

Life: geopolítica y guerra psicológica en América Latina

Silvina María Romano

Una de las características del siglo XXI en América Latina han sido las campañas de los medios de comunicación hegemónicos, en particular los estadounidenses, para desprestigiar a los gobiernos de corte progresista. Esta práctica encuentra buena parte de sus raíces en las políticas de expansión cultural estadounidense de entre guerras y en la institucionalización de la guerra psicológica durante las primeras décadas de la Guerra Fría, siendo la “guerra por los corazones y las mentes” uno de los ejes cruciales en el enfrentamiento bipolar. Entendemos que aproximarnos a esos orígenes puede arrojar luz sobre los acontecimientos actuales. Para ello presentaremos el caso de la revista *Life* en español durante la década de 1950 y principios de la década de 1960 dando cuenta del modo en que esta publicación –sin necesidad de una bajada de línea explícita de parte del gobierno, pero dentro de un marco ideológico– reprodujo los lineamientos oficiales estadounidenses a partir de un entramado de lenguajes (imágenes, textos políticos, cartas de lectores, publicidad) que promocionaban el “modo de vida americano” en contraposición al “comunismo” (asociado con el antiimperialismo). La revista contribuyó así a la reproducción de la ideología hegemónica, en particular en sus aspectos geopolíticos, presentándose como revista “cultural” y apolítica.

Palabras clave: guerra psicológica, geopolítica, Estados Unidos, América Latina.

LIFE: GEOPOLITICS AND PSYCHOLOGICAL WARFARE IN LATIN AMERICA

One of the characteristics of the XXIst Century in Latin America are the campaigns lead by hegemonic mass media, mainly United States media, implemented to discredit progressive governments. This practice finds its origins in the United States policies of cultural expansion in the interwar period and in the psychological warfare institutionalization at the beginnings of the Cold War. The “war for the hearts and minds” became a crucial aspect within the bipolar confrontation. It is considered that those origins can throw some light to comprehend the current situation. In order to do that, it will be presented the case of *Life* magazine in its Spanish version, between the early fifties and the first years of the sixties. It will be demonstrated the way in which this magazine tended to reproduce the official foreign policy guidelines without an explicit command from the government, but within an ideological frame. This was made through a framework composed by different languages (photographs, political texts, letters from the readers, advertising) oriented to promote the American Way of *Life* as

opposed to “communism” (associated to anti-imperialism). In this way, the magazine contributed to the reproduction of the hegemonic ideology, mainly regarding geopolitical aspects even though presenting itself as a “cultural” and nonpolitical publication.

Key words: psychological warfare, geopolitics, United States, Latin America.

Las campañas mediáticas contra el gobierno de Hugo Chávez y de Nicolás Maduro en Venezuela, los ataques de la prensa a las políticas de los gobiernos de Evo Morales (Bolivia), Rafael Correa (Ecuador) y Cristina Kirchner (Argentina), así como la destitución de Dilma Rousseff en Brasil promovida por la corporación O’Globo, no son algo nuevo. Sin embargo, han mostrado un gran éxito. Algunos medios que se han dedicado a esta tarea son el *New York Times*, el *Washington Post*, el *Financial Times* y *CNN*.¹ Las noticias publicadas por estas corporaciones mediáticas son a su vez reproducidas por medios de diferentes países de América Latina. Esta situación trae a colación preguntas que están presentes en la investigación crítica desde hace mucho tiempo.

¿Por qué la gente considera que la información que publican estos medios hegemónicos es la correcta?, ¿por qué es tan complejo que el público visualice la red de poder que opera a partir de estos medios, sirviendo a intereses de clase, más que a la “verdad”? (Herman y Chomsky, 1988). Si bien las corporaciones mediáticas son formalmente independientes del gobierno, en el plano informal son dominadas por fuentes oficiales, pues los periodistas confían en la información proveniente del gobierno, especialmente en cuanto a política exterior (Dimaggio, 2009:14). Esta relación no implica necesariamente una “bajada de línea” del gobierno para dichos medios, sino que se trata de una dinámica que se viene aceitando hace décadas en una “guerra por los corazones y las mentes” en la que los medios hegemónicos, al procurar la reproducción del sistema, disputan el sentido común sobre determinadas ideas,

¹ Algunos ejemplos: “Presionan para expulsar a Maduro”, *The New York Times*, 3 de marzo de 2016; “Nicolás Maduro se aferra a Venezuela mientras Estados Unidos teme más tumultos”, *The New York Times*, 15 de mayo de 2016; “Venezuela es más mortal que Irak, nos preguntamos por qué”, *The New York Times*, 23 de agosto de 2010; “¿Es Hugo Chávez una amenaza real para los EEUU?”, *The Washington Post*, 16 de septiembre de 2010; “La estabilidad en Ecuador: lejos de estar asegurada”, *The Financial Times*, noviembre de 2015; “El plan de pensiones de Argentina presiona generando caída de mercados y del peso”, *The Wall Street Journal*, octubre de 2008; “Evo Morales ¿presidente, o presidente de por vida?”, *The Financial Times*, octubre de 2015; “Brasil: el colapso económico es peor de lo temido”, *CNN*, 31 de marzo de 2016.

definiendo qué es lo “real”. Entre otras cuestiones, estas nociones buscan instalar un sentido común de lo geopolítico² y es en el campo de la política exterior donde se articulan de modo directo o indirecto los intereses de los medios de comunicación masivos con los del gobierno y el sector privado estadounidense (Herman y Chomsky, 1988). Durante la Guerra Fría, esta disputa por el sentido común sobre la geopolítica fue particularmente álgida.³

Para dar cuenta de las características básicas de esta batalla ideológica a inicios de la Guerra Fría, en un primer apartado presentamos el modo en que el Estado estadounidense se reorganizó tras la Segunda Guerra Mundial (SGM) para intervenir en un nuevo conflicto: se combinaron instituciones, estrategias, proyectos y trayectorias personales vinculadas con el campo de la diplomacia, la academia (producción de teorías) y el sector empresarial. La dimensión cultural fue una de las más exitosas en la construcción de la hegemonía estadounidense, centrada en la promoción de los valores del modo de vida americano y los valores propios de una “cultura occidental”, presentada como superior tal como lo argumenta Said (2004:1996). No existe necesariamente una relación mecánica entre lineamientos de organismos del gobierno, funcionarios y prensa. Sin embargo, sí existe una dinámica de “puertas giratorias”⁴ que promueve el vínculo entre corporaciones mediáticas y oficinas del gobierno, especialmente a partir de financiamiento y por medio de las trayectorias de sus directivos ejecutivos. Además, estos profesionales se desenvuelven en un marco ideológico –en el sentido de ideología hegemónica de Žižek (2003)– que va más allá de un posicionamiento político explícito, implicando una visión del mundo que pasa por sentido común y que se adquiere en el proceso de socialización.

En un segundo apartado, retomamos algunos extractos de notas publicadas por la revista *Life* en español, que resultan sugerentes considerando el contexto político, económico e ideológico de inicios de la Guerra Fría. El presente trabajo parte de la perspectiva de la geopolítica de la cultura, incluyendo los aportes de las teorías

² Desde una perspectiva convencional, la geopolítica implica la geografía en la política exterior, particularmente la relación con el entorno físico (localización, recursos, territorio) y la conducta de la política exterior (O’Tuathail y Agnew, 2014:130).

³ Por ejemplo, The Committee on Common Danger, 2014.

