Documentales proyectados con la exposición:

- VISITA DEL PRESIDENTE D.EISENHOWER A MADRID. 21/22-12-1959. Productora: Noticiarios y Documentales Cinematográficos NO+DO, nº 885. 11 minutos. Español. Blanco y Negro. 1960.

- THE WINGED SOURGE. Productora: DISNEY. 10 minutos. Inglés. Blanco y Negro. Figura en los catálogos del USIS para su distribución en España durante la II GM, 1954, 1957, 1961.

- ESPAÑA Y LOS ESTADOS UNIDOS. 5 AÑOS DE COOPERACIÓN AMISTOSA. Productora: Noticiarios y Documentales Cinematográficos NO+DO,en colaboración con los servicios de Información de la embajada de los Estados Unidos en Madrid. nº 781. 11 minutos. Español, Blanco y Negro. 1959.

- LIFE IN A METROPOLIS (GREATER NEW-YORK). Productora: USIS. 20 minutos. Inglés. Blanco y Negro. Catálogos USIS de 1954 y 1957.

- UCLA. (University of California, Los Angeles). Productora: USIS. 1948, 40 minutos. Inglés. Blanco y Negro. Catálogos USIS de 1954 y 1957.

- FIRMA DE LOS PACTOS DE 1953 Y "BIENVENIDO MR. MARSHALL". (extractos). 9 minutos. Castellano.

Autores:

Antonio Niño, Lorenzo Delgado, José Antonio Montero,
Pablo León

Diseño: Ana Moreno Meyer

Archivos y Bibliotecas colaboradoras:

National Archives and Records Administration. College Park (EEUU)
Bureau of Educational and Cultural Affairs. Historical Collection. University of Arkansas (EEUU)
Roosevelt Study Center, Middelburg (Holanda)
Archivo General de la Comunidad de Madrid. Fondo Martín Santos Yubero
Archivo de la Agencia EFE
Archivo General de la UNED
Biblioteca Tomás Navarro y Tomás del CCHS-CSIC
Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid
Departamento de Documentación de la Cadena SER

Realizado con el proyecto de investigación MEC:

HUM2007-66559

EXPOSICIÓN

1945 - 1960

USA y los ESPAÑOLES

propaganda y cooperación cultural en la guerra fría

Organiza:

Entidades patrocinadoras y colaboradoras:

BIBLIOTECA

FOTOGRAFÍA: "Madrid, 30.3.1961. El Príncipe Juan Carlos saluda al actor Charlton Heston durante el rodaje de la película El Cid". EFE/Samuel Bronston.

Esta exposición trata de la propaganda oficial que desplegaron las agencias gubernamentales de los Estados Unidos en España en los años que transcurrieron entre la condena del régimen franquista, al finalizar la Segunda Guerra Mundial, y la estrecha colaboración militar y económica de los años cincuenta. El gobierno estadounidense desarrolló en este periodo un programa sistemático de propaganda cultural e informativa para reforzar, a escala global, su liderazgo en la estrategia de contención del comunismo, y para acompañar, a escala local, el giro de su política respecto a España. Para ello utilizó una gran variedad de medios de comunicación – prensa, publicaciones, radio, cine documental, exposiciones, bibliotecas-, y procedimientos de relaciones públicas como los programas de becas y los viajes de invitados distinguidos. A partir de los años sesenta la televisión se convertiría en el principal soporte informativo y de entretenimiento, lo que obligó a un replanteamiento profundo de los programas informativos estadounidenses.

En los 18 paneles temáticos se muestra la variedad de procedimientos que utilizó la propaganda de los Estados Unidos en España, entendida como la propagación sistemática de creencias, valores y prácticas mediante el empleo de los medios de comunicación de masas y con el propósito de influir en la opinión pública. Se dedica especial atención a la propaganda cultural en su doble vertiente: la difusión de ideas políticas y valores ideológicos a través de los productos culturales, así como la promoción del american way of life, un modelo de modernización que se ofrecía como la recta vía para los demás pueblos. En esta primera etapa de la Guerra Fría, la Administración norteamericana entendía que sus valores y sus formas de vida, más aún que un sistema político determinado, eran los que caracterizaban al llamado "mundo libre" frente al "totalitarismo comunista". En la España de la autarquía, del autoritarismo y del nacionalcatolicismo, el mensaje político y el modelo cultural estadounidense tuvieron necesariamente una resonancia muy especial.

La exposición es el resultado de un trabajo de investigación realizado por un equipo de historiadores. Reúne una muestra de material gráfico, audiovisual y documental relacionado con las actividades de los servicios de propaganda informativa y cultural de los Estados Unidos en España entre 1945 y 1960. El material original, inédito en su mayor parte, procede de los archivos y depósitos documentales norteamericanos y españoles. Los paneles se han organizado en secciones que se dedican a explicar, consecutivamente, el contexto político internacional y bilateral en el que se realizó aquella campaña, la maquinaria de la persuasión que se puso en marcha, la imagen de los Estados Unidos que se transmitía a través de sus mensajes, y también la percepción de los españoles a través de la documentación norteamericana.

Archivos:
National Archives and Records Administration. College Park (EEUU)
Bureau of Educational and Cultural Affairs. Historical Collection.
University of Arkansas (EEUU)
Roosevelt Study Center, Middelburg (Holanda)
Archivo General de la Comunidad de Madrid. Fondo Martín Santos Yubero
Archivo de la Agencia EFE
Biblioteca Tomás Navarro y Tomás del CCHS-CSIC
Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid
Departamento de Documentación de la Cadena SER

Autores:
Antonio Niño, Lorenzo Delgado, José Antonio Montero,
Pablo León

Diseño:
Ana Moreno Meyer

Proyecto de Investigación MEC: HUM2007-66559

EXPOSICIÓN

1945 - 1960

USA y los ESPAÑOLES

propaganda y cooperación cultural en la guerra fría

Organiza:

Entidades patrocinadoras y colaboradoras:

BIBLIOTECA

FOTOGRAFÍA: "Madrid, 30.3.1961. El Príncipe Juan Carlos saluda al actor Charlton Heston durante el rodaje de la película El Cid". EFE/Samuel Bronston

1. Cultura, información y Guerra Fría

Esto es una muestra sobre propaganda de Estado o propaganda oficial, la que desplegaron las agencias gubernamentales de los Estados Unidos en España en los años que sucesivamente entre la caída del régimen franquista, al finalizar la Segunda Guerra Mundial, y la muerte del dictador, sufrían una estabilidad política y económica de las años cincuenta. El gobierno estadounidense desarrolló en este periodo un programa sistemático de propaganda cultural e informativa para reforzar, a escala global, su liderazgo en la estrategia de contención del comunismo, y para acompañar, a escala local, el giro de su política respecto a España. Para ello utilizó una gran variedad de medios de comunicación - prensa, publicaciones, radio, cine documental, exposiciones, bibliotecas, - y diversos procedimientos de relaciones públicas. A partir de los años sesenta la televisión se convertía en el principal soporte informativo y de entretenimiento, lo que obligó a un replanteamiento profundo de los programas informativos estadounidenses.

Los servicios gubernamentales de propaganda estarían siempre esa denominación, presentándose a sí mismos como "servicios de información" o "servicios culturales". Los conflictos internacionales y los bucles ideológicos de la primera mitad del siglo XX habían acentuado la relación de la propaganda con la censura y la desinformación informativa, por un lado, y con la guerra psicológica por el otro. Desde entonces la "propaganda" generaba reticencias porque suponía estrategias de manipulación de la opinión, el empleo de técnicas de persuasión o directamente el recurso al engaño, y esos procedimientos se consideraban incompatibles con los valores de la democracia. Por otro lado, la propaganda fue denunciada como una de las prácticas específicas de los Estados totalitarios, y más concretamente de la Rusia soviética y la Alemania nazi, que la practicaron intensamente y emplearon abiertamente el término en su terminología oficial. "Propaganda", desde entonces, se vinculó a "totalitarismo", términos que se siguió usando durante la Guerra Fría para referirse al régimen de la Unión Soviética y del resto de Estados comunistas. De ahí la preferencia, en países democráticos como los Estados Unidos, por eufemismos que ocultaban las técnicas "información", y mejor aún "cultura", esos conceptos que no generaban las mismas reticencias y que se asociaban a una esfera de actividad orientada al desarrollo del conocimiento, de la iluminación y la búsqueda de la verdad.

Esta exposición muestra la variedad de procedimientos que utilizó la propaganda de los Estados Unidos en España, entendida como la propagación sistemática de creencias, valores y prácticas mediante el empleo de los medios de comunicación de masas y con el propósito de influir en la opinión pública. Su objeto específico es la propaganda cultural en su doble sentido: la difusión de ideas políticas y valores ideológicos a través de los productos culturales, así como la promoción del «American way of life», un modelo de modernización que se ofrecía como la meta vía para los demás pueblos. En esta primera etapa de la Guerra Fría, la Administración norteamericana entendía que sus valores y sus formas de vida, más aún que un sistema político determinado, eran los que caracterizaban al llamado "mundo libre" frente al "totalitarismo comunista". En la España de la autarquía, del autoritarismo y del nacionalcatolicismo, el mensaje político y el modelo cultural estadounidense tuvieron necesariamente una resonancia muy especial.

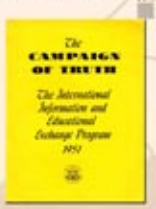
Cartel de propaganda del Partido Comunista Francés. 1948

A principios de 1948 se aprobó la United States Information and Educational Exchange Act (más conocida como la ley Smith-Mundt), que habilitaba al gobierno norteamericano para desarrollar un renovado esfuerzo informativo en el exterior. El instrumento fue el Office of Information and Educational Exchange (OIE), que se creó con una doble misión: intensificar la propaganda a través de diversos medios de comunicación (prensa, libros, emisiones radiofónicas, proyecciones cinematográficas, etc.); e invitar a líderes y profesionales extranjeros a Estados Unidos a la vez que se enviaba a otros países a especialistas americanos en cualquier dominio. Con el desencadenamiento de la Guerra de Corea, en 1950, se puso en marcha una Campaign of Truth concebida como una contraofensiva ideológica que diese réplica a sus detractores.

La llegada del Presidente Dwight D. Eisenhower a la Casa Blanca reabrió el debate sobre cómo realizar la propaganda en el exterior. El solapamiento entre «short-range propaganda objectives» y «long-range cultural objectives» parecía restar credibilidad a su política exterior, por lo que se decidió separar ambas esferas. En agosto de 1953 se fundó la United States Information Agency (USIA) para gestionar la política informativa hacia el exterior. El intercambio cultural y educativo permaneció bajo la órbita del Departamento de Estado, con la supervisión de un Assistant Secretary for Public Affairs. Este sector de actividad se encomendó en 1963 al Bureau of Educational and Cultural Affairs, último jalón organizativo de este periodo.

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial se abrió un debate en Estados Unidos entre los partidarios de mantener los programas gubernamentales de propaganda informativa y cultural en el exterior, y quienes abogaban por devolver el protagonismo a la sociedad civil. En aquel contexto de espera fueron suprimidos los organismos gestados durante la guerra, con la excepción de la Division of Cultural Relations (DCR) del Departamento de Estado, que siguió funcionando con diversas denominaciones. La única iniciativa que prosperó por entonces fue la aprobación en agosto de 1946 del Fulbright Program, destinado a fomentar los intercambios culturales entre Estados Unidos y el resto del mundo.

