

Antonio Niño
José Antonio Montero (eds.)

GUERRA FRÍA Y PROPAGANDA

Estados Unidos y su cruzada cultural
en Europa y América Latina

BIBLIOTECA NUEVA

siglo xxi editores, s. a. de c. v.

CERRO DEL AGUA, 248, ROMERO DE TERREROS,
04310, **MÉXICO**, DF
www.sigloxxieditores.com.mx

salto de página, s. l.

ALMAGRO, 38,
28010, **MADRID**, ESPAÑA
www.saltodepagina.com

editorial anthropos / nariño, s. l.

DIPUTACIÓ, 266,
08007, **BARCELONA**, ESPAÑA
www.anthropos-editorial.com

siglo xxi editores, s. a.

GUATEMALA, 4824,
C 1425 BUP, **BUENOS AIRES**, ARGENTINA
www.sigloxxieditores.com.ar

biblioteca nueva, s. l.

ALMAGRO, 38,
28010, **MADRID**, ESPAÑA
www.bibliotecanueva.es

Cubierta: A. Imbert

© Los autores, 2012

© Editorial Biblioteca Nueva, S. L., Madrid, 2012

Almagro, 38
28010 Madrid (España)
www.bibliotecanueva.es
editorial@bibliotecanueva.es

ISBN: 978-84-9940-437-0

Depósito Legal: M- -2012

Impreso en

Impreso en España - *Printed in Spain*

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra sin contar con la autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (arts. 270 y sigs., Código Penal). El Centro Español de Derechos Reprográficos (www.cedro.org) vela por el respeto de los citados derechos.

Índice

ABREVIATURAS	
INTRODUCCIÓN, <i>ANTONIO NIÑO</i> Y <i>JOSÉ ANTONIO MONTERO</i>	
CAPÍTULO 1.—«¡NO, NO SOMOS ASÍ!» EL DESPLIEGUE DE LA CULTURA AMERICANA EN EUROPA DURANTE LA GUERRA FRÍA, <i>Jessica C. E. Gienow-Hecht</i>	
CAPÍTULO 2.—GANANDO AMIGOS: LA DIPLOMACIA PÚBLICA ESTADOUNIDENSE EN EUROPA OCCIDENTAL, 1945-1960, <i>Nicholas J. Cull</i>	
CAPÍTULO 3.—LAS ELITES DE EUROPA OCCIDENTAL Y EL <i>FOREIGN LEADER PROGRAM</i> , 1949-1969, <i>Giles Scott-Smith</i>	
CAPÍTULO 4.—LOS DILEMAS DE LA PROPAGANDA AMERICANA EN LA ESPAÑA FRANQUISTA, <i>Antonio Niño</i>	
CAPÍTULO 5.— <i>FAITH IN THE USA</i> . EL MENSAJE DE LA DIPLOMACIA PÚBLICA AMERICANA EN ESPAÑA, 1948-1960, <i>Pablo León Aguinaga</i>	
CAPÍTULO 6.—OBJETIVO: ATRAER A LAS ÉLITES. LOS LÍDERES DE LA VIDA PÚBLICA Y LA POLÍTICA EXTERIOR NORTEAMERICANA EN ESPAÑA, <i>Lorenzo Delgado Gómez-Escalonilla</i>	
CAPÍTULO 7.—LA PERSPECTIVA LATINOAMERICANA DE LA POTENCIA CULTURAL ESTADOUNIDENSE, <i>Miguel Rodríguez</i>	
CAPÍTULO 8.—EL DESPLIEGUE DE LA DIPLOMACIA PÚBLICA DE LOS ESTADOS UNIDOS EN MÉXICO: DE LA BUENA VECINDAD A LA CAMPAÑA DE LA VERDAD, <i>José Antonio Montero</i>	
CAPÍTULO 9.—BRASIL: DE LA PROPAGANDA NORTEAMERICANA «DESESTABILIZADORA» A LA CONSPIRACIÓN Y EL GOLPE DE ESTADO (1946-1964), <i>Hugo Rogelio Suppo</i>	
CAPÍTULO 10.—REFLEXIONES DE UN TIEMPO PASADO: PROPAGANDA Y CULTURA, <i>Richard T. Arndt</i> .	
BIBLIOGRAFÍA	
NOTA DE AUTORES	

CAPÍTULO 5

FAITH IN THE USA. EL MENSAJE DE LA DIPLOMACIA PÚBLICA AMERICANA EN ESPAÑA, 1948-1960 *

PABLO LEÓN AGUINAGA

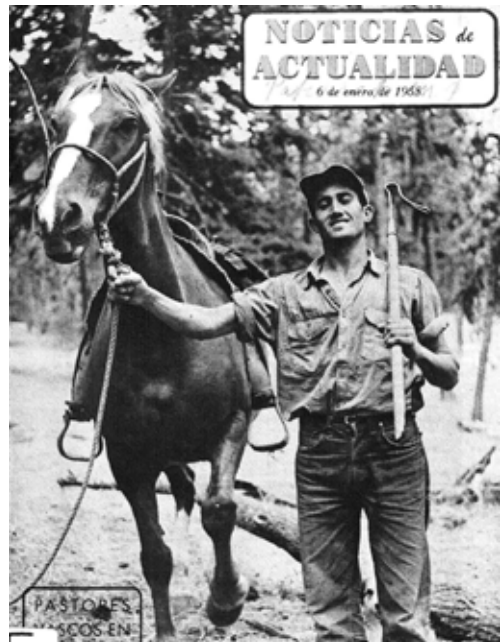
* Este texto se ha elaborado en el marco del proyecto de investigación «Guerra Fría y Propaganda Cultural. Análisis Comparado de la Difusión del Modelo Americano en España, Francia, México y Brasil», Ministerio de Ciencia e Innovación, HUM 2007-66559.

HOW THE U.S. BUILDS FRIENDSHIP WITH OTHER NATIONS

F acts	 Knowledge and information about U.S.
A ppreciation	 Understanding of U.S.
I nterest	 Common concern with U.S.
T rust	 Belief in U.S. and credence in its word
H armony	 Enduring mutual ties with U.S.

«Cómo cimentar la amistad entre los Estados Unidos y otros países». Este panel del Departamento de Estado y la USIA utilizaba el acrónimo FAITH («Fe»), para resaltar los cinco pilares que debían orientar a las labores informativas y culturales de sus funcionarios: «Hechos», «Comprensión», «Interés» y «Armonía» (Fuente: NARA)

«Pastores vascos en América», *Noticias de Actualidad*, 6 de enero de 1958 Las referencias del USIS a la existencia de comunidades de inmigrantes españoles en los Estados Unidos fueron pocas, debido tanto a su escasa relevancia numérica, como a su carácter ampliamente antifranquista. Una excepción la supusieron los pastores vascos y navarros, asentados en las zonas ganaderas del Oeste americano (Fuente: NARA)



En el curso de una reunión entre personal del Departamento de Estado y la *U.S. Information Agency* (USIA) a finales de los años cincuenta, una de las ilustraciones empleadas recordaba mediante un juego de palabras las cinco premisas que debían orientar la labor gubernamental en la proyección internacional de los Estados Unidos de América: *Facts* (para suscitar el estudio y conocimiento del país norteamericano); *Appreciation* (para promover la comprensión de la sociedad y el gobierno estadounidenses); *Interest* (para fomentar el sentimiento de comunidad de intereses con Washington); *Trust* (para sembrar la confianza en América); y *Harmony* (para crear lazos fraternales con el extranjero)¹. La unión de las iniciales de esos cinco términos daba lugar al término *F-A-I-T-H*, que venía a resumir el objetivo global de la acción informativa y cultural americanas: difundir la «fe» en Estados Unidos y el «modelo americano» entre ciudadanos y gobiernos foráneos. Aunque aquella pretensión estaba presente ya en la acción informativa y cultural desplegada por Washington en el exterior durante las dos guerras mundiales, fue durante la Guerra Fría (1947-1991) cuando alcanzó su máximo esplendor.

El conflicto bipolar que mediatizó las relaciones internacionales durante la segunda mitad del siglo xx fue en buena medida una carrera de prestigio entre dos modelos antagónicos de organización socio-política y desarrollo humano liderados por Estados Unidos y la Unión Soviética. A pesar de lo que se pueda pensar hoy, el país americano no siempre llevó la delantera. De hecho, ante importantes segmentos de la población mundial inició la contienda a rebufo debido a tres factores: el profundo descrédito del liberalismo tras la II Guerra Mundial (1939-1945), a la que se había llegado tras una larga época de turbulencias económicas y políticas en el mundo occidental; el prestigio popular de los movimientos comunistas en muchos países debido a su liderazgo en la resistencia antifascista y anti-japonesa; y el reforzado crédito de una victoriosa Unión Soviética. Si además se tiene en cuenta la existencia ya en aquel momento de prejuicios *antiamericanos* en buena parte de las regiones «en disputa», singularmente en Europa occidental y Latinoamérica, el cli-

¹ «How the U.S. Builds Friendship with Foreign Nations», 1958, NARA, Still Pictures, RG 59-G, Box 34.

ma de opinión para los intereses americanos en aquellas regiones dejaba bastante que desear en la inmediata posguerra². Pese a las reticencias de buena parte de la opinión pública y de la clase política estadounidense (véase el capítulo de Nicholas Cull), el ejecutivo en Washington decidió tomar cartas en el asunto. El gobierno de Estados Unidos no solo no iba a eludir la batalla ideológica planteada por sus antagonistas en Moscú, sino que a partir de entonces iba a convertir la promoción activa del «modelo americano» en un elemento más de su acción exterior. También de su política hacia el estado «paria» por excelencia en la Europa occidental de posguerra: la España franquista.

El régimen dictatorial del General Francisco Franco se había legitimado de puertas adentro a partir de un ideario ultranacionalista, ultraconservador y antiliberal que, en sus orígenes, se había contrapuesto explícitamente al modelo social, político y económico representado por Estados Unidos. De hecho, el variado sustrato ideológico del franquismo —fascismo, nacionalismo ultramontano y catolicismo reaccionario— había encontrado en el *antiamericanismo* uno de sus principales puntos de convergencia. El rechazo y la desconfianza hacia el gigante americano derivaban de dos frentes argumentales: el supuesto «materialismo» de aquel país, cajón de sastre que servía para rechazar desde la democracia liberal hasta su producción cultural, pasando por la economía de consumo; y el «imperialismo» *yankee*, desencadenante del «desastre» de 1898 y contrapuesto a la labor «civilizadora» y «evangelizadora» del difunto imperio español³. Que el régimen franquista buscara la ayuda de la potencia democrática, capitalista e interconfesional por excelencia, que además había luchado codo con codo con la Unión Soviética durante cuatro largos años, debió resultar un trago difícil de digerir para sus adeptos más entusiastas. Empero, la recompensa inmediata de tal acercamiento (fortalecimiento doméstico del régimen franquista y rehabilitación parcial de España en el ámbito occidental) parecía justificar el alto precio a pagar, especialmente desde una óptica nacionalista (pérdida de soberanía, subordinación internacional y estratégica de España)⁴.

El vínculo hispano-estadounidense auspiciado por la Guerra Fría fue peor acogido en los círculos de opinión antifranquista. A diferencia de la Guerra Civil, cuando el clamor por la falta de solidaridad de las democracias occidentales con el régimen constitucional republicano apuntó principalmente a Londres y París, Washington concentró ahora las iras de aquellos grupos que demandaban la presión internacional para desalojar del poder al General Franco. En realidad, el oportunismo, la incongruencia y el desequilibrio que caracterizaron la alianza sellada en los convenios hispano-estadounidenses de Madrid de 1953 no pasaron desapercibidos a casi ningún observador, tampoco a aquellos elementos más escépticos y menos ideologizados de la sociedad española. En consecuencia, la imagen que la mayor parte de los españoles tenían de los Estados Unidos, cualesquiera fuese su tendencia política, quedó en entredicho. Con el doble objetivo de asegurar los réditos inmediatos del acercamiento bilateral sin alimentar secuelas de opinión en España que los pusiesen en peligro a medio y largo plazo, Washington decidió intensificar y diversificar su acción informativa y cultural en el país.

² Leffler y Westad (2010).

³ Fernández (2006). El capítulo de Antonio Niño profundiza en aquellos prejuicios.

⁴ Viñas (2003).

El despliegue propagandístico del gobierno americano durante este periodo no representó una novedad en sí mismo para los españoles. La actividad informativa estadounidense en el país, si bien con menor intensidad, había sido ininterrumpida desde la primavera de 1941 debido a la Segunda Guerra Mundial. En noviembre de 1942, la segunda Casa Americana de los Estados Unidos en el viejo continente abrió sus puertas en Madrid⁵. El año siguiente, el Profesor John Van Horne se convirtió en el primer Agregado Cultural de los Estados Unidos en Europa. Tras alcanzar un desarrollo y audiencias notables durante el bienio 1945-1946, el esfuerzo propagandístico regresó a cotas menores el año siguiente debido a la incertidumbre en las relaciones bilaterales y el recorte posbélico de medios destinados a la diplomacia pública en Washington. El inicio de la Guerra Fría y el consiguiente acercamiento bilateral acudieron al rescate. La reapertura de la Casa Americana de Madrid en noviembre de 1948 (tras permanecer clausurada por un año) inauguró década y media de continua expansión en la acción y ambición informativa y cultural del gobierno estadounidense en España.

