



LA RAZÓN HISTÓRICA. Revista hispanoamericana de Historia de las Ideas. ISSN 1989-2659

Número 36, Año 2017, páginas 131-142. www.revistalarazonhistorica.com



LA FIGURA DE EVITA EN LA GRAFICA POLITICA PERONISTA

Ricardo Pérez Gómez

Licenciado en Psicología y Magister Scientiarum en Relaciones Industriales por la Universidad Católica Andrés Bello de Caracas (UCAB) con Postgrado en Psicopatología y Salud (UNED, España).

Introducción

El actual resurgir de los populismos en política ha llevado a retomar el estudio de este fenómeno. ¿Por qué resurgen estos movimientos políticos tan ineficientes y autoritarios y por qué tienen tanto apoyo ciudadano, sobre todo, de los estratos socioeconómicos más bajos? Deslumbrados por los éxitos electorales del llamado socialismo del siglo XXI en Latinoamérica, tierra ésta históricamente fértil para los movimientos populistas de toda índole, vuelven por sus antiguos fueros los estudios sobre Perón, Vargas, Cárdenas, Torrijos, entre otros caudillos populistas. Pero esta revisión se hace ahora con el apoyo de la antropología política y de la denominada nueva historia cultural, visiones epistemológicas preferidas de politólogos izquierdistas que parecen haber descubierto en el populismo -su ancestral enemigo histórico tanto en Latinoamérica como en Europa- el caballo de Troya en el cual introducirse, sustituyendo las tradicionales categorías de análisis marxista como lucha de clases, plusvalía, dictadura del proletariado por otras asociadas al mundo emocional y vital de las personas como la politización del dolor humano y los sentimientos populares. Por ejemplo, en el caso que se analiza en el presente trabajo de investigación, estos autores concluyen que el éxito del

peronismo estuvo en su destreza para movilizar elementos culturales ya presentes en la sociedad argentina y re-articularlos dentro de una estrategia política contra el bloque oligárquico dominante¹.

La historia cultural, sobre todo a partir del estudio de las iconografías e iconologías en las manifestaciones artísticas como el cine, la televisión, la música y, en estos tiempos en menor grado, la radio y la gráfica, pueden aportar interesantes contribuciones a la comprensión de esa nueva variable que los politólogos señalan como fundamental para el entendimiento del neopopulismo del siglo XXI, que no es otra que el formato melodramático como canal de movilización del imaginario colectivo usado por el Estado o por determinadas organizaciones con fines políticos. En el caso que nos atañe, la utilización política de la figura de Eva Perón, se busca indagar sobre el sistema de representaciones simbólicas que transformaron las identidades colectivas de amplios sectores de la población argentina, tratando de comprender la compleja adecuación entre las políticas gubernamentales peronistas, las nuevas realidades de la sociedad de consumo de la época y las percepciones populares.

Para algunos, el peronismo debe ser estudiado como una estructura de sentimientos que se instaló en el imaginario social², tesis ésta que promovería la lectura del uso predeterminado de estrategias simbólicas por parte del régimen, a través de una muy intensa propaganda oficial, sobre todo de fuentes radiofónicas y gráficas, con el propósito de insertar a Evita en la esfera de lo público y con un fuerte componente melodramático. Para el estudio de dicha estructura sentimental y su impacto en las percepciones populares, se recurre en el presente trabajo a la psicología, específicamente a la psicología proyectiva, con un enfoque multidisciplinario de la comprensión de los hechos históricos y del que ya existen precedentes en la llamada psichistoria³.

Características de las gráficas estudiadas

Para el estudio de la gráfica política peronista se acudió a la selección recopilada en la colección *Registro Gráfico* de la editorial argentina *La Marca Editora*, concretamente en su publicación del 2006 titulada *Perón mediante. Gráfica peronista del periodo clásico*. Esta obra reúne casi 500 gráficas de propaganda política oficialista elaboradas y distribuidas durante el gobierno de Juan Domingo

¹ LACLAU, Ernesto, *La razón populista*, México, Fondo de Cultura Económica, 2006

² ROSANO, S. *Rostros y máscaras de Eva Perón: imaginario populista y representación (Argentina 1951-2003)*. Trabajo presentado para optar al título de Ph. D. en Literatura y Lenguas Hispánicas en University of Pittsburg, 2005

³ TILEAGA, Cristian y BYFORD, Jovan, *Psychology and history. Interdisciplinary explorations*. UK, Cambridge University Press, 2014

Perón entre 1946 y 1955. La selección que presentan en *Perón mediante...* surge de la investigación en los archivos públicos de la Fundación Eva Perón y de algunos archivos privados.