El enfrentamiento con la Unión Soviética y la decisión de contener la expansión del comunismo reactivaron la batalla por ganarse la opinión internacional. Mientras la Unión Soviética consolidaba sus posiciones en la Europa central y del Este, el predicamento de Estados Unidos en el flanco occidental era cuestionado por un sector influyente de la inteligentsia, crítico frente a la política norteamericana y receptivo hacia los proclamas comunistas. Para contrarrestar la propaganda soviética y favorecer la cohesión del bloque occidental en torno al liderazgo de los Estados Unidos, se decidió organizar entonces una "maquinaria de la persuasión", encargada de mantener la disputa en el terreno psicológico.



Cronograma de la Guerra Fría:

08.II.1946: telegrama largo de George F. Kennan, encargado de negocios de Estados Unidos en Moscú, en el que aconsejaba una política de [illegible] ante Moscú.

5.III.1946: discurso de Churchill en Fulton donde habló por primera vez de la división del continente europeo por un telón de acero.

12.III.1947: discurso del presidente H. Truman en el Congreso, donde se establecía la doctrina de la contención contra el totalitarismo comunista.

5-VI-1947: discurso del Secretario de Estado norteamericano, el general Marshall, en la universidad de Harvard, anunciando un plan maestro de ayuda económica para la reconstrucción de Europa.

IX-1947: creación de la Kominform, oficina de Información Comunista.

3-IV-1948: se aprueba la United States Assistance Act, que establece el Programa de Recuperación Europea (conocido como Plan Marshall), vigente hasta 1952.

16-IV-1948: se crea en París la Organización Europea de Cooperación Económica (OECE) para administrar la ayuda norteamericana.

4-IV-1949: firma en Washington del Tratado del Atlántico Norte.

29-IX-1949: se anuncia que la URSS había realizado su primera explosión atómica con éxito.

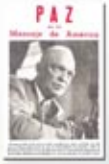
25-VI-1950: inicio de la guerra de Corea, que duró hasta el 27-VII-1953

II-1956: XX Congreso del PCUS que establece la doctrina de la coexistencia pacífica.

IX-1959: entrevista de Eisenhower y Kruschev en Camp David, que consolidó la coexistencia pacífica.

VIII-1961: comienza la construcción del muro de Berlín.

1997. IRIA: Europa - Desplegables



Cartel antiamericanista francés. 1951.

Archivos:
National Archives and Records Administration. College Park (EEUU)
Bureau of Educational and Cultural Affairs. Historical Collection. University of Arkansas Libraries (EEUU)
Roosevelt Study Center, Middelburg (Holanda)
Archivo General de la Comunidad de Madrid. Fondo [illegible]
Archivo de la Agencia EFE
Biblioteca Tomás Navarro y Tomás del CCHS-CSIC
Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid
Hemeroteca Municipal de Madrid

Autores: Antonio Niño, Lorenzo Delgado, José Antonio Monfaro, Pablo León
Diseño: Ana Moreno Meyer

Proyecto de investigación. REF: [illegible]

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN
EFE
CSIC

2. Los acuerdos España - Estados Unidos

Cronograma de las relaciones entre España y los Estados Unidos:

VII-1945: declaración conjunta en Postdam de los representantes de Estados Unidos, Gran Bretaña y la Unión Soviética, en la que condenan el régimen político español y se oponen a su ingreso en las Naciones Unidas.

X-1946: el embajador en Madrid, Norman Armour, regresa a los Estados Unidos. Su puesto queda vacante en Madrid.

III-1946: los Estados Unidos, en compañía de Gran Bretaña y Francia, ordenan "la retirada pacífica de Franco, la abolición de la Falange y el establecimiento de un Gobierno provisional".

16-XII-1946: la Asamblea General de la ONU recomienda la retirada de embajadores en Madrid y excluye a España de las agencias internacionales y de las conferencias concertadas por las Naciones Unidas.

II-1948: el National Security Council confirma las propuestas del Policy Planning Staff de cambiar de postura en la política general seguida por Estados Unidos hacia España, a partir de entonces se muestra favorable a la normalización paulatina de las relaciones económicas.

III-1948: la Cámara de Representantes vota la inclusión de España en el Plan Marshall por 140 votos contra 64, pero el Departamento de Estado se opone y Truman hace una declaración confirmando la exclusión de España.

6-II-1949: el Congreso norteamericano aprueba un crédito a España de 58 millones de dólares, concedido con el Chase National Bank.

IX-1949: barcos de guerra norteamericanos atracan en El Ferrol, la primera vez que visitan un puerto español.

30-VIII-1950: la Cámara de Representantes y el Senado aprueban la ley General de Asignaciones que reservaba 62,5 millones de dólares para un crédito a España.

6-XI-1950: la Asamblea General de la ONU barajó la recomendación de retirar los embajadores de Madrid.

III-1951: llega a Madrid el nuevo embajador de los Estados Unidos, Stanton H. Griffis.

16-VII-1953: [illegible] se entrevista con Franco para estudiar las bases de un acuerdo de [illegible] y aéreas.

30-X-1953: el Ex[illegible] Motta para 1954, que consignaba 100 millones de dólares para ayuda [illegible]

Verano 1955: [illegible]

[illegible]-1955: se firman [illegible] convenios de cooperación militar y técnica.

[illegible]-1955: España [illegible] en la ONU.

[illegible]-1956: España es admitida en el Fondo Monetario Internacional y Banco Mundial.

[illegible]-1956: España es admitida en la Organización Mundial de Salud.

[illegible]-XII-1956: [illegible]

La proclividad del régimen de Franco hacia las potencias fascistas motivó la condena de las naciones aliadas al concluir la Segunda Guerra Mundial. En el contexto europeo de la época el franquismo resultaba una anomalía, un colaborador del enemigo ahora derrotado. Se vetó su ingreso en la ONU y se recomendó a sus miembros la retirada de los embajadores acreditados en España. Los vencedores condenaron a la dictadura y promovieron iniciativas para desplazar a Franco del poder y emprender una transición hacia un sistema político representativo. Estados Unidos apoyó todas aquellas actuaciones.

Sin embargo, la escalada de la tensión entre el país americano y la Unión Soviética modificó aquella situación.La política norteamericana de contención del expansionismo soviético revalorizó la posición estratégica de España y creó la necesidad de incluirla en su sistema de alianzas. El enclave peninular y el visceral anticomunismo de la dictadura eran valores al alza frente a otro tipo de consideraciones ideológicas. A la política de cuarentena y oposición a la dictadura franquista sucedió otra de acercamiento en busca de un acuerdo que le permitiera disponer de bases militares en España.

Las conversaciones se iniciaron a principios de los años cincuenta, prolongándose hasta septiembre de 1953. Los textos suscritos se desglosaron en tres convenios: defensivo, ayuda para la mutua defensa y ayuda económica. El gobierno español ponía la geografía, los norteamericanos todo lo demás: construcción de las bases, suministro de material de guerra al ejército español, ayuda económica y asistencia técnica. Sobre el papel, las bases quedarían bajo pabellón y mando español, pero los acuerdos secretos que figuraban como anexos de los convenios daban todo tipo de facilidades a las tropas estadounidenses y posibilitaban una utilización de las bases sin apenas cortapisas.

La desproporción existente entre ambos países implicó que el grado de dependencia que asumió España frente a la potencia americana fuera superior al del resto de los países de Europa occidental. Para Estados Unidos los acuerdos no superaron el rango de unos executive agreements: no necesitaban ser aprobados por el legislativo ni implicaban compromiso de reciprocidad militar. Para el régimen de Franco fueron vitales para lograr la anhelada rehabilitación internacional. En lo sucesivo aquella alianza asimétrica se convirtió en pieza clave de la política exterior del franquismo.

Harold Talbot, del Departamento de Defensa, y el Gral Francisco R. Echevarrieta, Presidente de la Junta Reorganizadora de Obras Públicas de las bases aéreas norteamericanas en España. 1956.

Desembarco de artillería norteamericana en el muelle de Juan March de Cartagena. 10-X-1956.

Firmas de los convenios defensivos con los Estados Unidos. 26-IX-1953.

Visita del Presidente Eisenhower "Entrada de una escuadra a Barcelona". Revista Nacional Cuatro. Barcelona. 18-1959.

Propaganda, Italia. Para [illegible] Cartelera publicada en el [illegible] Tribune. 1956-1959.

"¿Cómo se los tortura sutilmente prohibidos?". Caricatura del Dallas News (11-18-1949).

1949. Inauguración del vuelo entre EEUU y España.

Visita del Presidente Eisenhower. Despedida en Portugal. 88-18-1959

3. Ayuda económica y apertura exterior

"No me puedo explicar, amigo lector, cómo hay gentes que, a estas alturas, crean que los Estados Unidos ayudan económicamente a las naciones libres con el avieso propósito de intervenir, orientar o manipular su política interior.
La neutralidad ideológica o, mejor dicho, el respeto a las opiniones, mentalidad y modo de ser de los diferentes pueblos de la tierra, en que se ha inspirado la política exterior de los Estados Unidos, quedó demostrado hasta la saciedad por la conducta que siguieron desde que terminó la guerra".

El verdadero espíritu de la ayuda americana, NA, 24-8-1954

La ayuda económica prevista en los convenios de 1953 ascendía inicialmente a una suma total de 465 millones de dólares, librada durante un período de cuatro años. A la postre la ayuda recibida de Estados Unidos se prolongó por espacio de una década (1953/1963) y fue superior a la contemplada en los convenios (en torno a 1.500 millones más otros 500 millones aproximadamente en concepto de ayuda para la defensa). Con todo, ni por sus magnitudes, ni por su composición, ni por el contexto en que se recibió la ayuda norteamericana puede equipararse a las cantidades obtenidas por otros países europeos en el marco del Plan Marshall. Aquellos fondos fueron destinados en su mayor parte a financiar las infraestructuras militares norteamericanas en el país y el rearme del Ejército español. El gasto dirigido a la modernización y reconstrucción del país fue muy inferior.

La compra de productos alimenticios y materias primas fue el destino principal de la ayuda, cubriendo alrededor de las 3/4 partes del monto total. Otra porción inferior, aunque significativa, se dedicó a inversiones para mejorar la red de transportes, el suministro energético, las industrias siderúrgicas, la compra de maquinaria agrícola, la aviación civil y las obras públicas. Hubo cantidades adicionales para asistencia técnica y también se recibió una suma importante en concepto de donativos de la National Catholic Welfare Conference, repartidos por Cáritas ante la negativa norteamericana a que la Falange actuase como intermediaria. Aquel proceso estimuló además las expectativas de negocio del tejido empresarial español, promoviendo la inversión y el crecimiento económico.

Otro fenómeno asociado a la presencia norteamericana fue el incremento de la apertura económica hacia el exterior. Junto a las recomendaciones para la liberalización de la economía española, los dirigentes norteamericanos respaldaron el ingreso en el FMI, el Banco Mundial o la OECE, lo que permitió acceder a los circuitos de financiación que harían posible el relanzamiento económico y la puesta en marcha del Plan de Estabilización. También se favoreció la llegada de inversiones, la implantación de empresas, o la penetración de métodos de gestión y técnicas organizativas que acabaron por irradiarse a las empresas españolas. Estados Unidos ocupó la primera posición en las inversiones de capital extranjero en España, al tiempo que aumentó el número de filiales norteamericanas asentadas en el país.

