

Diplomacia pública, debate político e historiografía en la política exterior de los Estados Unidos (1938-2008)

José Antonio Montero Jiménez

Visiting Researcher, Prince of Asturias Chair
Georgetown University

Resumen: La transformación de los Estados Unidos en gran potencia internacional ha provocado tres tipos de tensiones: primero, entre la tradición del *laissez-faire* y la creciente burocracia típica de naciones con un número creciente de compromisos internacionales; segundo, entre la tradición aislacionista y un intervencionismo cada vez más pronunciado; tercero, entre el idealismo inherente a las tradiciones estadounidenses y el realismo que inspiró muchas de sus acciones. La diplomacia pública ha desempeñado un papel importante en dichas tensiones, ya que se trata de un derivado del liderazgo internacional de Norteamérica, y se relaciona con la promoción de ideas y valores culturales. Este trabajo pretende explorar la conversión de los Estados Unidos en superpotencia a través de diferentes debates políticos e historiográficos relacionados con la propaganda y las relaciones culturales.

Palabras clave: diplomacia pública, propaganda, relaciones culturales, historiografía, Estados Unidos.

Abstract: The rise of America to world power has aroused three types of tensions: first, between the *laissez-faire* tradition and the growing bureaucracy typical of nations with a high number of international engagements; second, between the isolationist tradition and Washington's mounting interventionism; third, between the idealism inherent to US traditions and the realism which inspired many of its actions. Public Diplomacy has played an important part in these debates, both as an activity linked to the promotion of ideas and cultural values and as a result of America's international leadership. This essay explores the transformations of the US into a superpower through the lens of differ

ent political and historiographical debates concerning US foreign propaganda and cultural relations.

Key words: public diplomacy, propaganda, cultural relations, United States, historiography.

Introducción

La conversión de los Estados Unidos en gran potencia vino acompañada de distintas tensiones con la tradición política norteamericana¹. La crisis de 1929 minó el apego radical a la doctrina del *laissez-faire*, permitiendo un destacado incremento de la maquinaria gubernamental. Los crecientes compromisos internacionales asumidos por Norteamérica chocaron repetidamente con los impulsos aislacionistas heredados del siglo XIX. Asimismo, la necesidad de arbitrar una política exterior basada en imperativos estratégicos contrarió la tendencia a justificar la acción internacional a partir de criterios estrictamente morales o ideológicos. Estos tres debates tuvieron un claro reflejo en el terreno propagandístico. La visión de Norteamérica como el baluarte de la libertad había levantado generalmente severos recelos ante cualquier intento de las autoridades por dirigir a la opinión pública, tanto nacional como internacional. Sin embargo, el contexto de las dos guerras mundiales determinó la aparición de las primeras agencias gubernamentales dedicadas específicamente a la propaganda o la diplomacia cultural. La Guerra Fría y el liderazgo norteamericano dentro del bloque occidental propiciaron la permanencia de este tipo de organismos, que se vieron constantemente sometidos a la dialéctica entre realismo e idealismo. ¿Debían los aparatos de propaganda adoptar una estrategia a largo plazo, basada estrictamente en la difusión de principios generales, tales como la libertad o la democracia? ¿O habían de actuar como maquinarias sometidas al devenir de los intereses estratégicos, cambiando su mensaje en función de la coyuntura?

Pretendemos aquí seguir estas discusiones a partir del análisis de distintos trabajos centrados en el origen y evolución de la diplomacia

¹ Este trabajo se ha realizado en el marco del proyecto de investigación HUM 2007-66559 del Plan Nacional de I+D+I (2004-2007) del Ministerio de Educación y Ciencia.

pública de los Estados Unidos. Como tal pueden entenderse los distintos esfuerzos del gobierno norteamericano destinados a promocionar en el exterior sus propios ideales, así como a fomentar una mejor comprensión de sus políticas (Tuch, 1990, 3). Bajo este paraguas los propios funcionarios estadounidenses distinguieron entre dos tipos de acciones: la información y las relaciones culturales². La primera implicaba generalmente una planificación a corto plazo, y se encontraba estrechamente vinculada a la coyuntura política; sus estrategias podían alcanzar un alto grado de agresividad, e incluían la manipulación de la verdad. Las relaciones culturales se concebían en un tono más positivo y no se programaban con la intención de obtener resultados inmediatos. Se basaban en la promoción de productos como la literatura, la música o el sistema educativo, y en muchas ocasiones implicaban un contacto directo entre estadounidenses y extranjeros. Entre los ejecutores de la diplomacia pública se encontraban tanto organismos gubernamentales como organizaciones privadas que colaboraban con aquéllos —fundaciones, varias ONG—, generalmente en el terreno del intercambio educativo y científico.

Los inicios de la Guerra Fría: de la información a las relaciones culturales

El *New Deal*, la Segunda Guerra Mundial y el comienzo de la Guerra Fría aceleraron la expansión del aparato estatal, así como su presencia social. El crecimiento de la influencia nazi en América Latina impulsó la creación en 1938 de la *Division of Cultural Relations* del Departamento de Estado y del *Interdepartmental Committee for Scientific and Cultural Cooperation*. Ambas instituciones se centraron en el estrechamiento de lazos dentro del Hemisferio Occidental, mediante el intercambio de estudiantes, profesores y personalidades prominentes. Sin embargo, Washington no se inmiscuyó propiamente en tareas de información hasta el establecimiento, en agosto de 1940, de la *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* (OCIAA), puesta bajo la dirección de Nelson Rockefeller. La participación en la contienda vino igualmente acompañada de la instaura-

² Para una mejor aclaración de las acciones que se esconden bajo el concepto de diplomacia pública, cfr. el artículo de Antonio Niño, incluido en el presente dossier.

ción de distintos organismos informativos que, en 1942, se agruparon bajo la *Office of War Information* (OWI). En esta ocasión, Norteamérica se introdujo incluso en los terrenos de la contra-propaganda y la propaganda psicológica a través de la agencia predecesora de la CIA: la *Office of Strategic Services*.

El periodo que medió entre el cese de las hostilidades y el inicio del enfrentamiento con la Unión Soviética se caracterizó por un cierto grado de indefinición en cuanto al papel internacional a asumir por los Estados Unidos. Una vaguedad que tuvo su correlato en el terreno de la diplomacia pública. A finales del verano de 1945, el Presidente Truman disolvió la OWI, colocando todas las actividades de información y relaciones culturales bajo la autoridad directa del Departamento de Estado. Tratando de clarificar el futuro de estas tareas, el gobierno patrocinó una primera serie de trabajos que repasaron las enseñanzas de la experiencia bélica y ofrecieron sugerencias para la creación de un programa informativo coherente con la nueva realidad nacional e internacional. A comienzos de 1946, los funcionarios de la OCIAA prepararon un informe que acabó publicándose bajo el título de *History of the Office of the Coordinator of Inter-American Affairs*. A la par, un consultor a las órdenes del Departamento de Estado, Arthur W. MacMahon, redactó un *Memorandum on the Post-war International Information Program of the United States*, que vio la luz en 1945 (MacMahon, 1945, xi-xii; Affairs, 1947, 271).

Ambos documentos se mostraron de acuerdo en la necesidad de dar continuidad a las empresas de propaganda e intercambio cultural. MacMahon afirmó que «las actividades de información internacional son una parte integral del desarrollo de la política exterior». Sin embargo, en reconocimiento a los recelos imperantes tanto entre la opinión como en el Capitolio, abogaron por dar a tales operaciones un tono claramente idealista, enfocándolas hacia la defensa genérica de principios como la libertad de expresión. Asimismo, recomendaron que el Estado actuara como mero coordinador, dejando el desarrollo de los programas, hasta donde fuera posible, en manos de entidades particulares. Los trabajadores de la OCIAA recordaron que «algunas de (...) [sus] actividades podrían y deberían ser recogidas por agencias gubernamentales permanentes, pero (...) sería necesario depender de intereses privados. Para MacMahon, el papel de Washington debía ser «facilitador» y meramente «suplementario»: «el rol del gobierno es visto como positivo pero limitado y esencial-

mente residual». A conclusiones parecidas llegó una *Commission on Freedom of the Press*, financiada por la revista *Time*. En un informe preliminar aparecido en 1946 y titulado *Peoples Speaking to Peoples*, la Comisión defendió «la eliminación progresiva de todas las barreras políticas y el relajamiento de las restricciones económicas que impiden el flujo libre de información a través de las fronteras nacionales». Una función que debía ser desarrollada preferentemente por «la industria privada, con bases no comerciales», aunque «fracasando la provisión del servicio solicitado por estos medios, el comité solicitaría del gobierno (...) que tomara bajo su control la difusión requerida» (White y Leigh, 1946, vi-vii).