En el abordaje de las imágenes se adoptaron tres tipos de análisis: a) un análisis formal o pre-iconográfico en el que se revisan aspectos compositivos tales como el ordenamiento del espacio en la gráfica, el foco de la gráfica y los colores usados, b) un análisis iconográfico que estudia las temáticas a las que se hace alusión en las gráficas y su simbolismo o mensajes referenciales explícitos e implícitos en las mismas, y c) un análisis iconológico que busca reflexionar sobre el propósito o intencionalidad de las gráficas así como la situación o entorno en el que se hicieron públicas y el impacto que causaron en ese contexto para poder entenderlas como documento de valor histórico en la medida en que refleja la sociedad de su tiempo.

De conformidad con el razonamiento expuesto, se analizaron todas las gráficas recopiladas excepto unas pocas en las que no aparecen dibujos ni fotos sino únicamente textos, con los resultados que se muestran en los cuadros siguientes:

Cuadro 1: Número y porcentaje de gráficas según contenidos específicos

	Gráficas de Evita	%	Gráficas de Perón	%
Sólo Evita o sólo Perón, sin nada ni nadie más	43	43	55	70
Evita y Perón, juntos	21	21	21	27
Con niños	8	8	1	1
Con mujeres madres	6	6	0	0
Con ancianos	2	2	0	0
Con otras personas no clasificables	1	1	2	3
Con multitudes, desfiles, actos oficiales	2	2	5	6
Con micrófonos	3	3	3	4
Con símbolos patrios, banderas	7	7	8	10
Con edificios, paisajes urbanos	7	7	5	6
Con flores	4	4	1	1
Con paisajes, montañas	2	2	3	4
Con juguetes	3	3	0	0

Con aves, pájaros	3	3	1	1
Con ángeles, vírgenes	2	2	0	0
Con orlas, guirnaldas	2	2	2	3
Con aureolas	7	7	2	3
Con antorchas, llamas, fuego	3	3	0	0
Corona de espinas	1	1	0	0
Con hojas de muérdago	1	1	0	0
Con campanas navideñas	1	1	0	0
Con manos abiertas, con rostros humanos	2	2	0	0
Con planetas, estrellas, luna, cosmos, cielo	4	4	1	1
Con animales domésticos	1	1	1	1

Sólo en 14 gráficas la figura de Evita no es la figura que ocupa el mayor espacio. Además, de los 22 gráficos que comparte con Perón, en 4 de ellos la figura de Evita es de mayor tamaño u ocupa una presencia primaria superpuesta a la de Perón y en otros 9 es del mismo tamaño o la misma presencia, quedando sólo los 9 restantes en los que la figura de Evita es de menor tamaño que la de Perón o está en un plano menor.

Mientras que en las gráficas Perón tiende a aparecer casi siempre sólo o acompañado de Evita, en el caso de las gráficas de Evita existe también un número minoritario pero relevante de otras figuras y contenidos específicos como niños, madres, ancianos, flores, juguetes, etc. Por otro lado, aunque tanto en el caso de Perón como en el de Evita aparecen en sus gráficas multitudes y símbolos patrios, es llamativo el contenido mitológico (ángeles, vírgenes, aureolas, antorchas, objetos celestes) que aparece en algunas gráficas de Evita y que es prácticamente inexistente en las gráficas de Perón. Estos resultados podemos interpretarlos como parte del rol asumido por Evita de portaestandarte de los proyectos y programas de beneficencia pública que llevó a cabo el gobierno peronista, los cuales eran conducidos a través de la Fundación Eva Perón.