Simultáneamente, a medida que avanzaba la década de los años cincuenta, la penuria empezó a desaparecer de los hogares españoles. Tanto en la publicidad como en los nuevos hábitos de conducta se estableció una identificación entre Estados Unidos y modernidad. Los electrodomésticos se convirtieron en objeto de deseo y exponentes del anhelo de formar parte de una clase media en progresión. Los medios de comunicación estimularon aquella demanda. Los concursos con premios se hicieron muy populares. Se produjo, en suma, un acceso paulatino a la sociedad de consumo, que se acentuó en el transcurso de los años sesenta y que tuvo un fuerte marchamo americano.

4. El United States Information Service en España

El vínculo bilateral establecido por Estados Unidos con España tenía como prioridad la operatividad de sus bases militares. Pero para garantizar que su presencia fuese bien acogida, más allá de la asistencia militar y la ayuda económica, se realizó una campaña informativa y se pusieron en marcha programas de formación de capital humano. Publicaciones y revistas, proyecciones cinematográficas y emisiones radiofónicas, Casas Americanas y centros binacionales, exposiciones a otros eventos, buscaron transmitir las ideales y valores del American way of life al conjunto de la población española. Paralelamente, los programas de intercambio y formación se organizaron para llegar a las élites políticas, económicas, intelectuales, científicas o profesionales, con la idea de ir abriendo el país y situarlo en la órbita del resto de las naciones de Europa occidental.

Sección de publicaciones del Office of War Information en Madrid. 1943

Personal del USIS en Madrid. 1949

Sección de publicaciones del Office of War Information en Madrid. 1943

Personal de la Casa Americana durante la Segunda Guerra Mundial. 1943

Los comienzos del despliegue informativo y cultural norteamericano en España se remontan al periodo de la guerra mundial. Inicialmente tanto alemanes como italianos gozaron de una clara hegemonía en el frente propagandístico, con la connivencia de las autoridades franquistas. Los Estados Unidos entraron en escena en 1942, cuando el Office of War Information (OWI) inició su actividad con el objetivo prioritario de impedir que España entrase en la guerra al lado del Eje. En noviembre de ese año se inauguró la Casa Americana, cuya Sección de Prensa llegó a congregar a 13 norteamericanos y 79 colaboradores españoles a mediados de 1944.

La marginación internacional del franquismo al concluir la contienda situó al país fuera de los centros de interés de la política informativa y cultural norteamericana de la posguerra. Tan sólo se mantuvo una modesta presencia informativa destinada a ganar la simpatía de los españoles -que no de su gobierno- hacia Estados Unidos.

Cuando comenzaron las negociaciones bilaterales, los servicios de propaganda recibieron la misión de crear un clima de opinión favorable al establecimiento de bases militares en España. En la primavera de 1950 se diseñó un primer USIE Country Paper. Entre sus objetivos figuraba el propósito de destacar la amistad con el pueblo español y diferenciarlo de su forma de gobierno, sin llegar a la condena de este último. También se seleccionaban una serie de target groups (grupos preferentes) hacia los cuales iban dirigidas las iniciativas norteamericanas: la clase media urbana era considerada un potencial agente de cambio.

Objetivos del USIS en los establecimientos servicios de la marca Ford. 1950

Expositores del USIS sobre energías atómicas, en los establecimientos de la Casa Kodak en Madrid. 1950

Esta orientación fue modificada poco después. El Departamento de Estado primó sobre cualquier otra consideración la tarea de facilitar la presencia militar en España, lo que obligaba a cultivar buenas relaciones con los sectores cercanos al poder. En consecuencia, se definieron como grupos preferentes los "dirigentes de la vida pública: gobierno, sectores religiosos y militares, profesionales, el mundo de los negocios y las finanzas, y los terratenientes de mayor nivel económico".

Los responsables estadounidenses eran conscientes del riesgo de que la colaboración bilateral se identificara con el sostenimiento del franquismo y por ello los servicios informativos recibieron el encargo de mitigar esa asimilación indeseada. Ante tal dilema, se optó por difundir el liderazgo de los Estados Unidos en el llamado Mundo Libre, proclamar los efectos positivos de la colaboración bilateral, agilizar la paulatina integración del país en las instituciones del bloque occidental, y contribuir al establecimiento de relaciones armoniosas entre el pueblo español y el personal norteamericano instalado en España. Los encargados de la propaganda en España se cuidaron en todo momento de no traspasar ciertos límites que podían enajenar la buena disponibilidad de los dirigentes del régimen.

A finales de los años cincuenta aquellos servicios informativos y culturales empleaban a un total de 15 norteamericanos y 99 españoles. La mayor parte de los efectivos se encontraba en la capital española, con Barcelona como segundo foco de acción y Sevilla, Bilbao y Valencia completando el mapa de las sedes del USIS en el país.

Revista fotográfica del USIS en Madrid. 1949

Sección de publicaciones. Office of War Information 1943

5. Publicaciones

La elevada tasa de analfabetismo y la existencia de una férrea censura estatal en España limitaban a priori el papel de la palabra escrita en el esfuerzo informativo y cultural norteamericano. La prensa local, aunque garantizaba el acceso a las élites sociales, no representaba el cauce adecuado para abordar determinados contenidos de orden socio-cultural y bilateral. El desarrollo de publicaciones propias, libres de censura gracias a los privilegios políticos de los que gozaba la Embajada norteamericana, facilitó las cosas.

En la inmediata posguerra Semanario Gráfico, revista publicada por el Office of War Information desde julio de 1943, reflejó la tensión bilateral del momento dando cabida en sus páginas a censuras explícitas del régimen español. La beligerancia antifranquista desapareció de la propaganda norteamericana -para no regresar- a mediados de 1946. La Smith Mundt Act permitió dar un impulso al servicio de publicaciones a finales de los años cuarenta, justo cuando las relaciones bilaterales comenzaban a apuntar hacia el entendimiento. En 1949 se inició la publicación de Noticias de Actualidad en la versión en castellano. Ese mismo año se retomó la edición de Noticiario Médico, ya publicado durante la guerra, con una selección de artículos especializados aparecidos originalmente en el Journal of the American Medical Association.

Noticias de Actualidad evolucionó de mero boletín informativo diario a revista semanal. Desde 1951 el servicio de publicaciones la convirtió en el canal prioritario de la política informativa y cultural hacia "los líderes de la vida pública", el objetivo principal del USIS en España. Se distribuía gratuitamente mediante listas de correo entre personalidades y creadores de opinión, y ofrecía contenidos gratuitos a los periódicos y revistas españolas para su libre reproducción.

Noticias compartió protagonismo entre 1951 y 1953 con el quincenal Boletín Gráfico, que se ocupaba de la presentación monográfica de determinados asuntos de índole política y cultural. A mediados de los cincuenta el USIS emprendió la edición de Boletín de Radio, nueva versión en casetiana del Wireless Bulletin, destinada exclusivamente a los altos cargos del régimen y a los directores de los medios de comunicación.

Desde la segunda mitad de los años cincuenta se acentuó la atención hacia las élites culturales del país. A ellas se destinó una revista exclusivamente dedicada a la alta cultura, Atlántico. Asimismo, la escasa presencia de la producción editorial estadounidense se intentó compensar mediante la Colección Estados Unidos. La promoción del libro norteamericano realizada en las bibliotecas y exposiciones gestionadas por el USIS desde 1952 no era suficiente. El acuerdo para que los importadores locales pudiesen recurrir al Information and Media Guarantee Program abrió las puertas a un considerable repunte de la penetración bibliográfica norteamericana en España. Casi dos millones de dólares fueron destinados entre 1957 y 1960 a favorecer la divulgación de publicaciones periódicas y libros de diversa índole. Un conjunto de cincuenta y ocho importadores se beneficiaron de aquellos fondos, y se firmaron ciento ochenta contratos con editores españoles.

Sección infantil de la Biblioteca de la Casa Americana en Madrid. 1956

Exposición sobre libros infantiles en la Casa Americana de Barcelona. 1960

Tirada de las publicaciones periódicas editadas por el USIS en España, 1949-1960:

	Noticias Boletín (1949-1954)	Noticias de Actualidad (1954-1960)	Boletín Médico (1949-1957)	Boletín Gráfico (1951-1953)	Boletín de Radio (1954-1960)	Atlántico (1956-1960)
Ago. 1949	1.000	1.000	10.000			
Nov. 1950	1.000	6.000	10.000	6.000		
Oct. 1951	800	10.000	10.000	10.000		
Nov. 1952	800	10.000	11.000			
Sep. 1954	800	10.000	11.000			
Abr. 1956	700	10.000	11.000			8.000
May. 1959	100	10.000			1.000	8.000

Fuente: Pablo León, "Los canales de la propaganda norteamericana en España, 1945-1960", AYER, 75 (2009).

Títulos y autores de la "Colección Estados Unidos", 1954-1968:

HANSON, Howard: El florecimiento de la música norteamericana, Madrid, 1954.
MARÍAS, Julián: Universidad y sociedad en Estados Unidos, Madrid, 1954.
ROIG, Juan T.: Medio siglo de poesía norteamericana, Madrid, 1956.
SAVELLE, Max: Apuntes sobre los orígenes de la cultura norteamericana, Madrid, 1956.
STARRS, Walter: Dactilografía mecanomecánica: Sistema O'Neill, Madrid, 1956.
VILLARAMÍN, Bernardo: Abraham Lincoln, en mundo y en imagen, Madrid, 1956.
VV.AA.: Colegios latinos de estudios norteamericanos, Madrid, 1956.
VREDEMAN, Francisco: Thomas Wolfe, novelista americano, Madrid, 1956.
FUARO, Javier: Arquitectos y horizontes arquitectónicos en el nuevo mundo, Madrid, 1956.
ROGERS, Francis: La educación superior en Estados Unidos, Madrid, 1958.
LUDOR, John R.: El lugar de las artes liberales en la universidad norteamericana, Madrid, 1957.
FERRÁNDEZ (?), Antonio: La música en los Estados Unidos, Madrid, 1958.

Fuente: Pablo León, "Los canales de propaganda norteamericana en España, 1945-1960", AYER, 75 (2009).

Productores del Boletín Radiofónico del USIS. 1949

Bibliotecas de la Casa Americana de Sevilla. 1951

Exposición en la Casa Americana de Sevilla sobre "El periodismo en los Estados Unidos". 1956

6. Documentales

Fuente: Pablo León, "Los cauces de la propaganda norteamericana en España, 1945-1960", AEER, 78 (2006).

1954		1957	
Agricultura	60	Agricultura	84
Aviación	14	Aviación	12
Defensa	10	Bellas Artes	21
Deportes	16	Cinemas	69
Educación	61	Defensa	29
Industria y Ciencia	82	Deportes	21
Medicina	72	Educación	67
Música	21	Historia	10
Odontología	9	Industria y Comercio	29
Panorama norteamericano	19	Medicina e Higiene	89
Física y Química	12	Odontología	83
Revista Cinematográfica	30	Noticiario cinematográfico	50
Doc. Revistas en inglés	27	Panorama norteamericano	21
		Sociología y Deberes	76

Clasificación temática y documentales del USIS disponibles en España, 1954 y 1957

10 Instantes de alegría al entrarse norteamericanos en Roma para la película "Roman Holiday" con Audrey Hepburn.

Córdoba, 1953

La expansión y el prestigio cosechados en España por la propaganda cinematográfica durante los años finales de la Segunda Guerra Mundial explican la dirección adoptada inmediatamente después. El esfuerzo se concentró en la proyección de documentales realizados por encargo oficial, que se beneficiaban de la pasión de los españoles por el medio y su curiosidad por los Estados Unidos. Entre 1946 y 1950 el número de sesiones organizadas se mantuvo a buen ritmo, mientras las películas sobre el modo de vida americano sustituían a los materiales ambientados en la guerra. El régimen franquista no puso mayores trabas que el trámite de la censura, e incluso varios ministerios se convirtieron en usuarios habituales del servicio de préstamo. Las instituciones religiosas (centros educativos en su mayoría) y militares también formaban parte de la demanda de un programa con gran poder de convocatoria.