El inicio de la Guerra Fría en 1947 y el estallido del conflicto coreano en 1950 marcaron el comienzo de una estrategia de confrontación con la Unión Soviética. Según los postulados de la conocida *Doctrina Truman*, los Estados Unidos quedaron convertidos en policías del bloque occidental. En este contexto se efectuaron múltiples llamadas en favor de una campaña que neutralizase de manera efectiva la propaganda soviética. Los pioneros del Realismo político, como Hans J. Morgenthau o George Kennan, reclamaron el abandono de cualquier traza de idealismo en el diseño de la política exterior, y por ende de la diplomacia pública. Ésta debía quedar sometida al dictado de los intereses estratégicos derivados del enfrentamiento con Moscú. La línea realista se plasmó en análisis específicos, como el producido en 1948 bajo el epígrafe de *Overseas International Information Service of the United States Government*. Su autor, Charles A. Thomson, había dirigido la División de Relaciones Culturales del Departamento de Estado entre 1940 y 1944. A su entender, «cualquier programa de información nacional debería servir al interés nacional y estar conectado con la estrategia general. Para proporcionar el máximo servicio, el programa debe coordinarse con todos los grandes elementos de la acción nacional: políticos, militares, económicos, de corto y largo plazo». Siguiendo pensamientos parecidos, el Capitolio abandonó momentáneamente sus dudas, y dio vía libre a la *Smith-Mundt Act* a comienzos de 1948³. Esta ley capacitaba al gobierno para emprender a nivel internacional campañas propagandísticas de cierta envergadura, pero al mismo tiempo les otorgaba una motivación moral: «promo-

³ El desarrollo institucional que siguió a esta norma puede seguirse a través del artículo de Lorenzo Delgado, incluido en este dossier.

ver un mejor entendimiento de los Estados Unidos, sus gentes y las políticas promulgadas por el Congreso, el Presidente, el Secretario de Estado y otros funcionarios responsables» (Thompson, 1948, 367, 1). La medida contemplaba las dos líneas tradicionales de la diplomacia pública —información e intercambio cultural—. No obstante, el clima de tensión internacional primó la ejecución de maniobras propagandísticas planificadas para el corto plazo, y dependientes del devenir de los acontecimientos. Durante varios años, las relaciones culturales quedaron subyugadas a favor de un enfoque que primó claramente los métodos de la propaganda tradicional.

El desarrollo de estas operaciones tampoco careció de polémica, derivada de las seculares sospechas del público respecto de la propaganda. A comienzos de la década de 1950, la caza de brujas puso su punto de mira en algunas facetas del programa informativo estadounidense. El senador Joseph McCarthy ofreció sobradas muestras de su disgusto con el pasado de algunas personas que trabajaban para *Voice of America*, y promovió una «limpieza» de las bibliotecas mantenidas en el exterior por el *United States Information Service*. Por otra parte, tras su creación en 1953, la *United States Information Agency* (USIA) no fue capaz de contener las trazas de antiamericanismo presentes en muchos de los países sobre los que desplegaba sus técnicas. Las críticas contra la Agencia llegaron a un punto extremo con la publicación en 1955 del libro *Billions, Blunders and Baloney* (billones, meteduras de pata y tonterías). Su autor, Eugene W. Castle, repasó la historia reciente de los distintos programas oficiales de información, presentándolos como un despilfarro de dinero. Los líderes norteamericanos carecían de la confianza necesaria para llevar a cabo la misión que se había encomendado a los Estados Unidos. Sin esta certidumbre, las agencias propagandísticas no podrían triunfar nunca; con ella, Norteamérica no precisaba de ningún aparato informativo: «USIA (...) y el resto de decepcionantes aventuras de distribución en masa han sido simplemente el reflejo inevitable de unos líderes nacionales que vacilan frente a decisiones lógicas y directas» (Castle, 1955, 262).

La administración Kennedy se impuso como objetivo la resolución de una parte importante de estos problemas, tratando de cambiar la cara de su diplomacia pública. Para ello procuró identificarla de manera más directa con distintos principios ideológicos, y aumentar el peso general de las relaciones culturales. Este espíritu de renovación

se plasmó en el nombramiento como director de la USIA de Edward R. Murrow, un conocido presentador de televisión que desde la CBS había contribuido al ostracismo del senador McCarthy. Por otra parte, en septiembre de 1961 se aprobó la *Fulbright-Hays Act*, con la intención de revitalizar las acciones de intercambio educativo y científico. Como es natural, estos propósitos de enmienda propiciaron la aparición de un importante volumen de trabajos en torno a la historia, los antecedentes y las perspectivas de la USIA. La mayor parte de ellos se debieron a la pluma de trabajadores de la agencia, como Wilson P. Dizard (1961), Arthur Goodfriend (1963), John W. Henderson (1969) o Thomas C. Sorensen (1968). El tema comenzó también a atraer la curiosidad de académicos provenientes en su mayoría del campo de la ciencia política, caso de Robert E. Elder (1968), Ronald I. Rubin (1968), Ben Posner (1962) o Peter DeVos (1962).

Casi todos ellos compartían el deseo de librar a la opinión pública estadounidense de su ignorancia acerca de las acciones gubernamentales en el campo informativo: «Los americanos se encuentran aislados de su propio aparato nacional de información por una política del Congreso destinada a evitarles ser objeto de la propaganda» (Henderson, 1969, viii). Asimismo, ninguno planteaba dudas en cuanto a «la necesidad de un programa patrocinado por el gobierno y destinado a influir las actitudes del público en el extranjero» (Rubin, 1968, 219). En general, ofrecían recetas prácticas para solventar algunos de los obstáculos que la USIA arrastraba desde su fundación: escaso entrenamiento de los empleados, difícil integración en el aparato decisorio de la política exterior, relaciones complicadas con el Congreso, etcétera. Sin embargo, estos autores iban más allá de las cuestiones técnicas, proponiendo un cambio de filosofía acorde con las modificaciones experimentadas en el contexto internacional. Thomas C. Sorensen, subdirector de la USIA en época de Murrow, lamentaba que la Agencia siguiera empleando «gran parte del viejo vocabulario de la Guerra Fría». La solución pasaba por cambiar el tono del discurso, centrándolo nuevamente en los valores que guiaban el comportamiento norteamericano: «Deberíamos poner menos énfasis en nuestro gran poder y riqueza, y más empeño en hacer circular los nobles sueños que tenemos en común con hombres de todas partes» (Sorensen, 1968, 304-305). Para lograrlo, las labores de información habían de separarse del devenir diario de los acontecimientos, y guiarse por planificaciones de largo alcance temporal: «nuestro pro-

grama (...) tiene que ser lo suficientemente flexible para cambiar según cambian las condiciones, pero lo suficientemente constante en sus propósitos para mantener la confianza de nuestros antiguos amigos». Asimismo, a la hora de dar credibilidad a los ideales americanos, había que tomarlos «no como slogans o puntos de propaganda sino como guías para actuaciones informadas» (Dizard, 1961, 193, 199). Resultaba «esencial para la mejora del papel de la USIA una mayor aceptación de la agencia (...) como participante en el proceso de decisión política» (Henderson, 1969, 273).

A pesar de todas estas sugerencias, la USIA siguió serpenteando desde «el *entendimiento mutuo* hacia la *comunicación política* y la *constrainteligencia*» (Elder, 1968, 329). El nuevo énfasis en los criterios ético-ideológicos y en los objetivos a largo plazo resultaba más indicado para el otro puntal de la diplomacia pública: las relaciones culturales. El deslizamiento desde la información hacia el intercambio educativo y científico vino personificado por el mismo Charles Thomson que en 1948 había invocado una propaganda cerradamente ligada a la estrategia. En un libro póstumo escrito junto a Walter Laves, anotó que «[e]l fin primordial de la política exterior americana pasa por la construcción de una comunidad internacional unida y pacífica, basada en el consentimiento. Este objetivo puede ser promovido considerablemente a través de un programa de intercambios culturales intensivo y de largo alcance» (Thompson y Laves, 1963, 185).

Tales ideas se concretaron analíticamente en dos trabajos de gran repercusión: *The Fourth Dimension of Foreign Policy* (1964), escrito por Philip H. Coombs, primer Assistant Secretary of State for Educational and Cultural Affairs; y *The Neglected Aspect of Foreign Affairs* (1965), fruto de la pluma de Charles Frankel, un filósofo de la Universidad de Columbia que fue posteriormente designado por Lyndon Johnson para dirigir los programas educativos del Departamento de Estado. Frankel y Coombs hablaron de un mundo interdependiente e hiperinformado donde había «aumentado grandemente la influencia que los pueblos, las ideas y el conocimiento están ejerciendo en el curso de los acontecimientos mundiales». La lucha por la hegemonía se había transformado en una pugna por las mentes de los hombres. En tal escenario, la defensa de los valores democráticos había de pasar por «un entendimiento más profundo de América por parte de otras naciones», así como por un mayor «entendimiento de otras naciones por parte de América» (Coombs, 1964, 10, 21). El intercambio de

científicos y estudiantes se adaptaba perfectamente a estos fines, porque podía disociarse más fácilmente del tinte propagandístico que obstaculizaba los trabajos de agencias como la USIA. De hecho, las relaciones culturales debían concebirse como un activo de largo alcance, quedando disociadas del devenir diario de la política exterior. Una de las mejores vías para dotarlas de una aureola de independencia consistía en reactivar la colaboración entre Washington y «las comunidades educativas y culturales de carácter privado». Frankel llamó a un «esfuerzo federal sustancial en asuntos educativos y culturales de índole internacional», pero vio al ejecutivo como un ente puramente regulador: «En el grado en que el gobierno de los Estados Unidos da su apoyo y estímulo bajo condiciones que preserven la autonomía y dignidad de estas instituciones [fundaciones, universidades, etcétera], anuncia que nuestra sociedad (...) las ve (...) como expresiones independientes de una civilización libre, que deben ser premiadas como un fin en sí mismas» (Frankel, 1965, 134, 146).