Después de la muerte de Evita, su imagen se convirtió en un ícono político-religioso y su figura será unas veces el hada buena protectora para las madres y los niños, otras veces la severa y amable para los sindicatos y los militantes

partidistas⁴. Por ejemplo, en una de las gráficas se observa el nombre de Evita tallado en mayúsculas sobre las laderas de un gran pico montañoso nevado sobre el cual se encuentra una fulgurante estrella rodeada de otras estrellas menores, en tanto que a los pies de la montaña aparecen unos altos edificios dibujados sobrevolados por un par de cóndores y en primer plano un rostro femenino con una corona de laurel y algo que parecen ser unas alas en sus espaldas. En otra gráfica se observa el rostro sonriente de Evita en el cielo junto a la luna, seis estrellas y una figura etérea femenina con túnica junto a su rostro que parece ser un ángel o la Virgen María. En otra gráfica aparece un dibujo de Evita de cuerpo entero vestida con túnica, con dos alas en sus espaldas como si se hubiese convertido en ángel y una aureola de santidad alrededor de su cabeza, en lo que parece ser una aparición celestial a dos niños. En una gráfica coloreada de azul celeste se ve el rostro de Evita sobre las nubes de la bóveda celestial al lado de varias estrellas o cometas y en la parte inferior del dibujo se asoma la Tierra y una corona de espinas que parece estuviera siendo destruida por un rayo proveniente de una de las mencionadas estrellas. En una gráfica más se ve la portada de la autobiografía póstumamente editada de Evita, *La razón de mi vida*, con un pajarillo volando raudamente hacia las alturas, donde está escrito el lema “Razón de amor”, y abajo el texto: “A la inmortal de los humildes”. En otra gráfica vemos el rostro de una Evita triste, melancólica, al parecer con los ojos llorosos, mirando lánguidamente, y al pie de la gráfica el texto “Eva inmortal”.

Al estudiar la situación expresiva existente en las gráficas nos encontramos con que en el caso de las de Perón, éste aparece casi por igual sonriendo o en expresión formal, seria, mientras que en las de Evita, ésta aparece en una altísima frecuencia sonriendo.

Cuadro 2: Número y porcentaje de gráficas de Evita y Perón según su situación expresiva

Tipo de expresión	Evita	%	Perón	%
Sonriendo	71	71	36	46
entregando algo	8	8	0	0
saludando a multitud, arengando, dando un discurso	9	9	10	13
informal, en actividades lúdicas, relax	3	3	6	8

⁴ SANTORO, Daniel, “La construcción imaginaria de un mundo”, en INDIJ, Guido (ed.) *Perón mediante. Gráfica peronista del periodo clásico*, Buenos Aires, Argentina, La Marca Editora, 2006, pp. 21-23

sin expresión, formal, triste, pensativa	26	26	38	48
------------------------------------------	----	----	----	----

Es llamativo que en ninguno de los dos conjuntos de gráficas los discursos y saludos a las multitudes tengan una elevada frecuencia. Si bien este detalle puede ser considerado como normal en la propaganda política, pues es sabido que por estrategia comunicacional los afiches tienden a concentrarse en el rostro del personaje como reclamo o gancho para el electorado, también puede interpretarse como una señal del culto a la personalidad del régimen peronista. En cuanto al plano de la figura de Evita tomado en sus gráficas no se observan grandes diferencias al compararlo con las de Perón: en ambos conjuntos de gráficas hay preferencia manifiesta por el primer plano o plano del rostro sobre los de medio cuerpo o cuerpo entero. De hecho, en la mayoría de los gráficos, las figuras de Perón y de Evita aparece sólo su rostro:

Cuadro 3: Número y porcentaje de gráficas según parte de la figura de Evita y Perón representada

	Evita	%	Perón	%
Rostro	65	65	49	62
Pecho hacia arriba	16	16	11	14
Cintura hacia arriba	19	19	16	20
Cuerpo entero o casi	0	0	3	4