El propósito de este capítulo es analizar los mensajes elegidos por los gobiernos de los presidentes Truman (1945-1953) y Eisenhower (1953-1961) para explicar sus políticas a los españoles, ganar su confianza y predicar la «fe» en Estados Unidos en el marco del acercamiento bilateral propiciado por el comienzo de la Guerra Fría en 1947. Se dividirá su estudio en tres grandes grupos: aquellos orientados a divulgar la empatía y vínculos entre ambos pueblos (*el amigo americano*); aquellos destinados a demostrar y enaltecer el liderazgo y fortaleza internacional de Estados Unidos (*el liderazgo americano*); y aquellos que buscaban predicar el éxito del sistema socio-político americano a partir de la apología de su historia y realidad humana, cultural y espiritual (*el modelo americano*). En cada apartado se delinearán los principales subtemas abordados para trasladar aquellos mensajes, poniéndose el énfasis analítico en los cambios de intensidad y enfoque en su tratamiento en relación con la coyuntura española, bilateral e internacional, así como en las audiencias elegidas y en los medios, programas y canales empleados con tal objetivo. Del mismo modo, se evaluará hasta qué punto esos mensajes debieron adaptarse en su intensidad y formulación a las principales particularidades del país respecto al entorno occidental⁶: el carácter dictatorial de su sistema político; la exclusión española del Plan Marshall, de la OTAN y del incipiente proceso de integración europea; la ausencia de canales propagandísticos soviéticos en el circuito informativo y periodístico legal; la omnipresencia de la Iglesia Católica; un fuerte anticomunismo social que hundía sus raíces en la mitología de vencedores y vencidos sobre la reciente Guerra Civil; el bajo nivel educativo de la población; y una nefasta gestión económica de corte autárquico que alejó a España del tren de la recuperación al que se subió la mayor parte de Europa occidental en los años cincuenta.

⁵ La Casa Americana era la sede de los servicios informativos y culturales estadounidenses, véase León (2009). Esa denominación, primeramente utilizada en Londres, se extendió en la posguerra al resto de Europa. Véanse los capítulos de Gienow-Hecht y Cull.

⁶ Para los mensajes «globales» de la diplomacia pública norteamericana durante el periodo, Osgood (2006), Cull (2008) y Belmonte (2008).

TABLA 1.—LOS CANALES DE LA DIPLOMACIA PÚBLICA AMERICANA EN ESPAÑA, 1948-1960

a 31/XII de	1948	1950	1952	1954	1956	1958	1960
<i>Voice of America</i> -España: emisiones — en español — en inglés	Sí —	Sí —	Sí —	Sí —	— Sí	— Sí	— Sí
USIS-España: sedes — Bibliotecas/Casas Americanas — Centros binacionales	1 —	4 —	5 —	5 —	7 —	4 1	4 2
USIS-España: publicaciones propias — Revistas miscelánea — Revistas especializadas (medicina, cultura) — Panfletos y folletos	1 — —	2 1 Sí	1 1 Sí	1 1 Sí	2 2 Sí	2 1 Sí	2 1 Sí
USIS-España: cooperación con medios locales — Prensa escrita — Radios privadas — Radio Nacional de España — NO-DO y Televisión Española (creada en 1956)	Sí Sí — —	Sí Sí Sí —	Sí Sí Sí Sí	Sí Sí Sí Sí	Sí Sí Sí Sí	Sí Sí Sí Sí	Sí Sí Sí Sí
USIS-España: eventos — Proyecciones cinematográficas (documentales) — Participación en Feria Internacional de Barcelona — Organización de conferencias, conciertos, etc. — Organización de «Semanas Norteamericanas» — <i>Cultural Presentations Program</i>	Sí Sí — — —	Sí Sí Sí — —	Sí Sí Sí — —	Sí Sí Sí Sí —	Sí Sí Sí Sí Sí	Sí Sí Sí Sí Sí	Sí Sí Sí Sí Sí
USIS-España: promoción del libro americano — <i>Book Translation Program</i> — <i>Informational Media Guarantee Program</i>	— —	— —	Sí —	Sí —	Sí Sí	Sí Sí	Sí Sí
Programas de intercambio y formación de capital humano — <i>Foreign Leader Program</i> — Educational Exchange Program — Technical Exchange Program — Military Assistance Training Program — <i>Fulbright Program</i>	— — — — —	— — — — —	Sí Sí — — —	Sí Sí Sí — —	Sí Sí Sí Sí —	Sí Sí Sí Sí —	Sí Sí Sí Sí Sí

Fuentes: León (2009); Delgado (2009).

El trance ideológico que generó en el seno del gobierno Truman el acercamiento al franquismo tuvo fiel reflejo en la acción informativa y cultural desplegada por el U.S. Information Service (USIS) en España durante la inmediata posguerra. Todavía en la primavera de 1950, Washington recordaba a sus representantes en España la necesidad de «dejar clara nuestra simpatía por el pueblo español, a diferencia de su presente forma de gobierno», aunque «sin expresar desaprobación o disgusto hacia él de manera gratuita»⁷. No extraña pues que *Noticias de Actualidad*, el boletín informativo semi-semanal distribuido por el USIS entre la prensa local y determinados individuos desde finales de 1948 (con una tirada de un millar de ejemplares), no incluyese mención alguna a las relaciones bilaterales hasta finales de 1950 (cuando la distribución sobrepasó los siete mil ejemplares). Y aun entonces, se procuró mantener una distancia considerable respecto al régimen en el poder, como cuando por ejemplo se argumentó que el apoyo de Washington al levantamiento de la condena diplomática impuesta por las Naciones Unidas «no constituye ninguna aprobación de las políticas o prácticas del gobierno español; indica simplemente nuestro deseo, en interés del debido intercambio internacional, de volver a la práctica normal intercambiando representaciones diplomáticas»⁸. Similar o incluso más displicente fue el tratamiento dado al franquismo en las emisiones radiofónicas de la *Voice of America* (VOA) para España, relanzadas en 1948 tras un breve paréntesis posbélico, y ampliadas a cuarenta y cinco minutos diarios desde principios de 1951. La denuncia de su sistema de gobierno encontró eco en sus programas en fecha tan tardía como el 6 diciembre de 1951, cuando tras informarse sobre unas declaraciones del delegado nacional de los sindicatos verticales sobre una posible invitación al país para sindicalistas americanos, el locutor recordaba a sus oyentes españoles, muchos de ellos todavía antifranquistas, «que los sindicatos obreros norteamericanos rechazaron otras invitaciones similares en países en que existe un régimen dictatorial»⁹.

Las dudas y medias tintas en el tratamiento informativo de las relaciones bilaterales solo desaparecieron por completo a partir de 1952. Previamente, gestos como el restablecimiento en 1951 del préstamo regular de contenidos informativos al noticiario estatal NO-DO, o el inicio de colaboraciones con la también estatal Radio Nacional de España, ya habían apuntado en esa dirección (tabla 1)¹⁰. Empero, durante los años posteriores los escrúpulos ideológicos dejaron su huella en la política adoptada por el National Security Council (NSC) respecto a la España franquista (guiada por los NSC 5418/1 de abril de 1954, NSC 5710/1 de mayo de 1957 y NSC 6016/1 de octubre de 1960), que siempre recogió el propósito de «evitar la identificación con

⁷ «USIE Country Paper for Spain», 27-IV-1950, pág. 2, NARA, RG 59, 511.52-4-2750.

⁸ «Las Naciones Unidas rectifican su posición respecto a España», *Noticias de Actualidad*, 2-XI-1950, pág. 1. Sobre las publicaciones del USIS en España a lo largo del periodo, León (2009).

⁹ «Spanish. ¾ hour to Spain. Thursday 12/6/1951», NARA-NE, RG 306, VOA Transcripts, 1948-1954, box 236.

¹⁰ El préstamo de contenidos filmados al NO-DO, instaurado durante la II Guerra Mundial para contrarrestar el dominio germano en ese frente propagandístico, había sido interrumpido de forma unilateral por parte americana a comienzos de 1946 debido a la incertidumbre sobre las relaciones bilaterales, véase León (2010, pág. 417).

toda política del gobierno español no requerida en la efectiva implementación de los acuerdos bilaterales»¹¹. La dificultad para mantener ese equilibrio se tradujo en la imposición de un silencio informativo sobre la situación interna del país. Los oyentes de la VOA pronto denunciaron esa deriva, que contrastaba con la atención prestada por la BBC y las emisoras clandestinas antifranquistas. La desventaja competitiva resultante, unida a las bajas cifras de audiencia (estimadas en un máximo de ciento cuarenta mil oyentes en 1954) y las perennes dudas sobre su efectividad, precipitaron la cancelación de las emisiones en español en septiembre de 1955¹². A partir de entonces, la emisora señora del gobierno estadounidense solo emitió programas en inglés (y esperanto) para España, lo que probablemente redujo su capacidad de influencia política a cotas insignificantes, pero al mismo tiempo incidió en la política del USIS de privilegiar a las élites conservadoras en su acción (como consecuencia del exilio provocado por la Guerra Civil, aquellos que dominaban el inglés representaban más que nunca a ese sector social).

Significativamente, la decisión de acabar con las emisiones en español de la VOA fue adoptada tras desestimarse una oferta del gobierno español para retransmitir los programas de aquélla a través de la estatal Radio Nacional de España (abaratando su coste y multiplicando su alcance), propuesta que incluía su exención de la censura. La principal razón argüida por los detractores de ese posible acuerdo en el debate interno sostenido entre la USIA y el Departamento de Estado fue que semejante gesto era claramente «incompatible con la política fijada por el NSC hacia España de evitar cualquier identificación con las políticas del gobierno español no requerida para la efectiva implementación de los acuerdos bilaterales»¹³. Es decir, la diplomacia pública americana se auto-impuso límites en su relación con el régimen franquista: una cosa era ceder programas a los medios locales, oficiales o no; y otra fusionar los canales propios con los de la propaganda franquista. Por supuesto, que los españoles (y la opinión pública americana) estuviesen dispuestos a interpretar esa negativa como prueba de distanciamiento sincero respecto al franquismo ideológico era más que cuestionable.

También de manera representativa, si bien el USIS optó por eliminar cualquier crítica del régimen español de sus contenidos a partir de 1952, nunca pasó a hacer apología activa del franquismo. La imagen del General Franco, por ejemplo, solo apareció en uno¹⁴ de los casi trescientos números de *Noticias de Actualidad* publicados entre mayo de 1952, cuando la publicación adquirió formato de revista y alcanzó una distribución de veintidós mil ejemplares, hasta junio de 1963, cuando dejó de editarse. Las escasas referencias a su figura adoptaron la fórmula aséptica de «Jefe del Estado». Sin lugar a dudas, el mayor gesto publicitario de apoyo al

¹¹ “Outline Plan of Operations with Respect to Spain (NSC 5418/1)”, 5-IX-1956, NARA, RG 59, Regional and Country Operational Files, 1953-1961, box 32. Véase también *Foreign Relations of United States* (1987, págs. 1978-1989), (1992, págs. 585-589) y (1993, págs. 781-793).

¹² «Voices to America. A Content Report of the Letters from Germany, Austria, Italy, France and Spain», 2-VIII-1951, págs. 127-152, HSTL, Papers of Charles Hulten, box 17; «U.S. Radio Broadcasting in Spain», 25-VI-1954, págs. 2-7, DDEL, White House Office, NSC Staff, Papers, 1948-1961, OCB Central Files, box 3, junio de 1954.

¹³ Departamento de Estado a Embajada en Madrid, 19-VII-1955, pág. 2, RG 59, Bureau of Public Affairs, Subject files of the Policy Plans and Guidance Staff, 1946-1962, box 76.

¹⁴ «El Embajador Lodge presenta sus credenciales», *Noticias de Actualidad*, 18-IV-1955, págs. 8-9.

**CUANDO
"IKE"
VISITO
A
ESPAÑA**

[205]

En 1958, los estrategas en Washington determinaron la necesidad de «continuar proyectando nuestra presencia y programas en términos de su beneficio para el individuo español, a través de la mejora de su nivel de vida y oportunidades, y a través de la protección que obtiene del esfuerzo defensivo conjunto»¹⁶. Aquel párrafo resumía perfectamente el espíritu que presidió la exposición de los parabienes de la alianza bilateral desde la firma de los Pactos de Madrid, una constante en el esfuerzo comunicativo estadounidense ante las elites progubernamentales y el conjunto de la población. Para entonces, los propagandistas americanos habían resuelto el gran problema inicial planteado en la formulación de aquel relato, solucionado con el destierro a partir de febrero de 1956 del término «ayuda» —y su reemplazo por el de «cooperación»— a la hora de catalogar los programas de asistencia económica, técnica y militar. Aunque tal decisión se precipitó en España tras detectarse la creciente susceptibilidad de los sectores más nacionalistas hacia el tono paternalista de la propaganda americana (y de las etiquetas en los cargamentos de ayuda), en realidad se enmarcaba dentro del contemporáneo lavado de imagen que la administración Eisenhower realizó de la proyección de sus programas de ayuda exterior¹⁷.

Las ventajas derivadas del acercamiento bilateral y los pactos de 1953 para España se presentaron en dos grandes bloques: el estratégico-militar de un lado; y el económico, formativo y humanitario de otro. *Noticias de Actualidad*, *Boletín de Radio* y los programas de intercambio militar, técnico y educativo fueron los principales canales empleados para transmitir ese mensaje, en contraste con su modesta presencia en el programa cinematográfico, donde se priorizó —por razones presupuestarias— la cesión de imágenes al NO-DO y a Televisión Española (sobre la construcción de las bases, el reparto de alimentos, la entrega de armamento, etc.), antes que el rodaje de películas propagandísticas. La colaboración entre el monopolio cinematográfico y el USIS alumbró las escasas excepciones al respecto: *Historia de un oleoducto*, sobre la construcción del primer oleoducto del país, el que conectaba las bases de Rota y Zaragoza; *Lazos a través del mar*, sobre la ayuda económica y técnica americana; y *La era de los reactores en España*, «dedicado al programa de cooperación aérea y construcción de bases conjuntas hispano-norteamericanas en España»¹⁸.

El frente político-militar, considerado muy adecuado para llegar a los segmentos más nacionalistas del franquismo, fue abordado durante el periodo desde la idea de la «reincorporación» española a la comunidad atlántica. Ese mensaje se formuló a través de referencias a las relaciones del país con aquellos organismos internacionales en los que acabó ingresando España gracias al apoyo americano (Naciones Unidas en 1955; Fondo Monetario Internacional en 1958; Organización Económica de Cooperación Europea en 1959), así como resaltándose la alianza militar bilateral en el marco de la contribución española a la defensa occidental. Mientras los beneficios políticos para España recibieron una cobertura permanente aunque de baja intensidad en *Noticias de Actualidad* y *Boletín de Radio*, la visibilidad de la cooperación militar en aquellas publicaciones fue escasa inicialmente, constreñida a las estancias formativas de mili-

¹⁶ «OCB Report on Spain (NSC 5710/1)», 19-XI-1958, págs. 4-5. DDEL, White House Office, Office of the Secretary of National Security Affairs, NSC Series, Policy Papers Subseries, box 18.