⁴ El proceso de puerta giratoria (*revolving door*) permite que los funcionarios públicos de alto rango pasen a ocupar cargos ejecutivos en las grandes corporaciones y viceversa. Esto no significa que la persona que pasa de una institución a otra condicione las políticas y decisiones de uno u otro espacio según los intereses del lugar del que proviene, pero sí asegura una sólida red entre sector privado y sector público (Wright Mills, 1978:253-277).

del imperialismo y la dependencia.⁵ El interés por las guerras culturales en tiempos recientes está acompañado de cierto desdén por los aspectos económicos estructurales. Por el contrario, aquí se defiende una perspectiva de la crítica de la guerra cultural anclada en la situación de dependencia de la región de América Latina. Retomar la idea de ideología hegemónica, infrautilizada en los últimos tiempos, puede ser crucial en este sentido. Concebimos a los medios de comunicación como parte de la cultura, en el marco de una estructura económica que reproduce la desigualdad y la dominación ideológica tanto durante la Guerra Fría como en la actualidad y que propone un “orden mundial” determinado. Entendemos que no se pueden comprender las relaciones de dominación de manera independiente a las condiciones estructurales, especialmente si nos remitimos a América Latina como periferia. En esta línea retomamos las ideas de Mattelart (2002); Dorfman y Mattelart (2002); Herman y Chomsky (1988); Chomsky (2001); Said (1996). Estas lecturas trascienden el habitualmente criticado economicismo, buscan desentrañar la complejidad del sistema. Lo anterior se ubica en un marco general dado por una sociedad donde los flujos de información tienen un volumen cada vez más apabullante, tal como lo señala Žižek: “[...] los medios estructuran de antemano nuestra percepción de la realidad y hacen la realidad indistinguible de su imagen estetizada” (2003:24). Asimismo, en el análisis se tienen en cuenta los aportes de Acosta Matos (2009), Austin y Sharp (2016), que desde diferentes ángulos contribuyen al tema específico de la propaganda y la prensa estadounidense en la Guerra Fría (Sharp, 2014).

Tal punto de partida no implica desatender los aportes sobre los matices que adquirió la Guerra Fría en América Latina en cuanto a los grados de autonomía que se vivieron en diferentes procesos, que no podrían haberse dado en caso de un total alineamiento al mundo bipolar, tal como figura en la compilación de Daniela Spenser (2004). Rescatamos asimismo la obra compilada por García Ferreira (2010) que incluye análisis estructurales de la Guerra Fría, así como exámenes puntuales sobre el rol de la prensa, de los partidos políticos y los aspectos culturales del proceso en diferentes países. En una orientación más acotada a lo cultural, recuperamos los capítulos compilados por Calandra y Franco (2012), material en el que se destacan las respuestas contra-hegemónicas y la complejidad que adquieren las relaciones de Estados Unidos con América Latina desde el rol de las instituciones gubernamentales, la academia, la prensa, la concepción de civilización y modernidad, etcétera. En esta

⁵ De este modo, retomamos los aportes de Appleman Williams (2007), Baran y Sweezy (1974), Dos Santos (1975), Gunder Frank (1970), Trías (1972) y Borón (2009).

línea se suma la obra coordinada por Kozel, Grossi y Moroni (2015), cuyos textos dan cuenta del antiimperialismo desde el ámbito de la cultura, incluyendo la prensa, cine y teatro, dejando claro que la exportación del modo de vida estadounidense no fue aceptada sin resistencia. Por último, rescatamos textos sobre geopolítica durante la Guerra Fría compilados por Dittmer y Sharp (2014) que consideramos especialmente pertinentes para el caso abordado.

En la construcción de una determinada manera de comprender la geopolítica mundial, esto es, Estados Unidos frente a la Unión Soviética, libertad frente a opresión, democracia frente a dictadura, etcétera, la producción cultural desempeñó un rol primordial como instrumento ideológico. El imperialismo estadounidense se expandió no por mera imposición, sino logrando “[...] un sistema de presiones y fuerzas por el cual todo el cuerpo cultural conserva su identidad y orientación esencialmente imperial” (Said, 1996:497). Siguiendo el planteo elemental gramsciano, entendemos que la ideología dominante se realiza y reproduce especialmente en la sociedad civil a partir de la hegemonía, permitiendo que la concepción de mundo de la clase dominante devenga sentido común. Una de las herramientas de la clase dominante para difundir su ideología son los medios de comunicación masiva que contribuyen a la conformación de una opinión pública que está siempre en disputa (Portelli, 1998). En estos medios adquiere un papel fundamental el lenguaje como reproductor de la ideología, en tanto construye la memoria y otorga determinados sentidos a lo cotidiano (Paoli, 1985:20). Así, el lenguaje delimita y organiza lo que se “puede” pensar (Paoli, 1985:22). Esto contribuye a la función última de la ideología capitalista, que es la de naturalizar un determinado orden, eliminando la posibilidad de pensar/imaginar alternativas (Dorfman y Mattelart, 2009:42; Žižek, 2003).

Desde el universo de comprensión provisto por estos antecedentes y el enfoque teórico propuesto, seleccionamos la revista *Life* porque fue una de las de mayor tirada en Estados Unidos en las décadas de 1950 y 1960 y comenzó a publicarse en español en 1953,⁶ en el contexto del operativo de desestabilización y derrocamiento del gobierno de Jacobo Arbenz en Guatemala. Especialmente a partir de la Revolución Cubana, *Life* difundió y reforzó la ideología geopolítica anticomunista en América Latina, presentada dentro de una publicación de “cultura general”.

⁶ Según anuncio de *Times-Life* del 12 de mayo de 1952, la compañía Times Inc. informaba que comenzaría a publicar la revista *Life* en una lengua extranjera a partir de enero de 1953. Para ese entonces, *Life* era la revista en inglés de mayor circulación en América Latina (48 mil ejemplares). *Life* en español se publicaría quincenalmente incluyendo una selección de artículos y fotos de la edición de *Life* en inglés y sería traducida e impresa en Chicago.

Los extractos de la revista *Life* seleccionados serán abordados desde un análisis de contenido que considera a los diferentes tipos de lenguajes (texto escrito, imágenes) como parte de una trama que define los sentidos desde los cuales se comprendía y difundía una determinada visión geopolítica, en los comienzos de la Guerra Fría. Esto se visualiza a partir de la articulación entre textos dedicados a lo político y a la seguridad, con el contenido de las notas editoriales, las imágenes, las cartas de lectores y la publicidad que conforman lo que *Life* muestra como la “realidad” que se vive en el mundo, la región y a nivel local. Esta realidad se ancla en el contexto de la Guerra Fría, en la que Estados Unidos es mostrado como el protector de los valores de las potencias occidentales como la libertad, la democracia y el progreso. La revista *Life* sintetiza tales valores en el “modo de vida americano” que promueve en sus páginas y que se materializa en un persistente llamado a imitar el consumo (de bienes, servicios, cultura, lugares, etcétera) de las clases medias estadounidenses. Todos aquellos actores y procesos que se enfrentan o cuestionan ese “orden” o modo de vida, tienden a ser narrados y mostrados desde lenguajes negativos (sea en texto escrito o imágenes), sintetizados en palabras como “comunistas”, “rojos”, “dictadores” o en fotos que muestran escenas violentas y rostros agresivos.

DE LA PROPAGANDA A LA INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA GUERRA PSICOLÓGICA

A partir de la Primera Guerra Mundial, el gobierno estadounidense acudió a técnicas de propaganda para garantizar el reclutamiento y unificar al país a favor de la intervención en conflictos europeos (Zinn, 1999:269). En la década de 1920 se publicaron los primeros libros sobre propaganda, en parte como herencia del Comité Creel de la Primera Guerra Mundial y comenzaron a funcionar las primeras agencias de “sondeos de opinión” para las elecciones presidenciales con Gallup a la cabeza (Mattelart y Mattelart, 1997:29). Esto fue aceitando la articulación entre los medios masivos, los productos culturales y la política exterior estadounidense. En la década posterior se creó la Office of the Coordinator of Inter-American Affairs (OCIAA) dirigida por Nelson Rockefeller⁷ y que adquirió un importante rol en el marco de la SGM. Esta oficina tuvo

⁷ El magnate petrolero había descubierto desde la década de 1930 el potencial persuasivo de la cultura de masas estadounidense, especialmente a partir del cine de Hollywood y, sobre todo, de la animación de Disney (Rey Tristán, 2012:57). A esto hay que sumar la larga trayectoria que tuvo por delante Nelson, en especial en relación con América Latina. Baste con hacer referencia

por objetivo “diseñar una política cultural para introducir la cultura material y popular estadounidense en las Américas como parte de su compromiso con esta Alianza Hemisférica” (Capello, 2012:185). Así se fue tejiendo un “imperialismo seductor” donde la introducción de obras culturales acompañaba la expansión de mercados de consumo. Mientras impulsaba la cultura, Nelson Rockefeller promovió préstamos del gobierno estadounidense y de bancos privados para estimular el “desarrollo económico” en América Latina, a la vez que se reforzaban los lazos financieros con Estados Unidos (Schlesinger y Kinzer, 1984:41).