La desconfianza de los medios oficiales norteamericanos hacia el ambivalente potencial propagandístico de las películas de Hollywood les llevó a desentenderse del privilegiado espacio que ofrecían las pantallas comerciales en España. Los documentales acercaban al espectador la imagen oficial de la sociedad y la política exterior norteamericana. Su elevada capacidad de convocatoria ratificó al USIS en su apuesta. Por ello, a pesar de la estrategia de baja intensidad aplicada en el país, de los recortes presupuestarios de 1947 y de la escasa sistematización del programa, las proyecciones de documentales continuaron aumentando en función de las características y demanda local de cada distrito consular.

A partir de 1957 se sistematizó el programa, fijando objetivos más cualitativos que cuantitativos. Se dio prioridad a las sesiones especializadas ante grupos homogéneos (militares, odontólogos, periodistas, universitarios...), y los documentales se orientaron temáticamente para satisfacer los gustos de los target groups prioritarios. Los resultados de crítica y convocatoria cosechados por ese tipo de proyecciones fueron evaluados muy positivamente por la inspección de la USIA.

También durante la segunda mitad de los años cincuenta se desarrolló un programa de producciones cinematográficas destinado específicamente a cubrir los principales resultados de los convenios bilaterales de 1953. Gestionado a partes iguales por el USIS, la FOA/ICA y las Fuerzas Armadas norteamericanas destacadas en el país, su objetivo fue producir documentales que ensalzaran los resultados de la cooperación bilateral (como "Pipeline Story", sobre la construcción del oleoducto Rota-Zaragoza) y nutrir de imágenes al NO-DO, organismo con el que se retomó la colaboración en 1953, así como a TVE, que comenzó sus emisiones comerciales en 1956.

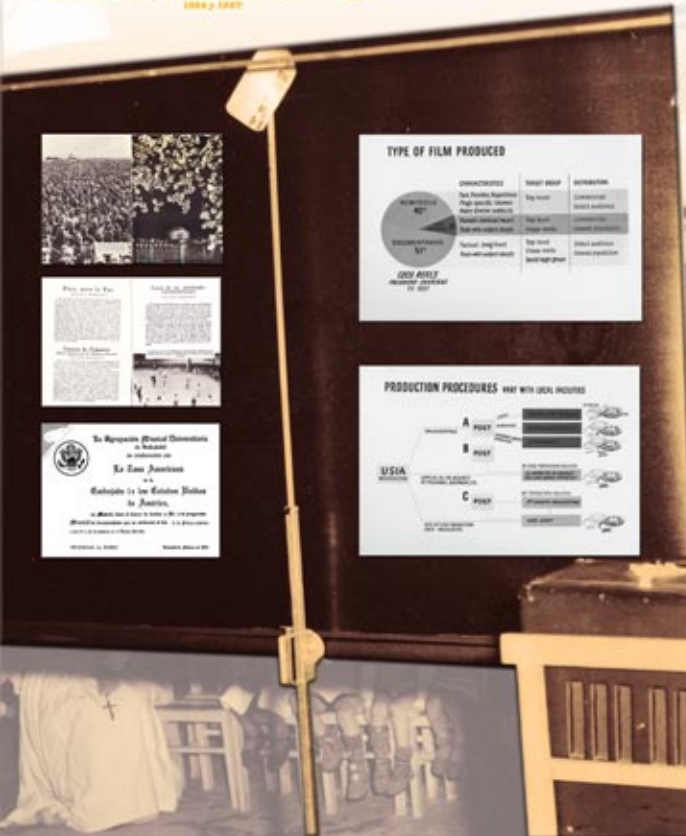
Proyección en la feria del río de Valencia a cargo del Consulado Americano. 1947

Proyección de [illegible] en [illegible] 1949

Proyección de documentales realizados por el USIS en la Facultad de Medicina de Madrid. 1949

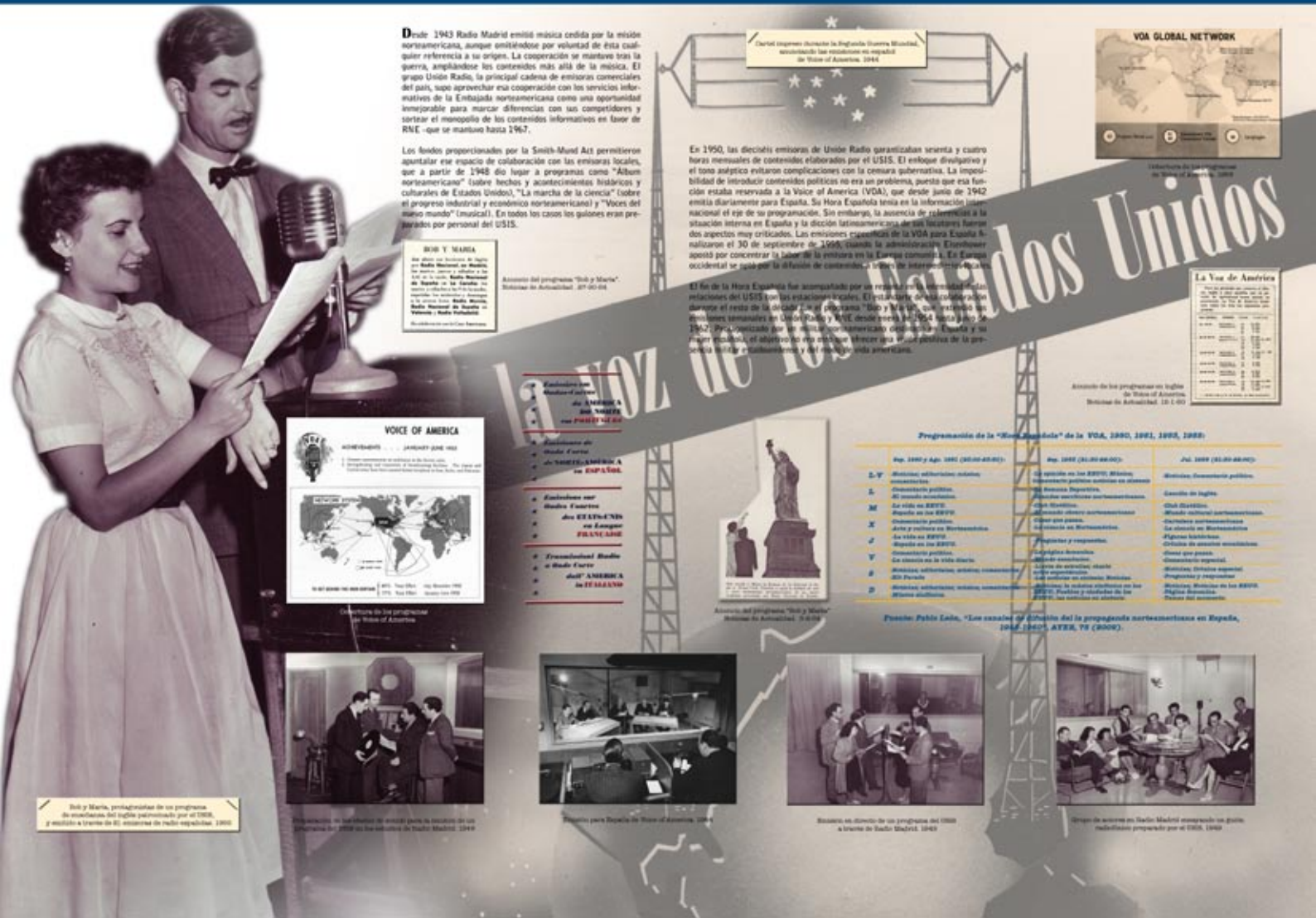
Proyección de documentales realizados por el USIS en la Facultad de Medicina de Madrid. 1949

Proyección del USIS para estudiantes en una estación. 1949



Proyección del USIS para niños tuberculosos en el Hospital de San Rafael. Madrid 1949

7. Radiodifusión



8. Red de centros americanos en España

Las Casas Americanas fueron centros organizados por el gobierno de los Estados Unidos en Europa occidental al finalizar la Segunda Guerra Mundial. Ejercieron como focos del esfuerzo cultural e informativo, y además actuaron como mediadores entre las creaciones norteamericanas y la sociedad de acogida. Cuatro fueron las áreas de actuación comunes a estas instituciones:

1. servicio de biblioteca y préstamo
2. divulgación de la producción cultural norteamericana
3. promoción de la enseñanza del inglés
4. y presencia en la agenda socio-cultural local.

La primera Casa Americana en España abrió sus puertas en noviembre de 1942, en la madrileña calle de Ramón de la Cruz, donde permaneció hasta julio de 1947. Dedicada durante la contienda mundial al frente propagandístico, fue convirtiéndose paulatinamente en centro cultural. Los recursos facilitados por la Smith Mundt Act permitieron la reapertura de la Casa Americana en Madrid a finales de 1948, ahora en la calle Marqués del Riscal (en 1957 se trasladaría a la Castellana). Barcelona, Bilbao, Sevilla y Valencia también tuvieron sus Casas Americanas poco después. La inauguración en 1955 de los centros de Cádiz y Zaragoza –en las cercanías de las bases en construcción– cerró la fase expansiva.

Las bibliotecas, conferencias y recitales, junto a las proyecciones especializadas actuaron como escaparate de la cultura americana entre las élites locales. Pero su desarrollo fue desigual. La escasez de fondos –traducida en pocos libros en castellano en las bibliotecas y ausencia de ponentes y artistas destacados– limitó enormemente su potencial. Paulatinamente se pasó de una política de puertas abiertas a otra que privilegió el acceso por invitación. Las proyecciones se fueron especializando y las exposiciones evolucionaron desde temas potencialmente atractivos para amplios segmentos de la población (aviación, dibujos animados, trenes eléctricos), hacia contenidos relacionados con la alta cultura (pintura, literatura, arquitectura).

A partir de mediados de los años cincuenta la USIA cambió de estrategia: comenzaron a cerrarse las Casas Americanas y fueron sustituidas por centros "binacionales", más independientes de la tutela de Washington. Estos centros se desvincularon del frente informativo para concentrarse exclusivamente en la promoción de la lengua y cultura norteamericanas entre la juventud en edad universitaria. Las Casas de Valencia, Zaragoza y Cádiz se clausuraron en julio de 1957. A principios del año siguiente, con la activación del Information and Media Guarantee Program, se creó en Valencia el primer centro binacional en España, el Centro de Estudios Norteamericanos. La nueva política también promovió la conversión en centros binacionales del Instituto de Estudios Norteamericanos (1959) en Barcelona, y del Instituto Hispano-Norteamericano de Cultura (1961) en Madrid.

Exposición del USIS en una grandes almacenes de Sevilla, 1950.

Exposición fotográfica sobre la Armada Americana. Bilbao, 1948

Dos niños estudian un atlas en la Casa Americana de Barcelona. 1950

Mostrador de circulación en la Biblioteca de la Casa Americana de Barcelona, 1956.