En efecto, el peronismo siempre supuso para los revolucionarios de derecha e izquierda una ideología confusa, criticada por su escaso sustrato ideológico e intelectual y por su escaso fervor revolucionario. El peronismo se comunicaba con sus masas, con sus “descamisados”, con sus “cabecitas negras”, pero no las arengaba en plan revolucionario; cuando las arengaba, sólo lo hacía para promover su identificación emocional con Perón y con Evita, no para invocar conciencia de clase o pertenencia étnica alguna. Por lo tanto, no es de extrañar que sus líderes máximos, Perón y Evita no aparezcan en las gráficas políticas arengando multitudes, vociferando discursos o dirigiendo manifestaciones y, en cambio, sí prefieran hacerlo solos o cuidando de sus “descamisados”. De nuevo, en este análisis de la situación expresiva se repite el hecho de que Evita aparezca en algunas gráficas entregando cosas a terceras personas, mientras que esta acción no aparece en ninguna de las gráficas de Perón, reforzando una vez más el rol diferente que ambos tenían en los proyectos de beneficencia, o tal vez el rol en el

que deseaban ser vistos por la ciudadanía: él encarnando las formalidades de su cargo y ella encarnando el acercamiento al pueblo.

Al ir más en detalle sobre la figura de Evita nos encontramos con que algunos aspectos aparecen con elevada frecuencia en sus gráficas:

Cuadro 4: Número de gráficas según estampa o accesorio de moda de Evita

Cabello recogido atrás con moño	94
Cabello recogido adelante	4
Cabello suelto	2
Zarcillos	59
Anillos	3
Uñas pintadas	4
Collares	12
Sombreros y tocados	12
Labios pintados	72
Broches, adornos en el vestido	14

En seguida llama la atención su cabello dorado recogido hacia atrás en forma de moño, sus labios pintados de rojo carmesí y sus zarcillos. Hasta en las gráficas en blanco y negro, el dibujo está intervenido de tal manera de resaltar su peinado, su cabello dorado, sus labios pintados, y en los dibujos más pequeños no se olvidan los zarcillos en sus orejas. Sus cejas siempre delineadas y sus ojos siempre resaltados. Sus mejillas aparecen dibujadas con tonos suaves que insinúan la presencia de un cuidado maquillaje. Inclusive otros aspectos como los broches y adornos en el vestido, los collares, las uñas pintadas de rojo y los anillos tienden a tener una presencia relevante pues aunque su frecuencia absoluta es baja hay que tener en cuenta que la gran mayoría de las gráficas de Evita muestran sólo su rostro y son relativamente pocas aquellas en las que se muestra su cuello y menos aún sus manos. Este énfasis en incluir en las gráficas objetos accesorios o detalles específicos puede estar asociado, desde la psicología proyectiva, a actitudes extravagantes en la personalidad del individuo⁵, lo que parece concordar con algunos expertos en historia cultural del peronismo que señalan la presencia de cierta estética kitsch en la figura de Evita.

⁵ PORTUONDO, Juan A. *El psicodiagnóstico de Rorschach en psicología clínica*, Madrid, España, Biblioteca Nueva, 1976, 2ª. edición

El cabello juvenil con tocado hacia el frente de sus primeros años fue sustituido por el más señorial de cabello recogido con moño atrás. De esta manera, su rostro se mostraba en su totalidad, dando el frente, dando la batalla, con sus expresivos ojos grandes negros y su sonrisa presente. Pero este aspecto elegante no caía en lo estrafalario ni en lo arrogante, al menos si nos atenemos a la frecuencia de tocados y sombreros, tan al uso en la época. Aunque hay gráficas en las que Evita aparece con sombrero, boina o pamela, su frecuencia es baja, probablemente porque desvía la atención de lo que se había convertido en su mejor símbolo gráfico: su cabello dorado con su moño atrás.

De acuerdo con la psicología proyectiva, este énfasis en su rostro indica una preocupación por las relaciones sociales y por la apariencia externa, lo que es coherente con la natural vocación de cualquier político que busque el apoyo popular. Las cejas siempre delineadas, así como la presencia de collares apuntarían hacia una motivación por el refinamiento, por el glamour. El cabello ordenado y resaltado de sus gráficas hablaría de un espíritu narcisista y viril, el cual también es obvio en todos aquellos que aspiren a asumir posiciones de poder y liderazgo, máxime en un régimen tan personalista como el peronista. La virilidad en la figura de Evita se entiende en sus muy activos y variados roles políticos de Vicepresidente de la República, Presidente de la Fundación Eva Perón y Presidente del Partido Peronista Femenino; Evita se convierte en ícono del peronismo no sólo por sus programas de beneficencia social como cualquier otra primera dama, sino por su arrojo y voluntad política⁶.