La atención al nexo entre las actividades del gobierno norteamericano y las acciones desarrolladas por distintas fundaciones e instituciones privadas coincidió con una reactivación del interés por sus ramificaciones internacionales. Durante los años sesenta y setenta aparecieron distintos análisis escritos por expertos relativamente independientes. Al igual que ocurría con los libros sobre la USIA o la política cultural del gobierno, ninguno de ellos discutió las premisas de la filantropía; buscaron simplemente adaptarla al contexto de la segunda mitad del siglo XX. Algunas de estas miradas tuvieron un carácter marcadamente técnico, como la monografía de Arnold J. Zurcher sobre *The Management of American Foundations* (1972), que analizaba largamente la complementariedad entre gobierno y fundaciones (Zurcher, 1972, 143-154, 165-178). Por otra parte, el prolongado devenir de las organizaciones privadas de ayuda exterior permitió observarlas también desde un punto de vista historiográfico. Robert H. Brenner, profesor en The Ohio State University, escribió el año 1960 un volumen en torno a la *American Philanthropy*. Comenzando en los tiempos de la colonia y llegando a mediados del pasado siglo, elogió la capacidad de los estadounidenses a la hora de ver que «la forma más efectiva y aceptable de benevolencia pasaba (...) por sensibles esfuerzos para ayudar a los pueblos a independizarse y prepararse para forjar sus propios destinos» (Brenner, 1960). En 1963, otro historiador, Merle Curti, publicó con ayuda de la Fundación

Ford un libro sobre *American Philanthropy Abroad*, que concluía con palabras igualmente laudatorias: «Sea como fuere, en su filantropía ultramarina los americanos han dado lo que ellos mismos más valoraban» (Curti, 1963, 627).

Fue necesario esperar algún tiempo más hasta que los programas de diplomacia pública desarrollados por el gobierno estadounidense contaran con estudios históricos destinados tanto a proporcionar un enfoque favorable como a abogar por su continuidad. La iniciativa partió del *Bureau of Educational and Cultural Affairs*, donde se creó en 1972 el *CU History Project*. El empeño propició la aparición de tres volúmenes, enfocados hacia los puntos más relevantes de los primeros programas de intercambio cultural patrocinados por Washington. El primero en ver la luz fue el tomo de Wilma Fairbank sobre *America's Cultural Experiment in China, 1942-1949*, seguido de *Inter-American Beginnings of U.S. Cultural Diplomacy*, escrito José Manuel Espinosa, y *Cultural Relations as an Instrument of U.S. Foreign Policy. The Educational Exchange Program Between the United States and Germany, 1945-1954*, fruto de la pluma de Henry J. Kellermann (Espinosa, 1976; Fairbank, 1976). El valor historiográfico de estas monografías fue limitado. Todas ellas nacieron con el ánimo especial de resaltar la evolución «del programa de intercambio personal patrocinado por el Departamento de Estado, diseñado para promover el entendimiento mutuo entre el pueblo de los Estados Unidos y otros pueblos del mundo». Asimismo, pretendían «estimular a los futuros diseñadores de políticas y planificadores de programas en el campo de la educación y las relaciones culturales» (Kellermann, 1978, v, viii). Sus autores habían formado parte de los programas de intercambio en China, Alemania o el propio *Bureau*. Por ello, aunque gozaron de un acceso privilegiado a documentación primaria, su discurso resultó extremadamente prolijo en citas textuales y en general careció de pretensiones analíticas. Para cuando Fairbank, Espinosa y Kellermann acabaron estos libros, la diplomacia pública había logrado asentarse dentro del entramado gubernamental de Washington. Hasta ese momento, la mayor parte de los escritos sobre la propaganda norteamericana habían salido de la mano de un puñado de funcionarios y politólogos guiados por un doble propósito: defender su existencia y mejorar su efectividad. Sin embargo, comenzaba entonces a abrirse paso una crítica que buscaba minar las bases mismas de la acción internacional de Washington.

Imperialismo cultural, revisionismo y corporatismo: la diplomacia pública como agente del capitalismo

El clima político de finales de los años sesenta propició una serie de ataques que discutieron la legitimidad de la política exterior de los Estados Unidos, alterando radicalmente los análisis en torno a su diplomacia pública. La distensión entre bloques, la aceleración del proceso de descolonización y las dificultades estadounidenses en Vietnam coincidieron con la llegada a las universidades de una nueva generación que no había participado en las calamidades de la lucha contra Hitler ni en el primer ciclo de la Guerra Fría. Los intelectuales pusieron sobre el tapete las técnicas analíticas del marxismo, empleando el vocabulario propio de las teorías estructuralista y de la dependencia. A su entender, la acción internacional de Washington se encontraba volcada hacia la preservación del sistema capitalista. El crecimiento de la producción interna dependía de una ampliación continuada de mercados exteriores en los que obtener las materias primas y colocar los productos elaborados. Esta exportación del modelo económico iba acompañada de una serie de instrumentos destinados a allanarle el camino. Dentro de ellos ocupaba un lugar privilegiado la ideología, camuflada en forma de doctrinas políticas, modos de organización, pautas de consumo o productos culturales. Para designar esta faceta de la expansión capitalista se acuñó el término de *imperialismo cultural*. Un binomio de palabras destinado a resaltar cómo «el proceso de control imperialista se ve ayudado e incitado por la importación de productos culturales de apoyo» (Tomlinson, 1991, 3)⁴; entre sus instrumentos ocupaba un lugar nada despreciable la diplomacia pública (Carnoy, 1974). Su intención final pasaba por sustituir la cultura autóctona de los dominados por la ideología propia del bloque occidental.

Esta visión de la acción exterior estadounidense se convirtió en dominante entre los historiadores diplomáticos más jóvenes, propiciando la aparición de las escuelas revisionista y corporatista. La primera de ellas estuvo representada por expertos como Walter LaFeber, Thomas McCormick, Lloyd C. Gardner y William Appleman Williams.

⁴ Para una explicación más en profundidad de estos fenómenos, cfr. GIENOW-HECHT (2000, 470 ss.).

A su entender, la política internacional de los Estados Unidos gozaba de raíces eminentemente domésticas, y se encontraba ligada estrechamente a los intereses de distintos grupos, conscientes de «la realidad de una superabundancia industrial y la urgente necesidad de expandir los mercados ultramarinos para aliviarla» (Gardner, LaFeber *et al.*, 1976, 217). La identificación de dichos grupos, así como la clarificación del uso que hicieron de la propaganda corrió posteriormente a cargo del corporatismo (Hunt, 1992, 125). Thomas McCormick, Michael J. Hogan, Joan Hoff-Wilson y otros concibieron la política exterior estadounidense como el resultado de una especie de consenso establecido entre distintos grupos: gobierno, empresarios, sindicatos e intereses agrícolas. Los cabecillas de tales sectores habrían decidido renunciar a la competencia mutua, optando por una estrategia que resultase provechosa para todos ellos. La mejor solución pasaba por un aumento progresivo de la producción, que haría crecer los beneficios a nivel general. El éxito de tal esquema necesitaba de una apertura continuada de mercados foráneos, apoyada por la difusión de creencias y valores culturales típicamente estadounidenses.

La creación de los primeros programas de diplomacia pública habría venido determinada por la creciente intervención del ejecutivo en los esquemas corporatistas. Los grupos involucrados en la expansión del modelo económico americano habrían contado hasta el *New Deal* con medios propios para difundir los componentes ideológicos que más se adaptaban a sus intereses. Algunos estudios aparecidos a comienzos de los años ochenta resaltaron tal capacidad. Robert Rydell describió las exposiciones internacionales celebradas en suelo americano desde el último cuarto del siglo XIX como un esfuerzo «por parte de los líderes intelectuales, políticos y empresariales para establecer un consenso en torno a su visión del progreso como dominación racial y crecimiento económico» (Rydell, 1984, 8). El mismo patrón apuntaba la síntesis en torno a los años veinte publicada por Frank Costigliola: *Awkward Dominion* (1984) destacó cómo la preponderancia económica adquirida por los Estados Unidos después de la Gran Guerra tuvo un importante soporte en los «turistas, expatriados y películas de Hollywood», que «sirvieron como misioneros del estilo de vida y los productos americanos»: «De igual manera que el poder de América llevó a los europeos a tener en cuenta la cultura americana, también ese prestigio o fuerza moral realzó la efectividad de la diplomacia económica extraoficial de los Estados Unidos» (Cos-

tigliola, 1984, 167, 169). La coyuntura depresiva de los años treinta habría restado a las esferas financieras y comerciales la capacidad de desarrollar e incitar esta labor de difusión ideológica. El Estado tomó el relevo estableciendo programas de diplomacia cultural que revisitaron un grado cada vez más alto de complejidad. Así lo señaló Emily Rosenberg en su *Spreading the American Dream*: «Al igual que los organizadores políticos de los últimos años treinta concibieron un papel más vigoroso para el gobierno a la hora de recomponer un sistema económico liberalizado, también comenzaron a crear nuevas vías de asegurar la expansión cultural de América». Esta observación sirvió a Rosenberg como base interpretativa para describir la creación de la maquinaria comercial y propagandística de los Estados Unidos desde el momento de la instauración de la División de Relaciones Culturales hasta los avances de la administración Truman: «En estos años, el gobierno americano elaboró nuevos medios para expandir los conocimientos y la información americana (...). La Guerra Fría estimuló y a la par se agravó con las nuevas iniciativas de esta dimensión cultural de la política exterior» (Rosenberg, 1982, 203-228).

A partir de estas aproximaciones generales surgieron distintas publicaciones relacionadas con diversas facetas de la opinión pública. En muchas ocasiones constituían la primera aproximación histórica a unos temas de estudio que se desplegaron en tres direcciones: los organismos pioneros o especialmente significativos de la propaganda oficial: la OWI o *Voice of America* (Winkler, 1978; Pirsein, 1979; Alexandre, 1988); algunas facetas llamativas de las políticas culturales, como los programas destinados a la reeducación de la sociedad alemana tras la Segunda Guerra Mundial (Tent, 1982; Culbert, 1985; Willet, 1989); los mecanismos de colaboración entre el aparato informativo estadounidense y sectores privados: fundaciones, Hollywood, la *American Library Association*, etcétera (Arnové, 1980; Berman, 1983; Kraske, 1985; Koppes y Black, 1987).