El intercambio cultural constituyó uno de los ejes de la política del “Buen vecino” lanzada por Franklin D. Roosevelt. Entre otras actividades, se financió el viaje a Río de Janeiro de artistas estadounidenses como Tyrone Power, Bing Crosby, John Ford y Orson Welles: “La OCIAA se asociaba a la iniciativa privada para la producción de películas, programas de radio y revistas, entre las más variadas formas de divulgación del *American Way of Life*, constituyendo así un *front* de guerra comercial, político y psicológico. Su objetivo era la cristalización de dos imágenes centrales: por un lado, la superioridad norteamericana frente al Eje; por otro, el modelo civilizador de Estados Unidos para América Latina” (Moura, 1984 en Glick, 2012:82). De hecho, en 1941 se realizó en Río de Janeiro la Tercera Convención Sudamericana de Ventas, patrocinada por la productora cinematográfica RKO, en la que participó Walt Disney. Por encargo de la OCIAA, Disney realizó ese mismo año una gira por América Latina buscando ideas para la creación de personajes portadores de los ideales panamericanistas (Glick, 2012:81-82, 84). Pero no se trataba sólo de viajes o giras de famosos, sino que se fueron construyendo instituciones a partir de las cuales se alimentaría esta relación cultural centrada en la promoción de relaciones interamericanas amistosas. Se crearon organismos “cabeza de puente” culturales en América Latina que realizaban diversas actividades. Según fuentes oficiales, a finales de 1942 se contaba con un total de 12 centros culturales “pro Estados Unidos” (Rodríguez, 2012:101-102).⁸

al Informe Rockefeller de finales de la década de 1960, surgido como producto de una gira por América Latina para informar a Nixon sobre la situación en la región. Su principal recomendación fue aumentar la ayuda estadounidense a las fuerzas armadas y policías de América Latina, pues según declaraba “el suelo para la revolución está fértil y las fuerzas que están dirigiendo la revolución contra nosotros están ya en sus puestos. Por consiguiente, habrá que hacer algo sin perder el tiempo” (Selser, 1972:97).

⁸ Algunos ejemplos: Instituto Cultural Argentino-norteamericano en Buenos Aires; Instituto Cultural Argentino-norteamericano en Córdoba; Instituto Brasil-Estados Unidos, Río de Janeiro;

Todo lo anterior contribuyó a difundir internacionalmente el modo de vida de las clases medias estadounidenses como el modo de vida exitoso. Este ángulo de la política exterior estadounidense se articuló a las estrategias de guerra psicológica impulsadas desde el Estado durante la SGM. En ese contexto se reorganizó el aparato de propaganda en el marco de la Oficina de Servicios Estratégicos (OSS, antecedente directo de la Agencia Central de Inteligencia, CIA). Dentro de la OSS estaba la Oficina de Operaciones Especiales que se encargaba de la guerra psicológica e incluía propaganda, espionaje, contrainteligencia, sabotaje y guerrilla (McClintock, 1992:24).

La guerra psicológica se institucionalizó con la Guerra Fría, en el marco de la Ley de Seguridad Nacional de 1947, que dio lugar a la creación de la Agencia Central de Inteligencia y al Departamento de Defensa. La guerra por “los corazones y las mentes” fue uno de los pilares contra el avance soviético. Vale aclarar que esta guerra centrada en el *poder blando* compuesto por una apuesta a la propaganda, la diplomacia, el intercambio estudiantil, la asistencia para el desarrollo, desde su inicio estuvo articulada a la guerra por medios militares (al poder duro).⁹

Uniao Cultural Brasil-Estados Unidos, San Pablo; Instituto Cultural Brasileño-Norteamericano, Porto Alegre; Instituto Brasil-Estados Unidos Florianópolis; Instituto Cultural Chileno-norteamericano en Santiago; Asociación Cultural Colombo-norteamericana en Bogotá; Instituto Hondureño de Cultura Interamericana, Tegucigalpa; Instituto Cultural Peruano-norteamericano en Lima; Alianza Cultural Uruguay-Estados Unidos en Montevideo; Venezuelan-American Center of Cultural Information, Caracas.

⁹ La articulación entre guerra psicológica y operativos militares figura claramente en los manuales de entrenamiento de las Fuerzas de Operación Especiales, *Doctrine for Special Forces*, 1990. El origen de esta articulación está en la reorganización del Estado estadounidense según la Ley de Seguridad Nacional de 1947, cuando se legaliza la guerra psicológica en tiempos de paz. Según documentos desclasificados, en el marco de la guerra psicológica se podía recurrir tanto a operativos abiertos como encubiertos. Con respecto a los primeros, se trataba de “programas de información designados para facilitar el desarrollo de un entendimiento informado e inteligente a nivel nacional e internacional en lo referido al rol y el progreso de Estados Unidos en cuanto a los lineamientos de guerra, sus acciones y las metas del gobierno” (FRUS, 1948; Doc. 274). Pero la guerra psicológica fue especialmente librada por medio de operaciones encubiertas, que “[...] son aquellas actividades conducidas o financiadas por este gobierno contra Estados o grupos extranjeros hostiles, o a favor de Estados o grupos amigables, que se planean y ejecutan de modo tal que el gobierno estadounidense no aparece como responsable, a los fines de poder desentenderse de tales hechos y personas. Estas operaciones pueden incluir cualquier tipo de acción encubierta vinculada a: propaganda, guerra económica, acción preventiva directa incluyendo sabotaje, anti-sabotaje, medidas de demolición y evacuación, subversión en contra de Estados hostiles, incluyendo asistencia a movimientos insurgen-

Debe recordarse que Estados Unidos emergió de la crisis de 1929-1930 gracias al desarrollo del complejo industrial militar, que se exacerbó con la expansión del capitalismo monopólico en la posguerra, amparado en el discurso del enfrentamiento político-ideológico con la Unión Soviética y que en términos materiales constituyó una lucha por acceso a recursos y mercados. Este complejo, fruto de la asociación entre lo más elevado de la clase política, empresarios y fuerzas armadas estadounidenses constituyó el bloque tomador de decisiones (más allá de su mayor o menor visibilidad y presencia en la esfera política formal) (Wright, 1978; Melman, 1972).

De este modo, algo tan “blando” y alejado de las armas como lo puede ser la radio, una publicación impresa, o la producción de películas, cumplieron con la función de reproducir una particular visión geopolítica del mundo justificadora del complejo-industrial militar en auge, que supone una parte fundamental del *American Way of Life*: de los avances científicos y tecnológicos que mejoraban la calidad de vida de las clases medias en Estados Unidos. Los medios reproducían una determinada ideología geopolítica que legitimaba la permanente intervención de Estados Unidos en aquellos espacios que suponían una “amenaza” o una “oportunidad” para reproducir el modo de vida americano” (Romano, 2013:19-21).

Un caso clave de recurso mediático utilizado por el gobierno en el marco de la guerra psicológica es la “La voz de América”. Creada en 1942 en la Oficina de Información de Guerra, la estación de radio la voz de América transmitía a favor de los aliados. Tras la SGM, y ante la creciente tensión con la Unión Soviética (en 1947), comenzaron a transmitirse programas en territorio soviético. A partir del gobierno de Eisenhower se realizaron una serie de reformas institucionales orientadas a que espacios como La voz de América no transmitieran ya noticias e información directamente anticomunista, sino que se basaran más bien en “promover los valores americanos”. Así, la propaganda orientada de modo estricto en contra de la Unión Soviética sería impulsada, en cambio, por los medios de comunicación privados (Parry-Giles, 1994:264-270).

En este esquema puede entrar una publicación como *Life*, que no necesariamente recibía instrucciones del gobierno, pero que por la trayectoria de sus directivos (en general vinculados en algún momento con el gobierno), y por la propia pertenencia a una minoría privilegiada con una determinada visión del mundo condicionada por su historia reciente, reproducían ciertas pautas político-ideológicas que tendían

tes, guerrillas y grupos de refugiados, así como el apoyo a grupos anticomunistas locales en países que estén amenazados por el comunismo en el mundo libre” (FRUS, 1948; Doc.274).

a reforzar los lineamientos de la política exterior estadounidense. Por otra parte, es necesario recordar que durante la SGM, la OSS había agrupado a académicos, militares y funcionarios que luego tendrían un fuerte impacto tanto en los lineamientos de seguridad nacional y política exterior, como en la academia¹⁰ y los medios de comunicación masiva.¹¹

LIFE Y EL LUGAR DE AMÉRICA LATINA EN LA GEOPOLÍTICA ESTADOUNIDENSE

Abordaremos la publicación de *Life* a partir de un marco ideológico compuesto por la perspectiva geopolítica del imperialismo de puertas abiertas estadounidense¹² y el anticomunismo al interior y al exterior, concretado en un discurso en el que Estados Unidos es el guardián de la “libertad” y la “democracia” como patrimonios del modo de vida americano. La función ideológica principal en este caso sería la legitimación del intervencionismo en diversos espacios periféricos, en los que se incluye América Latina. Los valores esgrimidos se correspondían con objetivos geopolíticos bien concretos. En documentos desclasificados, puede visualizarse que los dirigentes militares estadounidenses a inicios de la década de 1950 consideraban que América Latina debía garantizar: *a*) la continua y creciente producción y entrega de materiales estratégicos esenciales; *b*) si bien debe mantenerse un amplio espectro para el cambio político normal, [es esencial] el mantenimiento al interior de cada nación de la estabilidad política y la seguridad interna para garantizar la protección de instalaciones

¹⁰ Para mencionar algunos: Paul Baran, Walter Rostow, Arthur Schlesinger.

