

Sueños para después de la guerra: la promesa del American Way of Life para América Latina, en las páginas de Selecciones (1940-1945)

SOL GLIK*

Las armas culturales

En los últimos años, una variada producción historiográfica ha puesto de manifiesto el interés por los problemas relacionados con la diplomacia cultural norteamericana, entendida como la articulación de propaganda ideológica a través de diferentes medios de comunicación y entretenimiento de alcance mundial. Ha llamado particularmente la atención de historiadores e historiadoras el período de pos-guerra, en un contexto que, a partir de la contribución de Frances Stonor Saunders, conocemos como Guerra Fría Cultural (SAUNDERS:2001). Durante décadas, nos hemos acostumbrado a las imágenes victoriosas de los Estados Unidos, que han circulado por el mundo informando avances tecnológicos y científicos; hábitos y ventajas de un estilo de vida que ha ocasionado reacciones contradictorias y cruzadas de temor y admiración, rechazo y aceptación, encantamiento e indignación. Estas imágenes se plasmaban, antes de la masificación de la televisión, en revistas que circulaban con gran aceptación en los hogares de las clases medias latinoamericanas. Los Estados Unidos han sido, alternativa y simultáneamente, “enemigo” y modelo. Las habituales críticas a su vocación imperialista por el repetido ejercicio del intervencionismo político y militar en naciones extranjeras, han convivido con los postulados que lo colocaban, con frecuencia, como ejemplo de modelo económico, de libertad y de progreso. Las auto-representaciones de la superioridad norteamericana crecieron durante los primeros años del conflicto mundial iniciado en 1939, y ganaron sofisticación a medida que el país se involucraba política, económica y militarmente en la segunda guerra. Muchas veces, fueron instrumentalizadas por el propio gobierno de Washington. Otras muchas, fueron el producto comercial de iniciativas privadas. Aún en estos casos, contaron con el potente apoyo del gobierno de los Estados Unidos, articulado a través de la Office of the Coordinator of Inter-American Affairs (OCIAA), el organismo coordinado por Nelson Rockefeller. Creada en 1940, en el marco del acercamiento

del gobierno de Franklin D. Roosevelt a los gobiernos latinoamericanos, la OCIAA llevaba a cabo diversas acciones culturales, así como programas de ayuda económica y otras variantes intervencionistas. En algunos países, como Brasil, la agencia llegó a suplantar la acción de la propia embajada de Estados Unidos, como nos informa Gerson Moura (1980, 1984, 1990). Recientemente, el historiador brasileño Antonio Pedro Tota (2000) ha ofrecido una visión renovada del problema, distanciándose de las habituales nociones de “imperialismo cultural” que poblaron la producción historiográfica de las décadas de 70 y 80.

Selecciones, un fenómeno editorial

Muchos fueron los dispositivos culturales que sirvieron, directa o indirectamente, a los objetivos políticos del gobierno norteamericano. Uno de los más sorprendentes fue la revista *Selecciones del Reader's Digest*, que desempeñó un importante papel en la cristalización de las imágenes de superioridad estadounidense entre el público mundial. Las gigantescas dimensiones de su circulación instigan a indagar más allá de sus páginas. Aquí se perfila la propuesta metodológica de este análisis transnacional que presenta, como novedad, la investigación a partir de un eje discursivo transversal. La revista *Selecciones del Reader's Digest* nos permite aproximarnos a las corrientes culturales que atravesaban las Américas en la década de 1940, transvasando los horizontes nacionales. Los efectos de su circulación también desbordan los contornos de la acción política, aún cuando a ésta se vinculen. Como agente transnacional, los problemas que a ella se relacionan operan tanto dentro como fuera de la lógica formal del estado, obedeciendo a intereses políticos y económicos que acabaron por provocar un profundo impacto en la esfera privada. Las características enumeradas justificarían por sí la elección de la revista *Selecciones del Reader's Digest* como objeto de estudio. Pero lo que llama especialmente la atención es la sorprendente articulación discursiva entre los contenidos informativo-literarios de la revista y sus páginas publicitarias, fenómeno el cual enlaza directamente con el objetivo principal de esta investigación. Al vincular el ámbito ideológico en el que se mueve la revista –en sintonía con los objetivos del gobierno norteamericano– con los mensajes vehiculados por los anuncios pagos por la iniciativa privada, *Selecciones* opera como un campo de