Estos autores compartían algunas premisas básicas en torno a la diplomacia pública, y escribieron con la mente puesta en las tesis del *Imperialismo Cultural*. Pero no todos ellos las apoyaron; mientras algunos procuraron reforzarlas, otros ejercieron una defensa de la propaganda gubernamental. La mayor parte percibía los valores ideológicos como un instrumento maleable, al servicio de intereses estratégicos o económicos. El control de la opinión pública —estadounidense e internacional— por parte de las administraciones estadounidenses

resultó una derivación natural del número creciente de sus compromisos internacionales. Las guerras mundiales crearon la oportunidad perfecta para deshacerse de cualquier prejuicio en relación con la propaganda, y utilizarla a la hora de influenciar a ciudadanos de países extranjeros. En todos los casos, el mensaje transmitido por las autoridades carecía de un valor absoluto, y se modificaba en función de objetivos coyunturales. Tal es la conclusión que se extrae del libro de Allan Winkler sobre la OWI: «el primer paso (...) era ganar la guerra, y [el Presidente y sus consejeros] se encontraban dispuestos a transigir en aquello que creían podía conllevar un rápido final de las hostilidades, incluso cuando los compromisos parecieran poner en cuestión las razones mismas por las que se había ido a la guerra» (Winkler, 1978, 153). Para Laurien Alexandre, esta mecánica se perpetuó cuando la Guerra Fría imbuyó a los dirigentes estadounidenses de una sensación perpetua de enfrentamiento: «La política exterior de los Estados Unidos se basó en una contención agresiva de la expansión comunista a través de medios militares, económicos e ideológicos (...). Los esfuerzos de diplomacia pública durante la guerra (...) tomaron por tanto como punto de partida que la misma existencia (y expansión) del Estado soviético representaba una inherente amenaza al estilo de vida americano» (Alexandre, 1988, 8). Fue precisamente su capacidad de contribuir a los fines gubernamentales lo que permitió la entrada en escena de organizaciones privadas especializadas en el intercambio cultural: «Los requerimientos, tras Pearl Harbor, de la política exterior de América (...) dieron un gran ímpetu al esfuerzo institucional global de la *American Library Association*, ya que sin la guerra es dudoso que el Departamento de Estado (...) hubiera financiado las actividades bibliotecarias en la medida en que lo hizo» (Kraske, 1985, 7).

Ninguno de estos expertos puso en duda que el propósito final de las autoridades de Washington pasaba por imponer una especie de americanización oficial a sus potenciales aliados. Una misión basada en la firme creencia de que sólo el sistema norteamericano de valores podía garantizar la estabilidad mundial. Margaret Blanchard describió en estos términos la cruzada por la libertad de prensa declarada conjuntamente por los medios de comunicación y los dirigentes en el periodo 1945-1952: «[L]os estadounidenses creían que el único modo seguro de salvar al mundo de futuros conflictos pasaba por convertirlo a los valores e ideas norteamericanos» (Blanchard, 1986, 1). Al respecto recordaba unas palabras del historiador y politólogo

Marshall Knappen, acerca de las «ingenuas y extravagantes esperanzas del público en relación con la reeducación: “Con una fe conmovedora en la efectividad de los educadores profesionales, sintieron que, una vez se derrotara a los alemanes, la aplicación de la fórmula adecuada a su sistema escolar eliminaría el riesgo de que se desataran guerras en el futuro”» (Tent, 1982, 2).

Si la mayor parte de estos autores coincidían a la hora de apuntar los objetivos inmediatos de la diplomacia pública norteamericana, muchos diferían en cuanto al diagnóstico. Entre los más firmes defensores del *Imperialismo Cultural* se encontraban los que pusieron sus miras en las grandes fundaciones. Richard Arnove, Edward Berman y otros se adscribieron a los postulados adelantados por Antonio Gramsci, apuntando que «intelectuales y escuelas resultaban cruciales para el desarrollo de un consenso en la sociedad, para la racionalización y la legitimación de un determinado orden social» (Arnove, 1980, 3). Educación y academia conformaban precisamente los objetivos principales de las instituciones filantrópicas, convertidas en «un pilar ideológico sosteniendo el sistema capitalista mundial» (Berman, 1983, 3). Estas organizaciones, nacidas al amparo de grandes corporaciones, cumplían primordialmente tres funciones. De una parte, mitigaban las desigualdades inherentes al sistema, poniendo en marcha iniciativas de corte benéfico: «Las fundaciones representaban un vehículo para proponer e implementar programas de corrección social en un tiempo en que el gobierno federal se encontraba grandemente limitado por la ley» (Arnove, 1980, 4-5). Asimismo, procuraban la pervivencia del modelo económico, apoyando líneas investigadoras que justificaban su misma existencia. Desde comienzos del siglo XX, «los filántropos intervinieron en el vibrante mercado de ideas de la época, usando sus enormes recursos para promover a aquellos grupos que producían y difundían visiones del mundo apoyando el *statu quo*» (Arnove, 1980, 8). Por último, sus campañas en el exterior pretendían expandir en la medida de lo posible un ambiente que garantizara el crecimiento del capitalismo. Un proceso que llegó a su estado óptimo de desarrollo después de 1945: «Fue la Guerra Fría la que dio a los programas de las fundaciones en el extranjero su coherencia, dirección e importancia estratégica en el impulso de la política exterior de los Estados Unidos. (...) Los diseñadores de la acción exterior durante este periodo expresaron su preocupación por la posibilidad de que los avances soviéticos en las naciones en desarrollo

limitaran el acceso de las empresas a los mercados y las materias primas exteriores necesarias para la economía doméstica y la seguridad nacional» (Berman, 1983, 6). Este modelo se repetía constantemente, independientemente de si uno dirigía su objetivo hacia la ayuda médica enviada a China por la Fundación Rockefeller, o hacia el apoyo prestado por la Fundación Ford a las teorías conductistas (Brown, 1980; Seybold, 1980).

Al otro extremo del debate se situaba un grupo de historiadores que asumía sin más la existencia de la política informativa y cultural, aceptándola como algo necesario e inherente a la organización gubernamental de los tiempos modernos. Para ello, trataron de borrar la impudencia que los imperialistas culturales atribuían a cualquier acción oficial haciendo alusión continuada a las buenas intenciones de los individuos al mando de las campañas de propaganda. Tal es el sentido que se desprende de estas observaciones de Allan Winkler: «Los hombres que organizaron la OWI no tenían dudas acerca de sus poderes de persuasión. No eran difusores de la propaganda tratando de asentar el valor de su producto, sino más bien hombres a la vez comprometidos con una causa y convencidos de que podían tener un efecto en el mundo» (Winkler, 1978, 155). El ejemplo más acabado de esta defensa vino de la mano de Peter Coleman, un antiguo trabajador del *Congress for Cultural Freedom*. La revelación en 1967 de que esta institución había recibido fondos encubiertos de la CIA marcó su reputación durante muchos años. Tratando de rehabilitarse a sí mismo, Coleman aseguró que sus decisiones nunca se «habían visto influenciadas por presiones externas, y mucho menos de una agencia americana como la CIA». Por otra parte, el Congreso había cumplido con creces su cometido: «A través de sus publicaciones, conferencias y protestas internacionales, mantuvo en la palestra los temas del totalitarismo soviético y el liberalismo anticomunista (...) Al final del periodo, la propaganda de la Unión Soviética (...) ya no resultaba creíble» (Coleman, 1989, xii, 243).

Ideología y cultura como determinantes de la diplomacia pública

La caída del bloque soviético coincidió con un profundo examen de los axiomas en torno al *Imperialismo Cultural*. Los académicos no sintieron ya la urgencia de vincular sus tareas con una censura des-

carnada de las actuaciones gubernamentales, y comenzaron a mirar la cultura y los valores desde nuevas perspectivas. Para muchos de ellos, la ideología dejó de constituir un elemento subordinado a las necesidades políticas o las ambiciones financieras, y se convirtió en una constante capaz de influir directamente en la acción exterior de los Estados (Goldstein y Keohane, 1993). Por otra parte, diversos estudios pusieron de manifiesto la capacidad de muchas naciones para preservar sus elementos identitarios, incluso después de haber sido sometidos a políticas de aculturación. En último término, el incierto escenario global surgido tras la caída del muro de Berlín abrió la puerta a la aparición de nuevas propuestas de organización del sistema internacional. Algunas de ellas concedieron un peso extraordinario al potencial de atracción del que disfrutaban los Estados Unidos en función de su sistema político, sus ideas y sus modos de vida (Nye, 2004). Este conjunto de premisas instó a la elaboración de multitud de estudios en torno a la propaganda y las relaciones culturales. Como resultado, la diplomacia pública quedó liberada de gran parte de la carga negativa acumulada en las décadas anteriores, a la par que se analizó su potencial desde ópticas hasta entonces insospechadas.