¹⁷ USIA (1957, pág. 4)

¹⁸ USIS-España (1961), pág. 70. Esta cinta se rodó a finales de los cincuenta; las dos anteriores entre 1954 y 1956, véase León (2010, págs. 420-432).

tares españoles en el extranjero en el marco del Convenio de Mutua Defensa sellado en septiembre de 1953 (tabla 1). A partir de 1957, sin embargo, aumentaron considerablemente las alusiones a la tecnología y el material militar obtenido por el Ejército español, dando lugar a tres monográficos sobre el particular en *Noticias de Actualidad* (tabla 2). La razón de ese nuevo énfasis no era otra que la constatación de un malestar generalizado en la oficialidad local justo cuando las bases americanas comenzaban a ser operativas. Muchos militares españoles consideraban, con razón, que el volumen y antigüedad del armamento recibido no estaban a tono con los riesgos estratégicos asumidos por el país con la construcción de las bases¹⁹. Probablemente, sin embargo, la Guerra del Ifni (1957-1958) echó por tierra los efectos positivos de esta mini-campaña. Aquella guerra, hoy casi olvidada, se convirtió en un calvario para el Ejército español, que no pudiendo utilizar el armamento americano debido al veto de Washington (Marruecos era su principal aliado en el Norte de África), tuvo que recurrir como antaño a la colaboración francesa. ¿De qué servía aquel material si no podía ser empleado en el único escenario donde la soberanía española estaba claramente amenazada?

TABLA 2.—EL MENSAJE AMERICANO EN LAS PORTADAS DE *NOTICIAS DE ACTUALIDAD*,
 1953-1960

	1953-1954	1955-1956	1957-1958	1959-1960	1953-1960
EL AMIGO AMERICANO	15	16	6	4	41 (10)
— Lazos históricos y culturales	5	7	2	1	15
— Ayuda económica y técnica	2 (1)	4 (2)	2 (2)	2 (2)	10 (7)
— Ayuda militar	1	—	2 (2)	1 (1)	4 (3)
— Españoles en USA	1	3	—	—	4
EL LIDERAZGO AMERICANO	17	6	7	8	37 (3)
— Científico	6	4 (1)	6	3	19 (1)
— Internacional	6	2 (1)	—	1	9 (1)
— Anticomunismo	3	—	1 (1)	1	4 (1)
— Militar	1	—	—	2	3
— Productivo	1	—	—	1	2
LA REALIDAD AMERICANA	49	52	29	28	156 (9)
— Arte y cultura	11	20 (1)	7	3	41 (1)
— Paisaje y gentes	6 (1)	3	12	14	35 (1)
— Ocio y deporte	5	8 (1)	2	2	17 (1)
— Gobierno y política	10	3 (1)	1	2	15 (1)
— Educación e infancia	4	7 (2)	1	—	12 (2)
— Religión y tradición	3	4 (1)	2	2	11 (1)
— Mujer	6 (1)	2	—	1	9 (1)
— Historia	2	1	1	3	7
— Cuestión racial	1 (1)	2	2	—	5 (1)
— Trabajo y empresa	1	2	1	1	5

Fuente: elaboración propia. Números monográficos sobre el total entre paréntesis.

¹⁹ «OCB Report on Spain (NSC 5710/1)», Annex A, pág. 8.

El esfuerzo comunicativo en el frente económico, humanitario y educativo fue mucho más constante, ya que desde 1953 fue considerado el plato fuerte a la hora de convencer a los círculos pro-gubernamentales y el mayor número de españoles posible de los réditos que iba a deparar la alianza con Estados Unidos. La preparación de exposiciones sobre la cooperación bilateral y la permanente presencia del asunto en las páginas de *Noticias de Actualidad*, que dedicó al menos un monográfico anual al particular desde 1954 (tabla 2), no dejaba duda de la importancia concedida a ese mensaje. Asimismo, la creación de *Boletín de Radio* en septiembre de 1956 se debió en buena medida al deseo de que los medios españoles se hiciesen mayor eco de la ayuda americana, ya que a ojos de la Embajada las autoridades locales no hacían lo suficiente al respecto²⁰. Por orden de importancia, los subtemas más relevantes para dar forma al mensaje americano en este ámbito fueron los múltiples programas de formación de capital humano puestos a disposición de los españoles (tabla 1); la modernización de las grandes infraestructuras de transporte en España (puertos, carreteras y aeropuertos); el desarrollo del sector energético español, especialmente en materia hidráulica y nuclear (resultante del acuerdo de cooperación civil en materia atómica sellado en 1955); el aumento de la productividad del campo (ligado a la importación de abonos y maquinaria financiada por la ayuda americana); y el impulso a sectores específicos con gran potencial de crecimiento como el acero, el calzado, el turismo o la industria textil gracias a las «misiones de productividad» y los métodos de gestión y tecnología ofrecidos por Estados Unidos a España²¹.

Los programas especiales diseñados en Washington para coordinar la labor humanitaria de Estados Unidos en el exterior crearon el marco adecuado para explotar propagandísticamente los repartos de alimentos realizados periódicamente en España a través de la *National Catholic Welfare Conference* y su equivalente española, *Cáritas*, a partir de 1953. La intervención de medios y efectivos militares americanos (y maquinaria destinada a la construcción de las bases) para paliar los desastrosos efectos de las devastadoras inundaciones sufridas por Valencia en octubre 1957, también fue instrumentalizada en un modo similar, tanto en las páginas de *Noticias de Actualidad*, como a través de la cesión de imágenes al NO-DO y Televisión Española. En una línea similar, los regimientos estacionados en España llevaron a cabo sus propios programas humanitarios y de beneficencia, que incluyeron desde la organización de Cabalgatas de los Reyes Magos en barriadas populares de Madrid (como Vallecas) y otras capitales cercanas a las bases, hasta la entrega de juguetes a niños hospitalizados por un Papa Noel que descendía de alguno de los muchos navíos de la VI flota, que desde 1951 atracaban de manera habitual en ciudades como Barcelona, Valencia o Palma de Mallorca.

Al contrario que en otros países del entorno, y a pesar de la renuente colaboración de las autoridades locales, varios informes defendieron la efectividad de esas campañas a la hora de enviar un mensaje de buena voluntad a la población local²². Esa lec-

²⁰ «Program Review of US Activities in Spain», 7-X-1956, NARA, RG 59, Bureau of European Affairs, Office of Western European Affairs, Office of the Officer in Charge of French-Iberian Affairs, Subject Files Relating to Spain and Portugal, 1942-1958, págs. 8-9, box 8.

²¹ Álvaro (2011).

²² «Final Report on Christmas-West Project», 15-VI-1954, pág. 8; DDEL, White House Office, NSC Staff, Papers, 1948-1961, OCB Central Files, box 123; «Final Report on the Activities of the Special Wor-



Noticias de Actualidad, editada por el USIS en España, tardó mes y medio en hacerse eco de la visita del Presidente Eisenhower al general Franco, en diciembre de 1959. Cuando recogió el acontecimiento, acompañó la noticia con la imagen del mandatario norteamericano entregando un regalo a la niña española Rosa María Jiménez Calvo

Eisenhower asiste a Misa



EL Presidente Eisenhower ha oído una misa especial celebrada en la catedral de San Mateo, de Washington, y dedicada a jueces y abogados.

Conocida por el nombre de Misa del Espíritu Santo, esta misa se instituyó en Europa hace 700 años para conmemorar la apertura del período de sesiones de los tribunales.

El Presidente, que asistió a la misa por invitación del Arzobispo de Washington, Patrick O'Boyle, iba acompañado por su esposa y por Bernard M. Shanley, consejero especial de la Casa Blanca y destacada personalidad católica.

Asistieron también a la ceremonia el Presidente del Tribunal Supremo de los Estados Unidos, Earl Warren; el Administrador General de Correos de la nación, Arthur Summerfield; el jefe de la mayoría republicana en el Senado, William F. Knowland; el líder de la minoría demócrata en la Cámara de Representantes, John W. McCormack, y un grupo de senadores y miembros de la Cámara.

En la foto vemos al Presidente con el Arzobispo después de la misa.

«Eisenhower acude a misa», *Noticias de Actualidad*, 29-03-54. Uno de los tópicos que intentó contrarrestar el USIS en España fue la supuesta marginación del catolicismo en los Estados Unidos. En la imagen se ve al Presidente de los Estados Unidos con el Arzobispo de Washington DC, Patrick O'Boyle, a la salida de la Catedral San Mateo

tura positiva contrastaba sin embargo con las suspicacias que los repartos de alimentos despertaron entre muchos españoles. Por ejemplo, la petición de explicaciones sobre las «verdaderas» intenciones que motivaban los repartos fue una constante en el apartado de cartas al director de *Noticias de Actualidad*, inaugurado en marzo de 1953. Las demandas al respecto solo fueron superadas en número y mordacidad por las relativas a la ayuda americana en su conjunto (y por ende a la naturaleza del vínculo bilateral). Así, mientras algunos lectores confesaban en voz alta que «no es fácil de suponer que sea generosidad espontánea y filantrópica lo que lleve al contribuyente americano a aceptar grandes dispendios», otros, alarmados por la inflación galopante que caracterizó la segunda mitad de los años cincuenta, se preguntaban si «¿puede agradecerse este apoyo, interesado al fin y al cabo, que lleva camino de arruinar al país debido al excesivo esfuerzo económico que está haciendo por seguir las normas norteamericanas?»²³. Que el USIS optase por publicar este tipo de reacciones críticas no era sino un ejemplo de transparencia cuya fuerza simbólica difícilmente pasó desapercibida, pero que al mismo tiempo reflejaba la compleja situación con la que tenían que lidiar los diplomáticos estadounidenses.

La justificación de los lazos entre España y Estados Unidos tuvo como grandes líneas argumentales la exaltación de los vínculos históricos y culturales entre ambas sociedades. La huella española en América del Norte ofrecía una buena oportunidad de llegar a los sectores pro-franquistas, grupo de población que mantenía una visión idealizada del pasado colonial de su país. La vía elegida para hacerlo sin abrir viejas heridas (en aquellos sectores todavía escocía la guerra de 1898), fue subrayando el papel pionero de España en el descubrimiento y evangelización del hemisferio occidental. Los editores de *Noticias de Actualidad* explotaron el tema machaconamente a partir de 1950, con múltiples artículos sobre Cristóbal Colón (evitándose siempre la polémica sobre su origen), el religioso mallorquín Fray Junípero Serra (fundador de las misiones españolas más importantes en la Alta California) o la estela española en varias regiones de Estados Unidos (principalmente en California, Nuevo México y Florida). Buena muestra la representaron artículos como «Labradores de origen español en Estados Unidos», «Santos de la Norteamérica hispana» o «En una capilla española se dijo la primera misa en Norteamérica»²⁴; documentales adaptados al público español como *El rosario de las misiones* y en *En un lugar de América*; y eventos artísticos como la representación en la Casa Americana de Madrid de una pieza de ballet ambientada en la California española por parte de los bailarines David Lichine y Tatiana Riabouchinka (febrero de 1954). El propio uso de «Norteamérica» para referirse al territorio estadounidense por parte del USIS (con la excepción de las Casas Americanas) fue en sí mismo un gesto en deferencia a la tradicional susceptibilidad española ante lo que se consideraba una «apropiación» indebida del nombre «América» por parte de Washington, recelo todavía vigente hoy en día.

Los puentes humanos y culturales entre ambos países ofrecieron un frente más atractivo si cabe, pues permitían afirmar la vigencia y supuesta vitalidad de los lazos entre ambas sociedades. Pero también podrían ser fuente de problemas fruto de la vigencia de

king Group on Disaster Relief for Europe and the Middle East”, 12-VI-1956, págs. 4-7, DDEL, White House Office, NSC Staff, Papers, 1948-1961, OCB Central Files, box 113.

²³ «Pongámonos de Acuerdo», *Noticias de Actualidad*, 15-IX-1958, págs. 30-31.

²⁴ *Noticias de Actualidad*, 31-X-1950, pág. 2; 12-VII-1954, pág. 11; 9-I-1956, pág. 6.

prejuicios mutuos así como de la susceptibilidad cultural de unos y otros. No extraña por lo tanto que la conversión de España en destino turístico habitual para estadounidenses adinerados durante los años cincuenta recibiese una atención marginal por parte del USIS²⁵. El tratamiento informativo de aquella realidad adquirió un tono aséptico que se centraba en los beneficios económicos generados por la actividad. La razón de tal modestia era doble. Primero, la posición privilegiada de aquellos turistas (entre los que sobresalían numerosas estrellas de Hollywood)²⁶, que chocaba con el objetivo declarado del USIS de presentar a los españoles al «americano medio»²⁷. Segundo, reducir el eco de los malentendidos y encontronazos provocados por las diferencias y prejuicios culturales de unos y otros, que llegaron a colarse en algunas de las viñetas publicadas por *Noticias de Actualidad* entre 1955 y 1958, de firma española. En realidad, el tratamiento fue similar al adoptado en aquellos países europeos que recibieron un gran volumen de turistas americanos durante el periodo. De hecho, en un momento dado la administración Eisenhower buscó encauzar los efectos propagandísticos derivados de los desplazamientos vacacionales de sus conciudadanos a través del *People to People Program*, editando guías del «buen turista» que buscaban concienciar a sus destinatarios de la necesidad de cuidar el buen nombre de su país para hacer frente a la amenaza soviética²⁸.

Más problemática potencialmente fue la presencia de miles de militares americanos (en su mayor parte jóvenes varones de religión protestante) en España a partir de septiembre de 1953, quienes forzosamente iban a entrar en contacto con las costumbres y la población local. Los tempranos matrimonios resultantes obligaron al USIS a buscar una respuesta imaginativa destinada a evitar susceptibilidades. La fórmula elegida fue caracterizada por la popular novela radiofónica «Bob y María», producida por el USIS en colaboración con Radio Nacional de España, y emitida con éxito entre febrero de 1954 y comienzos de los sesenta por las redes de emisoras de la radio pública y el grupo Unión Radio. Publicitada inicialmente como un programa de «clases de inglés», sus protagonistas, un militar americano (interpretado por un oficial de la Embajada de Estados Unidos) y su mujer española (interpretado por la actriz María del Carmen Goñi), se embarcaban en sucesivos viajes por la geografía y las costumbres americanas con el objetivo de trasladar a los hogares españoles la idea de que los modos de vida y gentes de ambos países eran más que compatibles a pesar de las lógicas diferencias culturales. Con ese mismo fin se potenció un extenso programa de «Semanas Norteamericanas» a partir de 1954, organizadas conjuntamente por el USIS y el Ejército americano en numerosos puntos de la geografía española, aunque priorizándose localidades próximas a instalaciones militares estadounidense para fomentar la empatía entre las comunidades locales y el personal americano²⁹.