Escaparate Exterior de la Casa Americana de Madrid 1950

Sala de Lectura de la Casa Americana en Valencia. 1956

Un grupo de visitantes frente a la Sala de la Casa Americana en Valencia. 1956

Casas Americanas y centros "binacionales" en España, 1945-1961.

	Casas Americanas	Centros binacionales
Madrid:	Nov. 1942 a Jul. 1947 Nov. 1948 a Abr. 1971	Nov. 1951 a Jul. 1957
Barcelona:	Abr. 1949 a Jul. 1957	Feb. 1959 a la actualidad
Bilbao:	Dic. 1950 a Jul. 1957	
Sevilla:	Feb. 1951 a Nov. 1966	
Valencia:	Nov. 1950 a Jul. 1957	Mar. 1959 a la actualidad
Zaragoza:	Nov. 1955 a Jul. 1957	
Cádiz:	Oct. 1955 a Jul. 1957	

Fuente: Pablo Lario, "Los inicios de la propaganda norteamericana en España, 1945-1950", AYER, 73 (2009).

Biblioteca de la Casa Americana en Valencia. 1956

9. Exposiciones y actos públicos

Eventos patrocinados por el Cultural Presentations Program en España, 1955-1960:

Gira del musical Porgy & Bess	Feb. 1955
Gira del Baritono William Warfield y la Philadelphia Orchestra	May.-Jun. 1955
Gira de dos compositores por la escritora Gloria Rubinof y el pianista Roger Rubinof	Ene. 1956
Gira del director de orquesta Leo Ernesto	Mar-Feb. 1956
Gira del Robert Shaw Choir	Abr. 1956
Gira del Equipo de la NBA Syracuse Nationals	May. 1956
Gira del American Ballet Theatre	Jun. 1956

Fuente: USIA: "Cultural Presentation Program... Area and Country Breakdowns", Washington D.C., September 1956, pp. 26-27.

Exposición sobre el programa Atoms for Peace en la Feria de Muestras de Valencia, 1958

El programa Atoms for Peace según Noticias de Actualidad, 6-8-1958

Los eventos culturales, formativos y divulgativos organizados por el USIS en España respondieron básicamente a dos modalidades, según la tipología de los públicos a los que se dirigían: la participación en festividades populares, y la organización de eventos en recintos particulares frecuentados por las élites locales.

La participación en festejos populares comenzó en el verano de 1951 y concentró el interés del USIS en la primera etapa. La intención era aprovechar la capacidad de convocatoria de ese tipo de eventos para hacer llegar el mensaje norteamericano a los target groups residentes en provincias y, de paso, al conjunto de la población. El éxito popular de aquellas iniciativas derivó en la organización de Semanas Americanas con el mismo objetivo y un enfoque multimedia. Sus contenidos incluían conferencias a cargo del personal del USIS, exposiciones fotográficas, reparto de panfletos y proyecciones cinematográficas. A partir de 1956, cuando estaba ya avanzado el programa de construcciones militares, el esfuerzo se concentró en las áreas geográficas adyacentes. Las Semanas Americanas se completaron con la organización de jornadas de puertas abiertas en las bases, con la participación del USIS como colaborador de las Fuerzas Armadas estadounidenses.

Las conferencias organizadas ante grupos selectos se concentraron inicialmente en los centros tradicionales de reunión de las élites locales, como Casinos y Ateneos. La primera exposición organizada por la Casa Americana fuera de sus locales tuvo lugar en el Casino de Madrid en octubre de 1952, bajo el título "La arquitectura contemporánea norteamericana". Esas instituciones eran además frecuentes usuarias del servicio de préstamo cinematográfico. La firma de los convenios bilaterales en 1953 reorientó este tipo de eventos hacia las instituciones oficiales, que permitían un enfoque más profesional y especializado, como Colegios Profesionales, Universidades o la Escuela de Organización Industrial.

El Cultural Presentations Program y el Come to the Fair Program, dos de los programas estrella de la administración Eisenhower en su política de propaganda exterior, también fueron empleados para la difusión del mensaje norteamericano en España. En el primer caso se trató de un ambicioso proyecto destinado a fortalecer la imagen de Estados Unidos como potencia cultural, que llevó a financiar la organización de eventos culturales y deportivos a lo largo del mundo. El segundo se concentró en la participación en ferias comerciales. En España, sin stands comunistas con los que competir, su desarrollo fue más limitado, aunque las ferias de muestras de Barcelona, Valencia y Madrid recibieron una cierta atención. Estos eventos dieron cobertura a algunos de los programas estrella de la USIA, como el Atoms for Peace o el People's Capitalism. Las exposiciones sobre energía atómica o tecnología agrícola fueron muy representativas de esta política.

Supermercado USA. Exposición en la Feria de Muestras de Barcelona, 1959

Inauguración de la exposición: La Aviación Norteamericana 1903-1955, celebrada en la Casa Americana de Barcelona, 1955

Exposición del USIS sobre King Juan Carlos, celebrada en Feria de Madrid, 1958

Exposición fotográfica en torno al periodismo estadounidense. Casa Americana de Sevilla, 1958

Niños de la Ciudad de los Muchachos visitan el pabellón Marcas. 6-8-1958

Stand de los Estados Unidos en la Feria de Barcelona, 1958

10. Formación técnica y educativa

Si en el plano informativo se contaba desde comienzos de los años cincuenta con una infraestructura relativamente asentada, no ocurría lo mismo en el terreno de la acción educativa y la cooperación técnica. La escasez de dólares disuadía a los posibles interesados en desplazarse a las universidades y centros de investigación de los Estados Unidos. Tal situación suponía un serio obstáculo para la intensificación de los contactos personales, a los que se daba un valor fundamental para estrechar los lazos con los círculos dirigentes del país. Tampoco favorecía la paulatina adaptación del país a los esquemas del bloque occidental, necesaria para reducir el aislamiento español y favorecer el intercambio de ideas, información y personas. Los programas de formación e intercambio permitirían una inmersión en la sociedad americana y sus valores, dando una imagen de Estados Unidos disociada de su entendimiento interesado con el franquismo.

En 1952 comenzó a aplicarse el Programa de Intercambio Informativo y Educativo. Una de las primeras iniciativas fue la invitación a viajar a Estados Unidos a figuras con capacidad para orientar a la opinión pública, mediante el Foreign Leaders Program. Se dio prioridad a miembros destacados de los medios de comunicación y el mundo editorial; las agrupaciones sindicales y políticas; los departamentos y servicios gubernamentales; las asociaciones cívicas y comunitarias; las instituciones dedicadas al bienestar social, y las corporaciones educativas. También se otorgaron becas a estudiantes y profesores españoles gracias a la colaboración de instituciones privadas como el American Field Service.

Los recursos formativos para profesionales españoles se incrementaron tras los acuerdos de 1953. Dos programas, uno de ayuda técnica y otro de adiestramiento militar, iniciaron su andadura en 1954. El Technical Exchange Program puso en contacto a empresarios y técnicos españoles con centros oficiales y empresas estadounidenses. Más de dos mil técnicos y cuadros superiores fueron enviados a Estados Unidos y a otros países europeos, además de organizarse en España cientos de cursos dirigidos por especialistas norteamericanos. Con ello se perseguía extender en España los métodos de producción y racionalización del trabajo imperantes en el capitalismo occidental. El Military Assistance Training Program permitió el entrenamiento de varios miles de militares españoles en centros de Estados Unidos o de Europa, familiarizándoles con el armamento y los sistemas operativos del bloque occidental.

Las negociaciones para la incorporación española al Programa Fulbright comenzaron en 1956 pero se dilataron por espacio de dos años. Finalmente, en 1959 se eligió una primera promoción de 60 becados para completar sus estudios en distintas universidades estadounidenses. Aquel programa constituyó en lo sucesivo el principal canal de comunicación cultural, educativa y científica entre ambos países.

"The Foreign Leader Program is intended to develop in other countries an informed nucleus of influential persons who can be expected to interpret and increase understanding of the United States among their own people as a result of their observations and experiences in this country during the visits made at the invitation of the Department of State. These invitations, which include a great providing international travel, and transportation around the United States plus a per diem allowance, are extended to carefully selected individuals of recognized importance and leadership in such fields as art, education, government, labor, and journalism. Among these persons will be found the heads of state or local governments, university presidents, supreme court justices, cabinet members, members of parliaments, heads of labor unions, editors and publishers, and creative artists."

The Foreign Leader/specialist Program of the International Educational Exchange Service, U.S. Department of State.

"In a time when most international activities seem almost universally complex, hazardous and change is constant, the success of educational exchange gives us a beacon of hope.
There is no other international activity of our Government that enjoys as much spontaneous public approval, elicits such extensive citizen participation, and yields such impressive evidence of success."

The U.S. Advisory Commission on International Educational and Cultural Affairs, headed by Dr. John W. Gardner, President of the Carnegie Corporation, Annual report, 1968

Artículo conmemorativo del X aniversario de la Smith-Mundt Act, que dio el impulso definitivo al programa Fulbright. Noticias de Actualidad. 26-8-68

Jóvenes españoles tendrán que estudiar en los Estados Unidos. Noticias de Actualidad. 16-4-66

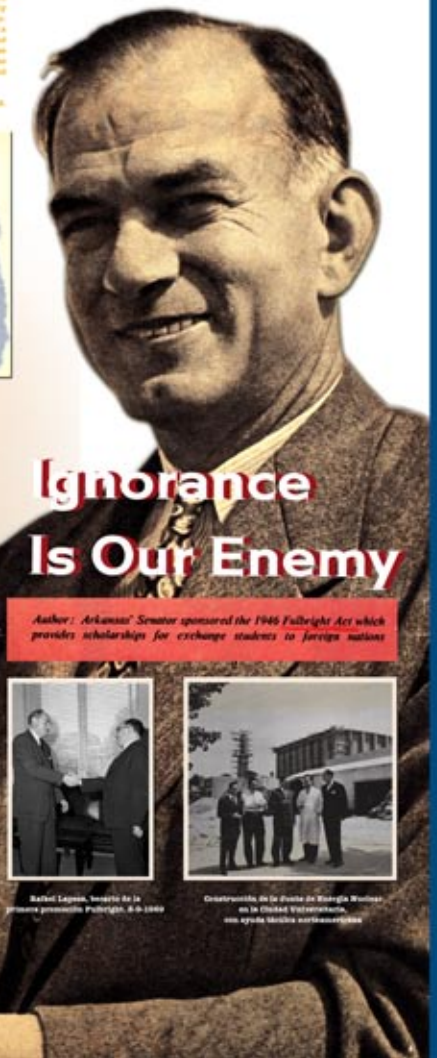
Firma en Madrid del Acuerdo Fulbright, por el que se crea la Comisión de Intercambio Cultural entre España y Estados Unidos. 26-10-1959

Estudiantes españoles con destino a Estados Unidos. 19-9-1967

Antonio Andres Polo, becado para ir a Nashville (Tennessee), junto a funcionarios de la embajada Americana. 1958

Rafael Lagunas, becario de la primera promoción Fulbright. 6-9-1969

Construcción de la Junta de Energía Nuclear en la Ciudad Universitaria, con ayuda técnica norteamericana



11. Tal como somos

"Throughout the World we must continue our unremitting fight to counteract the vicious lies about the Nation and its objectives as perpetrated by the Communists and to build a positive psychological force around which the free World and freedom-loving people everywhere can rally"

Palabras de Dean Acheson en The Campaign of Truth
The International Information and Educational Exchange Program, 1951.