Los historiadores de la política exterior de los Estados Unidos pasaron por esta transformación inmersos en una permanente sensación de crisis, provocada por la aparente incapacidad de la historiografía diplomática para renovar sus métodos tradicionales. Espoleados por las críticas, se movieron rápidamente al objeto de evitar convertirse en los «hijastros» del conocimiento histórico⁵. Dos vocablos comenzaron a resonar con especial énfasis entre quienes proponían nuevas vías investigadoras: «internacionalización» y «cultura». Ambas tendencias provocaron una verdadera identificación de estos expertos con el tema de la diplomacia pública. Entre la nueva vanguardia de historiadores diplomáticos, las propuestas derivaron en tres líneas de investigación. Una de ellas se dedicó a desentrañar las constantes ideológicas que habían condicionado la política exterior norteamericana desde finales del siglo XIX (Hunt, 1987). Otra puso sus miras en distintas facetas de los procesos de americanización, des-

⁵ La expresión «hijastro» —*stepchild*— fue utilizada por Charles Maier y reflejada en la contestación que le dispensaron en *Diplomatic History* [MAIER (1980, 355); HUNT, IRIYE *et al.*, (1981)].

de las formas de ocio hasta la organización empresarial, pasando por las pautas de consumo (Grazia, 2005). Y la tercera se fijó propiamente en las tareas de información y relaciones culturales. Esto no quiere decir que ideología, americanización y diplomacia pública constituyeran sendos compartimentos estancos. Fueron comunes las monografías generales en torno a los agentes de americanización que definieron la acción cultural como uno de ellos (Kuisel, 1993; Pells, 1997). Muchos autores hicieron exégesis de los discursos producidos por agencias como la USIA para entresacar distintos elementos de la identidad estadounidense (Belmonte, 2003). Por otra parte, dentro de la miríada de perspectivas enfocadas hacia la diplomacia pública, se han revisitado temas clásicos a la par que se inauguraban nuevas sendas. Se ha completado enormemente el conocimiento en relación con las estructuras propagandísticas propias de la Segunda Guerra Mundial o los ensayos de reeducación democrática emprendidos en Alemania y Austria después de 1945.

Sin embargo, los mayores avances han tenido como protagonistas los años de la Guerra Fría, y especialmente los programas de la *United States Information Agency*. Su clausura en 1999 sirvió de catalizador para análisis generales de enorme calado, así como para trabajos acotados temporalmente por administraciones presidenciales, o geográficamente por países y continentes (Eschen, 2000; Haeefe, 2001; Osgood, 2006; Cull, 2008). Siempre en el contexto del enfrentamiento entre bloques, no han faltado aproximaciones a otras filiales gubernamentales, como *Voice of America* o *Radio Free Europe* (Shulman, 1990; Krugler, 2000; Granville, 2005). No ha cesado tampoco la curiosidad alrededor de las sociedades privadas que colaboraron con Washington, como las productoras de Hollywood o las asociaciones filantrópicas (Jarvie, 1992; Ellwood y Kroes, 1994). En este último caso ha destacado el enriquecimiento de perspectivas aportado por las recientes biografías de Nelson Rockefeller o Shephard Stone (Reich, 1996; Berghahn, 2001).

La «internacionalización» de la historia diplomática relativizó la capacidad del gobierno norteamericano para imponer su visión ideológica a pueblos extranjeros. Entendida de manera estrecha, esta tendencia implicaba la introducción en los estudios de política exterior de fuentes de archivo extranjeras, y por ende de la perspectiva de aquellos países que interactuaban con Norteamérica. De esta manera se podría tratar de averiguar en qué medida la propaganda había

actuado como vehículo de aculturación. En *Not Like Us*, Richard Pells se marcó como objetivo estudiar la americanización considerando exclusivamente las reacciones ante la misma de los países europeos: «¿Y qué pasa si un pueblo extranjero simplemente no quiere ser como nosotros? (...) Los europeos se han visto expuestos más que nadie a la fuerza del poder cultural, político y económico de América (...). Sin embargo, cuanto más vivía y trabajaba en Europa, más me daba cuenta de que el papel del gobierno americano en la expansión ultramarina de la cultura americana constituía sólo una pequeña parte de la historia (...). Así, hacia el final de la Guerra Fría en 1989, había desarrollado un mayor interés en la respuesta de Europa a la totalidad de la cultura americana» (Pells, 1997, xiv).

Esta nueva perspectiva permitió mirar con ojos diferentes a los agentes que colaboraban con el Estado en las acciones de diplomacia cultural. Como aseguraba Michael H. Hunt, internacionalizar conllevaba algo más que un giro metodológico: «Las relaciones internacionales tienen que verse como algo más que la interacción de entidades políticas autónomas» (Hunt, 1991, 5). Si se elevaba el nivel de observación hasta sobrepasar las fronteras nacionales, resultaba posible discernir la acción de grupos no estatales que actuaban a nivel global. Se sugería así que Washington no podía ser considerado como el único impulsor en la transmisión de valores culturales. Tal transferencia corría en muchas ocasiones a cargo de agentes transnacionales que si bien colaboraban con las autoridades, perseguían a la par una serie de objetivos particulares (Kuehl, 1986; Iriye, 1997). Se trata de una perspectiva que ha llevado a redefinir la actuación de las fundaciones como impulsoras de las relaciones culturales. Revisando el devenir del binomio gobierno-sociedades filantrópicas, Oliver Schmidt ha hablado de *simbiosis*, denegando el mito que convertía a las segundas en comparsas del primero. Su colaboración «debe entenderse como una división del trabajo más que como una relación instrumental entre contratante y contratado» (Schmidt, 2003, 18). Entre las funciones de estas entidades privadas destacaría la creación de redes internacionales de académicos, que para Volker Berghahn tenían vida más allá de su conexión con los planes políticos de los Estados Unidos: «las conexiones que intelectuales y académicos establecieron a través del Atlántico nunca resultaron fáciles (...). Aunque estas tensiones resultaron en parte del conflicto Este-Oeste embravecido desde 1945, hubieran existido sin éste porque se encontraban enraizadas

en las percepciones europeas de la sociedad americana y (...) la determinación americana de cambiarlas» (Berghahn, 2001, xiv).

El llamado «giro cultural» definió la diplomacia pública como algo más que un mero instrumento de política exterior. Los líderes estadounidenses actuaban convencidos de la sinceridad de sus ideales. La sistematización que la propaganda hacía de la ideología oficial servía para afianzar ésta tanto entre sus agentes como dentro de la sociedad norteamericana. Los primeros pasos para tal interpretación se dieron al objeto de colocar el plano cultural al mismo nivel que otras categorías de análisis más tradicionales. El terreno lo abonó a finales de los setenta Akira Iriye, arguyendo que la acción de los Estados resultaba de un diálogo entre los imperativos estratégicos y los valores civilizadores: «El estudio de las relaciones internacionales debe implicar, por tanto, tres categorías de observación: interacciones al nivel de poder, intercambios culturales, y la relación entre estos dos conjuntos de relaciones». Según esta perspectiva, las naciones sufrían una especie de síndrome de doble personalidad. Por un lado, semejaban fichas en el ajedrez del ejercicio del poder; por otro, procedían bajo la «conciencia de una tradición común (...) una miríada de símbolos que conceden un significado específico a aquéllos que pertenecen a la entidad» (Iriye, 1981, vii). La política exterior de los Estados Unidos podía entenderse como una búsqueda perpetua del equilibrio entre ambos horizontes. Varios expertos se ciñeron a los postulados originales de Iriye, considerando el elemento ideológico/cultural como uno más de los factores determinantes de la acción internacional estadounidense. Scott Lucas, autor de *Freedom's War. The US Crusade Against the Soviet Union, 1945-56*, anotó que «no creo que esta presentación de la ideología de los Estados Unidos haya sido simplemente una *pantalla* para objetivos geopolíticos o económicos (...). A través del énfasis en esta proyección de la *libertad*, no busco argumentar que la ideología resultó dominante en el desarrollo de la política exterior estadounidense. Sin embargo, interactuó con otras consideraciones para definir en enfoque americano». Lucas situó en este contexto el desarrollo del aparato propagandístico que arrancó de la *Smith-Mund Act*. Ésta no podía comprenderse sin tener en cuenta que «los funcionarios estadounidenses contemplaban a la Unión Soviética cada vez más a través de un prisma ideológico». Algo que convenció al Departamento de Estado de la premura por «poner nuestras credenciales a disposición del pueblo americano y del mundo» (Lucas, 1999, 2-3, 14, 24).

Si la ideología constituía uno de los determinantes de la acción humana, una política exterior fuerte debía basarse irremisiblemente en principios compartidos por la sociedad en general. Podía ocurrir que una nueva realidad estratégica o económica resultase altamente incompatible con los valores tradicionales albergados por la mayoría de ciudadanos. Éstos sólo podían alterarse a través de un lento proceso evolutivo, puesto en marcha por las elites del país. (Fousek, 2000). En este escenario cabía utilizar la propaganda tanto para exportar estos nuevos principios como para terminar de identificar con ellos a los sectores involucrados en las operaciones de información. La segunda mitad de los años cuarenta fue uno de esos momentos de redefinición ideológica. La administración Truman hubo de persuadir a sus ciudadanos, así como al resto de naciones occidentales, de la idoneidad de su nueva política de contención. Wendy L. Wall ha descrito cómo ambos procesos interactuaron con ocasión de las elecciones italianas celebradas en abril de 1948. Washington procuró prevenir la eventualidad de una victoria comunista lanzando una campaña de propaganda destinada a inculcar en los italianos las bondades del *American Way of Life*. En la empresa colaboraron un número importante de ítalo-americanos, a través de cartas escritas a sus familiares y amigos en Italia. Las misivas hablaban de la calidad de vida imperante en los Estados Unidos, y fueron ampliamente difundidas por los medios de información. Para Wall, su contenido sobrepasaba el carácter de una simple maniobra publicitaria; servía para identificar a muchos inmigrantes de origen trasalpino con la nueva retórica de la Guerra Fría: «Independientemente de si la campaña de escritura de cartas influyó realmente en las elecciones italianas, se trató de un importante indicador de los esfuerzos de los ítalo-americanos para colocarse a sí mismos dentro de la comunidad nacional» (Wall, 2000, 109).

