la Provincia de Buenos Aires.
- 15 El gaucho "Juan Pueblo" reaparece en el film de propaganda *La payada del tiempo nuevo (los 1500 días de la Argentina peronista)* rodado en 1950, como la "voz del presente" que recorre las realizaciones de la primera etapa de gobierno. Bajo la forma de payada, su canto exultante alterna con el recitado de un gaucho anciano -"voz del pasado"- que evoca la miseria que vivió en su juventud. Canto y recitado se acompañan con el montaje de escenas que yuxtaponen las vistas de "villas miseria", con las de modernas y confortables viviendas, pero a lo largo del film, el remarcado contraste temporal se va diluyendo y todos los gauchos presentes junto al fogón, terminan aunando sus voces en un inflamado y patriótico encomio de la Nueva Argentina.
- 16 "[Es interesante examinar] la utilización de elementos antiguos en la elaboración de nuevas tradiciones inventadas para fines bastante originales. Siempre se puede encontrar, en el pasado de cualquier sociedad, un amplio repertorio de estos elementos; siempre hay un lenguaje elaborado, compuesto de prácticas y comunicaciones simbólicas. Hobsbawm, Eric, "Introducción", en Hobsbawm, Eric y Ranger, Terence, *A invenção das tradições*, Paz e terra, San Pablo, 1997, p. 14.