confluencia de estas fuerzas poderosas y sinérgicas, que desbordan el campo meramente institucional. Estado, cultura, política, propaganda, publicidad, práctica y discurso, público y privado son aquí concebidos como procesos históricos que atienden al desafío lanzado por Joan Scott (1986:1053), examinados “de tal modo amalgamados, que no podrían estar separados”. Las conexiones entre Selecciones y el gobierno norteamericano fueron evidenciadas por varios autores, aún cuando la revista no conste en la lista Servicio de Publicaciones del Gobierno, el USI. Según afirma la historiadora brasileña Mary Junqueira (2000:40), que investigó la trayectoria de la revista en su país, algunos ejecutivos de Selecciones estaban vinculados a la CIA durante el período de la Guerra Fría. Cuando los traductores y redactores eran locales, el director general de la revista era siempre un estadounidense, a fin de facilitar la cooperación, tanto con el Departamento de Estado, como con la agencia norte-americana. Algunos de sus colaboradores y editores aseguran que el gobierno norteamericano insertaba directamente artículos en la revista, ya antes de la creación de la CIA (CANNING citado por JUNQUEIRA, 2000: 31). El acercamiento del gobierno norteamericano hacia la revista ocurrió justamente en 1940, por ocasión de las preocupaciones acerca de la propaganda nazi en América Latina. Según el editor John Heidenry, importantes figuras del gobierno estadounidense e influyentes políticos y empresarios frecuentaban la casa-escritorio donde se gestaba la revista, en Pleasantville (HEIDENRY, 1993). Pero el Reader’s Digest estadounidense no debe ser recordado tan sólo como un brazo del gobierno, según afirma Joanne Sharp (2001:23-24). Según la autora, la revista ha sido crítica en ocasiones con algunas posturas de Washington, tanto con republicanos como demócratas, particularmente durante la Guerra Fría. Selecciones circulaba entre el público estadounidense desde 1922. Fundada y dirigida por el matrimonio constituido por Lila Bell Ancheson e William DeWitt Wallace, ambos hijos de predicadores presbiterianos, la revista portaba los valores más conservadores de la sociedad estadounidense. Eran páginas de cristianismo, de filantropía, de virtud republicana. Pero los antecedentes de la revista se remontan a los tiempos en que el Joven Wallace trabajaba en el sector de correspondencia de la Web Publishing Company, que se ocupaba de editar revistas sobre granjas, como también libros de texto utilizados en escuelas de agricultura. Una de sus tareas fue organizar pilas de

panfletos publicados por el Departamento de Agricultura de los US. Allí descubrió mucha información de interés para los agricultores, oculta entre millares de páginas, tras una barrera tal de palabras que los mantenía alejados de la información útil. El secreto estaba en cortar esas barreras, identificando, organizando y condensando la información valiosa. Así nacieron sus primeros boletines, que traían informaciones precisas, en lenguaje comprensible, sobre temas de interés para los agricultores. Comenzó con las regiones de Dakota del Norte y Montana. Continuó por Sioux Falls, Idaho, dirigiéndose siempre hacia el oeste, hasta decidir avanzar sobre el propio Mississippi. Recorriendo algunas regiones como Montana, o a lo largo del río Yellowstone, conoció un gran número de personas, granjeros, trabajadores manuales, gente simple en su mayoría, “pero no era gente ignorante, a pesar de su escasa formación” (CANNING: 33). A Wallace le gustaba hablar con la gente, se interesaba por sus vidas, gustos, aspiraciones, preocupaciones e intereses. Percibió su inagotable sed de información. Y también que sus vidas eran duras y no tenían garantías de mejora al final de cada año. Anhelaban mucho más que lo que había por tras del simple conocimiento: inspiración, ánimo, razones para la esperanza. Según Peter Canning, Wallace escribió en su diario por aquellos días: “entre estas personas subyace una fuerte corriente de deseo por el conocimiento. Abastécela y todo el valor en dólares que se hayan gastados con la impresión volverán al gallinero”. (CANNING, 1996:35) Entonces maduró la idea de condensar también periódicos, revistas y libros. Junto a su esposa Lila, idealizó el exitoso formato del Digest. En una época de florecimiento de la letra impresa, en diversos lugares del continente americano los periódicos ganaban espacio, se publicaban cada vez más libros y surgían librerías por todas partes. Pero eran las revistas lo que despertaban mayor interés. En 1879, el Congreso norteamericano había reconocido su papel como “educadores nacionales” que promovían la lectura, otorgándoles privilegios y descuentos tributarios (KIELWOBICZ, 1995), y los editores utilizaban esos subsidios para extender su distribución por todo el país, provocando un verdadero “magazine-boom”.