¹¹ Un caso es el de Charles Douglas Jackson, vinculado con la revista *Time* desde 1931, embajador estadounidense en Turquía durante la SGM y en 1944 subdirector de la división de Guerra Psicológica y vinculado a la OSS. Terminada la guerra quedó como directivo de la revista *Time-Life* y en 1953 devino nada más y nada menos que en asesor especial del presidente Eisenhower. En la década de 1960 seguía como editor de *Life*. Su vínculo con la revista *Time* nos lleva a la gran *celebrity* de los medios de comunicación, Henry Luce, quien fue director de la revista *Time-Life* y durante la guerra conformó el Grupo para la Lucha por la Libertad (Fight For Freedom Group), junto a Allen Dulles y Dean Acheson (el primero director de la CIA en el gobierno de Eisenhower, el segundo, secretario de Estado de Truman). A su vez, Luce fue el autor del “Siglo Americano” (American Century) y representó a los grupos más reaccionarios y conservadores de Estados Unidos contra la Revolución Cubana. Entre otras actividades, financió al Movimiento ALPHA 66 para que actuara en contra de Fidel Castro.

¹² Este concepto es retomado de Appleman Williams (2007:127). Implica expansionismo económico respaldado por intervención militar y político para reformar y educar sociedades “atrasadas”.

de las cuales dependen la producción y entrega de materiales estratégicos; [...] *d*) la protección de vías de comunicación vitales (FRUS, 1950:633, subrayado propio).

Los extractos de *Life* seleccionados coinciden con el periodo de gobierno de Dwight Eisenhower (1953-1961). Este republicano centró su política respecto de América Latina en el anticomunismo, en consonancia con el auge del militarismo interno y externo, a la vez que impulsó particularmente la inversión privada (Sweezy y Magdoff, 1972; Rabe, 1988:70-71). Durante esta gestión se consolidaron las bases jurídicas y económicas (acuerdos de seguridad mutua, mayor presencia del Fondo Monetario Internacional (FMI) en los planes de estabilización para contrarrestar la inflación, etcétera) para favorecer el flujo de inversiones privadas a mediano-largo plazo y garantizar un nivel razonable de rentabilidad; este objetivo se logró si tenemos en cuenta la expansión de las empresas multinacionales estadounidenses en la región durante la década de 1960 (Romano, 2013:152-194). En virtud de estos intereses que el gobierno estadounidense debía garantizar, ante el dilema de democracia o seguridad, el gobierno de Eisenhower se inclinó hacia lo segundo, lo que condujo a derrocar gobiernos democráticos y apoyar fuerzas políticas y gobiernos abiertamente dictatoriales.

Life comenzó a publicarse en español en 1953. El público de la revista era bastante amplio, pero de acuerdo con los temas y las cartas de lectores se hace evidente el elevado peso de algunos perfiles bien definidos, en concreto amas de casa de clase media-alta, funcionarios de gobiernos latinoamericanos, empresarios y profesionales interesados en la “cuestión política”. Son precisamente estos sectores los que desde hacía décadas albergaban fuertes prejuicios con respecto al “comunismo”, que la revista se ocupa de alimentar. *Life*, se presenta como revista cultural y se hace conocida por la elevada calidad de sus fotos. En lo que sigue daremos cuenta del modo en que la producción cultural es una plataforma ideológica desde la que se construye a los movimientos y procesos opuestos a los intereses de la administración estadounidense en América Latina como antidemocráticos y opuestos al progreso. En síntesis: están del lado equivocado del orden mundial y eso justifica la posible intervención de Estados Unidos para corregir la situación. Para ello, los principales recursos utilizados son: vincular dichos procesos al comunismo internacional, identificar a los líderes como dictadores, mostrar a los sectores que lideran como violentos y manipulados y asociar el nacionalismo y/o el antiimperialismo con la pobreza, el atraso y la violencia.

De este modo, identificamos al menos tres líneas argumentales-ideológicas en la revista que se entrecruzan permanentemente, basándonos en parte, en los “cinco filtros” a partir de los cuales se manipulan las noticias según lo planteado por

Herman y Chomsky:¹³ el anticomunismo que comprendía al antiimperialismo y al nacionalismo como producto de la presencia de la Unión Soviética en la región; la legitimación de la expansión de las empresas y la economía estadounidense hacia América Latina, identificando como amenaza cualquier evento, sector, decisión que obstaculizara dicha expansión; el fomento de los valores del modo de vida estadounidense anclados en la cultura del consumo masivo presentada como apolítica.

ANTICOMUNISMO Y ANTIIMPERIALISMO

En esta línea, resulta interesante el número del 11 de mayo de 1953. En su portada se lee “Secretos macabros de Stalin. Cómo ganó y mantuvo el poder absoluto”. En la primera página se encuentra la publicidad de una empresa de armas británica, en la que se hace promoción a un avión y donde se aclara que: “[...]tan complejo y costoso armamento es realmente una carga para nuestros recursos, y un alto precio que pagar cuando hay tantas otras cosas que necesitamos y queremos realizar, pero es un precio barato si consideramos que con esos armamentos podemos asegurar que nuestros hijos, y los hijos de nuestros hijos podrán vivir en paz y libertad” (*Life*, 11 mayo 1953:1). Habitualmente, la revista refuerza la idea de la necesidad de estar armados para enfrentar las amenazas que pudieran acechar al mundo “libre” y así justificar la carrera armamentista.

Life no fue de ningún modo una simple revista panfletaria anticomunista. Sin embargo, a partir de la alineación de Cuba con la Unión Soviética se produce un recrudescimiento de las críticas a movimientos nacionalistas y antiimperialistas en la línea editorial. Es manifiesta una especial oposición al proceso revolucionario en Cuba y la revista se detiene particularmente en la figura de Fidel Castro. El discurso insiste en el carácter dictatorial del gobierno y exagera su capacidad para “poner en peligro” a América Latina:

Cuba tiene una importancia creciente para promover actividades subversivas en otros países latinoamericanos. Pocos de éstos gozan de suficiente estabilidad política como

¹³ Los cinco filtros serían los siguientes: la “magnitud, propiedad y orientación de los beneficios de los medios de comunicación; el modo en que la publicidad condiciona la información; los agentes que suministran las noticias –en general provienen del gobierno y empresas o instituciones vinculadas con ellos–; control de las críticas a los contenidos emitidos por los medios –que no afecten los intereses de las clases dominantes–; el anticomunismo como mecanismo de control ideológico (Herman y Chomsky, 1988).

para resistir una implacable presión ejercida desde La Habana. Si el comunismo importado por Castro se consolida en Cuba, otras naciones latinoamericanas también pueden sucumbir, pues herir al coloso yanqui aún constituye un deporte popular y políticamente lucrativo en América Latina (*Life*, 8 de agosto de 1960:16).

Este párrafo recrea la teoría del “efecto dominó” muy en boga durante el gobierno de Eisenhower. En otro número cuya portada es la foto de Fidel Castro, titulado “Crisis en América Latina”, se expresa que las amenazas de Fidel de “apoderarse de la América Latina eran al principio risibles, y sin embargo ha hecho ya grandes avances y su ímpetu va cada día en aumento”; “El fidelismo, peligro para todo el continente”. A continuación se da cuenta de los espacios, líderes y movimientos que se han alineado a Cuba: “En una ciudad inquieta, poderosa ofensiva de los comunistas” (Montevideo); “Formidable aliado de Fidel en una gran República” (Cárdenas en México); “Un frente castrista con los míseros campesinos” (*Life*, 10 julio 1961:11-13). Esta parte de la nota es dedicada al militante y abogado Francisco Juliao en Brasil (líder de las ligas campesinas del nordeste) y se ilustra con fotos de Juliao junto a campesinos, pero también con la foto de un campesino con un machete, con cara amenazante (Imagen 1), contribuyendo a la imagen de los campesinos pobres y violentos.