²⁵ Rosendorf (2006).

²⁶ León (2010, págs. 264-265).

²⁷ «Juan Pueblo en los Estados Unidos», *Noticias de Actualidad*, 17-V-1954, pág. 5; «El español medio conocerá al americano medio», *Noticias de Actualidad*, 27-IX-1954, págs. 14-15.

²⁸ Como se explica en el capítulo de Cull, este tipos de iniciativas por parte de Washington comenzaron a finales de los años cuarenta, aunque alcanzaron su madurez bajo la administración Eisenhower. Véase Osgood (2006).

²⁹ Para una experiencia de primera mano sobre la organización y objetivos de las Semanas Americanas, véase la Entrevista a Herry H. Kendall (Oficial de cine y exposiciones, USIS-España, 1957-1960), 27-XII-1998, *The Association for Diplomatic Studies and Training Foreign Affairs Oral History Project Information Series*.

El mensaje de la existencia de un profundo respeto en Estados Unidos por la cultura e historia españolas se difundió desde dos líneas temáticas: el éxito de público y crítica de la cultura española, tanto clásica como moderna; y la larga tradición y pujanza contemporánea del hispanismo en aquel país. Así, las menciones en *Noticias de Actualidad* al éxito profesional y reconocimiento en Estados Unidos de creadores como Enrique Jordá, Carlos Surinach, Andrés Segovia, Vicente Escudero, Xavier Cugat, Antonio Tàpies o Salvador Dalí, se entremezclaron con las referencias al interés y admiración por la obra de los Goya, Zurbarán o Cervantes, que según el USIS era compartida incluso por los militares destacados en el país. Tampoco faltaron menciones elogiosas a figuras destacadas del exilio español, caso de Juan Ramón Jiménez (Premio Nobel de Literatura en 1956), Severo Ochoa (Premio Nobel de Medicina en 1959), Pau Casals o Pablo Picasso. Sin duda, se trataba de un guiño a la amistad entre ambas sociedades más allá de filias políticas, facilitado por la exención de la censura estatal de la que gozaba *Noticias de Actualidad*. La promoción del hispanismo americano, por su parte, buscó el mismo equilibrio entre las figuras del pasado lejano y reciente, de las cuales se destacó principalmente a Washington Irving y el matrimonio Huntington, con las del presente en aquel momento, poniéndose el foco en los profesores americanos que comenzaron a llegar a España con motivo de los programas de intercambio activados en los años cincuenta (véase tabla 2), como fue el caso de Lewis Hanke y John E. Englekirk³⁰.



Noticias de Actualidad, 11 de enero de 1954

³⁰ Sirvan de ejemplo «Pintores españoles en la exposición de arte internacional de Pittsburg», *Noticias de Actualidad*, 20-XII-1952, pág. 8; «Viene un enamorado de España», *Noticias de Actualidad*, 31-I-1955, pág. 11; «Comentario sobre Juan Ramón Jiménez», *Boletín de Radio*, 11-12-1956, pág. 1; y «Surinach, embajador de la música hispánica», *Noticias de Actualidad*, 15-VI-1960, pág. 22.

La presencia de militares, técnicos y estudiantes españoles en Estados Unidos con motivo de los programas de intercambio, mutua defensa y ayuda técnica ofreció otra oportunidad propagandística para «demostrar» la alta estima de Estados Unidos hacia los españoles³¹. El tratamiento informativo consistió en resaltar la buena acogida dispensada, así como el elevado nivel de aprovechamiento de los programas a nivel individual y del conjunto de España. En esa labor destacaron algunas secciones de *Noticias de Actualidad* como «Norteamérica vista por los españoles» (1953-1954), así como el programa de conferencias de las Casas Americanas, que recurrió con frecuencia a antiguos becarios como Julián Marías, José Luis Castillo Puche o Josefina Aldecoa, quienes disertaban sobre su experiencia y visión —mayormente positiva— de Estados Unidos. Por su parte, las referencias a la pequeña comunidad española en Estados Unidos fueron más intermitentes, en buena medida debido a su escasa relevancia numérica. Los dos principales núcleos se concentraban en torno a las grandes ciudades del país y en las zonas ganaderas del occidente americano (principalmente en California, Oregón, Idaho, Nevada y Arizona). La heterogeneidad y gran peso del antifranquismo en la comunidad española que habitaba las grandes urbes estadounidenses y Puerto Rico llevó al USIS a poner el énfasis en el buen recibimiento e integración de los españoles residentes en el Oeste americano, en su gran mayoría pastores procedentes de la montaña vasca y navarra. Su descripción «como trabajadores honrados y respetables [que] han contribuido grandemente a estrechar la amistad entre el pueblo español y el norteamericano»³², no dejaba dudas acerca de la instrumentalización que se hizo de su presencia, omitiéndose cualquier referencia a las razones económicas y/o políticas que motivaron aquella migración.

El USIS también intentó convencer a su audiencia de que los españoles sentían un gran interés y respeto por la sociedad y la cultura americanas más allá de las populares películas de Hollywood. Con ese objetivo se promocionaron iniciativas periodísticas y culturales por parte de la «sociedad civil» del país, destinadas a fomentar la amistad bilateral y extender el interés por Estados Unidos. Ese fue el caso de las mencionadas «Semanas Norteamericanas», organizadas siempre en coordinación con instituciones locales de carácter oficial (ayuntamientos, diputaciones, cajas de ahorro, universidades) o particular (casinos, ateneos, y todo tipo de clubes de la «alta» sociedad). En la mayor parte de los casos, estas entidades habían entrado en contacto con la actividad del USIS a través del servicio de préstamo cinematográfico de la Casa Americana de Madrid durante la inmediata posguerra mundial³³. Los diplomáticos americanos también concedieron atención ascendente a la promoción de las asociaciones de «amigos» de Estados Unidos que surgieron en España al calor del acercamiento bilateral. Entre todas ellas destacaron dos: el *Instituto de Estudios Norteamericanos de Barcelona*, fundado en 1950; y la *Asociación de Amigos de los Estados Unidos*, creada en Madrid en 1953 y posteriormente fusionada con la *Asociación Cultural Hispano-Norteamericana*. Significativamente, los problemas económicos y de proyección pública de ambos organismos condujeron a la intervención del gobierno estadounidense, que supuso la transformación de ambos en centros «binacionales» en 1959 y 1961 respectivamente, uniéndose así al *Centro de Estudios Norteamericanos* inaugurado en Valencia en

³¹ Para el desarrollo del *Foreign Leader Program* en España, véase el capítulo de Lorenzo Delgado.

³² «El pastor vasco, lazo de amistad», *Noticias de Actualidad*, 29-III-1954, pág. 6.

³³ León (2010).

1957 (tabla 1). Estas tres instituciones constituyeron junto a las bases americanas y los programas de intercambio humano las principales referencias de la acción informativa y cultural desplegada por el USIS en la España de los años sesenta.

EL LIDERAZGO AMERICANO

La diplomacia pública americana en España cultivó dos grandes bloques temáticos en su proyección del liderazgo internacional de Estados Unidos. El primero abordaba la dimensión político-estratégica del conflicto bipolar, y por lo tanto abarcaba desde la justificación de la política exterior pilotada desde Washington hasta la demonización del «expansionismo» soviético. El segundo, respondía a la carrera científica y tecnológica entre las dos superpotencias, competición cuya lectura se planteó principalmente en el marco del liderazgo militar y económico a escala internacional. Sendos mensajes, si bien presentes a lo largo de todo el periodo cubierto por este capítulo, sobresalieron particularmente al calor de determinadas iniciativas diplomáticas estadounidenses, crisis internacionales con claro protagonismo comunista, campañas propagandísticas específicas, y acontecimientos significativos en las carreras nuclear y espacial.

El papel de Estados Unidos como «líder del mundo libre» fue insistentemente publicitado por Washington al oeste del «telón de acero» durante la fase inicial de la Guerra Fría, con referencias continuas al compromiso con Europa demostrado por el puente aéreo de Berlín (1948-1949), el Plan Marshall (1948-1952) y la OTAN (fundada en abril de 1949). Los tres asuntos estuvieron también presentes en el relato difundido en España durante el periodo. Las emisiones de la VOA y las páginas de *Noticias de Actualidad* mantuvieron referencias constantes a ambos programas durante la fase de acercamiento bilateral (1948-1953). El propósito no era otro que demostrar los beneficios que la colaboración con Estados Unidos podía acarrear, algo que teniendo en cuenta la exclusión española del *European Recovery Program* y la Alianza Atlántica era fácilmente interpretable como una crítica camuflada a la dictadura franquista³⁴. Esa fue de hecho la intención hasta que la administración Truman terminó por decidirse a negociar abiertamente con el régimen español, algo que en términos propagandísticos fue ratificado con la elección de las élites pro-franquistas («leaders of public life») como gran objetivo en el primer *Country Program* que guió la acción del USIS en España, ratificado en junio de 1951³⁵.

Conforme el acercamiento bilateral tomaba forma, y especialmente tras el anuncio del nombramiento de Stanton Griffis como embajador en España en otoño de 1950 (tomaría posesión a comienzos de 1951), las referencias a los programas de ayuda exterior se concentraron en la acción de la *Economic Cooperation Agency*, la agencia que se encargaba de administrarlos y que haría lo propio con el crédito concedido ese mismo año a España por el congreso estadounidense. Desde 1953, esas referencias se limitaron al programa cinematográfico, proyectándose tanto cintas rodadas en tiempos del Plan Marshall con las audiencias europeas en mente (*Restablecimiento económico*,

³⁴ Dean Acheson a la Embajada en Madrid y los Consulados en Barcelona, Sevilla y Bilbao, 31-X-1949, citado en *Foreign Relations of the United States* (1975, págs. 762-763).

³⁵ «Draft Paper for Spain», 14-VI-1951, pág. 1, NARA, RG 59, 511.52/6-1451.

Hans y los 200.000 pollitos, *Hombres y máquinas*), como películas acerca de los programas de cooperación desarrollados en territorios del antiguo imperio español (*El valle de los tejedores*, *Años de Progreso*, *Reconstrucción de las Filipinas* o *Terremoto en Ecuador*). La importancia del cinematógrafo en la promoción de la buena voluntad de la política exterior americana fue común en todos los frentes relativos a la presentación del liderazgo internacional de Estados Unidos, en claro contraste con el ostracismo de la promoción de la amistad bilateral a través de este medio (tabla 3). Más allá de complicados cálculos propagandísticos, la razón última de esa disparidad no fue otra que las limitaciones presupuestarias del USIS. Empero, y teniendo en cuenta que este fue el canal de la diplomacia pública americana que llegó a un mayor número de españoles durante el periodo (más de seis millones de audiencia acumulada en 1960)³⁶, tal desequilibrio debió tener consecuencias en forma de un impacto dispar de unos mensajes y otros en el conjunto de la población.

TABLA 3.—EL MENSAJE AMERICANO EN LOS DOCUMENTALES DEL USIS EN ESPAÑA, 1954 Y 1957

	1954	1957
EL AMIGO AMERICANO	2	3
— Lazos históricos y culturales	2	1
— Ayuda económica y técnica		2
EL LIDERAZGO AMERICANO	257	350
— Científico	109	171
— Productivo	109	110
— Internacional	21	48
— Anticomunismo	5	15
— Militar	3	6
LA REALIDAD AMERICANA	224	257
— Paisaje y gentes	58	42
— Educación e infancia	49	50
— Arte y cultura	37	57
— Trabajo y empresa	26	36
— Ocio y deporte	27	28
— Gobierno y política	14	20
— Mujer	8	8
— Historia	1	13
— Religión y tradición	3	3
— Cuestión racial	1	—
MISCELÁNEA	49	95

Fuentes: Elaboración propia a partir de USIS-España (1954 y 1957)

³⁶ León (2010, págs. 426).

El espacio dedicado hasta 1953 a la ayuda exterior de Estados Unidos en las publicaciones y los actos organizados por el USIS fue sustituido *a posteriori* con referencias exclusivas a la ayuda prestada a España, en buena medida para evitar una comparación con otros países del entorno europeo (Yugoslavia, Turquía) de la que el país ibérico no salía bien parado. Ese silencio no llegó sin embargo a la OTAN, puesto que la administración Eisenhower apoyaba el ingreso español en aquel organismo (aunque nunca contempló imponerlo ante la oposición radical de varios de sus aliados), y también postuló como uno de los objetivos propagandísticos principales en el país «aumentar la comprensión y apoyo español a la política exterior norteamericana, y particularmente a la defensa colectiva de Occidente»³⁷. La labor de la alianza militar atlántica fue difundida a través de documentales como *Alrededor de esta mesa* o *Unidos por la libertad*, la revista *Noticias de Actualidad*³⁸, y más importante probablemente, a través de la financiación de estancias de cientos de militares españoles en los programas organizados por la OTAN y las fuerzas armadas americanas a partir de 1953.