Tal vez el auto-reconocimiento de DeWitt Wallace por su propia historia de éxito individual haya impulsado su preferencia por las leyendas de superación personal, que la revista presentaría posteriormente con tanta insistencia. Vinculado a

los valores de ciertos sectores de la sociedad norteamericana –que de ningún modo representan un consenso- el Reader’s Digest reproducía la receta del triunfo personal y del esfuerzo individual contra la noción de contingencia estructural defendida por el socialismo, sistema éste expresamente reconocido como enemigo preferencial. Es necesario insistir, sin embargo, en que la fuerte presencia en la revista de tales apelaciones al individualismo no constituyen en sí una demostración de hegemonía entre el público, y mucho menos aún entre la sociedad norteamericana. Los contenidos del Digest se conectan con elementos subyacentes a ciertas comunidades de lectores que comparten significados, con los que se identifican a través de la socialización de diferentes instituciones. Coincidiendo con los postulados posestructuralistas del “situated knowledge”- por el cual la lectura de un texto no es singular, sino que depende múltiples factores vinculados a la manera en que cada lector se involucra según su experiencia, visión política, educación y una multiplicidad de posicionamientos-, la investigadora Joanne Sharp (2001:45-46) sostiene que no existe una lectura única del *Digest*. Al mismo tiempo, continúa, es imposible aprehender el infinito número de sus interpretaciones, porque no existe el lector *verdaderamente* individual, sino diversas comunidades de lectores. A partir de 1940 -coincidiendo con la fundación de la Office for Coordination of Commercial and Cultural Relations between the Americas, rebautizada como Office of Inter-American Affairs (OCIAA) -directamente vinculada al gobierno de Washington- la revista comenzó a circular en la América hispana. Editada inicialmente en La Habana, la versión en castellano de Selecciones se enrolaba en el esfuerzo de guerra para combatir una amenaza que los expertos de Washington interpretaban como creciente, esto es, el avance de la ideología nazi-fascista entre los numerosos inmigrantes de origen italiano y germano que residían en el Cono Sur del continente. En sintonía con este propósito, la edición en portugués llegó en 1942, alcanzando inclusive las regiones más extremas de la geografía brasileña. Como fenómeno editorial, Selecciones atravesó las Américas con su carga de valores y representaciones de los diversos “enemigos” de Estados Unidos, que en un primer momento fueron los nazis, pero que durante los años de la Guerra Fría serán los comunistas. Es interesante percibir los rápidos y puntuales cambios en las representaciones de la figura de Fidel Castro, a medida que se ahondaba el

distanciamiento entre el líder cubano y el gobierno de Washington (RAAD, 2005). Algo similar ocurriría con las crónicas sobre las costumbres en la otrora aliada China, a partir de la consolidación del régimen comunista, proceso que marcaría su enemistad con Estados Unidos.

Los datos de tirada de la revista *Selecciones del Reader's Digest* evidencian un gigantesco proceso de circulación mundial. Preguntarse cuáles fueron las claves de su éxito editorial nos conecta con algunos de los problemas que animan esta investigación, estructurada en torno a tres grandes temas que han despertado el interés de historiadores e historiadoras: la ofensiva cultural estadounidense para la “americanización” del Cono Sur; la circulación y modos de apropiación de los dispositivos culturales y el impacto de ambos en el cotidiano, el comportamiento y la vida privada. Amalgamados e inseparables, son estos los tres ámbitos en que me interesa investigar las claves culturales del éxito de Estados Unidos en el siglo XX.