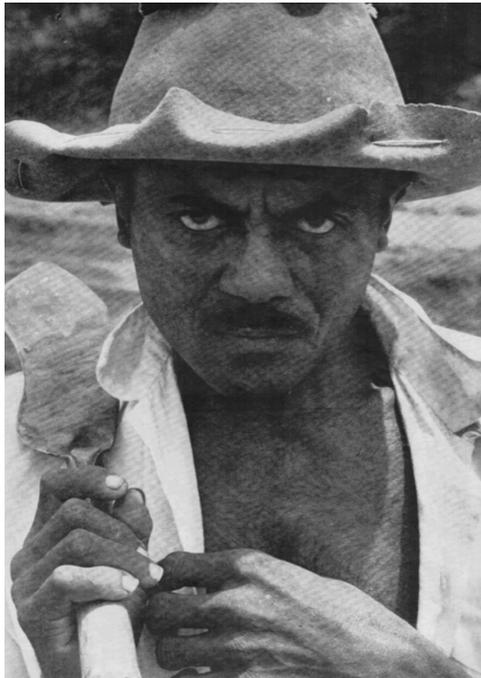


Imagen 1
Campesino brasileño
(*Life*, 10 de julio de 1961:23).

La personalidad de Fidel Castro, junto con su “amenazante” política para los cubanos y latinoamericanos permite a *Life* justificar la necesidad de derrocar al líder cubano, informando que se está trabajando para eso en territorio estadounidense:

En definitiva, la única arma realmente eficaz contra Castro está en manos del pueblo de Cuba y hay señales crecientes de que quizás algún día será usada. Existe una fuerte oposición [...] en el extranjero. Los cubanos anticastristas abundan en las ciudades de México, Miami, Washington y Nueva York. Hasta ahora su ineptitud para actuar con eficacia se debe en gran parte a la falta de unidad y dirección. En junio, sin embargo, algunos de los elementos opositores más destacados –ninguno de ellos con la mácula fatal de haber estado vinculado a las dictaduras de Batista– empezaron a coaligarse. La organización que así formaron, el Frente Revolucionario Democrático, intentará agrupar a los cubanos desilusionados de Castro (*Life*, 8 de agosto de 1960:20).

La frivolidad con la que la revista describe los preparativos para apoyar un golpe es posible gracias a un entramado de relatos asentados en los “valores americanos”, donde la democracia, la libertad y el desarrollo siguen de forma estricta el modelo de Estados Unidos. El desvío respecto de este modelo justifica la intervención militar para cambiar el orden. En este sentido, el discurso de la revista se ajusta sin demasiadas tensiones a la política exterior del gobierno estadounidense de Eisenhower.

Una síntesis del modo en que *Life* caricaturizó a los movimientos y líderes antimperialistas y nacionalistas, construyendo un sentido común adverso a los mismos, se encuentra en el número especial: “25 años de *Life*” del 23 de enero de 1961. En ese ejemplar se le dedica una sección a las notas publicadas con anterioridad sobre América Latina. El artículo en el que se compila esta información se titula “América Latina: una época de ira y anhelos frustrados”. La foto que ilustra la primera página del artículo es una imagen del bogotazo, donde un grupo de gente en la calle blande palos y machetes. Luego se reproducen las fotos de Perón saliendo de Argentina en un bote y acompañadas por el siguiente párrafo: “Después de un largo gobierno que dejó a su país en bancarrota, Juan Domingo Perón fue derrocado por un golpe militar en 1955” (Imagen 2). Otra foto: la imagen de Arbenz en ropa interior. La imagen es titulada “Humillación de Arbenz” y la explicación detalla: “Cuando salía de Guatemala [...] el depuesto presidente Jacobo Arbenz tuvo que desnudarse en el aeropuerto para ser examinado por los agentes de la aduana mientras sus compatriotas le gritaban ‘Asesino’. Arbenz, cuyo gobierno fue el primero dominado por los comunistas, cayó derrocado por una fuerza invasora anticomunista alentada por los Estados Unidos” (*Life*, 23 de enero de 1961:71) (Imagen 3). En la página siguiente se publica en tamaño importante una foto sobre el ataque en Caracas al auto del vicepresidente

Nixon en 1958. La imagen se titula: “Histórico estallido de odio” (*Life*, 23 de enero de 1961:72) (Imagen 4). A continuación se publica, con el tamaño de página completa, una foto de Fidel Castro abrazando a Nikita Krushchev, titulada: “Encuentro de dictadores rojos”. El pie de foto apunta: “El calvo y rudo jefe supremo del comunismo dio gran importancia a su encuentro con el hirsuto cubano, primer aliado del Kremlin en el Hemisferio Occidental” (*Life*, 23 de enero de 1961:75).



Imagen 2. Perón después de ser derrocado por la “Revolución Libertadora”, septiembre 1955 (*Life*, 23 de enero de 1961:70-71).

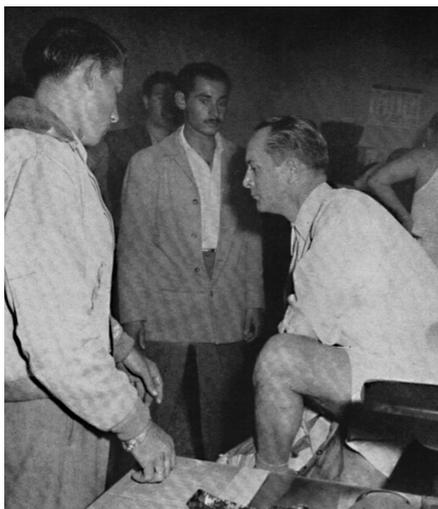


Imagen 3. Arbenz luego de ser derrocado en junio de 1954 (*Life*, 23 de enero de 1961:71).



Imagen 4. Nixon en Caracas en el marco de una gira por América Latina en 1958 (*Life*, 23 de enero de 1961:72).

EXPANSIÓN DE LAS EMPRESAS Y LA ECONOMÍA ESTADOUNIDENSE HACIA AMÉRICA LATINA

La legitimación del imperialismo de puertas abiertas se percibe especialmente en las publicidades.¹⁴ En el número de octubre de 1952, llama la atención una publicidad de la United Fruit Company (UFCO) (Imagen 5). Puede leerse lo siguiente:

Hasta hace poco esto era una selva virgen [...] una tierra inculca. Pero cuando estén terminados los trabajos de preparación, aquí se extenderá hasta donde alcance la mirada, una finca bananera bien ordenada. En esta milagrosa transición el capataz de tractores, Gustavo Melara no fue siempre capataz de tractores. Él tuvo que familiarizarse, como lo ha logrado, con los tractores y demás maquinaria agrícola durante un aprendizaje de varios años. Y lo que es igualmente importante, Melara goza de la simpatía de quienes trabajan bajo sus órdenes. Hay muchos hombres como Gustavo Melara que han sabido sacar el máximo provecho de sus oportunidades y aptitudes. En toda la región del Caribe, miles de familia se están labrando una vida mejor gracias al cultivo del banana, a la vez que pueden contribuir con patriótica satisfacción a la economía de sus países.



Imagen 5. Publicidad de la United Fruit Company a inicios de la década de 1950 (*Life*, 26 de octubre de 1953:24).

¹⁴ Esto obedece a uno de los filtros señalados por Herman y Chomsky (1988). Además nos remite a una esclarecedora descripción realizada por Baran y Sweezy (2015:228) en sus “Tesis sobre la publicidad”: “El problema de la publicidad no es que promueva la conformidad con ciertas normas de conducta y de vida. El problema es que la publicidad necesariamente promueve la conformidad con normas que, según todo criterio racional, carecen de valor o son destructivas para la humanidad”.