Si bien en algunas gráficas aparecen collares en su cuello, apenas se encuentran gráficas con túnicas sobre sus hombros: sus vestidos eran elegantes, pero más bien formales, sin casi escotes ni hombros descubiertos. Los únicos accesorios que podemos calificar de como deslumbrantes son los anillos, los broches y los adornos florales en su cabello o en su pecho. En cuanto a la ropa vestida por Evita en las gráficas, sólo en una aparece con blusa informal y sólo en otra con un vestido estampado de varios colores. La construcción de la Evita elegante no era en absoluto contradictoria con la imagen de la Evita generosa y cercana al pueblo. Todo lo contrario, ésta era más bien la contradicción que el populismo peronista se proponía resolver. A diferencia del mensaje marxista y de lucha de clases, el justicialismo peronista no pensaba que el ser rico fuese malo: lo que era malo es que los pobres no pudiesen disfrutar de los placeres de la vida como los ricos, con sus elegantes ropas y fiestas, con sus distracciones y entretenimientos. Lo malo que tenían los ricos no era su forma de vida, sino que no quisieran que los pobres también la tuvieran. En la retórica peronista el exceso, el lujo y la reparación social van de la mano. La misma Eva Perón en su libro *La razón de mi vida*, a propósito de los hogares para niños construidos por su Fundación, escribiría:

⁶ NAVARRO, Marysa, "La Mujer Maravilla ha sido siempre argentina y su verdadero nombre es Evita" en *Evita. Mitos y representaciones*, Buenos Aires, Argentina, Fondo de Cultura Económica, 2002, pp. 11-42

“(…) mis ‘hogares’ son generosamente ricos... más aún, quiero excederme en esto. Quiero que sean lujosos. Precisamente porque un siglo de asilos miserables no se puede borrar sino con otro siglo de hogares ‘excesivamente lujosos’. Sí. Excesivamente lujosos. (...) No, no tengo miedo (de que los pobres se acostumbren a vivir como ricos). Por el contrario; yo deseo que se acostumbren a vivir como ricos... que se sientan dignos de vivir en la mayor riqueza... al fin de cuentas todos tienen derecho a ser ricos en esta tierra argentina...”⁷

El peronismo echó abajo las jerarquías de clase, pero manteniendo la respetabilidad burguesa y su estética. Era lo culto visto no como intelecto sino como algo respetable, hermoso, bueno. Evita simbolizaba la ruptura del monopolio del confort en manos exclusivas de la burguesía⁸. Era el lujo sin categoría, pero era un lujo “democrático”.

Con respecto a las posibles explicaciones a partir de los colores usados, en las gráficas prevalecen los tonos pasteles, el verde, el azul celeste, el rosado, el amarillo, el blanco y el marrón. Casi no se observan gráficas con colores vivos como el rojo ni combinación de colores en una misma pieza de ropa. Si hacemos caso a algunos estudios realizados sobre psicología del color⁹, el verde es un color que culturalmente ha estado asociado a lo natural, a la vida, la frescura, la esperanza, el recogimiento y la libertad. Y si hacemos caso a la psicología proyectiva, el verde se asocia a la perseverancia y a la capacidad de autoimponerse, cualidades estas dos que parecen coincidir bastante bien con la imagen que nos hemos formado de Eva Perón. En cuanto a los colores amarillo y dorado están culturalmente asociados a la felicidad, la fama, la belleza, el lujo, la solemnidad, la madurez, lo divino, el optimismo, pero también a la envidia, los celos, la mentira, la avaricia, la pasión ciega. ¿Estarían los diseñadores de la propaganda política peronista proyectando sin advertirlo, inconscientemente, en los colores amarillo y dorado de las gráficas de Evita su propio resentimiento social, como firmemente les acusaban desde la oposición política? Para la psicología proyectiva, el uso preferente de verde y amarillo indicaría que la perseverancia, la capacidad de autoimponerse, el optimismo y el afán de progreso serían las aspiraciones más importantes, bien sea de Evita en ese momento de su

⁷ BALLENT, Anahi, “Unforgettable kitsch. Images around Eva Peron”, en KARUSH, Mathew y CHAMOSA, Oscar (eds.), *The new cultural history of peronism. Power and identity in Mid-twentieth century Argentina*, Durham, USA, Duke University Press, 2010 p. 143

⁸ ELENA, Eduardo, (2010) “Peronism in good taste. Culture and consumption in the magazine Argentina”, en KARUSH, Mathew y CHAMOSA, Oscar (eds.), *Ob. Cit.*, pp. 209-237

⁹ HELLER, Eva, *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona, España, Editorial Gustavo Gili, 2004

vida, bien sea de los propagandistas gubernamentales que diseñaron las gráficas en ese momento de la trasega política argentina.