La ofensiva cultural norteamericana y la “Americanización” del Cono Sur

Por razones estratégicas, América Latina fue el foco preferencial de la ofensiva cultural norteamericana, ya desde los meses previos a su entrada en la Segunda Guerra Mundial. Numerosos documentos diplomáticos confirman los temores de Washington frente a la supuesta formación de una “quinta columna” en el Cono Sur, con especial atención a Argentina y Brasil, países colocados bajo sospecha debido a la numerosa presencia de inmigrantes europeos. Se intentaba imponer valores novedosos y atractivos para el público latinoamericano, capaces de contrarrestar el efecto de las imágenes triunfalistas que llegaban a través de la cinematografía alemana y de otros medios de comunicación. Las pantallas del cine, las caricaturas y las páginas de publicidad, fueron algunos de los frentes donde se libraron estas luchas de representación, para las cuales las armas culturales resultaban tan importantes cuanto los tanques que atravesaban Europa durante la Segunda Guerra. En 1940, el “sueño americano” traspasaba las fronteras nacionales. Con él, el estilo de vida de los estadounidenses -el American Way of Life- llegaba al sur del continente por medio de una ofensiva cultural sin precedentes, que llevaría al cine, a la prensa, a la radio y a las páginas de las revistas imágenes relativas no sólo a

la superioridad militar de los Estados Unidos, como también -y muy insistentemente- al atractivo standard de vida alcanzado por su afortunada clase media. Como se señala al inicio de este trabajo, numerosos estudios vienen examinando en los últimos años las estrategias de la diplomacia cultural norteamericana para la imposición de sus valores y estilo de vida, algo que llama particularmente la atención, en la opinión de Antonio Niño (2008:23), “en un país cuya cultura política consideraba, tradicionalmente, que la organización de las actividades culturales y todo lo que afectara a la esfera moral debían dejarse a la iniciativa privada”. En un brevísimo espacio de tiempo -no más que cinco años-, el imaginario continental fue abastecido con representaciones positivas sobre el poder militar, económico y tecnológico de los Estados Unidos, una nación joven y fuerte cuyos ciudadanos y ciudadanas habrían conquistado niveles de confort, bienestar y libertad hasta entonces impensables para el público latinoamericano. La ofensiva cultural norteamericana configura el contexto en el que operan los problemas aquí examinados. Pero aún reconociendo que los contenidos de la revista *Selecciones del Reader's Digest* satisfacen las expectativas del Departamento de Estado norteamericano para América Latina, los resultados de su circulación desbordan el ámbito político. Si bien es posible afirmar que cada una de las imágenes vehiculadas por sus páginas se conecta con las pretensiones hegemónicas de los Estados Unidos, es importante entender de qué manera los anuncios publicitarios establecen el vínculo entre gobierno e iniciativa privada. Pero la comprensión de este complejo entramado requiere cautela. Será necesario distanciarse de la clásica visión sobre presuntas conspiraciones para optar, en su lugar, por un análisis mucho más rico e instigante, a partir del cual se sugiere la confluencia de intereses de signo diverso, que acabaría por provocar un profundo impacto en la esfera doméstica.

Este texto presenta, hasta aquí, un breve repaso por las circunstancias que propiciaron el interés del gobierno de Washington por esta dimensión cultural de la política hacia América Latina. El cruce de las fuentes consultadas, tanto argentinas como brasileñas y estadounidenses, permiten una mejor comprensión de los temores alimentados por Washington en relación al Cono Sur y sus dos puntos más preocupantes: Brasil y Argentina. Éste es, sin embargo, apenas uno de los aspectos del problema.

No obstante las pretensiones hegemónicas de Washington coincidiesen con una visión homogénea de América Latina, los dispositivos culturales provocaron impactos de diverso tenor entre los diferentes públicos, y de ninguna manera podría afirmarse que hubieran propiciado una recepción pasiva entre el público lector. Habrá que conocer un poco mejor, pues, el ambiente cultural en el que circulaban las ediciones latinas de la revista *Selecciones*.