En términos generales, el discurso desliza nociones que buscan dejar claro cuáles son los valores correctos: una economía ordenada; la posibilidad de ascenso social ejemplificada en el capataz; la colaboración amistosa entre trabajadores y patrones. Estas frases exaltan las supuestas bondades de la United Fruit para promover el “desarrollo” y el progreso individual. Sin embargo, se trataba de una empresa que era acusada de explotación laboral y prácticas corruptas a lo largo y ancho de Centroamérica. Por otra parte, la presencia de esta publicidad en la revista *Life* es sugerente si consideramos que la compañía estaba en pleno juicio contra el gobierno de Jacobo Arbenz, quien había expropiado las tierras ociosas de la compañía en Guatemala en el marco de la puesta en marcha de una reforma agraria (Jonas, 1979:95-96). La publicidad y la foto misma legitiman la presencia de la empresa en Centroamérica, que constituyó un eslabón esencial en el derrocamiento de Arbenz.¹⁵

También se observan varios textos que van en sintonía con la política exterior de Eisenhower orientada a la promoción de la inversión privada y la asistencia por medios bilaterales y privados. Una nota representativa es: “Sud América. Los Estados Unidos invierten 100.000.000 en nuevas exploraciones y sondeos [...] Las compañías norteamericanas de petróleo ya han invertido en Sudamérica 3.200 millones de dólares y aportan nuevo capital a razón de 500 millones al año” (*Life*, 27 de enero de 1958:32-42). Unas páginas más adelante se encuentra también un artículo sobre los beneficios de la inversión extranjera estadounidense: “Inversiones mundiales de los Estados Unidos resultan muy lucrativas y son factores de progreso [...] En muchas naciones la ayuda económica del gobierno de los Estados Unidos contribuye a desarrollar la energía eléctrica, el transporte y la enseñanza, bases sobre las cuales puede prosperar la inversión privada” (*Life*, 27 de enero de 1958:83).

Todo lo anterior justifica la presencia de Estados Unidos en el mundo, como lo señala una de las notas de este número titulada “Compromiso de Estados Unidos en casi todo el orbe”, acompañada de una imagen en la que pueden verse los países a los que Estados Unidos destina ayuda militar y asistencia económica en diferentes

¹⁵ Jacobo Arbenz fue derrocado en junio de 1954 por una invasión armada liderada por Castillo Armas y apoyada por los gobiernos de Honduras, Nicaragua y especialmente el de Estados Unidos. Esto sucedió ante una comunidad internacional que consideró correcto el proceso de desestabilización y golpe militar por la supuesta alianza del gobierno de Arbenz con el bloque soviético. Se dice “supuesta” alianza porque no se mostraron pruebas suficientes y ni siquiera existía una embajada soviética en Guatemala. Parte de la legitimidad del golpe contra Arbenz residió en los medios de comunicación, el modo en que operaron tanto en Guatemala como en América Latina y Estados Unidos (Romano, 2013a; Selser, 2009; Schlesinger y Kinzer, 1984).

grados, según sea la urgencia, coincidiendo con la mayor o menor alineación a los lineamientos de seguridad y económicos estadounidenses. Así, mientras algunos países reciben la mayor cantidad de ayuda militar y “para el desarrollo”, otros sólo recibían ayuda militar y/o asistencia “para el desarrollo”. En el mapa también se señalan los lugares donde había bases militares estadounidenses (Imagen 6).



Imagen 6

Expansión estadounidense a finales de la década de 1950 (*Life*, 27 de enero de 1958:20-21)

En el mismo número aparece otra publicidad de la UFCO, que es mucho más compleja que la publicada a principios de la década (la descrita con anterioridad). En esta ocasión se puede leer:

Cultivo de la tierra, sanidad pública, rehabilitación de tierras, construcción, transporte, investigación científica, educación. Gracias al trabajo conjunto de los habitantes de las Américas, la agricultura de Latinoamérica progresa rápidamente [...] satisface las necesidades de estos pueblos, aumenta el presupuesto de sus gobiernos y suministra a los latinoamericanos dólares para adquirir manufacturas en los mercados mundiales. Esto es parte esencial del círculo viviente de intercambio y comunicaciones que une a las Américas (*Life*, 27 de enero de 1958:77) (Imagen 7).

Aquí, el paradigma de empresa multinacional estadounidense en América Latina se presenta como principal adalid del desarrollo, con lo cual la UFCO asume características y funciones propias del Estado, que legitiman su actividad tanto como ignoran la potencialidad redistributiva de los recursos y la riqueza por los Estado-nación latinoamericanos (que constituía una de las luchas fundamentales en ese periodo).



Imagen 7. Publicidad de la United Fruit Company a finales de la década de 1950 (*Life*, 27 de enero de 1958:77).

Con respecto a la postura frente a Cuba, parte fundamental de la construcción de Fidel Castro como enemigo reside no sólo en sus tendencias dictatoriales, sino en las políticas económicas que había decidido llevar a cabo:

Es posible que Castro haya creado un arma contra sí mismo en su pugna con las empresas petroleras occidentales. Cuando se apoderó de las refinерías como represalia porque se negaban a trabajar con el petróleo soviético, también privó a su país de la afluencia regular de combustible venezolano. Salvo que sus amigos, los rojos, estén dispuestos –y puedan, que es lo principal– a suministrarle petróleo y buques cisternas, la economía cubana tal vez padezca muy pronto de la falta de combustibles (*Life*, 8 de agosto de 1960:18).

VALORES DEL MODO DE VIDA AMERICANO

La revista *Life* se presenta como revista “cultural” y así es asumida por sus lectores, tal como aparece en algunas cartas enviadas a la redacción: “*Life* en español es una contribución al acervo cultural de los pueblos de Latinoamérica” (*Life*, 11 de mayo de 1953:4); “Ya era hora que una revista completamente *ajena a todo interés político* presentara las cosas tal como son en la realidad” (*Life*, 22 de abril de 1957:4). Además, la publicación promueve la tan ansiada “unión de las Américas”: “Nosotros creemos que ustedes [editores de *Life*] están poniendo en práctica ‘el interamericanismo democrático sin imperio’ de que en nuestros países tanto se habla. Un interamericanismo de cultura, de acercamiento, de relación inteligente entre las dos grandes regiones continentales que forman el Nuevo Mundo” (*Life*, 11 de mayo de 1953:4). Este tipo de opiniones van a contramano de las críticas al panamericanismo y al imperialismo estadounidense, que datan desde principios del siglo XX y que adquirieron visibilidad tras la SGM en el contexto de la conformación de la Organización de Estados Americanos (OEA).¹⁶ Otra carta, enviada desde Marruecos, asegura que: “*Life* en español representa un triunfo para la cultura hispanoamericana y una esperanza para aquellos pueblos donde la libertad de prensa y de expresión ha sido tan dolorosamente encadenada” (*Life*, 11 de mayo de 1953:4). Estas cartas muestran un rol de los medios de comunicación estadounidenses como portadores de los valores que abanderan su sociedad (libertad, democracia), en oposición a la opresión representada por el comunismo.

Como *Life* sí es una abanderada de la libertad, se cuida de reproducir un discurso que apoye abiertamente a dictadores como Batista o Somoza y deja espacio a la crítica hacia Estados Unidos.¹⁷ Claro que tampoco se destinan artículos enteros a este tema, sino que se les asigna un lugar secundario en las cartas de lectores. Ahí puede leerse, por ejemplo, una carta que critica la política de Buena Vecindad [inaugurada por Roosevelt] que según la revista sigue reinando entre América Latina y Estados Unidos: “[...] la declaración de Caracas no fue una advertencia al comunismo, sino una advertencia imperialista a nuestros nacientes movimientos de liberación. La presencia de pintorescos gendarmes en los gobiernos de nuestros países no es efecto de la no intervención, sino resultado de la intervención” (*Life*, 22 de abril de 1957:4).

¹⁶ Para una discusión acerca del Panamericanismo y derecho a la no intervención y autodeterminación de los pueblos, véase Romano (2008).

¹⁷ Algunos ejemplos se encuentran en: *Life*, 22 de abril de 1957:15-21; y en *Life*, 5 de noviembre de 1956:14-19.

En otro número, un lector realiza aclaraciones sobre la visita de Milton Eisenhower a América Latina: “Lo que más me preocupa no es mi posición personal; es en cambio el peligroso error de atribuir a la filiación comunista toda discrepancia con la política de los Estados Unidos [...] ese error es muy peligroso porque revela la falta de comprensión de nuestros problemas” (*Life*, 6 de octubre de 1958:9). En ese número también se publica una extensa nota con las reflexiones de Milton Eisenhower sobre las relaciones de Estados Unidos con América Latina, donde se refuerza la idea de que el país del norte es claramente el líder que los demás países del continente deben seguir (*Life*, 6 de octubre de 1958:24-35).