El color rosado se asocia a la cortesía, la ternura, el encanto, la dulzura, pero también a las ilusiones, los milagros, lo artificial. Por su parte, el marrón está asociado a la comodidad, lo acogedor, la normalidad, pero también a la pobreza, la amargura, la necesidad. Para la psicología proyectiva, la frecuencia de estos dos colores por detrás del verde y el dorado/amarillo, indicaría la situación de ese momento en el estado anímico de Evita o en el de los propagandistas que realizaron las gráficas. Si los colores predominantes en las gráficas de Evita fuesen en primer lugar el verde y el amarillo/dorado y a continuación el rosado y el marrón, se podría especular con la hipótesis de que las gráficas proyectaban los deseos de salir de la necesidad, la pobreza y la amargura de la vida a través de una mentalidad perseverante, optimista, de afán de progreso y de auto-imposición, pero sin conexiones racionales con los esfuerzos a llevar a cabo para cambiar esas realidades, sino a base de un voluntarismo primario, de un pensamiento mágico, lo cual es típicamente populista.

Por otro lado, los colores azul y rojo, que son los más frecuentes en nuestra cultura occidental, no tienen una alta presencia en las gráficas de Evita, sobre todo el color rojo el cual apenas aparece reflejado únicamente en la pintura de sus labios y uñas. El rojo culturalmente se asocia a las pasiones, la guerra, la fuerza, la agresividad pero también es el color de la aristocracia y de los ricos. Es curioso que siendo el color preferido por los publicistas de la segunda postguerra antes de la aparición de la televisión¹⁰, haya sido tan poco usado en las gráficas políticas sobre Evita. Según la psicología proyectiva, esta baja frecuencia indicaría la existencia de inclinaciones latentes, reprimidas, relacionadas con el torpe manejo de algunas emociones como el odio, la envidia, la justicia, el sexo o lo inmoral. En otras palabras, la hipotética intención de no mostrar a una Evita agresiva ni pasional sino a una Evita moralmente correcta, escondía una realidad diferente en la que las pasiones alrededor de la agresividad, el odio y la envidia pudieran ser más poderosas de lo que se quería comunicar públicamente. El resentimiento social que la oposición política atribuía al peronismo y a la figura de Evita en especial pudiera estar confirmándose a través de esta línea de argumentación. Otras interpretaciones provenientes también de la psicología proyectiva¹¹, indican asimismo que el color rojo está relacionado tanto con representaciones afectivas como la pasión y el amor como con representaciones agresivas, por lo que una represión, supresión o subvaluación de dicho color apuntaría en la dirección de un defectuoso manejo emocional de las mismas. Sin embargo, si el color rojo despierta inconscientemente en el receptor de la imagen las más fuertes pasiones y éstas

¹⁰ HELLER, Eva, *Ob. Cit.*

¹¹ PORTUONDO, Juan A. *Ob. Cit.*

generan en él una lógica y natural angustia¹², no es descartable suponer que en la intencionalidad de los propagandistas peronistas se descartase este color si el mensaje que se quería transmitir era el de una Evita maternal, atenta, cuidadosa y benefactora.

Pero las gráficas no sólo las podemos analizar a partir de sus características y contenidos formales aparentes, sino también a partir del uso que se les daba. Así, por ejemplo, entre la colección mostrada por la fuente seleccionada se pueden observar gráficas utilizadas como estampillas postales, como emblemas para presidir manifestaciones político partidistas, como fotografías en portadas de revistas, como diplomas de reconocimiento y tarjetas de invitación, como tarjetas de felicitación navideña, como promoción de obras y proyectos gubernamentales, en cajetillas de fósforos, en las boletas de calificaciones escolares, en banderines deportivos, etc. La heráldica peronista abunda en alegorías del amor de la pareja presidencial y las cintas con los colores de la bandera argentina enmarcando las siluetas de Perón y Evita.