Apropiación y modos de circulación

Desde la denominada “crisis” de las ciencias sociales, investigadores e investigadoras de diversas disciplinas han descartado el tradicional presupuesto de recepción pasiva que animaba las tesis sobre “imperialismo cultural” hasta bien entrada la década del 70. Para Michel de Certeau (1999:260), contrario al supuesto tradicional de la acogida pasiva, la recepción de cualquier “información” se realiza en los términos del receptor, a través de un proceso de adaptación creativa que denomina resignificación. Certeau se distancia, así, de los conceptos tradicionales de “transmisión”, “legado” y “herencia”, que postulaban un público pasivo, marcado y sin papel histórico. Tanto la dominación como la resistencia se realizan a lo largo de diversos ejes, los cuales no están subordinados, de manera definitiva, a una “contradicción principal” (SANTOS y NUNES, s/n). Procesos de hibridación y negociación pueden coexistir con formas declaradas de resistencia, como puede observarse en el cine argentino de las décadas de 30 y 40, que vivía un momento de afianzamiento en América Latina y competía exitosamente con la cinematografía norteamericana. En el marco de la prosperidad económica que vivía el país, amparado por su polémica “neutralidad” frente al conflicto europeo, los temas se replegaban en torno a lo nacional. Algunas películas del cine más popular muestran frecuentes críticas a la omnipresencia del modelo americano en la vida cotidiana. Un buen ejemplo son las quejas contra el avance del “yankismo” en las costumbres porteñas, canalizadas a través del memorable personaje de Catita, una empleada doméstica interiorana interpretada por Nini Marshall (FORNI, 1997: 49-72). La omnipresencia del modelo americano desafiaba a lo más profundo del arraigo nacional. El ejemplo “norteamericano” tuvo diferentes impactos en la sociedad

argentina desde su propio proceso de independencia, y sus diversas y aparentemente contradictorias repercusiones se dejaban ya sentir en las primeras décadas del siglo XX. Inclusive los sectores más representativos de la izquierda argentina saludaron con entusiasmo la visita del presidente norteamericano a Buenos Aires, en noviembre de 1936. Reunidos en la revista Claridad, y en medio de agudas controversias, llegaban a una valorización positiva del rooseveltianismo. Según destaca Liliana Cattaneo (1998:169-196), Claridad dejaba de ser la “Tribuna del Pensamiento Izquierdista” en el número de enero de 1937, para transformarse en “La Revista Americana de los Hombres Libres”. No obstante este repliegue identitario hacia los temas argentinos, muchas de las producciones nacionales reconocían el influjo de Hollywood. Hugo Fregonese, co- director de Pampa Bárbara (1944) -una película de profundo arraigo telúrico- había estado años antes en la academia norteamericana: “Fui a ver dieciocho veces seguidas La diligencia de John Ford, y estudié plano por plano lo que había hecho. Mi sistema consistía en ir al original de la obra que se había adaptado, tratar de desentrañarla y comprender cómo se había resuelto la adaptación” (CURUBETO, 1993:25). La admiración por lo “americano” coexistió siempre con la desconfianza. Roberto Arlt denunciaba con constancia en su columna semanal “la anomalía de una sociedad alocada por la premura del éxito”, a la vez que los personajes que poblaban su obra de ficción combinaban la ácida crítica al sistema de vida norteamericano con la obsesión por los avances tecnológicos y la organización del trabajo. La desconfianza y el rechazo hacia el nuevo modelo industrial que se consolidaba bajo el diseño taylorista tuvo una clara representación en la literatura argentina. Según afirma Mirta Zaida Lobato (2002), muchos intelectuales tomaron la organización, racionalidad y eficiencia en la organización del trabajo como símbolo de la modernidad industrial en la Argentina. Aún según la autora, la americanización era una meta para convertirse en una nación fuerte y poderosa. “Estados Unidos brillaba como un faro”. El cine brasileño ha proporcionado también ejemplos de ese movimiento pendular entre mimetismo y resistencia a través de variadas formas de apropiación, no obstante, muy diferentes de las que se pueden percibir en la producción argentina. Para Jean-Claude Bernardet (1979), la producción cinematográfica brasileña no imitó los elementos básicos de la estructura dramática, sino la ambientación, los gestos y el final feliz”. Enclavado en

el área de influencia norteamericana, el cine brasileño -a diferencia del argentino- no aparece replegado en su identidad nacional. Para comprender esa relación más estrecha entre americanos y brasileños, se hace necesario conocer el contexto diplomático en el que operaba la distribución y producción de la cinematografía norteamericana en Brasil: Un país que, como he señalado, estaba bajo el foco de atención de la política cultural desarrollada por la OCIAA.