RA. 7-10-59

A largo plazo, los propagandistas norteamericanos se marcaron como objetivo primordial la mejora de la imagen de su país. En esta empresa tuvieron que contrarrestar las visiones negativas difundidas por los soviéticos, y mitigar antiguos prejuicios sobre Norteamérica extendidos entre los habitantes de Europa. La maquinaria propagandística de la Unión Soviética atacaba a sus rivales en la Guerra Fría resaltando la cara más despiadada del capitalismo e insistiendo en las enormes diferencias que separaban a los potentados norteamericanos de la "explotada" la clase trabajadora. Los proletarios norteamericanos serían unos individuos alienados, convertidos en autómatas carentes de cualquier tipo de valores, carcomidos por el individualismo y engañados por la ilusión de aumentar sus siempre insuficientes ingresos. La propaganda de la U.R.S.S. aprovechaba también los conflictos raciales que afectaban a los Estados Unidos para ilustrar los vicios que aquejaban a aquella sociedad, cuyo símbolo más acabado era la opresión de la minoría afroamericana.

En la España franquista los ecos de las consignas emanadas del Kremlin apenas lograban traspasar las barreras de la censura. No obstante, muchas de sus premisas coincidían, curiosamente, con estereotipos firmemente arraigados en algunos de los grupos que los dirigentes estadounidenses deseaban atraer hacia su causa. No eran pocos los españoles resentidos por la aparente opulencia de las familias norteamericanas, críticos hacia su materialismo y convencidos de su ausencia de valores espirituales, como testimoniaban las elevadas tasas de divorcio. Entre los intelectuales era un tópico considerar la patria de Washington como un erial cultural, y los círculos más reaccionarios del régimen no ocultaban las reservas hacia su sistema político.

Al igual que en el resto del Viejo Continente, los canales informativos estadounidenses trataron de desmentir ese cúmulo de imágenes negativas, ofreciendo un relato alternativo que destacase las bondades de su sociedad, su organización política y su modelo económico. Las páginas de Noticias de Actualidad, la principal publicación del USIS en España, incluyeron más informaciones benevolentes sobre el sistema de vida americano que artículos abiertamente anticomunistas. La publicación era un escaparate los éxitos económicos, del potencial científico-tecnológico y de la modernidad general del país, que debía servir para mostrar la superioridad del Mundo Libre sobre el sistema comunista.

A partir de 1953 los contenidos se concentraron en los acuerdos bilaterales, insistiendo en los efectos positivos de la ayuda económica y omitiendo las implicaciones militares. Cuando las bases militares estuvieron operativas, se recalcó su "carácter conjunto" y el "lado humano" de presencia de fuerzas norteamericanas en España. Ninguna información hacia alusión al sistema político español, a los problemas sociales internos o a la figura de Franco. La selección de las noticias se realizaba con el fin de potenciar los lazos de amistad y entendimiento entre los pueblos. Por otro lado, se mostraba cómo era la vida del "americano medio", destacando la solidez de su vida familiar, el papel de la mujer o la importancia de la religión. El objetivo era dar una imagen de los ciudadanos de aquel país lo más cercana posible a la que tenían los españoles de sí mismos. En el verano de 1963 dejó de publicarse Noticias de Actualidad, coincidiendo con la expansión de la televisión y co el repliegue informativo que tuvo lugar durante la administraciide Johnson.

Monográficos de Noticias de Actualidad, 1956-1960:

Nº 10, ext. 57 (14 Abr. 1956) :	"La mujer en América"
Nº 30, ext. 91 (14 Oct. 1956) :	"El reparto en Norteamérica"
Nº 50, ext. 71 (27 Sep. 1956) :	"¿Ultimo en ampliar la ayuda Norteamericana?"
Nº 70, ext. 132 (10 Feb. 1957) :	"La infancia en los Estados Unidos"
Nº 80, ext. 150 (10 Ago. 1957) :	"La utilización pacífica del átomo"
Nº 90, ext. 170 (10 Sep. 1957) :	"Diez años de la ayuda americana"
Nº 95, ext. 172 (10 Oct. 1957) :	"La sanidad en Estados Unidos"
Nº 96, ext. 173 (10 Nov. 1957) :	"La religión en Estados Unidos"
Nº 10, ext. 193 (10 Ene. 1958) :	"Las Mujeres Unidas y sus ocupaciones especiales"
Nº 30, ext. 193 (10 Ene. 1958) :	"El arte vivo en Estados Unidos"
Nº 37, ext. 222 (31 Oct. 1958) :	"La cooperación económica Hispano-norteamericana, 1953-1958"
Nº 40, ext. 222 (10 Nov. 1958) :	"Los sindicatos norteamericanos"
Nº 51, ext. 223 (30 Nov. 1958) :	"El deporte en Norteamérica"
Nº 10, ext. 10 (31 Ene. 1957) :	"República Estados Unidos: un decenio del mundo contemporáneo"
Nº 10, ext. 10 (10 Ene. 1957) :	"República Estados Unidos. 1957-1957 Para un nivel de vida más elevado"
Nº 17, ext. 24 (10 Ene. 1957) :	"Hace un año que Rusia sitió el punto ningún"
Nº 26, ext. 3 (17 Feb. 1959) :	"República Estados Unidos. Unidos en la causa de la paz"
Nº 10, ext. 3 (10 Ene. 1959) :	"1959-1959. Diez años de cooperación"
Nº 16, ext. 80 (10 May. 1959) :	"Cooperación militar"
Nº 17, ext. 81 (31 Ene. 1959) :	"Cooperación bilateral a través de la ONU"
Nº 17, ext. 83 (31 Ene. 1960) :	"República Estados Unidos. 7 años de cooperación económica"

Fuente: Pablo León, "Los canales de la propaganda norteamericana en España (1945-1960)", AYER, 70 (2008).

"Será difícil lograr a juntar y dosmitir relaciones entre los Estados Unidos y España, mientras los pueblos de ambos países no adquieran por debajo del nivel gubernamental un conocimiento recíproco más perfecto del que poseen en la actualidad. Existen en España ignorancia y prejuicios acerca de la vida y el pensamiento en los Estados Unidos. La mayor parte de los españoles se inclinan a juzgar a los americanos a través de las películas humorísticas de Hollywood o las jactanciosas emisiones de la propaganda radiada de Nueva York, y llegan a la conclusión de que somos hacer materialistas e bárbaros instintivos. Revistas nuestra maquinaria, nuestros automóviles y nuestro progreso material, pero algunas especias respecto a nuestros objetivos y a nuestro poder. Perciben nuestra actitud de 'todo bueno que tú', que interpretan como hipocresía"

Carlton J. H. Hayes, Los Estados Unidos y España, Madrid, ATENA, 1958, p. 400.

Noticias de Actualidad (RA): 1-10-1959

RA. 10-9-1959

RA. 30-10-1959

RA. 15-10-1959

ÉSTOS SON LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

Folleto publicado por el Servicio de Información de los Estados Unidos. 1960

12. La sociedad americana

En su esfuerzo por difundir las bondades de la sociedad americana, las informaciones resaltaron cuatro temas primordiales: la cuestión racial, la religión, la juventud y la familia –haciendo especial hincapié en el papel de las mujeres–.

La propaganda norteamericana no ocultó los conflictos derivados de la discriminación racial en contra de afroamericanos y otras minorías étnicas. Sin embargo, procuró suavizar sus aspectos más criticables mediante un discurso centrado en la idea de progreso. Las publicaciones defendieron el activismo de los supremacistas blancos como los últimos coletazos de un radicalismo llamado a desaparecer en el futuro. Asimismo, se difundieron avances reivindicativos como la sentencia del Tribunal Supremo en el caso Brown v Board of Education, que declaró la segregación en las escuelas como una violación de la decimocuarta enmienda a la Constitución. Durante los años cincuenta, Noticias de Actualidad y Noticiario Médico acogieron artículos centrados en importantes afroamericanos que habían superado heroicamente las restricciones de un ambiente hostil para alcanzar la fama en los campos de la música, el deporte e incluso la política. De igual manera, la imagen que se transmitió de los indios americanos mostraba una comunidad respetada por sus tradiciones y plenamente integrada en la sociedad.

Por otro lado, los Estados Unidos contrarrestaron las acusaciones de materialismo resaltando el florecimiento en su suelo del sentir religioso, consecuencia directa del respeto y la libertad de creencias. Dado el carácter de España como país católico, el USIS destacó preferentemente el peso de los seguidores de esa religión en la política y la sociedad norteamericana. Ocasiones como el encuentro del Presidente con altas jerarquías de la curia católica, o el nombramiento de prominentes católicos para puestas políticas de relevancia, coparon con cierta frecuencia las publicaciones periódicas de la USIA dirigidas a los españoles.

"La situación del negro en la vida americana despierta interés en el mundo entero. Este interés humano se concentra a menudo en los incidentes dramáticos, en los actos de violencia aislados que la prensa de todo el mundo, incluso la de los Estados Unidos, destaca normalmente, sin tener en cuenta similar recelo el progreso humanoso desde la emancipación del negro americano en 1865.

Una propaganda malévola ha pretendido siempre aprovechar los incidentes lamentables para pintar una imagen falsa. Pero la verdad es que durante el último medio siglo el negro americano ha realizado progresos en todos los frentes –social, económico, educativo– a un ritmo vertiginoso.

...Los medios legales han servido para ayudar a resolver el problema de la discriminación de raza en los Estados Unidos, pero éste sigue siendo fundamentalmente un problema de evolución de las relaciones humanas.

La existencia de prejuicios y discriminación contradice los principios básicos de la democracia americana. Esta contradicción moral es una de las ideas que más preocupan a todo americano consciente... El prejuicio racial sigue siendo un hecho en la vida de los Estados Unidos, pero cuando en una pequeña zona decrecimos de la nación, ya no es un factor determinante absoluto de las relaciones entre la mayoría y la minoría".

Dwight Eisenhower, por indígenas en las elecciones, RA, 18-10-1960

"Undoubtedly they have a great misconception of the United States as being a land of racial discrimination where pagans are lynched, Jews are extracted, the Ku Klux Klan persecuted the Catholics and unlimited Mascary is cooking up a vicious brew against which Spain is forced to keep a perpetual vigilance".

USIS Country Paper for Spain (1960)
NARA, RG 306, 1960-64.

RA, 31-10-1960

RA, 18-1-1960

Negros y blancos juntos en la escuela

RA, 10-10-1960

RA, 20-9-1964

"Por primera vez en nuestra primera edición sugirió de cómo los Spanish people that Americans for go to church on Sundays, that we and large the United States is a religious nation and above all that we worship revelation as we believed to a creator in the divine creator that we as case large families that we actually have a greater Catholic population in the United States than the total population of Spain; that we have a larger Catholic University in the United States which actually enrolls five continents to compares with three for Spain".

USIS Country Paper for Spain (1960), NARA, RG 306, 1960-64.