El punto de vista de Iriye se vio pronto sobrepasado como consecuencia del avance de la antropología simbólica y las teorías del giro lingüístico. El elemento cultural pasó a concebirse como un código totalizador a través del cual las comunidades humanas daban sentido al mundo que les rodeaba. Siguiendo este hilo, la ideología dejaba de ser meramente uno entre varios elementos susceptibles de influenciar la acción diplomática. Podía convertirse en el eje de un nuevo paradigma unifactorial, que colocara la cultura donde antes habían estado la estrategia o las fuerzas económicas. Frank Ninkovich

exploró esta posibilidad a lo largo de varios trabajos, comenzando por un estudio de los orígenes de la diplomacia cultural estadounidense: *The Diplomacy of Ideas. U.S. Foreign Policy and Cultural Relations, 1938-1950*. Según este historiador, el contexto cultural determina el conjunto de actuaciones de una comunidad, y por ende su política exterior. Miradas desde este prisma, las políticas de intercambio informativo, educativo y científico de los Estados Unidos se interpretaban como el intento de difundir hacia el exterior el propio universo ideológico. Invirtiendo el punto de vista, los mensajes transmitidos a través de los canales de difusión cultural actuaban como una ventana desde la que asomarse a determinadas facetas del imaginario colectivo norteamericano: «Aunque las relaciones culturales constituyen una forma menor de diplomacia, al mismo tiempo la totalidad del proceso de política exterior se encuentra subordinado a dinámicas culturales de más amplio alcance. (...) la búsqueda de influencia cultural a través de la diplomacia se encuentra obviamente condicionada por su propio ambiente cultural (...) [Así pues], el estudio de la diplomacia cultural (...) puede servir como una mirilla que permite al menos una vista parcial (...) algo de luz indirecta en torno a la naturaleza de las influencias culturales, internas y externas, sobre la política exterior».

Ninkovich contrastó las tradicionales sospechas norteamericanas respecto a la propaganda con el nacimiento a partir de 1938 de un programa de diplomacia que fue adquiriendo progresivamente mayores dimensiones. Para él, esto no constituía sino un capítulo más en el imperativo de compatibilizar el tradicional anti-intervencionismo estadounidense con la crudeza de un sistema internacional que parecía exigir un claro compromiso por parte de Washington. Ambas contradicciones propiciaron una especie de autoengaño, fruto de una serie de mecanismos que engranaron los anteriores objetos de sospecha —propaganda/intervencionismo— con lo más tradicional de la cultura norteamericana —defensa de la libertad—. Este malabarismo sobrepasaba el carácter de mera manipulación destinada a servir de cortina de humo para intereses estratégicos o financieros. La reconstrucción filosófica del ideario estadounidense creó su propia realidad, propiciando la prolongación del nuevo intervencionismo más allá de la desaparición de su contexto original: los inicios de la Guerra Fría. Eso sí, la contradicción salió a la superficie años después:

«Pese a todas las quimeras involucradas, la revolución de los años cuarenta no fue una fantasía. La estructura interna de América y el rol internacional de la nación cambiaron de forma dramática (...) Se puede decir que vendría un despertar una vez que la lucha con los Soviets perdiera su aire apocalíptico (...). La nación se sorprendería entonces de cuán lejos se había desviado de sus tradiciones (...). Éste sería un final feliz si uno pudiera demostrar que el despertar supuso una vuelta a la realidad. Sin embargo, dada la fuerza probada de las tradiciones liberales americanas, esto sería pedir demasiado» (Ninkovich, 1981, 2, 180).

Donde mayor repercusión han tenido los debates en torno a la internacionalización y el papel de la cultura ha sido en la relación entre diplomacia pública y americanización. Los historiadores han vacilado a la hora de medir el peso que cabía otorgar a la propaganda en la difusión del *estilo de vida americano*. Jessica Gienow-Hecht y Richard Wagnleitner han establecido un nexo directo entre ambos fenómenos, utilizando las campañas de información norteamericanas como un espejo de la transmisión de la cultura estadounidense. Richard Pells dedicó bastantes páginas a la USIA y organismos similares, pero los colocó al mismo nivel que otros vehículos culturales, como el cine o los medios de comunicación. Por su parte, Richard Kuisel estudió la americanización de Francia sin dedicar ningún apartado específico a la propaganda oficial, aunque ésta aparece referida en algunos pasajes. Pese a tales divergencias, todos ellos han coincidido en la inadecuación del concepto de *Imperialismo Cultural*. Jessica Gienow-Hecht comenzó su estudio sobre *Neue Zeitung* —el periódico financiado por las autoridades norteamericanas durante la ocupación posbélica de Alemania— con las siguientes palabras: «los funcionarios estadounidenses eran propagandistas reticentes. Su comportamiento no resultaba congruente con el modelo del imperialismo cultural» (Gienow-Hecht, 1999, 5). Dos hechos apuntan hacia el desmantelamiento de este arquetipo. En primer lugar, los mensajes emitidos por la propaganda norteamericana variaban en función del receptor, adaptándose a las circunstancias de cada una de las naciones. No es casualidad que el recién citado periódico contase entre sus filas con inmigrantes procedentes de Alemania; ni que la campaña para influir en las elecciones italianas de 1948 tuviese como protagonistas a gentes procedentes de Italia. Germano-americanos e italo-americanos poseían las habilidades necesarias para crear una síntesis

que sirviese de puente entre su cultura originaria y los usos imperantes en su país de adopción. En palabras de Wall, estos casos resultaron «ejemplos tempranos de una técnica usada de manera extensiva por los Estados Unidos (...). Desde los últimos años cuarenta, funcionarios (...) estadounidenses trabajaron para alistar a la sociedad civil en general, y a las minorías americanas en particular, en defensa del *American Way of Life*» (Wall, 2000, 90).

En segundo lugar, varios estudios de caso remitieron a un fenómeno que resultaba todavía más llamativo: los Estados de Europa habían ejercido con cierto éxito una potente resistencia frente a las continuadas campañas de difusión de los modos de vida y consumo estadounidenses. En su trabajo sobre las redes académicas establecidas por las asociaciones filantrópicas, Volker Berghahn relató que «el sentimiento de ser espoleados y empujados, a veces suavemente pero en otras ocasiones con brusquedad, por una potencia extraeuropea, proveyó un fuerte estímulo para que los europeos resistieran los planes y políticas americanas» (Berghahn, 2001, xiv). Décadas de irradiación americanista no les había impedido preservar una parte importante de sus componentes identitarios. En palabras de Richard Pells: «a pesar de la riada de productos americanos, el impacto innegable de la cultura americana de masas, y los esfuerzos de Washington para hacer a los europeos más agradecidos con la política exterior norteamericana, Europa Occidental no se convirtió en una versión en miniatura de los Estados Unidos» (Pells, 1997, xv). En *Seducing the French*, Richard Kuisel concluía que «la historia de la Americanización confirma la resistencia y la capacidad de absorción de la *civilización* francesa. Los franceses parecen haber ganado la lucha acerca de cómo cambiar y aun así continuar siendo los mismos» (Kuisel, 1993, 237).

Independientemente de las intenciones albergadas por los Estados Unidos, así como de las reticencias europeas, durante la segunda mitad del siglo XX, Europa y los Estados Unidos experimentaron un proceso de uniformización cultural que poseía claros tintes americanizantes. En su estudio de la misión cultural de los Estados Unidos en Austria, Richard Wagnleitner recalcó el éxito final de distintos símbolos de la cultura *pop* estadounidense: el cine, la radio, la televisión, el *marketing* y la música provenían directamente del otro lado del Atlántico, o se encontraban influidos por los modos norteamericanos (Wagnleitner, 1994, 275-296). Los expertos se han dividido en tres campos a la hora de evaluar el grado en que estas influencias per-

miten tachar de estadounidense el universo cultural de nuestro tiempo. Kuisel se cuenta entre los que ofrecen una respuesta afirmativa a este interrogante. Su narración acaba con un capítulo titulado *Vive l'Amérique*, describiendo el éxito de las formas americanas en la Francia de los años setenta y ochenta: «Hacia mediados de los ochenta (...) los franceses habían reemplazado aparentemente el anti-americanismo con un rotundo entusiasmo por todas las cosas asociadas con América. *Made in America* alcanzó repentinamente el mismo caché que antes se había concedido siempre a los productos procedentes de París» (Kuisel, 1993, 212). Años después escribiría que rechazar la visión del imperialismo cultural no puede conducirnos a «ignorar (...) el dominio político, económico y militar de América y explicar el éxito de la cultura de masas o los productos de consumo americanos simplemente en términos de su inherente atractivo» (Kuisel, 2000, 510).

Por su parte, Wagnleitner no dejó de admitir el enorme peso de los Estados Unidos en la estructuración de las sociedades europeas durante los últimos setenta años. No obstante, recordó que Norteamérica constituía a su vez un derivado histórico de la cultura europea: «Antes de que Europa se americanizara, América tenía primero que europeizarse» Por tanto, el mundo actual estaría definido por la presencia de una América-europeización, originada en una dialéctica de intercambio entre las dos orillas del Atlántico. Mientras descartó la existencia de un imperialismo cultural típicamente estadounidense, este experto habló de un constante proceso de «modernización». Éste se basaría en el continuado intento del mundo occidental por expandir su ecléctico modelo a todos los confines del globo:

«Rechazo el término *Americanización*, un término que reprime y esconde más de lo que explica. Este término intenta definir el mundo moderno a partir de los inadecuados criterios de los estereotipos nacionales, que sirven, en su mayor parte, para una única tarea —a saber, ocultar el hecho de que tras el fenómeno *Americanización* se esconde la real *Europeización* del mundo (...) [Este proceso de modernización] es un proceso de cambio que ocurre allí donde la cultura del capitalismo echa raíces» (Wagnleitner, 1994, 6).