Pero posiblemente uno de los usos más llamativos y representativos del culto a la personalidad del régimen peronista fue su utilización en los programas escolares para enseñanza de la lectura. Por ejemplo, encontramos un cuaderno de lectura en el que aparece un dibujo del rostro de Evita junto a su nombre escrito en dos tipos de tipografía, manuscrita y romana, y debajo otro dibujo de Evita entregando una muñeca a una niña y el texto “Evita me ama”. En otra gráfica aparece el dibujo de una señora que sostiene en brazos a un niño junto a las dos tipografías mencionadas, una que dice “mamá es buena” y la otra “mamá es linda” y debajo de estos textos un dibujo de Evita saludando desde un balcón con la bandera nacional a unas personas y el texto manuscrito “Evita es buena y linda”. Y otra gráfica más en la que aparece en dibujo de una señora cosiendo al lado de la caligrafía “esa es mamá”, debajo un dibujo de Evita entregando algo a un anciano y la caligrafía “esa es Evita”, y al final de esa página el dibujo de un niño con el brazo alzado, gritando, y la caligrafía “viva mamá, viva Evita”. Más ejemplos, en otra página encontramos el dibujo de una escena familiar sentados a la mesa comiendo, los retratos de Perón y Evita en las paredes de la sala y el texto manuscrito “mi hermanita y yo amamos a mamá, papá, Perón y Evita”. O el dibujo de una niña sentada con una muñeca en sus brazos y la caligrafía “Esa niña juega con esa muñeca. Se la regaló Evita. Para ella es la más linda del mundo”. Son imágenes ingenuas y meticulosas, con colores rosas y tonos pasteles, frecuentes también en otras gráficas en las que aparece Evita en su rol de benefactora de los desposeídos, que transmite una sensación de costumbrismo, de inocencia, de naturalidad.

¹² BOHM, Ewald, (2001) *Manual del psicodiagnóstico de Rorschach*, Madrid, España, Ediciones Morata, 10ª edición

Conclusiones

No son pocos los estudiosos que atribuyen el éxito de la política comunicacional del peronismo como sistema político en sí mismo al uso del melodrama¹³. Perón, ayudado por lo más granado de los asesores provenientes de esos novedosos medios de comunicación social que trabajaban para su Secretaría de Difusión y Propaganda, usó estrategias comunicacionales cónsonas con esa nueva cultura popular, con esa cultura de la radionovela y del folletín, del tango, a las que tan dados eran sus “descamisados”, esos “cabecitas negras” llegados a las grandes ciudades desde el campo y la pampa, y que no sabían ni entendían qué era eso llamado democracia o conciencia de clase de lo que les hablaban los sindicalistas anarquistas y socialistas. El melodrama propone una visión moralista, polarizada y maniquea de la sociedad donde la pobreza es siempre la garante de la virtud y de la autenticidad, mientras que la riqueza es puesta en escena como representante de la malicia. El fatalismo y la nostalgia como obstáculos para la movilidad social también son reflejados en el melodrama. En el guión del melodrama político peronista, el fatalismo lo romperán Perón y Evita, salvadores de los pobres al servirles de puente hacia una mejor vida¹⁴. En un subcontinente como el latinoamericano, con una antropología histórica muy particular¹⁵, no tiene nada de raro que el populismo peronista hay recurrido a una figura femenina como uno de sus movilizadores inconscientes favoritos.¹⁶

¹³ ROSANO, S. *Ob. Cit.*

¹⁴ KARUSH, Mathew, “Populism, melodrama and the market. The mass cultural origins of peronism”, en KARUSH, Mathew y CHAMOSA, Oscar (eds.), *Ob. Cit.*, pp. 21-51

¹⁵ GOLDWERT, Marvin, *History as neurosis: paternalism and machismo in Spanish America*. Lahnam, USA, University Press of America, 1980

¹⁶ KAMPWIRTH, Karen, *Gender and populism in Latin America. Passionate politics*. USA, Pennsylvania State University, University Press, 2010