"España es un gran país católico, y tiene una multitud de hermanos católicos en los Estados Unidos, donde nos alternamos firmemente a los principios de Al Smith, ex Gobernador de Nueva York y figura señera en el catolicismo de nuestro país, de que 'nadie puede discutir a nadie el derecho a marchar con su Dios por su camino'. Y hacer de Gelasiano la causa de la civilización cristiana que nuestro apoyamos por igual, el que los Estados Unidos y España en movimiento de nuevo juntos, y unidos en el mismo respeto y la tradicional amistad"

Declaración de prensa del embajador Maurice Griffin, RA, 8-5-1952

"Hasta ahora el cambio que, arrancando de los humildes barrios negros conducía a la gloria deportiva, pasaba inmaculadamente por el 'trigo'... Pero esta vez no ha sido los gusanos de hoy; esta vez ha sido la raqueta. Ahora el cetro a la gloria se ha conseguido jugando, no bailando. Y ha sido una mujer la que ha logrado este triunfo de la gracia sobre la fuerza.

...La trayectoria de Altheo, de los suburbios negros de Harlem hasta las cuidadas pistas de Wimbledon, no ha sido un ensayo 'a cuatro corrientes', ha sido un ensayo inspirado por fuertes sentimientos de compromiso.

...Es una reina libre Altheo de clase de tenis a los sitios de los suburbios de Nueva York. Es en nuestra de dos, sin rugiente, parte de lo que has ganado".

La victoria de Altheo, RA, 16-6-1958

RA, 18-8-1964

RA, 18-8-60

"...Los turistas de ambos de mi país y donde más pronto se vieron limitados por la siguiente clase en los sitios, los trenes de tercera, los restaurantes de cuarta, las salsas de quinta y los trabajos de sexta clase. Ninguno nos ordenaba restricciones, obligaba, daba instrucciones.

"Las prohibiciones que conocí, sólo y las que son signo, las sólo que nosotros hoy y que nuestro mañana, no conocerá esas limitaciones".

WILKINS, Ernest: ¿Qué será de los negros en el futuro?, RA, 31-10-1960.

RA, 26-10-1960

13. El papel de la mujer

Para descartar los mitos en torno a la opulencia y la desestructuración de los hogares norteamericanos, los propagandistas dedicaron una atención preferente al papel de la mujer en la sociedad americana. Gran cantidad de las noticias difundidas por la USIA hablaban del quehacer diario de grupos familiares teóricamente representativos de la vida cotidiana del país. En todos ellos se exhibía a familias que, aunque contaban con la ayuda de los más modernos aparatos domésticos, debían trabajar seriamente para salir adelante. El padre seguía siendo la principal fuente de ingresos, mientras la madre coordinaba las tareas domésticas, en las que también podían auxiliar el marido y los hijos. Tratando de acercar la realidad americana a la española, las mujeres estadounidenses fueron así presentadas como volcadas primordialmente hacia las labores domésticas.

Aun que el activismo feminista se ignoró de manera sistemática, sí se mostró con orgullo la creciente incorporación de las mujeres a la vida laboral y política del país. La radicalidad de estos avances se difuminó de tres formas: presentando como excepcionales aquellas figuras femeninas que habían destacado por haber roto barreras tradicionales; afirmando que un alto porcentaje de las mujeres seguían supeditando su vida laboral a las exigencias del hogar; y calificando el asociacionismo femenino como una actividad inocente volcada hacia la mejora de la sociedad en su conjunto. La imagen resultante era la de una mujer moderna, que podía desarrollar labores profesionales durante parte o toda su vida, pero que seguía teniendo como principal foco de interés la formación de una familia.

La Norteamericana.
Folleto publicado por la oficina de guerra de los E.U.A. 1949

La norteamericana

"We are likewise regarded as the land of posh homes, easy divorce, broken homes, and two Cadillacs in every garage"

USIS Country Paper for Spain (1960), NARA, RG 59, 1960-64

"...La vida del ama de casa no se ha facilitado mucho pudiendo parecer a simple por los modernos aparatos de que disponen para el cuidado del hogar. La cocina eléctrica, los aspiradores que limpian alfombras y muebles, las neveras y los máquinas lavaplatos y lavaropas simplifican enormemente la otra vida de ama de casa, pero hacen falta tiempo y ganas para manejarlos"

El ama de casa, NA, 18-6-1954.

"...Parecían ahora a examinar otra cuestión. Decididamente asociada con el hogar norteamericano: los divorcios. Mucho se ha hablado y se habla de los divorcios en los Estados Unidos, ocultándose la realidad de que en muchos otros países industrializados ha aumentado el porcentaje de divorcios. La realidad es que una gran proporción de la población norteamericana disfruta de un matrimonio feliz o estable"

Ilusa es la familia norteamericana, NA 19-10-1955.

Folleto publicado por la oficina de guerra de los E.U.A. 1949

"Uno de los prejuicios más inexactos que se han difundido acerca de los Estados Unidos es el de la supuesta disolución del hogar americano; cuando en realidad no hay quizá en ningún otro lugar del mundo que el norteamericano. Los extranjeros que visitan los Estados Unidos comentan con sorpresa el interés apenas que el americano medio siente por el hogar, el poco rato que dedicado de la vida hogareña y el tiempo que pasa en casa con la familia. Y es que, contra toda predicción, resulta toda lógica dada la manera o propósito de vida americana, en aras de realizar de que el hogar los constituyen y constituirá siempre la base de la sociedad de los Estados Unidos"

El ama de casa, NA, 18-6-1954

"Pese todo esto a cuanto de aquí datos llegados a nuestro Ultimamente, no los que se entrega el papel, cada vez más importante, que las mujeres norteamericanas desempeñan en la vida política, comercial y profesional de la nación (...) Actualmente, 11.000 mujeres norteamericanas son médicos, 8.000 son dentistas, 6.000 abogadas, 7.000 ingenieras y cerca de 80.000 son periodistas".

La mujer norteamericana desempeña un papel importante, NA, 30-11-1955.

NA, 18-6-1954

NA, 18-6-1954

NA, 8-11-1955

NA, 30-11-1955

14. La democracia americana

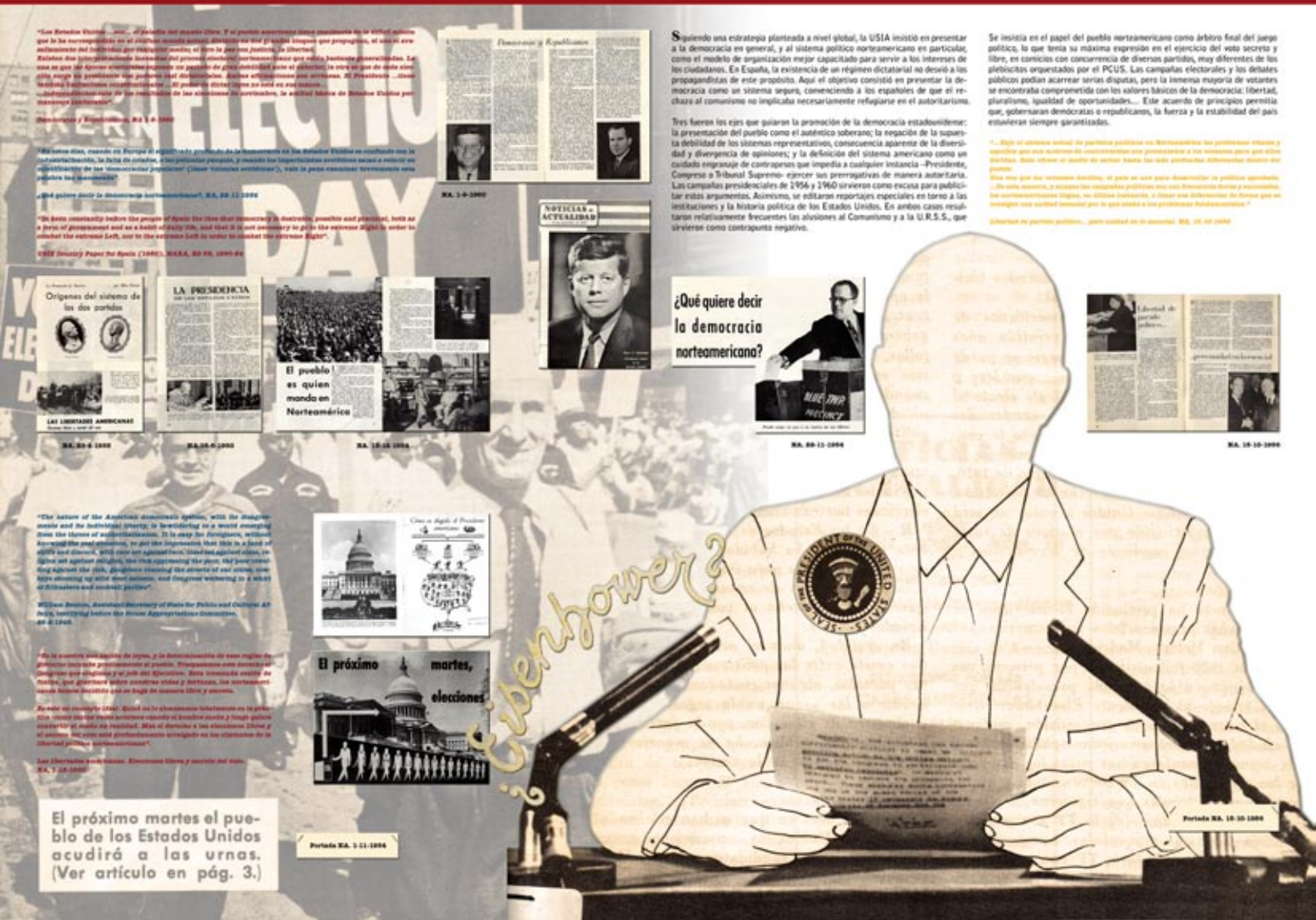
Siguiendo una estrategia planteada a nivel global, la USIA insistió en presentar a la democracia en general, y al sistema político norteamericano en particular, como el modelo de organización mejor capacitado para servir a los intereses de los ciudadanos. En España, la existencia de un régimen dictatorial no desvió a las propagandistas de este propósito. Aquí el objetivo consistió en presentar la democracia como un sistema seguro, convenciendo a los españoles de que el rechazo al comunismo no implicaba necesariamente refugiarse en el autoritarismo.

Tres fueron los ejes que quieren la promoción de la democracia estadounidense: la presentación del pueblo como el auténtico soberano; la negación de la supuesta debilidad de los sistemas representativos, consecuencia aparente de la diversidad y divergencia de opiniones; y la definición del sistema americano como un cuidado engranaje de contrapesos que impedía a cualquier instancia –Presidente, Congreso o Tribunal Supremo- ejercer sus prerrogativas de manera autoritaria. Las campañas presidenciales de 1956 y 1960 sirvieron como excusa para publicitar estos argumentos. Asimismo, se editaron reportajes especiales en torno a las instituciones y la historia política de los Estados Unidos. En ambos casos resultaron relativamente frecuentes las alusiones al Comunismo y a la U.R.S.S., que sirvieron como contrapunto negativo.

Se insistía en el papel del pueblo norteamericano como árbitro final del juego político, lo que tenía su máxima expresión en el ejercicio del voto secreto y libre, en comicios con concurrencia de diversos partidos, muy diferentes de los plebiscitos orquestados por el PCUS. Las campañas electorales y los debates públicos podían acarrear serias disputas, pero la inmensa mayoría de votantes se encontraba comprometida con los valores básicos de la democracia: libertad, pluralismo, igualdad de oportunidades... Este acuerdo de principios permitía que, gobernaran demócratas o republicanos, la fuerza y la estabilidad del país estuvieran siempre garantizadas.

