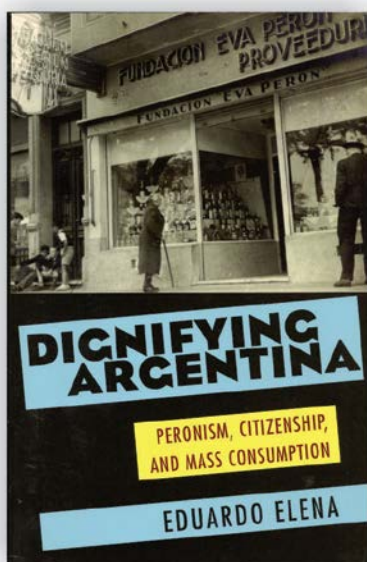


Eduardo Elena, *Dignifying Argentina. Peronism, Citizenship, and Mass Consumption*. Pittsburgh, University of Pittsburgh Press, 2011, 332 páginas.

Por Claudio Belini

(CONICET/Instituto Ravignani-PEHESA)



En este libro, Eduardo Elena explora la ampliación de la ciudadanía social en la Argentina de posguerra a partir de la historia del consumo. El estudio aborda esta cuestión mediante el análisis de dos dimensiones complementarias. En primer lugar, se focaliza en el Estado, sus agencias y los contenidos de las políticas públicas. En este plano se interesa por los debates sobre “infraconsumo” durante los años treinta, las concepciones peronistas de “vida digna”, la compleja trama entre estas concepciones y las políticas económicas, y las contradictorias relaciones entre las reparticiones públicas y las

organizaciones paraestatales que, como la Fundación Eva Perón, desempeñaron un papel clave. En segundo lugar, el análisis atiende a la sociedad civil, concentrándose en las respuestas que brindaron quienes eran los sujetos de las políticas peronistas: los sectores populares. Estos actores expresaron su adhesión a un gobierno que podía exhibir importantes logros en la distribución de ingreso pero también manifestando su rechazo, resistencia y hasta frustración frente a las promesas incumplidas: la resignificación de la concepción peronista de “vida digna”, la demanda a favor de una intervención estatal más eficiente, la recusación del papel tradicional otorgado a las mujeres en la familia y la sociedad, son algunas de estas respuestas. El análisis de ambas dimensiones permite al autor construir una imagen más dinámica y contradictoria del peronismo y de la sociedad argentina de los años cuarenta y cincuenta que contribuye a cuestionar las concepciones tradicionales sobre el populismo latinoamericano y los liderazgos carismáticos.

Dignifying Argentina está integrado por siete capítulos cuyos contornos están definidos por criterios cronológicos y analíticos. El primero de ellos nos introduce en las discusiones en torno al “infraconsumo” y su escasa resonancia en los gobiernos neoconservadores de la década de 1930, principalmente preocupados por la recuperación económica mediante la recomposición del comercio exterior. El análisis de los primeros intentos de intervención estatal tendientes a mejorar la distribución del ingreso y el consumo a partir de la

Segunda Guerra Mundial y el ascenso de Perón es el propósito del capítulo 2. Allí también se exploran las concepciones peronistas de “vida digna”, cuya definición sería el resultado del clima ideológico de posguerra favorable a la planificación y de las presiones de los sindicatos y los empresarios. Los capítulos siguientes abordan las iniciativas estatales para alentar la elevación del poder de compra de las familias y la expansión de los servicios sociales en el marco del breve *boom* de posguerra. En el capítulo 3 el autor examina la “Campaña de los 60 días” de 1946, un acuerdo entre empresarios y el gobierno para moderar la inflación y las respuestas populares ante estas medidas, en tanto que el siguiente capítulo está consagrado al análisis del particular Estado de bienestar peronista y la difusión de un modelo cultural determinado por las normas dominantes del gusto y la moda, cuya mayor expresión fueran, tal vez, Eva Perón y su Fundación.

Las ideas en torno a la ciudadanía y el lugar del consumo en los tiempos del peronismo son el tema del capítulo 5. Los llamados de Perón tendientes a moderar el consumo popular mediante la autodisciplina y la garantía de la incorporación de nuevos sectores a la ciudadanía social, una concepción cuyas raíces estaban en los gobiernos de la entreguerra, son analizadas a través de una rica variedad de experiencias culturales, políticas e institucionales (revistas, proveedurías, almacenes, entre otras).

Finalmente, en los capítulos 6 y 7 se indagan las repercusiones de la aguda crisis de 1952 sobre las prácticas de consumo popular y las relaciones entre el Estado y los actores sociales. Allí se explora la participación popular en los planes económicos (a través de la convocatoria oficial a enviar propuestas para el Segundo Plan Quinquenal), las demandas insatisfechas y la redefinición del papel de las mujeres en la nueva etapa, donde el incremento de la productividad —y no del consumo— se convirtió en la prioridad de la estrategia económica peronista. Como se observa, el recorrido de este libro es amplio y heterogéneo. Basado en una amplia bibliografía y en una rica diversidad de fuentes, *Dignifying*

Argentina ilumina algunas dimensiones hasta hoy poco conocidas de la experiencia peronista.