La Guerra de Corea (1950-1953) dio pie a la primera gran campaña de Estados Unidos en defensa de su política exterior tras la Segunda Guerra Mundial. En España, la coincidencia cronológica con el acercamiento bilateral ofreció una oportunidad de demostrar a las elites franquistas la firmeza de Estados Unidos ante el comunismo, y no tanto para denunciarlo, una diferencia de matiz respecto al tono dominante en la Europa democrática³⁹. Por primera vez en España, el USIS llevó a cabo un esfuerzo multimedia, que incluía a *Noticias de Actualidad*, las emisiones de la VOA y los múltiples documentales rodados sobre el tema. El hecho de que la intervención militar estadounidense tuviese lugar bajo bandera de las Naciones Unidas fue explotado a conciencia con un doble propósito: presentar al comunismo como antagonista del espíritu «pacifista» de unas Naciones Unidas lideradas por Estados Unidos⁴⁰; y, más importante si cabe, mejorar la imagen de aquel organismo entre los sectores profranquistas, que tenían muy presente la «humillación» a la que había sido sometida España al ser condenado su gobierno por la organización en 1945 y 1946. Al fin y al cabo, los tres *Country Papers* elaborados por el NSC para España en los años cincuenta, así como los sucesivos *Country Programs* que regularon la actividad del USIS en el país, coincidieron en resaltar la necesidad de incrementar el conocimiento y prestigio de los organismos internacionales y sus actividades entre los círculos gubernamentales, a fin de favorecer la acomodación de la política exterior franquista con las dinámicas propias del bloque occidental. No es de extrañar pues que al ingreso del país en las Naciones Unidas (1955) le siguiese un monográfico en *Noticias de Actualidad*. El ingreso español en la Organización Mundial de la Salud (1951) y la UNESCO

³⁷ «Outline Plan of Operations...».

³⁸ Como muestra del espacio dedicado al particular por la publicación señera del USIS en España, sirvan de ejemplo «La OTAN cumple cinco años», *Noticias de Actualidad*, 3-V-1954, págs. 6-7; «Qué es la OTAN», *Noticias de Actualidad*, 31-I-1955, págs. 3-4; «La OTAN, lazo entre continentes», *Noticias de Actualidad*, 16-IV-1956, págs. 4-5; «La OTAN, organismo de gran éxito», *Noticias de Actualidad*, 4-II-1957, págs. 5-6.

³⁹ Scott-Smith y Krabbedam (2003).

⁴⁰ Sirvan de ejemplo, «Las Naciones Unidas luchan realmente unidas en Corea», *Noticias de Actualidad*, 19-I-1951, pág. 1; «Los planes rojos de agresión han sido retrasados por la actuación de las Naciones Unidas», *Noticias de Actualidad*, 10-V-1951, pág. 1; «La ONU es una organización eminentemente útil», *Noticias de Actualidad*, 20-XII-1952, pág. 1.

(1952) ya había recibido una cobertura preferente en aquella publicación con anterioridad.

La diplomacia pública americana durante el primer gobierno Eisenhower enarboló la promoción de Estados Unidos como adalid de la paz, actitud personalizada en el nuevo presidente. Washington buscaba aprovechar la incertidumbre creada en el aparato propagandístico soviético por el fallecimiento de Stalin (marzo de 1953) para plantar cara en un frente en el que la Rusia comunista había llevado la delantera hasta aquel momento, en buena parte gracias al éxito del «Movimiento por la Paz»⁴¹. Esta decisión estaba a tono con la filosofía de la novel administración republicana, que desde sus inicios se marcó como objetivo abandonar el tono eminentemente contra-propagandístico iniciado por la *Campaign of Truth* (1950), y pasar ahora a la ofensiva, lo que incluía promocionar sin complejos su política exterior y la fortaleza y atractivo del «modelo» socio-económico americano (véase el siguiente epígrafe)⁴². Esa nueva actitud tuvo fiel reflejo en España, donde su punto de partida siguió el guión seguido en el resto del mundo: la difusión de un discurso del Presidente Eisenhower en las Naciones Unidas titulado «La paz es el mensaje de América», concretamente en forma de suplemento especial de *Noticias de Actualidad*, fórmula informativa por otra parte también elegida para comunicar las razones de Washington para aceptar un armisticio en Corea (julio de 1953). El discurso pacifista tomó nuevos bríos en la segunda mitad de 1955, en esta ocasión al calor de la propuesta de desarme *Open Skies*, también formulada por Eisenhower en las Naciones Unidas, y que el USIS divulgó en España a través de *Noticias de Actualidad* y documentales como *Plan para la Paz*, *Hacia la Paz* o *Sociedad para la Paz*⁴³.

En línea con la asertiva filosofía propagandística del gobierno Eisenhower, a partir de 1953 la diplomacia pública americana reforzó notablemente su discurso anticomunista en Europa occidental. En España, aquel esfuerzo se limitó en un primer momento a elementos cercanos al régimen ya de por sí anticomunistas, lo que respondía probablemente al deseo de reforzar su percepción de la firmeza estadounidense, siempre en duda para los sectores más ultramontanos del franquismo. Con ese objetivo se procedió a la distribución de *Problemas de Comunismo* —publicación editada por la USIA desde 1953— entre un puñado de intelectuales, elementos de la jerarquía católica y profesores universitarios. La coincidencia en el tiempo entre las primeras manifestaciones públicas relevantes de oposición popular al régimen franquista (huelgas de 1954 y sucesos estudiantiles de 1956) con la construcción y activación de las bases americanas en España, las revueltas anti-comunistas en Polonia (1956), Hungría (1956) y Tíbet (1956-1960), o la «aventura» soviética en Irán (1958-1959), animaron al USIS a ampliar el abanico de los destinatarios de su argumentario anticomunista. En este sentido, destacó la aportación del programa cinematográfico, incrementándose considerablemente el uso de cintas sobre la represión soviética al este del telón de

⁴¹ Esta organización internacional fue ideada en agosto de 1948 por el aparato propagandístico soviético. Su buena acogida entre la intelectualidad progresista del continente precipitó el amparo por parte de la CIA del Congreso para la Libertad de la Cultura, constituido en Berlín en junio de 1950. Véase Scott-Smith (2002).

⁴² Osgood (2006).

⁴³ Para la lógica propagandística y política tras la campaña *pacifista* de Eisenhower, véase el capítulo de Cull.

acero gracias a títulos como *Escape hacia la libertad*, *El tranvía mágico* o *De Hungría a la libertad* (tabla 3). El interés por propagar ese mensaje más allá de los círculos franquistas, singularmente entre universitarios e intelectuales (a quienes se comenzó a prestar atención singularizada conforme avanzaba la década⁴⁴), jugó asimismo un papel considerable en la activación del *Book Translation Program* (BTP) y el *Informational Media Guarantee Program* (IMGP) en 1952 y 1957 respectivamente (tabla 1). Los fondos que facilitaron permitieron la comercialización en el país de destacados títulos anticomunistas como *Confesión bajo el terror* (Barcelona: Caralt, 1953), *El caso Tulaev* (Barcelona: Caralt, 1954), *La ciudad* (Barcelona: Caralt, 1955), *No somos más camaradas* (Buenos Aires: Criterio, 1957) o *Con mi silencio hablo* (Buenos Aires: Ágora, 1960). El anticomunismo y la defensa de la política exterior recibieron también una atención considerable en *Boletín de Radio*, encargada de hacer llegar a los medios de comunicación locales la posición oficial de Washington ante los acontecimientos de la Guerra Fría.

Conscientes de la importancia simbólica de Latinoamérica para el franquismo, los propagandistas americanos optaron por mantener un perfil bajo en la descripción de las relaciones entre Estados Unidos y sus vecinos de hemisferio, «recluyendo» el tema a los márgenes del programa cinematográfico. La principal excepción la constituyeron las tensas relaciones entre Estados Unidos y Puerto Rico, que incluyeron una revuelta independentista en 1950, el intento de asesinato del Presidente Truman por extremistas boricuas ese mismo año, la conversión de la colonia estadounidense en Estado Libre Asociado en 1952, y el asalto de nacionalistas puertorriqueños a la Cámara de Representantes en 1954. La presencia de un gran número de estudiantes puertorriqueños en España y la memoria de la guerra de 1898 (cuando Estados Unidos arrebató la soberanía sobre la isla a España) fueron las principales causas por las cuales los propagandistas estadounidenses decidieron romper el silencio general sobre la región en su acción en España (otra isla, Cuba, tomaría el relevo en los años sesenta). El tratamiento informativo que el USIS hizo de las relaciones entre Puerto Rico y Estados Unidos puso el énfasis en el desarrollo económico de la isla, así como en su autonomía política y la pervivencia de la lengua y tradiciones españolas. Además de en *Noticias de Actualidad*, el país también estuvo presente en el programa cinematográfico a través de títulos como *Informe de Puerto Rico* y *Construyendo con lluvia*, donde por ejemplo se mostraba el «incremento de la industrialización del país y rápidos progresos económicos de la isla»⁴⁵. También se mantuvo atención constante al tema en el frente socio-cultural, destacando la celebración de conferencias, la comercialización de monografías —gracias al BTP— como *Transformación: El Moderno Puerto Rico* (México: Intercontinental, 1957), y la colaboración del USIS en las sucesivas «Semanas de Puerto Rico», organizadas por el Instituto de Cultura Hispánica. Tampoco faltaron conciertos de música popular boricua, como el que tuvo lugar en la Casa Ame-

⁴⁴ Sirva de ejemplo el informe «Spanish Students Poll and other Indices of Discontent in Spain», 26-I-1956, NARA, RG 59, Bureau of Public Affairs, Office of the Deputy Assistant Secretary, International Educational Exchange Service, European Country Files, 1951-1956, box 7.

⁴⁵ USIS-España (1957, pág. 28a); «La nueva constitución de Puerto Rico», *Noticias de Actualidad*, 9-VIII-1952, pág. 8; «Puerto Rico y los Estados Unidos. Una nueva relación interestatal», *Noticias de Actualidad*, 15-II-1954, pág. 3; «Puerto Rico progresa por iniciativa propia», *Noticias de Actualidad*, 4-II-1957, págs. 20-21

ricana de Madrid el 23 de noviembre de 1960 bajo la dirección del director del coro de la Universidad de Puerto Rico.

Como el profesor Cull apunta en su capítulo, una de las batallas propagandísticas más apasionantes que los Estados Unidos libró con la Unión Soviética ante la opinión pública del «mundo libre» fue la relativa a la percepción de su liderazgo tecnológico y científico. Durante la administración Truman, el USIS trató simplemente de reforzar una presunción —el indiscutido liderazgo americano en la materia— generalizada en España más allá de ideologías o simpatías internacionales, por lo que se puso el énfasis en la presentación de las grandes infraestructuras y modernos medios de comunicación del país, así como en la ejemplificación de los progresos de la medicina americana. Esa temática permitía además llegar a ingenieros y profesionales de la medicina, señalados como objetivo prioritario en España desde temprana fecha, ya que destacaban entre las elites instruidas y acomodadas del país, consideradas el grupo social potencialmente más receptivo al mensaje americano desde fecha temprana⁴⁶. No es de extrañar que la primera exposición organizada en la Casa Americana de Madrid tuviese como motivo «La Aviación en Norteamérica» (diciembre de 1950), o que el USIS recurriese a docenas de documentales que buscaban transmitir el potencial productivo del país, así como los últimos adelantos médicos puestos en práctica en Estados Unidos (tabla 3). Tampoco que se recuperase en 1949 la edición de *Noticiario Médico*, fruto de la traducción de artículos del boletín de la *American Medical Association*, y que ya había sido publicada en España con éxito durante los años finales de la II Guerra Mundial. Con una tirada de diez mil ejemplares, el boletín llegó a convertirse según el USIS en «la publicación médica de mayor circulación en el país»⁴⁷. El hueco que dejó su cancelación en 1957 fue cubierto por la edición de un gran número de publicaciones técnicas y científicas gracias a los fondos facilitados por el IMGP a la industria editorial española a finales de la década.

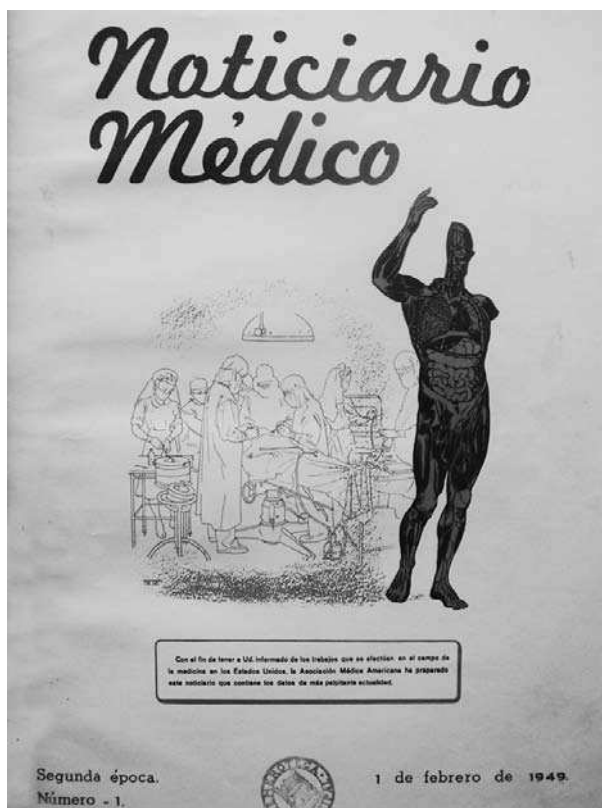
La promoción del liderazgo científico y tecnológico por parte del gobierno americano en el extranjero recibió mucha más atención conforme avanzaban los años cincuenta, primero como punta de lanza de la ofensiva propagandística adoptada por la administración Eisenhower, luego como escudo ante al éxito soviético que supuso la puesta en órbita de los satélites *Sputnik I* y *II* en el otoño de 1957. Las portadas de *Noticias de Actualidad* dan buena cuenta de su importancia en el relato de la diplomacia pública americana, a la vez que reflejan los momentos cumbres representados por la aplicación de la campaña de «Átomos para la paz» y la réplica propagandística a los *Sputnik* (tabla 2).

La campaña «atómica» iniciada en 1953 fue concebida en Washington con el doble objetivo de subrayar el liderazgo científico estadounidense y reforzar la imagen del país como «campeón de la paz», razón por la cual se puso el énfasis en las aplicaciones civiles de la energía nuclear en contraste con la «militarización» soviética, ampliificada a la par de sus ensayos atómicos⁴⁸. El USIS aplicó en España el guión diseñado en Washington al pie de la letra, desde el reforzamiento del tema en *Noticias de Actua-*

⁴⁶ «USIE Country Paper for Spain», págs. 2-3.

⁴⁷ «USIS-Spain Program of Operations», 24-IX-1954, NARA, RG 59, Bureau of European Affairs, Office of Western European Affairs, Office of the Officer in Charge of French-Iberian Affairs, Subject Files Relating to Spain and Portugal, 1942-1958, box 3.