La importante postura político-ideológica planteada en esas cartas se esfuma en un mar de notas, publicidad y fotografías destinadas a fomentar los valores del consumo, el entretenimiento e incluso el “nuevo” rol de las mujeres. Un artículo titulado “Yo fotografié Rusia”, trata sobre un ama de casa estadounidense que “desempeñó un inesperado papel en la política rusa, también bailó un vals con un rojo sentimental” (*Life*, 11 de mayo de 1953:18-21); en este número también se suman notas sobre la política interna de Estados Unidos (22); sobre los embajadores de Estados Unidos en el exterior (24-27); noticias sobre las actrices y el mundo del espectáculo; sobre los avances científicos en Estados Unidos a raíz de la bomba atómica (30-63). Así, se muestra un mundo en el que las amas de casa pueden enterarse sobre algo de política, a la vez que se nutren de la última moda y se informan sobre el poder científico de Estados Unidos.

En otro número se hace referencia a los “avances científicos de la General Motors”; se publica un artículo sobre la familia y sobre las innovaciones científicas para la guerra, “Nuevo modo de ver la batalla. Jefes de West Point siguen la maniobra por televisión” (*Life*, 26 de octubre de 1953:40-54). Este modo de articular temas científicos, con la última moda, el arte y cuestiones políticas define la identidad de *Life* y su percepción por parte de los lectores como revista “cultural” que no está posicionada en “lo político”. En el número de los 25 años de *Life*, junto con las imágenes de Arbenz en ropa interior y Perón en una lancha luego del golpe de 1955 (mencionadas con anterioridad), aparecen las vedettes más importantes de Estados Unidos, una apología a De Gaulle y una foto de Walt Disney con el ratón Mickey, a modo de “distender” al lector, dando cuenta de que hay también “otro mundo”, el del entretenimiento y el consumo, en el que se vive en paz y felicidad. Siguiendo a Žižek (1989; 2003), esto resulta un buen ejemplo de la máxima a propósito de que la ideología no dice que es ideología, el presentarse como no-ideología es un rasgo definitorio de la ideología hegemónica.

Considerando lo expuesto resulta ilustrativo retomar la caracterización que hizo de *Life* el escritor Julio Cortázar:

No solamente desconfío de las publicaciones del tipo de *Life*, en cualquier idioma que aparezcan y muy especialmente en español, sino que tengo el convencimiento de que todas ellas, por más democráticas y avanzadas que pretendan ser, han servido, sirven y servirán a la causa del imperialismo norteamericano, que a su vez sirve por todos los medios la causa del imperialismo [...] El capitalismo norteamericano ha comprendido que su colonización cultural en América Latina –punta de lanza por excelencia para la colonización económica y política– exigía procedimientos más sutiles e inteligentes que los utilizados en otros tiempos (Cortázar, 2009:226-227).

REFLEXIONES FINALES

En el escrito se muestra la manera en que los medios de comunicación masiva contribuyen en la reproducción de la ideología hegemónica disputando el sentido común de aspectos tan abstrusos para los no especialistas como la geopolítica sin hacer necesaria referencia directa a ello. La revista *Life* fue considerada como una de las publicaciones de “cultura general” más importantes de su época. Los lectores la concebían como una revista “apolítica”, más bien orientada a brindar diverso tipo de informaciones sin un necesario sesgo político. A partir de los ejemplos mencionados se da cuenta del modo en que la articulación de diversos lenguajes, incluidas las fotografías, se construye una imagen “correcta” del mundo frente una imagen negativa. Así, valores como la libertad, la paz y la democracia, que incluyen a su vez subrepticamente un modelo de desarrollo orientado al consumo de masas, son asociados con el modo de vida estadounidense, mientras que la violencia, la opresión y la politización de lo cotidiano –como algo negativo– son atribuidos al comunismo o a gobiernos nacionalistas, antimperialistas que se oponen a los objetivos estadounidenses en materia de geopolítica, a los que se asigna además una mala gestión de los recursos y una actuación contraria al desarrollo.

Se percibe de esta manera la articulación indirecta entre los lineamientos de política exterior del gobierno de Eisenhower y la trama de sentido publicada por *Life*, que si bien no puede considerarse como “propaganda del gobierno estadounidense”, aporta a un marco ideológico general que presenta una visión geopolítica contraria a las luchas nacionalistas en América Latina, produciendo al mismo tiempo una imagen “mítica” sobre el consumo de las clases medias, la libertad y la igualdad en Estados Unidos

(mito que fue desmentido por las numerosas reivindicaciones políticas, económicas y sociales durante la década de 1960 en ese país). Asimismo, el examen de los contenidos de la revista muestra la versatilidad del carácter no-ideológico de la línea editorial. Mientras en determinados contextos una revista de este tipo puede incluso publicar críticas moderadas al gobierno estadounidense, en los momentos geopolíticos críticos la alineación se hace evidente y sin fisuras. Así, a partir de la Revolución Cubana se percibe con mayor claridad una línea editorial anticomunista, anticastrista, que se comprende no sólo en virtud de la política exterior de Eisenhower, sino al conocer la trayectoria de los directivos de *Life*.

En las páginas de la revista se teje un orden mundial en el que las potencias occidentales deben estar alerta a los avances de la Unión Soviética y eso implica en sí mismo la posibilidad de intervenir para lograr la contención del comunismo. Desde esta perspectiva geopolítica, Estados Unidos tenía la “obligación” de garantizar la libertad, la democracia y la paz en el hemisferio, aunque fuera mediante intervenciones armadas, como se ve claramente en el caso de Cuba. Sin embargo, para justificar tales acciones había que legitimarlas por medio de la reproducción ideológica en la guerra por “los corazones y las mentes”, de ahí la importancia dada a la guerra psicológica durante el gobierno de Eisenhower. *Life*, como tantos otros medios orientados a la producción cultural, no es ideológica en el sentido de que falte a la verdad o que se identifique con un sistema de ideas políticas abiertamente, sino por el contrario, en el sentido de difundir lineamientos políticos haciéndolos pasar por apolíticos.

Por último, pero no por ello menos importante, los medios como *Life*, a pesar de su reputación y alcance, no fueron suficientes para revertir los procesos nacionalistas y antiimperialistas como el cubano, con las enormes consecuencias que eso tuvo para la geopolítica hemisférica tal como era diagramada desde Estados Unidos. De hecho, para “evitar otra Cuba” el gobierno estadounidense tuvo que afilar las estrategias de guerra psicológica e intervención militar, echando mano de maniobras que superaban ampliamente lo mediático, como se experimentó en el caso de Brasil, con el derrocamiento de Joao Goulart (1964) y en el caso del golpe de Estado contra Salvador Allende en Chile (1973).

Este texto invita a reflexionar sobre el rol que desempeñan hoy por hoy los medios de comunicación, los intereses a los que sirven y su rol en la reproducción ideológica para legitimar el orden instituido. Desde este lugar de poder, todos aquellos proyectos, sectores, líderes e incluso gobiernos que cuestionen (incluso en un grado mínimo) el modo de operar del capitalismo neoliberal, probablemente queden expuestos a estrategias de (des)información y manipulación como las que hemos descrito. Desde esta perspectiva, la Guerra Fría nunca acabó en América Latina. La guerra cultural