"...Bajo el sistema actual de partidos políticos en Norteamérica los problemas vitales y agudos que son motivo de controversias son presentados a los votantes para que elijan derechos. Este sistema es medio de actuar hasta las más profundas diferencias dentro del partido.
Una vez que los votantes decidan, el país en aire para desarrollar la política apropiada. ...De esta manera, y aunque las campañas políticas son con frecuencia duras y acaloradas, los norteamericanos logran, en última instancia, a lograr sus diferencias de forma que no comprometa con unidad nacional por lo que siendo a los problemas fundamentales."

Libertad de partido políticos... para unidad en lo nacional. RA. 10-10-1956



El próximo martes el pueblo de los Estados Unidos acudirá a las urnas. (Ver artículo en pág. 3.)

15. Las bondades del capitalismo

Norteamérica, país sin lucha de clases

A partir de 1955 la USIA lanzó una intensa campaña en torno al lema People's Capitalism. Multitud de textos, documentales y exposiciones itinerantes intentaron demostrar que la reducción de las desigualdades sociales no implicaba poner fin al sistema económico capitalista. Éste contaba con los elementos necesarios para reformarse a sí mismo de manera continua y progresiva, consiguiendo para los obreros unas condiciones de vida muy superiores a las existentes dentro del bloque soviético.

El modelo económico y laboral norteamericano resultaba, según las publicaciones oficiales, muy superior al comunismo pues conciliaba libertad de empresa, prosperidad y justicia social. Ello era posible gracias a dos factores: el impresionante desarrollo tecnológico alcanzado por sus empresas, y el carácter eminentemente pragmático del movimiento sindical estadounidense. Los adelantos técnicos habían aumentado la producción y bajado los precios de los productos de primera necesidad, además de colocar los aparatos más sofisticados al alcance de la mayoría. Las organizaciones laborales habían contribuido a la prosperidad norteamericana renunciando a la lucha de clases y colaborando con las empresas a cambio de una política de altos salarios. Obreros satisfechos, sociedad de consumo, capitalismo popular, protección social y extensión de la clase media eran pues temas recurrentes.

En España, la USIA incorporó pronto a los trabajadores industriales y de servicios a su lista de grupos de interés. El mensaje emitido debía orientarles hacia un asociacionismo no revolucionario –similar al existente en Norteamérica–, y alejarles del sindicalismo filocomunista amparado por Moscú.

Las publicaciones y documentales patrocinados por el USIS en España insistían en que la norteamericana era una sociedad que desconocía la polarización social, donde las grandes multinacionales tenían más accionistas que empleados. Las fábricas estadounidenses no paraban de aumentar su productividad, pero los frutos de este trabajo eran compartidos por todos. El incremento de los beneficios se había empleado en la constitución de una compleja red de sistemas de protección social: planes de pensiones, seguros de accidentes, enfermedad y desempleo, etc. El obrero norteamericano había reducido progresivamente su jornada laboral, y eso le dejaba suficiente tiempo libre para dedicarse a nuevas formas de ocio, que podía pagar gracias a su sueldo en permanente crecimiento.

Portada de RA. 81-1-1957

"En los Estados Unidos el sueldo de Obrero gana actualmente más de mil veces más que en 1913. Evidentemente, durante un período de los precios de los artículos han subido.
Por fortuna, gracias al aumento de la productividad, los precios se han mantenido en la misma proporción que los salarios, por lo que los salarios actuales permiten comprar al obrero norteamericano dos veces más géneros que hace cincuenta años...
La mayor parte de los obreros norteamericanos empiezan el aumento en cuanto se sigue, sino mas una necesidad o como parte normal de su trabajo de vida".

Obrero gasta en Obrero el obrero norteamericano, RA. 18-10-1962.

"Hungaro reconocía que la rigidez dogmática marxista de lucha de clases, común en Europa, no tenía asiento en una sociedad cambiante y Dada donde las oportunidades de bienestar y mejora social estaban al alcance de todos. "Hace pocos años", escribió, "que Dagul a la conclusión de que necesito el deber de vivir como trabajadores en nuestra sociedad y no de procurar su destrucción y ruina, sino es mayor desarrollo y evolución".

Cuatro Reforma que influyen en las elecciones, RA 19-10-1964

RA. 81-11-1960

RA. 18-8-1960

RA. 84-8-1957

RA. 1-8-1960

RA. 16-10-1959

"La mejora social y económica conseguida en Estados unidos la dificultad del comunismo agrario para la dominación del campesinado agrario es, en el mejor de los casos, una idea negativa. El Cuarto Punto debe representar algo más y mejor que una iniciativa Dana Mugiera. Debemos "convencer" al campesino. Lo que debe hacerse es ayudar a mejorar las condiciones del siglo de Dana que hacen a nuestro campesino de vida, ejemplo vivo de la prosperidad no social del campesino".

RA. 8-8-1952

"PRAGUE (V) - Soviet-bloc official news groups are beginning with the American press, especially the economic and business leading to closer ties with the United States and identifying the U.S. system as being best able to respond to the legitimate aspirations of Russian people, rather than the socialist or communist system".

USIA Country Program 1960

RA. 7-11-1960

"Cien años después, en los Estados Unidos de América sucede algo que Marx no pudo imaginar. ¿La propiedad en manos del pueblo? Sí, son millones. La propiedad en manos de miles, en manos de millones de personas. Millones de personas son dueños de los lugares que trabajan. Millones de personas son dueños de la tierra que trabajan. Millones de personas participan de la ganancia que más quiere Marx: las herramientas de producción.
La profecía de Marx se ha cumplido. ¿Pero qué sucede? Esta parte del sueño de Marx se ha realizado mientras la sociedad del mundo alrededor que él imaginó sufre.
Hoy día cada familia americana dispone virtualmente de un capital en una forma o otra. En este sentido, el sistema norteamericano ha pasado a ser un "capitalismo del pueblo", pues el pueblo goza de reparto de beneficios...

El capitalismo del pueblo, RA. 18-8-1959.

"El capitalismo del pueblo"
RA. 18-8-1959

16. Educación, ciencia y tecnología

Uno de los mejores y más utilizados argumentos de la propaganda norteamericana fue el espectacular progreso científico y técnico del país, fundamento de su desarrollo económico y de su bienestar. El prestigio de sus universidades y centros de investigación superaba entonces al de las clásicas instituciones europeas y atraía de forma creciente a jóvenes de todo el mundo. Asimismo, el sistema de sus colleges, que combinaban exigencia formativa y convivencia participativa se entendía como una forja de ciudadanos del mañana.

Para evitar que el apoyo concedido a la investigación se relacionara con desarrollo de la tecnología militar, se insistió particularmente en el uso pacífico de la energía nuclear y los fines científicos de la carrera espacial. El programa "átomos para la paz" primero, y la "conquista del espacio" después, constituyeron temas estrella en la producción de la USIA. Además, fueron muy frecuentes las noticias sobre contribuciones de diversa índole de la ciencia norteamericana que mejoraban las condiciones de vida, procurando dar a esa labor una dimensión humanista más allá de su relevancia tecnológica.

17. Cultura y entretenimiento

NA. 4-8-1954

NA. 18-10-1954

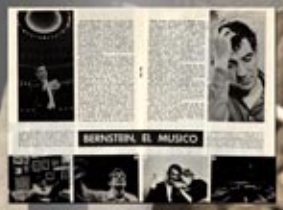
Dayton M. Spaulding, bateador por el Departamento de Estado para enfrentar al Real Madrid de baloncesto. 1956

Otro de los objetivos de la propaganda estadounidense fue contrarrestar el prejuicio según el cual la sociedad norteame- ricana, por su orientación materialista y tecnocrática, era incapaz de generar productos de alto valor cultural. Con ese fin se organizaron numerosas exposiciones internacionales de arte norteamericano coordinadas por el Museum of Modern Art de Nueva York -que sirvieron para promover el expresionismo abstracto-, y giras de las grandes compañías sinfónicas y de ópera que recorrieron los principales países europeos a finales de los años cuarenta y a lo largo de los cincuenta –financiadas en secreto por la CIA-. Ni las exposiciones ni las giras llegaron a España. Tampoco cubrieron este país las actividades, revistas y publicaciones del Congreso para la Libertad de la Cultura. La difusión de la alta cultura estadounidense no fue una prioridad en España. Sólo a partir de 1956 se atendió ese frente con la edición de la revista Atlántica para mostrar sus logros a los sectores intelectuales españoles.

Noticias de Actualidad trató con frecuencia temas relacionados con la literatura, el arte, la arquitectura y otras manifestaciones de la alta cultura estadounidense. Se trataba de demostrar que el estilo de vida americano no se preocupaba sólo por aspectos utilitarios y consumistas, sino que era capaz de producir obras culturales de calidad. También se puso interés en mostrar el aprecio que los norteamericanos sentían por el patrimonio artístico español, simbolizado en el Museo del Prado. No faltaron las referencias a la cultura popular y a los espectáculos de entretenimiento, aunque se evitaron precisamente aquellos aspectos de la cultura estadounidense más populares entonces en España: el star system, el cine de Hollywood, la penetración de determinadas marcas comerciales, la música pop y otros elementos que las responsables de la propaganda oficial consideraban nocivos para la buena imagen del país. En cambio sí que se dio publicidad a diferentes deportes muy populares en Estados Unidos, como el fútbol americano, el béisbol o el baloncesto.

Portada NA. 11-1-1956

NA. 8-7-1954



NA. 15-8-1955

NA. 7-2-1956

Ava Gardner y Frank Sinatra en Madrid. 1-1-1956

18. Visión de España

Imágenes, con una construcción originaria, tomadas en torno a 1950 por agencias norteamericanas que colaboraban con el Plan Marshall, en el marco de su propuesta para documentar el nivel de desarrollo de distintos países de Europa.

Para entender los significados que la imagen propagandística tenía para su público, necesitamos verla en el contexto de la experiencia vivida por sus receptores, con su propio código de valores y junto a otros mensajes. Esta dimensión del efecto propagandístico también fue considerada por sus promotores, conscientes de que a veces el significado captado por los espectadores podía ser muy distinto al original. ¿Cómo percibían los propagandistas la sociedad a la que dirigían sus mensajes? ¿Cuál era su visión de la España de entonces?

La "fotografía documental" se empleó en los Estados Unidos desde los años treinta para mostrar escenas de la vida cotidiana de la gente sencilla. La idea de que "la cámara nunca miente" reforzaba la impresión de que la fotografía era un documento objetivo, no mediatizado por los prejuicios o la interpretación del observador. Sin embargo, los reportajes fotográficos que se hicieron sobre la España de entonces no hacían sino reforzar los clichés más arraigados en la sociedad norteamericana acerca de la forma de ser y de vivir de los españoles. La elección de los temas, la selección de los negativos y, a veces, la preparación de la escena, permitía componer una realidad acorde con las ideas acerca de lo pintoresco y lo característico de la sociedad española.

Los estereotipos sobre España dominantes en los Estados Unidos tenían raíces muy profundas, y habían sido reforzados por las experiencias recientes de la Guerra Civil y la dictadura franquista. Estos estereotipos, construcciones mentales caracterizadas por su rigidez y perseverancia, eran el núcleo de la imagen de los españoles entre los norteamericanos. Como todas las imágenes nacionales, esta se basaba en una serie de convenciones socialmente aceptadas que servían para representarse de forma simplificada la realidad de un país remoto, al que muy pocos tenían acceso directo.

*"Primero, ¿hay los españoles suficientemente aptos para la democracia? ¿No han vivido a los [illegible] y [illegible] una [illegible] [illegible] [illegible]