⁴⁸ USIA (1953 y 1954a).



Noticiario Médico, Segunda época, 1 (febrero 1949)

lidad y más tarde también en *Boletín de Radio*, hasta la proyección de numerosos documentales sobre la materia, como *El átomo y la agricultura*, *El átomo y la ciencia biológica* o *El átomo y la medicina*. Tampoco faltó la apuesta estrella de la campaña, la exposición «Átomos para la paz». Copatrocinada por la Junta de Energía Nuclear, pudo verse en España por primera vez en las multitudinarias ferias de muestras de Barcelona y Valencia en 1955. Ese mismo año, ambos países habían alcanzado un acuerdo de usos civiles de la energía atómica que daría lugar, en la década siguiente, a la construcción por parte de empresas americanas de las primeras centrales nucleares españolas. La exposición circuló durante varios años por buena parte del país.

La réplica del USIS a la puesta en órbita de los *Sputnik* fue un buen ejemplo del *shock* que aquel acontecimiento supuso para los estrategas propagandísticos estadounidenses. A la espera de que Washington digiriese el golpe y articulase una respuesta coherente en el plano de la propaganda científica, el personal destacado en España respondió aumentando considerablemente el tono anticomunista. Así, el primer ejemplar de *Noticias de Actualidad* que siguió a aquella noticia se dedicó de manera monográfica a conmemorar la rebelión húngara de 1956. La primera referencia en la revista al satélite soviético solo llegó dos meses más tarde, en forma de viñeta satírica en la que el autor se preguntaba si la Rusia comunista permitiría también «lanzarse» a sus estados «satélites». La respuesta propiamente «científica» se demoró hasta marzo de

1958, cuando *Noticias de Actualidad* dedicó un monográfico a la puesta de largo en España de la campaña diseñada en Washington «Ciencia para la paz» (1958)⁴⁹. El propósito no era otro que demostrar que la puesta en órbita del satélite soviético era «uno y solo uno de los muchos logros notables en el actual progreso científico, en los que Estados Unidos continua siendo el líder»⁵⁰.

Orbita (y mucho ojo)

por Dávila



—Lo malo es que ahora quieran lanzarse los demás satélites: Hungría, Checoslovaquia, Polonia...

Noticias de Actualidad, 9 de diciembre de 1957, pág. 15

Durante los años posteriores, el relato del USIS insistió en los continuos progresos americanos en materia nuclear (resaltado mediante la publicidad de las sucesivas «hazañas» protagonizadas por submarinos nucleares de aquel país, los primeros en cruzar sumergidos el círculo polar Ártico y circunnavegar el globo) y espacial (satélites *Vanguard* y *Explorer*). Significativamente, *Noticias de Actualidad* mantuvo entre 1958 y 1960 una serie de secciones fijas tituladas «América inventa para el mundo», «Ciencia y Espacio» o «Ciencia e Industria», e inició la explotación sistemática de los numerosos premios nobel americanos como ejemplo del liderazgo científico del país, algo que se mantuvo durante el resto de la Guerra Fría. Documentales y exposiciones como «El Transporte en los Estados Unidos» (1958) complementaron esa labor, presentando ante los españoles maquetas de los satélites y submarinos atómicos estadounidenses, además de todo tipo de información sobre las entonces incomparables redes ferroviaria y de carreteras de aquel país.

⁴⁹ *Noticias de Actualidad*, 28-X-1957, 9-XII-1957, y 17-III-1958.

⁵⁰ USIA (1957, pág. 2).

El mensaje que recibió mayor atención en el discurso del USIS y la VOA en España durante todo el periodo fue la descripción apologética de la *realidad* americana. Se trataba de transmitir la versión oficial de Washington acerca de los valores, la economía, la cultura, la historia, la sociedad e incluso de los retos y problemas del país. El propósito principal de este discurso era erosionar la ignorancia de las élites españolas acerca de Estados Unidos, desconocimiento achacado al «aislamiento» del país tras su guerra civil, y que según el USIS no hacía sino amplificar el eco de las diatribas anti-americanas políticamente motivadas —cualesquiera fuese su procedencia—, así como de los múltiples estereotipos que transmitían las popularísimas cintas de Hollywood⁵¹. Por extensión, y aunque nunca de manera explícita, también se pretendía demostrar las bondades de un sistema social, económico y político al que los españoles podrían aspirar a medio y largo plazo en caso de permanecer fielmente del lado occidental. El cine documental jugó un papel fundamental en esa labor, con cientos de títulos dedicados a ese objetivo (tabla 3). Por el contrario, Hollywood, considerado parte del «problema», fue prácticamente invisible en la descripción de la realidad cultural y social americana llevada a cabo por el USIS⁵². Es más, las escasas alusiones al valle de las estrellas adoptaron con frecuencia un tono defensivo, como cuando un artículo informaba de que «el 79 por ciento de los que trabajan en el cine son casados, y de ellos el 70 por ciento en primeras nupcias; el 70 por ciento tienen hijos, y el 61 por ciento son asiduos feligreses de las iglesias de Hollywood»⁵³.

La profecía que predecía el colapso inminente del sistema económico capitalista tuvo una gran resonancia en Europa tras la II Guerra Mundial. Ese fue también el caso de España, donde la política económica del Estado fue pilotada desde principios autárquicos durante la mayor parte de este periodo. Con la crisis de los años treinta todavía fresca en la memoria de los europeos, Washington invirtió un gran esfuerzo en desmentir tal colapso durante los primeros compases de la Guerra Fría. Con un tono más técnico que propagandístico, la diplomacia pública del gobierno Truman puso el énfasis en los efectos multiplicadores provocados por la elevada productividad de la economía americana. En España, tal discurso fue plasmado en las páginas de *Noticias de Actualidad* y en las emisiones de la VOA, que por ejemplo dedicó en 1952 una serie monográfica a «El capitalismo en los Estados Unidos», subtitulada «Una sociedad sin clases». En línea con su planteamiento ideológico, y apoyado en el elevado crecimiento económico experimentado en Estados Unidos y la mayor parte del bloque occidental durante el periodo, la administración Eisenhower pasó a describir el capitalismo como el único modelo de organización económica capaz de satisfacer las aspiraciones legítimas de progreso y bienestar de pueblos e individuos. Desechados complejos y precauciones anteriores, la USIA realizó una apología en toda regla del modelo socioeconómico del país, destacándose como consecuencias resultantes la paz social, el crecimiento de los salarios y la democratización en la propiedad del capital. El eslogan

⁵¹ Véase por ejemplo el razonamiento seguido en el primer borrador de *Country Program* en España, «USIE Country Paper for Spain», págs. 1-2.

⁵² León (2010, pág. 432).

⁵³ «Hollywood visto por un actor», *Noticias de Actualidad*, 15-VI-1953, págs. 6-7.

«capitalismo del pueblo», adoptado por la agencia en 1954, resumía perfectamente el espíritu ideológico de aquella línea propagandística⁵⁴.

Aquel mensaje fue difundido también en la España autárquica y empobrecida del momento, donde se defendió por ejemplo que «centenares de empleados de *Wall Street* compran y venden valores para millones de americanos que han dado a la palabra «capitalismo» un nuevo significado», ya que «la industria americana pertenece a los ciudadanos»⁵⁵. A lo largo de todo el periodo, aunque singularmente tras las huelgas obreras de 1954, los propagandistas americanos centraron buena parte de su mensaje en este campo en la descripción de la condición de los trabajadores y las relaciones laborales en Estados Unidos. Numerosos documentales mostraron una versión idealizada de la vida sindical en Estados Unidos, como fue el caso de *Un sindicato local*, *El sindicato obrero y la comunidad* y *Remolque 201*, o de los beneficios del sistema de pensiones, caso de *Con estas manos*. Por su parte, las páginas de *Noticias de Actualidad* adaptaron el mensaje a las expectativas del principal *target group* del USIS en aquel entonces: los «líderes» del país, o en otros palabras, individuos conservadores de clase pudiente y acomodados al franquismo. Por ejemplo, la descripción que se hizo en sus páginas de la realidad sindical americana resonaba en muchas ocasiones con la demagogia de los sindicatos verticales españoles: «en general, los sindicatos norteamericanos, a diferencia de los europeos, han sido apolíticos, han rechazado el concepto teórico de «lucha de clases», y se han limitado a lo significativo para el obrero mediano: el mejoramiento de su condición económica y social»⁵⁶. Teniendo en cuenta la orientación autárquica de la economía española del momento, ese tono invitaba a una doble lectura: una evolución hacia el liberalismo «made in USA» no solo garantizaba el progreso económico, sino también la paz social.

Clave en la apología del capitalismo liberal llevada a cabo a escala internacional por la administración Eisenhower fue la presencia activa en las ferias internacionales de comercio, foro donde la Unión Soviética apenas había encontrado competencia previamente⁵⁷. En España, la prestigiosa Feria Internacional de Muestras de Barcelona se convirtió en el escenario principal de aquella apuesta, aunque la presencia americana también se hizo notar en reuniones similares organizadas en Valencia, Zaragoza y Madrid. La participación en aquellos eventos, patrocinada alternativamente por los Departamentos de Comercio y Agricultura de Estados Unidos desde 1954, permitía combinar la presencia de compañías y productos americanos que «demostrasen la calidad, progreso y potencial de la industria norteamericana»⁵⁸, con exposiciones de contenido abiertamente propagandístico preparadas por el USIS. Ese fue el caso de la exposición «Supermercado USA» en la Feria de Barcelona en junio de 1959, cuyo propósito no era sino incidir en las ventajas sociales derivadas del sistema productivo y de consumo propias del capitalismo. Determinar si los actores que representaban a

⁵⁴ USIA (1954b).

⁵⁵ «Una calle estrecha de amplia resonancia», *Noticias de Actualidad*, 17-III-1958, pág. 8.

⁵⁶ «El singular capitalismo norteamericano», *Noticias de Actualidad*, 24-I-1955, pág. 4.

⁵⁷ Osgood (2006, págs. 270-274).

⁵⁸ «Fourth Quarterly Report. President's Emergency Fund for Participation in International Affairs, 1 de abril, 1955-junio de 30, 1955», 28-VI-1955, pág. 4, DDEL, White House Office, NSC Staff, Papers, 1948-1961, OCB Central Files, box 14.



«Supermercado USA», XXVII FERIA Internacional de Muestras de Barcelona.

Fuente: NARA, Still Pictures, RG 486

los consumidores americanos despertaron la admiración, la envidia o el rechazo de los barceloneses es, desde luego, otra historia.

El frente económico fue reforzado en el mensaje del USIS España desde que los sucesos de 1954 y 1956 colocaron a estudiantes y líderes obreros en el punto de mira de los propagandistas americanos. A partir de entonces, a la presencia en las ferias y los artículos de *Noticias de Actualidad*, los propagandistas estadounidenses sumaron las posibilidades abiertas por el BTP y el IMGP, que permitieron por ejemplo la comercialización en el país de las traducciones al español de varias obras de analistas clave del capitalismo como Joseph A. Shumpeter y John K. Galbraith, hasta entonces inéditas en España. De todos modos, y como algunos autores han sugerido con anterioridad, es más que probable que las «misiones de productividad» derivadas del *Technical Exchange Program* (tabla 1) junto con las escuelas de negocios que se beneficiaron de ellas, constituyesen el canal más efectivo en la transmisión del modelo económico americano en España. Al fin y al cabo, éstas se concentraron en los sectores técnicos y empresariales del país⁵⁹.

Contra lo que defiende la memoria de algún protagonista⁶⁰ o lo que invita a concluir los prejuicios de muchos analistas, el USIS no rehusó una tímida promoción de la democracia liberal en España. Es más, ese propósito terminó por convertirse en uno de los objetivos del gobierno de Estados Unidos plasmados en el NSC 6016/1 (aprobado en octubre 1960), en el que se introdujo una mención lite-

⁵⁹ Puig y Álvaro (2004).

⁶⁰ Sirvan de ejemplo, Entrevista a Phillip W. Pillsbury Jr. (USIS-España, 1959-1960)», 28-II-1994, *The Association for Diplomatic Studies and Training Foreign Affairs Oral History Project Information Series*; y León (2009, págs. 140-141).

ral a la necesidad de promover «la evolución de España hacia un sistema más democrático»⁶¹, intención que se mantuvo vigente durante buena parte de los años sesenta⁶². En verdad, la acción propagandística americana en el país dedicaba desde tiempo atrás un hueco considerable en su parrilla comunicativa a ese mensaje, generalmente en forma de elogios a la libertad de prensa o la libre competencia política en Estados Unidos. En parte, ese énfasis era consecuencia del sistema de distribución de contenidos operado por la USIA, ya que todas sus delegaciones europeas bebían de las mismas fuentes (y en la mayor parte de Europa occidental esos argumentos eran empleados como arma arrojada contra el totalitarismo soviético). Empero, que el USIS-España incluyese con frecuencia esos contenidos denota una tendencia de fondo que no debe ser desestimada, no solo por su posible influencia, sino también por lo que desvela acerca de los propagandistas americanos.

Las elecciones presidenciales y legislativas celebradas de manera regular en Estados Unidos representaron la excusa ideal para resaltar periódicamente una serie de máximas del argumentario internacional del USIS, como el «civismo» de los ciudadanos americanos, la «responsabilidad» de la prensa del país o la cultura de «consenso» entre los dos grandes partidos en política exterior y defensa. Esta última puntualización era una cuestión importante en España, ante los recelos que despertaba el Partido Demócrata para las autoridades franquistas, conscientes de la animosidad personal de los presidente Roosevelt y Truman hacia el régimen español. El prestigio del presidente Eisenhower en la España conservadora tras los Pactos de Madrid, su discurso de firmeza anticomunista y su porte castrense, fueron aprovechados por el USIS para proyectar su figura como encarnación de los más altos valores del sistema democrático americano. Con un fin similar, las referencias idealizadas a presidentes como George Washington, Thomas Jefferson y Abraham Lincoln buscaban insistir en la moralidad, estabilidad y perseverancia como características fundamentales del sistema institucional y político del país. La presencia de estos temas no deja lugar a las dudas acerca de la promoción de baja intensidad de la democracia liberal en España por parte del USIS. Destacaron a tal efecto folletos como *Cómo es elegido el Presidente Norteamericano* y *El credo de la libertad*; artículos de *Noticias de Actualidad* como «La prensa libre, fundamento de la democracia», «Qué quiere decir la democracia norteamericana» o «Libertad de partido político pero unidad en lo esencial»⁶³; y documentales como *Así elegimos a nuestros representantes en los Estados Unidos* y *El pueblo resuelve sus problemas*, en el que por ejemplo se describían los «principios democráticos seguidos en una pequeña ciudad de Vermont para solucionar sus problemas»⁶⁴.