puede ser menos evidente en la actualidad pero persigue idénticos objetivos: la presentación del modelo político y económico estadounidense y las pautas de consumo de su población como sentido común.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta Matos, Eliades (2009). *Imperialismo del siglo XXI: las guerras culturales*. La Habana: Editora Abril.
- Appleman, Williams (2007). *Empire as a Way of Life*. Nueva York: IG.
- Austin, Robert (2006). “El buen vecino global: intervención estadounidense en culturas nacionales, 1945-2000”, en Austin, Robert (coord.), *Imperialismo cultural en América Latina. Historiografía y praxis*. Santiago de Chile: CECATP, pp. 65-102.
- Baran, Pau y Sweezy, Paul (2015). “Tesis sobre la publicidad”, *Monthly Review*, selecciones en castellano, tercera época, núm. 1, septiembre, pp. 217-230.
- Borón, Atilio (2012). *América Latina en la geopolítica del imperialismo*. Buenos Aires: Ediciones Luxemburg.
- Calandra, Benedetta y Marina Franco (coords.) (2012). *La guerra fría cultural en América Latina. Desafíos y límites para una nueva mirada de las relaciones interamericanas*. Buenos Aires: Biblos.
- Capello, Ernesto (2012). “Imaginaciones hemisféricas. La misión presidencial a América Latina de Nelson Rockefeller en 1969”, en Calandra, Benedetta y Franco, Marina (coords.), *La guerra fría cultural en América Latina. Desafíos y límites para una nueva mirada de las relaciones interamericanas*. Buenos Aires: Biblos, pp. 181-194.
- Chomsky, Noam y David Barsamian (2001). *Propaganda and the public mind. Conversations with Noam Chomsky*. Cambridge: South End Press.
- Cortázar, Julio (2009). *Papeles inesperados*. Buenos Aires: Alfaguara.
- Dimaggio, Anthony (2009). *When Media Goes to War. Hegemonic Discourse, Public Opinion, and the Limits of Dissent*. Nueva York: Monthly Review Press.
- Dittmer, Jason y Sharp, Joanne (coord.) (2007). “The committee on the Present Danger. Common sense and the common danger: Policy Statement”, *Geopolitics. An introductory reader*. Nueva York: Routledge, pp.138-140.
- (coords.) (2014). *Geopolitics. An Introductory Reader*. Nueva York: Routledge.
- Doctrine for Special Forces Operations (1990). *Field Manual* [<https://archive.org/details/milmanual-fm-31-20-doctrine-for-special-forcesoperations>], consultado el 5 de octubre de 2013.
- Dorfman, Ariel y Mattelart, Armand (2002). *Para leer al Pato Donald. Comunicación de masas y colonialismo*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Dos Santos, Theotonio (2012). “La estructura de la dependencia”, en Sweezy, Paul et al., *Economía política del imperialismo*. Buenos Aires: Ediciones Periferia, pp. 41-64.
- Frus- foreign relations of the United States (1950). “National security affairs; foreign Economic Policy”, vol. 1, *Report by the National Security Council to the President, Washington*, may 18,

- 1950, en NSC 56/2 United States Policy toward Inter-American Colaboration, United States Department of State, Office of the Historian. Truman Administration, pp. 628-637 [<http://digital.library.wisc.edu/1711.dl/FRUS.FRUS1950v01>], 3 de mayo de 2009.
- (1945-1950). Emergence of the Intelligence Establishment. Doc. 274. Draft Report by the National Security Council, 12 mayo 1948, United States Department of State, Office of the Historian. Truman Administration [<https://history.state.gov/historicaldocuments/frus1945-50Intel/d274>], 4 de septiembre de 2012.
- García Ferreira, Roberto (coord.) (2010). *Guatemala y la guerra fría en América Latina 1947-1977*. Guatemala: Universidad de San Carlos.
- Glick, Sol (2012), “No existe pecado al sur del Ecuador. La diplomacia cultural norteamericana y la invención de una Latinoamérica edénica”, en Calandra, Benedetta y Franco, Marina (coord.), *La guerra fría cultural en América Latina. Desafíos y límites para una nueva mirada de las relaciones interamericanas*. Buenos Aires: Biblos, pp. 79-96.
- Gunder Frank, Andre (1970), “El desarrollo del subdesarrollo”, en Gunder Frank, Andre *et al.*, *Economía política del subdesarrollo en América Latina*. Buenos Aires, Signos, pp. 27-42.
- Herman, Edward y Noam Chomsky (1988). *Manufacturing consent. The Political Economy of the Mass Media*. Nueva York: Pantheon.
- Jonas, Susanne (1978). “La democracia que sucumbió. La revolución guatemalteca de 1944 a 1954”, en Tobis, David y Jonas, Susanne, *Guatemala, una historia inmediata*. México: Siglo XXI Editores, pp. 83-110.
- Kozel, Andrés, Florencia Grossi y Delfina Moroni (coords.) (2015). *El imaginario antiimperialista en América Latina*. Buenos Aires: Clacso-Centro Cultural para la Cooperación.
- Life* en español, 11 de mayo de 1953, vol. 1, núm. 10; 26 de octubre de 1953, vol. 2, núm. 9; 5 de noviembre de 1956, vol. 8, núm. 10; 22 de abril de 1957, vol. 9, núm. 7; 6 de octubre de 1958, vol. 12, núm. 7; 27 de enero de 1958, vol. 11, núm. 1; 8 de agosto de 1960, vol. 16, núm. 3; 23 de enero de 1961, número doble especial; 10 de julio de 1961, vol. 18, núm. 1.
- Mattelart, Armand (2002). *Geopolítica de la cultura*. Santiago de Chile: LOM.
- y Mattelart, Michéle (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- McClintock, Michael (2004). *Instruments of statecraft. US. Guerrilla warfare; counter-insurgency; counter-terrorism. 1940-1950*. Nueva York: Pantheon Books.
- Melman, Seymour (1972). *El capitalismo del Pentágono*. México: Siglo XXI Editores.
- O’tuathail, Gearóid y Agnew, John (1992). “Geopolitics and discourse: practical geopolitical reasoning in American foreign policy”, en Dittmer, Jason y Sharp, Joanne (coord.), *Geopolitics. An introductory reader*, Nueva York: Routledge, pp. 129-137.
- Paoli, Antonio (1985). *La lingüística en Gramsci: teoría de la comunicación política*. México: Premiá Editora.
- Parry-Giles, Shawn J. (1994). “The Eisenhower Administration’s Conceptualization of the USIA: The Development of Overt and Covert Propaganda Strategies”, *Presidential Studies Quarterly*, vol. 24, núm.2, Eisenhower and Governance (Spring), Washington, pp. 263-276

- Portelli, Hugues (1998). *Gramsci y el bloque histórico*. México: Siglo XXI Editores.
- Rodríguez, Francisco (2012). “La United States Information Agency y el Departamento de Estado en los inicios de la Guerra Fría”, en Calandra, Benedetta y Franco, Marina (coords.), *La guerra fría cultural en América Latina. Desafíos y límites para una nueva mirada de las relaciones interamericanas*. Buenos Aires: Biblos, pp. 97-116.
- Romano, Silvina (2008). “La OEA y la política exterior norteamericana con respecto a América Latina en el marco de la Guerra Fría”, *Enfoque Social*, núm. 4, México: Universidad de Tamaulipas, pp. 59-95.
- (2013). “La guerra fría en América Central: Guatemala y las operaciones psicológicas”, *Observatorio Latinoamericano*, núm. 13, Buenos Aires: Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe/Universidad de Buenos Aires, pp. 17-34.
- (2013). *¿América para los americanos? Integración regional, dependencia militarización*. La Habana: Ruth Casa Editorial.
- Said, Edward (1996). *Cultura e imperialismo*. Barcelona: Anagrama.
- (2004). *Orientalismo*. Madrid: DeBolsillo.
- Schlesinger, Stephen y Stephen Kinzer (1987). *Fruta amarga. La CIA en Guatemala*. México: Siglo XXI Editores.
- Selser, Gregorio (1972). *De la CECLA a la MECLA. O la diplomacia panamericana de la zanahori*. Buenos Aires: Carlos Samonta.
- (2009). *Cronología de las intervenciones extranjeras en América Latina*, tomo IV, CAMENA, Archivo Gregorio Selser. México: UACM/CEIICH/UNAM.
- Sharp, Joanne (2008). “Publishing American identity: Popular Geopolitics, Myth and the Reader’s Digest”, en Dittmer, Jason y Sharp, Joanne (coords.), *Geopolitics. An introductory reader*. Nueva York: Routledge, pp.141-146.
- Spenser, Daniela (coord.) (2004). *Espejos de la Guerra Fría: México, América Central y el Caribe*. México: CIESAS-Porrúa.
- Sweezy, Paul y Magdoff, Harry (1972). *Dinámica del capitalismo norteamericano. La estructura monopolista, la inflación, el crédito, el oro y el dólar*. México: Nuestro Tiempo.
- Trias, Vivian (1972). *Imperialismo y geopolítica en América Latina*. Buenos Aires: Cimarrón.
- Wright Mills, Charles (1978). *La élite del poder*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Zinn, Howard (1999). *La otra historia de los Estados Unidos (desde 1492 hasta hoy)*. México: Siglo XXI Editores.
- Žižek, Slavoj (1989). *El sublime objeto de la ideología*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- (2003). *Ideología. Un mapa de la cuestión*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