Finalmente, habría que señalar una última tendencia, representada por Richard Pells, y opuesta a las dos anteriores. En un tono mucho más optimista, Pells dio la vuelta al argumento de Kuisel, arguyendo

que en Europa pesaban mucho más las pervivencias que los cambios. El triunfo de determinados productos culturales americanos resultó de la voluntaria aceptación de los mismos por parte de los europeos, quienes además alteraron su significado, adaptándolo a sus propias tradiciones: «La *Americanización* de Europa fue principalmente simbólica —un fenómeno asociado demasiado fácilmente con un conjunto de marcas, iconos y señas altamente visibles (...). Sin embargo, los estilos de vida y actitudes europeos resultaron tan sólo parcialmente alterados por la presencia de la cultura de masas y las mercancías norteamericanas. El impacto americano, supuestamente destructor de las tradiciones locales y nacionales, se vio siempre limitado por la distintas costumbres e instituciones europeas, y por su diversidad lingüística y étnica». En cualquier caso, las influencias norteamericanas en Europa se correspondieron con un proceso similar de importación en los Estados Unidos de costumbres y modos propios del Viejo Continente: «Los europeos también exportaron su cultura y sus productos de consumo a América, especialmente de los años setenta en adelante. De hecho, la relación posbélica entre Europa y los Estados Unidos nunca fue tan desigual como los escritores y líderes políticos europeos han asentado. Estuvo marcada más por un proceso de fertilización cruzada, un intercambio recíproco de ideas (...). En este sentido, también la cultura americana estuvo parcialmente *Europeizada*». La característica primordial del mundo actual, según Pells, no es la americanización, sino una globalización entendida como un intercambio multipolar de ideas y costumbres en constante evolución. En el proceso, las identidades pueden reafirmarse o variar, pero en ningún caso parecen llamadas a desaparecer: «la amenaza del globalismo, al igual que los peligros de la Americanización, pueden haberse sobreestimado. Igual que los países de Europa occidental mantuvieron su idiosincrasia social y económica a pesar de la penetración de los productos y medios de comunicación americanos, tampoco las culturas locales y regionales se encontraban al borde de la extinción, a pesar de las presiones de la globalización. A finales del siglo XX, lo nacional y lo internacional continuaban coexistiendo (...) de igual manera que lo hacían a sus comienzos» (Pells, 1997, 279, 326).

Conclusiones

A comienzos del siglo XXI, podemos afirmar que el gobierno norteamericano ha ganado al menos dos de los tres debates que mencionábamos en la introducción. El estallido de la Guerra Fría proporcionó el impulso necesario para afianzar la maquinaria institucional propia de la nación que se autoerigió en guardián del bloque occidental. Los recelos frente a la propaganda no desaparecieron de la noche a la mañana, como demostró la polémica causada por el libro de Eugene Castle. Sin embargo, a la altura de 1970, los organismos conectados con las operaciones de diplomacia pública se encontraban preparados para resistir los envites más fuertes. Ni el escándalo desatado por el descubrimiento de los vínculos entre la CIA y el *Congress for Cultural Freedom*, ni las severas críticas elaboradas por los intelectuales de izquierda detuvieron el trabajo de las agencias de información. El aparato propagandístico de la Guerra Fría se mantuvo hasta varios años después de que la Unión Soviética hubiera dejado de suponer una amenaza. Sólo la USIA cerró definitivamente sus puertas en 1999, cuando la estabilidad del sistema parecía conceder a Norteamérica cierto descanso en su papel de policía internacional. Sin embargo, el impacto del 11 de septiembre, el resurgir del radicalismo islámico y la actitud desafiante de la nueva Rusia han vuelto a imbuir al mundo de un sentimiento de seguridad. Como ya hemos mencionado, en este contexto han recibido especial eco varias voces que reclamaban un reforzamiento del papel global de los Estados Unidos basado precisamente en el atractivo de sus formas y modos de vida. Y ello a pesar de que muchos de los estudios más recientes han matizado mucho las posibilidades de éxito de tales empresas.

Donde nunca hubo acuerdo fue a la hora de dirimir el papel que correspondía a los valores ideológicos en el diseño de la política exterior norteamericana, y por ende de su diplomacia pública. La balanza entre idealismo y realismo estuvo sometida a continuos vaivenes, que determinaron los múltiples cambios de política informativa arbitrados desde 1945. El terreno de las ideas pareció retroceder definitivamente durante los años setenta y ochenta, cuando detractores y defensores de la propaganda definieron ésta como comparsa en la promoción de otro tipo de intereses. Sin embargo, el clima de euforia que sucedió a la caída del muro de Berlín volvió a poner de moda las

interpretaciones basadas en la ideología. A la par, politólogos e historiadores se esforzaron por relativizar el carácter absoluto de cualquier sistema ideológico. Cuando hoy día se reclama una reactivación de los programas de diplomacia pública, se hace muchas veces recalando la necesidad de tener en cuenta la diversidad cultural del mundo contemporáneo. Ya en 1990, Hans N. Tuch lamentaba que «demasiado frecuentemente en nuestra historia reciente hemos lanzado iniciativas (...) sin considerar suficientemente cómo tal o cual iniciativa o política sería vista por los distintos pueblos en regiones dispares del mundo» (Tuch, 1990, 10). Mucho más recientemente, Richard Arndt ha propuesto recuperar el espíritu de los antiguos internacionalistas americanos: «Al proyectar sus culturas, los grupos y las naciones-Estado (...) habían insistido en el equilibrio, en *intercambios*, en reciprocidad, en flujos bidireccionales. Predicar, ya sea por parte de clérigos o laicos, estaba fuera de lugar en el mundo poscolonial» (Arndt, 2005, 555, xii). Contraponer este respecto al multiculturalismo con la nueva creencia en la fuerza de las ideas y las tentaciones intervencionistas emanadas de los ataques contra las Torres Gemelas constituye el principal desafío que deben afrontar hoy día los futuros planificadores de la propaganda estadounidense.

Bibliografía

- AFFAIRS, OFFICE OF INTER-AMERICAN (1947): *History of the Office of the Coordinator of Inter-American Affairs*, Washington DC, Government Printing Office.
- ALEXANDRE, L. (1988): *The Voice of America: From Detente to the Reagan Doctrine*, Norwood, Ablex Publishing Co.
- ARNDT, R. T. (2005): *The First Resort of Kings. American Cultural Diplomacy in the Twentieth Century*, Washington DC, Potomac Books.
- ARNOVE, R. F. (1980). «Introduction», en ARNOVE, R. F. (ed.): *Philanthropy and Cultural Imperialism. The Foundations at Home and Abroad*, Boston, G. K. Hall & Co., pp. 1-23.
- (ed.) (1980): *Philanthropy and Cultural Imperialism. The Foundations at Home and Abroad*, Boston, G. K. Hall & Co.
- BELMONTE, L. A. (2003). «A Family Affair? Gender, the U.S. Information Agency, and Cold War Ideology, 1945-1960», en GIENOW-HECHT, J. C. E., y SCHUMACHER, F. (eds.): *Culture and International History*, Nueva York, Berghahn Books, pp. 79-93.

- BERGHAHN, V. R. (2001): *America and the Intellectual Cold Wars in Europe. Shepard Stone Between Philanthropy, Academy, and Diplomacy*, Princeton, Princeton University Press.
- BERMAN, E. H. (1983): *The Ideology of Philanthropy. The Influence of the Carnegie, Ford, and Rockefeller Foundations on American Foreign Policy*, Albany, State University of New York Press.
- BLANCHARD, M. A. (1986): *Exporting the First Amendment. The Press-Government Crusade of 1945-1952*, Nueva York, Longman.
- BREMNER, R. H. (1960): *American Philanthropy*, Chicago, Chicago University Press.
- BROWN, E. R. (1980): «Rockefeller Medicine in China: Professionalism and Imperialism», en ARNOVE, R. F. (ed.): *Philanthropy...*, *op. cit.*, pp. 123-146.
- CARNOY, M. (1974): *Education as Cultural Imperialism*, Nueva York, David McKay Co.
- CASTLE, E. W. (1955): *Billions, Blunder and Baloney. The Fantastic Story of How Uncle Sam Is Squandering Your Money Overseas*, Nueva York, The Devin-Adair Company.
- COLEMAN, P. (1989): *The Liberal Conspiracy: The Congress for Cultural Freedom and the Struggle for the Mind of Postwar Europe*, Nueva York, Free Press.
- COOMBS, Ph. H. (1964): *The Fourth Dimension of Foreign Policy: Educational and Cultural Affairs*, Nueva York, Harper & Row.
- COSTIGLIOLA, F. (1984): *Awkward Dominion. American Political, Economic and Cultural Relations with Europe, 1919-1933*, Ithaca, Cornell University Press.
- CULBERT, D. (1985): «American Film Policy in the Re-Education of Germany After 1945», en PRONAY, N., y WILSON, K. (eds.): *The Political Re-Education of Germany & Her Allies After World War II*, Towota, Barnes & Noble Books, pp. 173-202.
- CULL, N. J. (2008): *The Cold War and the United States Information Agency. American Propaganda and Public Diplomacy, 1945-1989*, Nueva York, Cambridge University Press.
- CURTI, M. (1963): *American Philanthropy: A History*, New Brunswick, Rutgers University Press.
- DEVOS, T. P. (1962): *A Field Study on the Effectiveness of the United States information Service in the Netherlands*, The University of Oklahoma. PhD.
- DIZARD, W. P. (1961): *The Strategy of Truth. The Story of the U.S. Information Service*, Washington DC, Public Affairs Press.
- ELDER, R. E. (1968): *The Information Machine. The United States Information Agency and American Foreign Policy*, Syracuse, Syracuse University Press.