⁶¹ «Statement of U.S. Policy Toward Spain», 5-X-1960, citado en *Foreign Relations of United States* (1993, págs. 785-790).

⁶² Delgado (2010).

⁶³ *Noticias de Actualidad*, 30-I-1951, pág.1; 22-XI-1954, págs. 3-4; y 15-X-1956, págs. 18-19 (este último artículo se integraba asimismo en un monográfico sobre «Las Elecciones Norteamericanas», véase tabla 2).

⁶⁴ USIS-España (1957, pág. 110).



Portada de *Cómo es elegido el Presidente Americano* (USIS-España, 1956)

La proyección de la buena salud y fortaleza de la sociedad americana en el exterior durante los años cincuenta tuvo como gran punto débil la denominada «cuestión racial». La institucionalizada vulneración de los derechos civiles de la numerosa población afroamericana del país (algo más de un diez por ciento del total), especialmente sangrante en los estados del sur político (aquellos estados que perdieron la Guerra de Secesión de 1861-1865), ofrecía un flanco demasiado obvio para los críticos y antagonistas de Estados Unidos en todo el mundo, también en España. Los propagandistas estadounidenses trataron de cicatrizar las heridas causadas a la imagen del país a partir de un discurso que vendía optimismo. El enfoque adoptado en Europa y España reconoció sin ambages la existencia de un problema, aunque al mismo tiempo se insistía en que la transparencia informativa al respecto era un buen ejemplo de la toma de conciencia del grueso de la sociedad para resolver aquella situación (lo que por supuesto era más que discutible), que a su vez era descrita como un proceso histórico que discurría en la dirección adecuada gracias al compromiso del gobierno federal. La fórmula comunicativa priorizada para hacer

bueno aquel argumento fue la personificación de las mejoras aludidas a partir de la historia de éxito protagonizada por afroamericanos del mundo de la ciencia, la política y, sobre todo, del deporte y la cultura.

En España, país que carecía tanto de minorías raciales significativas en su territorio continental como de población española en sus colonias africanas, este asunto nunca fue una prioridad para el USIS, aunque siempre se mantuvo presente en su parrrilla informativa. Así por ejemplo, en 1950 se distribuyó entre los principales medios de comunicación locales el folleto *Informes sobre las mejoras para los negros desde 1900*, firmado por W. E. B. Du-Bois, uno de principales referentes futuros del movimiento de los derechos civiles que estaba apunto de emerger. Al igual que en otros países, el peso de este problema en la acción cultural e informativa desplegada en España fue más relevante después de que el Tribunal Supremo de Estados Unidos declarase inconstitucional la segregación racial en las escuelas del país (mayo de 1954), así como de los sucesos acaecidos en la localidad de Little Rock (septiembre de 1957), donde el Presidente Eisenhower se vio obligado a desplegar tropas federales para garantizar el derecho a una educación desegregada. En España, el peso de la réplica «oficial» a tales sucesos le correspondió al servicio de publicaciones del USIS, que respondió con un creciente número de artículos y fotografías sobre los progresos de la comunidad afroamericana, con reflejo incluso en las páginas de *Noticiario Médico*, así como con un monográfico en *Noticias de Actualidad* (no anunciado como tal) en noviembre de 1954 (tabla 2)⁶⁵. Elocuentemente, el programa cinematográfico del USIS en el país (el más popular y el de mayor capacidad de convocatoria), apenas prestó atención a este problema (tabla 3). De hecho, durante la segunda mitad de los cincuenta el principal complemento a la labor de *Noticias de Actualidad* en este frente correspondió al programa de eventos culturales y deportivos. El creciente interés de la USIA en este periodo por llegar a los estudiantes universitarios propició en parte esa decisión, puesto que muchos de ellos eran aficionados a la música *negra* y a algunos deportes americanos que, como en el caso del baloncesto, contaban con una considerable presencia de afroamericanos. El patrocinio del Departamento de Estado a la representación de la ópera *Porgy & Bess* en Barcelona (febrero de 1955) o a las exhibiciones de los *Syracuse Nationals* (campeón de la NBA con varios afroamericanos en sus filas) en Madrid y Barcelona (1956), fueron algunos de los ejemplos más representativos, aunque no los únicos (tabla 4). El mensaje transmitido, sin embargo, fue quizás distinto del que se pretendía. Así, no fueron pocos los españoles que denunciaron lo que consideraban una cortina de humo poco disimulada, caso de un lector de *Noticias de Actualidad*, quien preguntaba sarcásticamente si según el gobierno americano «los negros solo sirven para divertir al público»⁶⁶.

Una de las prioridades de la diplomacia pública estadounidense durante la Guerra Fría fue la promoción de la vitalidad y el prestigio de la producción cultural del país, especialmente tras la llegada del presidente Eisenhower a la Casa Blanca. La percepción en el seno de su gobierno de que los soviéticos también llevaban la delantera en este terreno se tradujo en una contraofensiva en toda regla a partir de 1954⁶⁷. El incremento del presupuesto destinado a actividades de ese tipo incluyó la creación de un

⁶⁵ *Noticias de Actualidad*, 8-XI-1954; *Noticio Médico*, núms. 78 (VII-1954), y 79 (VIII-1954).

⁶⁶ «Pongámonos de Acuerdo», *Noticias de Actualidad*, 20-II-1956, pág. 3.

⁶⁷ USIA (1955).

TABLA 4.—ACTUACIONES MUSICALES DE SOLISTAS, ORQUESTAS Y CORALES AMERICANAS
 EN ESPAÑA BAJO PATROCINIO DIRECTO DEL USIS, 1955 Y 1956

1955	<i>Benjamin Grosbayne</i> <i>Everyman Opera Company (Porgy & Bess)*</i> <i>Wells Hively</i> <i>Stanley Lock</i> <i>Marian Anderson</i> <i>Philadelphia Orchestra*</i> <i>y William Warfield (Philadelphia Orc.)</i> <i>Edgardo Gierbolini</i> <i>Norman Klekamp</i> <i>Daniel Ericourt</i> <i>Kenneth Gordon</i> <i>Edith Stearns</i>	Director de orquesta Compañía afroamericana Pianista y compositor Pianista Contralto afroamericana Orquesta Barítono afroamericano Tenor Pianista Pianista Pianista Pianista
1956	<i>Silvya Rabinoff*</i> <i>Benno Rabinoff*</i> <i>Everett Lee</i> <i>Philippa Schuyler</i> <i>Anne Brown</i> <i>Marlyn Mayer</i> <i>Joseph Schuster</i> <i>Richard Tetley-Cardos</i> <i>Robert Shaw Chorale</i> <i>Daniel Abrams</i> <i>Lionel Hampton & Orchestra</i> <i>Leopold Stokowski</i> <i>Selene Smith</i> <i>William Dawson</i> <i>Robert Muelles</i> <i>Fisk Jubilee Singers Chorale</i> <i>Frederick Marnin</i>	Violinista Pianista Director afroamericano Pianista afroamericana Soprano afroamericana Pianista Violoncelista Pianista Coral Pianista Músico afroamericano Director de orquesta Soprano Compositor afroamericano Pianista Coral afroamericana Pianista

Fuente: Elaboración propia a partir de NARA, DDEL y *Noticias de Actualidad*.

* Patrocinio del *Cultural Presentations Program*.

vasto programa de eventos culturales (*Cultural Presentations Program*) gestionado por el Departamento de Estado y financiado por el *Emergency President's Fund*, que vino a reforzar la labor desarrollada por el USIS en esta área (véase el capítulo de Nicholas Cull). El objetivo no era otro que mostrar al mundo la vitalidad de la cultura y el arte americanos como espejo de una sociedad dinámica y bien educada. Se trataba de una cuestión especialmente sensible en la vieja Europa, donde la destrucción provocada por la Segunda Guerra Mundial había acabado con toda pretensión de liderazgo económico, pero quizás por eso mismo, había reforzado el sentimiento de superioridad cultural respecto a las nuevas superpotencias⁶⁸. El fallecimiento de Stalin (que permitió la relajación de la censura cultural soviética) y la llegada al poder de Eisenhower

⁶⁸ Judt (2005, 220-225).

en 1953 dieron inicio a una carrera de fondo en la que ambos países pasaron de defender el prestigio y originalidad de su cultura a inferir su liderazgo internacional en el campo de la creación artística y cultural⁶⁹.

En España, y a falta de la competencia soviética sobre el terreno, el USIS «solo» tuvo que competir contra los estereotipos y prejuicios locales sobre la pobreza de la cultura americana. Earl O. Titus fue nombrado *Cultural Affairs Officer* en agosto de 1949, retomando la labor iniciada en plena guerra mundial por John Van Horne. Desde el año siguiente, las Casas Americanas recuperaron la costumbre (iniciada en la Casa Americana de Madrid en 1943) de organizar de manera periódica audiciones de música clásica y popular, a las que pronto se sumaron recitales con artistas americanos, en número creciente hasta una reducción de fondos para ese fin tras el verano de 1957. La VOA, tanto en sus emisiones en español (con la sección «Lluvia de Estrellas» hasta septiembre de 1955), como en las posteriores en inglés (destacando el programa «Music USA» a partir de 1958), hizo de la música clásica y popular uno de sus platos fuertes. Del mismo modo, el USIS surtía desde 1943 programas musicales al *Grupo Unión Radio*, el mayor grupo privado de radiodifusión del país (Radio Madrid, Radio Barcelona, etc.), lo que propició la temprana presencia de programas sobre música americana en las ondas españolas como «Ecos de Norteamérica». Su éxito fue tal que a partir de 1949, Radio Nacional de España se sumó al carro de la colaboración con el USIS a cambio de la cesión de programas musicales. Como consecuencia, a mediados de 1954 se emitían más de 170 horas de música americana en las ondas españolas⁷⁰. Estas incluían varias horas de jazz, cuya explotación propagandística en España solo fue sistemática a partir del bienio 1955-56, en buena medida debido a las necesidades que planteó el estallido de la «cuestión racial» un año antes⁷¹. Empero, fue la música clásica la que dominó de manera destacada la oferta musical de la diplomacia pública americana en España durante este periodo, puesto que si el jazz ofrecía la oportunidad de demostrar la vitalidad y originalidad de la cultura estadounidense (argumentos atractivos para jóvenes y sectores progresistas), la música clásica permitía destacar la vigencia de la herencia cultural europea en América, una lectura adecuada para cultivar el favor de los sectores más conservadores del país.

Aunque la música fue el canal estrella en la proyección que el gobierno de Estados Unidos hizo de la vitalidad cultural de su país, a partir de 1954, y en sintonía con el empuje de la administración Eisenhower en ese terreno, también ganaron peso campos como la pintura, la literatura, las artes escénicas y la filosofía. En España, tal apuesta se visualizó con la organización de «Semanas Culturales Norteamericanas» y «Coloquios de Estudios Norteamericanos» en las principales ciudades del país (comenzando por Madrid en enero de 1954), así como de un primer intento por promover la disciplina de los *American Studies* en la universidad española, ejecutado con poca fe y escaso éxito durante la segunda mitad de los cincuen-

⁶⁹ Osgood (2006, 216-222).

⁷⁰ «U.S. Radio Broadcasting in Spain», pág. 4.

⁷¹ La iniciativa privada y no la diplomacia pública americana fue el factor determinante tras la exitosa presencia de Louis Armstrong en Cataluña a finales de 1956 (su única visita a España); este acontecimiento demostró, al mismo tiempo, el potencial de este estilo musical para generar la admiración de muchos españoles. Véase Iglesias (2011).

ta⁷². En esa labor fue fundamental la presencia en el país de académicos americanos gracias al *Educational Exchange Program* (tabla 1). Aquel empeño coincidió además con un reforzamiento del papel que las bibliotecas de las Casas Americanas habían jugado hasta entonces, poniéndose el énfasis en una mayor amplitud y renovación de sus fondos bibliográficos. Tampoco faltaron un creciente número de exposiciones artísticas, como *Siglo y medio de pintura norteamericana* (abril-mayo de 1955) y *Grabado contemporáneo norteamericano* (marzo de 1957), además de la participación en las bienales de arte hispanoamericano patrocinadas por el Instituto de Cultura Hispánica.

La revista *Noticias de Actualidad* dio una gran visibilidad a la proyección del arte y la cultura americana durante todo el periodo (tabla 2), aunque a partir de 1956 (y hasta 1964) el peso de esa labor correspondió a una nueva publicación periódica del USIS en España: *Atlántico, Revista de Cultura Contemporánea*. Una de las secciones de la revista se dedicó a reseñar las obras sobre cultura americana que se comercializaron en España gracias al BTP y el IMGP, caso de la «Colección Estados Unidos» y de monografías como *La Pintura norteamericana* (Barcelona, Seix Barral, 1954) o *Antología de grandes cuentistas norteamericanos* (Madrid, Aguilar, 1955)⁷³. El número de películas destinadas por el USIS a este terreno también creció de manera considerable respecto a la primera mitad de la década (tabla 3), sumándose a los muchos títulos que detallaban las bondades del sistema educativo americano (y del modelo socio-económico que lo sustentaba). Ambos asuntos, la producción cultural estadounidense y su sistema educativo, ocuparon también un espacio privilegiado en las conferencias organizadas por las Casas Americanas y los centros binacionales en España, casi siempre a cargo de beneficiarios de los diferentes programas de intercambio, tanto españoles como americanos.

Los estrategias propagandísticos americanos, con el ferviente católico Edward P. Lilly a la cabeza, habían sugerido desde principios de la década de los cincuenta la necesidad de hacer de la religión uno de los caballos de batalla en la «cruzada» ideológica contra el comunismo. Sin embargo, no fue hasta la transformación del *Psychological Strategy Board* en el *Operations Coordinating Board* (OCB), tras la toma de posesión de la administración Eisenhower, cuando esa propuesta encontró plena receptividad en Washington⁷⁴. En España, el objetivo del USIS en ese terreno se centró en refutar los prejuicios alimentados por la jerarquía católica del país, subrayando «los estrechos vínculos que unen a España y a los Estados Unidos, naciones defensoras de los profundos valores espirituales de la civilización occidental, herencia de los siglos, ante las tendencias materialistas encarnadas en el comunismo»⁷⁵.