- ELLWOOD, D., y KROES, R. (eds.) (1994): *Hollywood in Europe: Experiences of a Cultural Hegemony*, Amsterdam, VU University Press.
- ESCHEN, P. M. von (2000): «Who's the Real Ambassador? Exploding Cold War Racial Ideology», en APPY, Ch. G. (ed.): *Cold War Constructions. The Political Culture of United States Imperialism, 1945-1966*, Amherst, The University of Massachusetts Press, pp. 110-131.
- ESPINOSA, J. M. (1976): *Inter-American Beginnings of U.S. Cultural Diplomacy, 1936-1948*, Washington DC, Government Printing Office.
- FAIRBANK, W. (1976): *American Cultural Experiment in China, 1942-1949*, Washington DC, Government Printing Office.
- FOUSEK, J. (2000): *To Lead the Free World. American Nationalism and the Cultural Roots of the Cold War*, Chapel Hill, The University of North Carolina Press.
- FRANKEL, Ch. (1965): *The Neglected Aspect of Foreign Affairs. American Educational and Cultural Policy Abroad*, Washington DC, The Brookings Institution.
- GARDNER, L. C.; LAFEBER, W., et al. (1976): *Creation of the American Empire. Volume 2: U.S. Diplomatic History Since 1893*, Chicago, Rand McNally.
- GIENOW-HECHT, J. C. E. (1999): *Transmission Impossible. American Journalism as Cultural Diplomacy in Postwar Germany, 1945-1955*, Baton Rouge, Louisiana State University Press.
- (2000): «Shame on Us? Academics, Cultural Transfer, and the Cold War», *Diplomatic History*, 24: 3, pp. 465-494.
- GOLDSTEIN, J., y KEOHANE, R. O. (eds.) (1993): *Ideas and Foreign Policy: Beliefs, Institutions, and Political Change*, Ithaca, Cornell University Press.
- GOODFRIEND, A. (1963): *The Twisted Image*, Nueva York, St. Martin's Press.
- GRANVILLE, J. (2005): «Caught with Jam on Our Fingers: Radio Free Europe and the Hungarian Revolution of 1956», *Diplomatic History*, 19: 5, pp. 811-839.
- GRAZIA, V. de (2005): *Irresistible Empire. America's Advance Through Twentieth Century Europe*, Cambridge, The Belknap Press of Harvard University Press.
- HAEFELE, M. (2001): «John F. Kennedy, USIA, and World Public Opinion», *Diplomatic History*, 25: 1, pp. 63-84.
- HENDERSON, J. W. (1969): *The United States Information Agency*, Nueva York, Praeger.
- HUNT, M. H. (1987): *Ideology and U.S. Foreign Policy*, New Haven, Yale University Press.
- (1991): «Internationalizing U.S. Diplomatic History: A Practical Agenda», *Diplomatic History*, 15: 1, pp. 1-11.
- (1992): «The Long Crisis in U.S. Diplomatic History: Coming to Closure», *Diplomatic History*, 16: 1, pp. 115-140.

- HUNT, M. H.; IRIYE, A., *et al.* (1981): «Responses to Charles S. Maier, “Marking Time: The Historiography of International Relations”», *Diplomatic History*, 5: 4, pp. 353-382.
- IRIYE, A. (1981): *Power and Culture. The Japanese-American War, 1941-1945*, Cambridge, Harvard University Press.
- (1997): *Cultural Internationalism and World Order*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press.
- JARVIE, I. Ch. (1992): *Hollywood's Overseas Campaign: The North Atlantic Movie Trade, 1920-1950*, Nueva York, Cambridge University Press.
- KELLERMANN, H. J. (1978): *Cultural Relations as an Instrument of U.S. Foreign Policy. The Educational Exchange Program Between the United States and Germany, 1945-1954*, Washington DC, Government Printing Office.
- KOPPES, C. R., y BLACK, G. D. (1987): *Hollywood Goes to War. How Politics, Profits and Propaganda Shaped World War II Movies*, Nueva York, The Free Press.
- KRASKE, G. E. (1985): *Missionaries of the Book. The American Library Profession and the Origins of United States Cultural Diplomacy*, Westport, Greenwood Press.
- KRUGLER, D. (2000): *The Voice of America and the Domestic Propaganda Battles, 1945-1953*, Columbia, University of Missouri Press.
- KUEHL, W. F. (1986): «Webs of Common Interests Revisited: Nationalism, Internationalism, and Historians of American Foreign Relations», *Diplomatic History*, 10: 2, pp. 107-120.
- KUISEL, R. (1993): *Seducing the French. The Dilemma of Americanization*, Berkeley, University of California Press.
- (2000): «Commentary: Americanization for Historians», *Diplomatic History*, 24: 3, pp. 509-515.
- LUCAS, S. (1999): *Freedom's War. The U.S. Crusade Against the Soviet Union, 1945-56*, Manchester, Manchester University Press.
- MACMAHON, A. W. (1945): *Memorandum on the Postwar International Information Program of the United States*, Washington DC, Government Printing Office.
- MAIER, Ch. S. (1980). «Marking Time: The Historiography of American Foreign Relations», en KAMMEN, M. (ed.): *The Past Before Us. Contemporary Historical Writing in the United States*, Ithaca, Cornell University Press, pp. 355-387.
- NINKOVICH, F. A. (1981): *The Diplomacy of Ideas: U.S. Foreign Policy and Cultural Relations, 1938-1950*, Nueva York, Cambridge University Press.
- NYE, J. S. jr. (2004): *Soft Power. The Means to Success in World Politics*, Nueva York, Public Affairs.
- OSGOOD, K. (2006): *Total Cold War. Eisenhower's Secret Propaganda Battle at Home and Abroad*, Lawrence, University of Kansas Press.

- PELLS, R. (1997): *Not Like Us. How Europeans Have Loved, Hated, and Transformed American Culture Since World War II*, Nueva York, Basic Books.
- PIRSEIN, R. W. (1979): *The Voice of America: A History of the International Broadcasting Activities of the United States Government, 1940-1962*, Nueva York, Arno Press.
- POSNER, B. (1962): *Major Budgetary and Programming Problems of the United States Information Agency in its Operations of Overseas Missions*, Washington DC, American University. PhD.
- REICH, C. (1996): *The Life of Nelson A. Rockefeller. Worlds to Conquer, 1908-1958*, Nueva York, Doubleday.
- ROSENBERG, E. S. (1982): *Spreading the American Dream. American Economic and Cultural Expansion, 1890-1945*, Nueva York, Hill and Wang.
- RUBIN, R. I. (1968): *The Objectives of the U.S. Information Agency*, Nueva York, Praeger.
- RYDELL, R. W. (1984): *All the World's a Fair: Visions of Empire at American International Expositions*, Chicago, University of Chicago Press.
- SCHMIDT, O. (2003): «Small Atlantic World. U.S. Philanthropy and the Expanding International Exchange of Scholars after 1945», en GIENOW-HECHT, J. C. E., y SCHUMACHER, F. (eds.): *Culture and International History...*, *op. cit.*, pp. 115-134.
- SEYBOLD, P. J. (1980): «The Ford Foundation and the Triumph of Behavioralism in American Political Science», en ARNOVE, R. F. (ed.): *Philanthropy...*, *op. cit.*, pp. 260-304.
- SHULMAN, H. C. (1990): *The Voice of America: Propaganda and Democracy, 1941-1945*, Madison, The University of Wisconsin Press.
- SORENSEN, T. C. (1968): *The Word War. The Story of American Propaganda*, Nueva York, Harper & Row.
- STEPHENS, O. M. (1955): *Facts to a Candid World. America's Overseas Information Program*, Stanford, Stanford University Press.
- TENT, J. F. (1982): *Mission on the Rhine. Reeducation and Denazification in American-Occupied Germany*, Chicago, The University of Chicago Press.
- THOMPSON, Ch. A. H. (1948): *Overseas Information Service of the United States Government*, Washington DC, Government Printing Office.
- THOMPSON, Ch. A. H., y LAVES, W. H. C. (1963): *Cultural Relations and U.S. Foreign Policy*, Bloomington, Indiana University Press.
- TOMLINSON, J. (1991): *Cultural Imperialism. A Critical Introduction*, Nueva York, Continuum.
- TUCH, H. N. (1990): *Communicating with the World. U.S. Public Diplomacy Overseas*, Nueva York, St. Martin's Press.
- WAGNLEITNER, R. (1994): *Coca-Colonization and the Cold War. The Cultural Mission of the United States in Austria after the Second World War*, Chapel Hill, The University of North Carolina Press.

- WALL, W. L. (2000). «America's "Best Propagandists". Italian Americans and the 1948 "Letters to Italy" Campaign», en APPY, Ch. G. (ed.): *Cold War Constructions. The Political Culture of United States Imperialism, 1945-1966*, Amherst, The University of Massachusetts Press, pp. 89-109.
- WHITE, L., y LEIGH, R. D. (1946): *Peoples Speaking to Peoples. A Report on International Mass Communication from the Commission on Freedom of the Press*, Chicago, The University of Chicago Press.
- WILLET, R. (1989): *The Americanization of Germany, 1945-1949*, Nueva York, Routledge.
- WINKLER, A. M. (1978): *The Politics of Propaganda. The Office of War Information, 1942-1945*, New Haven, Yale University Press.
- ZURCHER, A. J. (1972): *The Management of American Foundations. Administration, Policies and Social Role*, Nueva York, New York University Press.