La felicitación navideña no se ausentó de las portadas de *Noticias de Actualidad* desde 1951 (tabla 1), mientras que sus páginas y las películas proyectadas por el USIS insistían en la salud y la fortaleza del catolicismo americano, documentado no solo a través de imágenes de monasterios, escuelas y abarrotadas iglesias católicas, sino también con datos que afirmaban que en el país había más de 31 millones de católicos (cifra superior a la población española en aquel entonces), 30 arzobispados, 43.000

⁷² Rodríguez (2010).

⁷³ León (2009).

⁷⁴ Osgood (2006, 256-320).

⁷⁵ «Norteamérica a Barcelona», *Noticias de Actualidad*, 10-VI-1957, pág. 13.

sacerdotes, 154.000 religiosas y 22 millones de lectores de la prensa católica⁷⁶. De manera más arriesgada, el USIS también aludió al concepto de libertad religiosa, aunque con la intención de combatir la idea de que el catolicismo era discriminado en Estados Unidos, una realidad que, aunque en declive, preocupaba lógicamente a la Iglesia española y sus fieles. Del mismo modo, a la hora de presentar la vida religiosa de la mayoría protestante se puso el énfasis en festividades comunes con el catolicismo (Pascua, Navidad), así como sobre todo en la espiritualidad como factor de unidad entre todos los cristianos del país. El USIS tampoco perdió oportunidad de plantear los puentes espirituales entre ambos países utilizando el testimonio de algunos de los españoles que regresaban de Estados Unidos tras participar en los distintos programas de intercambio activados en los cincuenta, como fue el caso de Francisco de Luis, Consejero Delegado de la Editorial Católica de Madrid⁷⁷. El lugar de la población judía en Estados Unidos fue omitido completamente en los contenidos del USIS en España. Los arraigados prejuicios antijudíos en diversos sectores del conservadurismo español y la simpatía oficial del estado franquista hacia el mundo árabe en su conflicto con Israel parecieron recomendar esa actitud.

La proyección de la familia como pilar fundamental sobre el cual se construía la sociedad estadounidense fue otra constante en el discurso de la diplomacia pública americana en España. Los agentes del USIS pusieron el énfasis en demostrar la fortaleza de la institución del matrimonio en Estados Unidos, algo que era puesto en duda en los púlpitos españoles, donde se aludía a la legalidad del divorcio, uno de los primeros derechos civiles abolidos por el franquismo. La política del USIS al respecto siguió dos sendas: documentar el día a día de las familias rurales y suburbanas del país (más cercanas al ideal americano y católico); y exponer con cifras y estadísticas variopintas la buena salud de la institución. Todos los canales informativos jugaron un papel importante en este frente. En 1952, por ejemplo, las emisiones de la VOA dedicaron una serie de programas a «La vida en los hogares de Norteamérica». Por su parte, cintas como *Una familia de los Estados Unidos* retrataban «la vida de una familia típica», en la que el padre era cabeza indiscutible del hogar⁷⁸. Esa imagen, sin embargo, contrastaba con la ambigua representación que el USIS hizo de la mujer americana, al menos teniendo en cuenta la doctrina franquista acerca de las relaciones de género. Así, la mayor parte de los artículos y documentales de temática femenina, aunque escasos en número (tablas 2 y 3), presentaban a una mujer que, si bien no olvidaba su faceta doméstica, desempeñaba un rol destacado en áreas tradicionalmente reservadas al hombre, como la vida política, la actividad económica y la investigación científica. Que el primer monográfico editado por *Noticias de Actualidad* estuviese dedicado a la mujer americana denotaba⁷⁹, probablemente, la identificación del machismo como otra de las señas de identidad del antiamericanismo (y antiliberalismo) pro-franquista que buscaba erosionar el USIS.

⁷⁶ «Catolicismo norteamericano», *Noticias de Actualidad*, 13-IX-1954, pág. 15; «22 millones leen la prensa católica», *Noticias de Actualidad*, 11-X-1954, pág. 15.

⁷⁷ «Valores espirituales de América», *Noticias de Actualidad*, 5-IV-1954, págs. 4-6.

⁷⁸ USIS-España (1957, 105).

⁷⁹ *Noticias de Actualidad*, 12-IV-1954.

CONCLUSIONES

Los tres primeros lustros de la Guerra Fría alumbraron una época de fuerte reafirmación nacional en Estados Unidos. El prestigio del poder ejecutivo producto de la victoria en la Segunda Guerra Mundial y la larga fase de bonanza económica (con un crecimiento nunca visto de las clases medias) abierta a finales de los años cuarenta, repercutió considerablemente en la convicción de que hizo gala Washington para plantar cara a la Unión Soviética en el frente propagandístico. El presidente Truman primero, y más agresivamente el presidente Eisenhower después, no dudaron en contraponer un modelo idealizado de sociedad, desarrollo económico y organización política a la alternativa soviética en el exterior⁸⁰. No faltaron partidarios de esta última en el principal campo de batalla entre las grandes potencias en aquel periodo: la Europa democrática al oeste del telón de acero. De hecho, la mayor parte de los mensajes empleados por la diplomacia pública estadounidense en este periodo fueron ideados con la realidad de aquella región en mente: libertad política y sindical, importante peso electoral de los partidos «de clase» (izquierda comunista y no comunista), alto crecimiento económico y movilidad social sin precedentes⁸¹.

La situación española no encajaba con ese perfil, más bien se encontraba bastante alejada del mismo, lo que no impidió que los principales mensajes (y canales) pensados para Francia, Italia o Alemania Occidental fueran aplicados también en España, o más concretamente hacia los «líderes» del país, convertidos desde 1951 en objetivo prioritario del USIS. En esa línea se tradujeron al español películas producidas durante el Plan Marshall para cantar los parabienes de la «productividad», el libre mercado y la paz social ante obreros franceses e italianos; se publicaron y distribuyeron los mismos artículos y panfletos sobre el sistema electoral americano; y se reprodujo la campaña multimedia para demostrar la vitalidad cultural y el liderazgo científico iniciada al otro lado de los Pirineos. El objetivo era quizás distinto, pero los medios fueron prácticamente similares. No en vano, buena parte de la labor desarrollada por el personal del USIS en España consistió en traducir y adaptar campañas, medios y mensajes a los objetivos y realidad locales, con limitadas aportaciones originales. Los matices introducidos se debieron principalmente al pasado reciente de enfrentamiento en las relaciones bilaterales, el carácter dictatorial del franquismo y el modelo autárquico de su economía. Contra lo que se podría pensar, menos incidencia tuvieron la presencia de militares y turistas estadounidenses (común en la mayor parte de Europa) o los prejuicios antiamericanos de la España conservadora, que no diferían demasiado del conservadurismo y el catolicismo continental (con la salvedad del singular rechazo español a la influencia de Washington en América Latina, caso de Puerto Rico).

El uso del mensaje anticomunista o sobre la fortaleza de su liderazgo en el bloque occidental estuvieron dirigidos a demostrar a las élites conservadoras españolas que el gobierno americano se tomaba en serio la amenaza comunista. En cambio, no había necesidad de recurrir a la dialéctica del «enemigo interior», pues a fin de cuentas el

⁸⁰ Modelo que distaba de ser un reflejo fiel de la realidad estadounidense y que también fue empleado para consumo interno por el gobierno estadounidense, buscando alimentar más si cabe el consenso anticomunista en el país. Véase May (1989), Osgood (2009).

⁸¹ Judt (2005).

nexo de unión del franquismo sociológico estaba construido sobre la victoria en la Guerra Civil. Análogamente, la apología del sistema liberal en materia económica, social y política (en ese orden) no buscaba tanto contrarrestar la propaganda soviética, cuanto ofrecer un modelo de desarrollo alternativo al existente en España desde 1939. Según los analistas americanos, la estabilidad del país, y con ella la plena operatividad de las instalaciones militares estadounidenses, solo estaba amenazada a corto plazo por la nefasta situación económica. De ahí la insistencia en los beneficios del modelo capitalista, junto a la descripción de la ayuda americana como una contribución a la «modernización» de sistema productivo español. Los informes americanos también señalaban otro riesgo a medio-largo plazo, que tenía su origen en el descontento creciente de buena parte de la población por sentirse marginada de las decisiones tomadas por los dirigentes del régimen y el desigual reparto de la riqueza que generaban. El creciente deseo de evolución socio-política podía ser un potente factor de erosión de la dictadura con el paso del tiempo. Por ello resultaba aconsejable familiarizar a las élites que previsiblemente pilotarían dicho cambio con el modelo americano, considerado en Washington el horizonte ideal al que debían aspirar todos los pueblos⁸². Esa aspiración justificaba incluir referencias a las elecciones libres, la libertad de prensa, las relaciones laborales o el creciente protagonismo económico y político de la mujer. La bula con la que contaba el USIS ante las autoridades franquistas facilitaba aquellas licencias.

¿Caló el mensaje americano en la audiencia española? A comienzos de 1961, el personal del USIS evaluó la opinión que los españoles tenían acerca de los Estados Unidos tras una década marcada por el acercamiento diplomático y el despliegue militar americano. Se distinguían tres grandes grupos de opinión, que al mismo tiempo servían para apreciar la efectividad que había tenido el dispar esfuerzo de relaciones públicas llevado a cabo por el USIS sobre cada uno de ellos⁸³. El grupo más vasto y heterogéneo de los identificados eran las clases populares, que componían el grueso de la sociedad pero que ocuparon un espacio marginal en la programación del USIS durante la mayor parte del período analizado, no tanto por su exclusión de los programas cuanto por la falta de adaptación del discurso a su realidad cotidiana. Su opinión hacia los Estados Unidos no arrojaba conclusiones alentadoras: su inicial predisposición de simpatía se había resentido considerablemente al no traducirse la alianza bilateral en beneficios tangibles para su nivel de vida. El programa cinematográfico y de exposiciones del USIS había ayudado a satisfacer la curiosidad de la población hacia Estados Unidos, pero también a generar unas expectativas que la gran masa de los españoles consideraba insatisfechas.

El segundo grupo lo formaban aquellos sectores de opinión donde la oposición al régimen era más perceptible y podían ser el caldo de cultivo para un eventual «contagio» comunista: estudiantes universitarios, obreros e intelectuales. El mensaje del USIS venía orientándose hacia esos grupos de manera singularizada desde mediados de los años cincuenta, pero en este caso los análisis apuntaban a que se estaba fracasando de manera inapelable. La posibilidad de esa deriva se había reconocido de forma temprana y había llevado a un intento de desprestigiar el comunismo ante estos círculos, por ejem-

⁸² Actitud que por ejemplo cristalizó en el caso de Latinoamérica en el lanzamiento de la «Alianza para el Progreso» por parte del Presidente Kennedy, véase Lathan (1998).

⁸³ «USIS Country Assessment Report for Spain – 1960», 16-II-1961, pág. 2-5, NARA, RG 306, Europe Country Plans, box 1.

plo mediante el BTP y el programa cinematográfico. La razón no era sino la creciente asimilación de antifranquismo con antiamericanismo. En los años sesenta se aprovecharon las crisis internacionales de comienzos de la década (Berlín y Cuba) para resaltar la realidad de la amenaza comunista. Empero, la guerra de Vietnam echó por tierra aquel esfuerzo ante unos sectores crecientemente identificados con otras víctimas de la *real-politik* aplicada por las grandes potencias, así como con el movimiento de protesta contra la guerra y a favor de los derechos civiles en Estados Unidos⁸⁴.

A juicio del personal del USIS, el único grupo de población donde su mensaje había calado durante los años cincuenta era el de los «líderes» del país, y más concretamente militares, empresarios, individuos cercanos al poder y clases profesionales acomodadas. Su actitud hacia Estados Unidos se consideraba cada vez más favorable, a lo que por supuesto ayudaba el hecho de que fuesen el segmento de población que más había ganado con el vínculo bilateral y la ayuda americana. En efecto, el mensaje difundido por los canales informativos o a través de los programas de intercambio de personas contribuyó a mitigar los prejuicios antiamericanos de las élites franquistas, además de a moldear una interpretación positiva de ese vínculo acorde con los intereses americanos y su visión de futuro para la sociedad española. Así, el mensaje de amistad bilateral y liderazgo en la Guerra Fría habría facilitado su comprensión y pasividad hacia el patente desequilibrio asumido en los pactos suscritos con Estados Unidos, aunque las sucesivas renovaciones de esos acuerdos y sus condiciones provocasen fisuras en la afinidad con el aliado americano⁸⁵. Pero sin duda, el fenómeno más importante en este terreno estuvo ligado al éxito del modelo americano entre aquellos sectores del franquismo cuya influencia política fue en aumento desde la segunda mitad de los años cincuenta (medios económicos reformistas, Opus Dei, etc.), dando lugar a su reinterpretación para adaptarlo a la situación española como un nuevo dogma basado en el desarrollo económico y una gestión teóricamente más eficaz, que posponía sin embargo la liberalización política de manera indefinida. Algunas características de ese modelo se trasladaron a la apertura económica y la evolución socio-cultural de la España de los años sesenta, contribuyendo al menos parcialmente a marcar la trayectoria seguida por el proceso de modernización en que se embarcó la sociedad española en aquellos años. Para entonces, fuertes recortes presupuestarios habían forzado al USIS a confiar su acceso a las nuevas clases medias españolas, a priori más receptivas al mensaje americano, a la labor de los intermediarios locales cultivados desde la década anterior⁸⁶.

⁸⁴ Para un estudio preliminar sobre la atención singular de la diplomacia pública americana por el colectivo estudiantil en este periodo, véase Martín (2011).

⁸⁵ Para las renegociaciones de los sesenta, véase Viñas (2003) y Termis (2005).

⁸⁶ «USIA. Post Inspection Report on USIS Spain, April 25-May 9, 1968», NARA, RG 306, Inspection Report Reference Files, *compiled 1954-1976*, box 17.