Los contenidos de la revista *Selecciones del Reader's Digest* dialogaban con un imaginario alimentado por el cine de Hollywood, uno de los brazos principales de la estrategia diseñada por el Departamento de Estado norteamericano a través de la OCIAA. Los ejemplos ofrecidos por las producciones cinematográficas argentina y brasileña son útiles para el estudio del segundo aspecto de interés de este trabajo: la circulación y formas de apropiación, hibridación, respuesta, resistencia y adaptación de los diversos dispositivos empleados por la ofensiva cultural norteamericana para contrarrestar los posibles efectos de una intensa campaña de propaganda ideológica que la Alemania nazi venía realizando en el Cono Sur. Las pantallas del cine, así como las revistas de lectura doméstica, la prensa y las caricaturas se habían convertido en objetos de interés político.

Los imprecisos límites entre lo público y lo privado

En su búsqueda por recuperar a los sujetos comunes, invisibilizados por la historiografía tradicional, la nueva historia cultural ha privilegiado la indagación de las prácticas cotidianas. No obstante, es conveniente resaltar que los límites entre lo público y lo privado no parecen definirse siempre de una manera tan clara. Como nos recuerdan Marta Madero y Fernando Devoto (1999:9), justamente entre las décadas de 30 y 40 del siglo XX, las crecientes vías de intervención del Estado en la vida de las personas generaron respuestas en la forma de movimientos colectivos, dando lugar a una redefinición de los límites de lo privado, en una sociedad cada vez más movilizadora. Ese avance de lo político hacia la esfera privada ayudará a construir una nueva modalidad política, que según la historiadora brasileña María Helena Capelato (1998:34), emerge con las multitudes, y conforma un imaginario de ideas, símbolos, imágenes, mitos y utopías, cuyo estudio permite establecer la conexión entre política

y cultura. Aunque no necesariamente identificados entre sí, imágenes y símbolos circulan por varias sociedades, siendo reelaborados, pero compartiendo la finalidad de transmitir un contenido cargado de emotividad. No obstante, Capelato advierte que aún en una sociedad organizada de modo totalitario no están ausentes las múltiples formas reivindicatorias de autonomía y preservación. En este contexto de emergencia de las multitudes y de expansión de la propaganda totalitaria, el gobierno de los Estados Unidos decidió que era necesario ofrecer a latinoamericanos y latinoamericanas un modelo de sociedad antagónico al impuesto por el nazi-fascismo y capaz de atraer su atención con valores novedosos y atractivos. Se trataba de conquistar “los corazones y las mentes”, por medio de la divulgación de un estilo de vida cuya imitación llevaría los ideales estadounidenses para el interior de los hogares, a través de la radio, el cine y las publicaciones. Entre éstas, y como he señalado antes, la revista *Selecciones del Reader’s Digest* ocupó un papel de magna importancia.

Una de las más notorias características de *Selecciones* es su enorme capacidad prescriptiva. Sus contenidos integraban un complejo entramado discursivo en el que se cruzaban ética y disciplina de trabajo, fé en el futuro, confianza en el potencial emancipador del progreso histórico y en la indiscutible capacidad de liderazgo norteamericano. Si la guerra era el caos, el futuro ordenaría las cosas. Pero *Selecciones*, además, prescribía hábitos y costumbres para la vida privada, organizando el espacio doméstico y los roles de género, la educación de los niños, las normas de higiene, de alimentación y belleza, la felicidad conyugal, la lectura, la información y la conveniencia del consumo. La articulación de estos contenidos tendía a presentar el *American Way of Life* como un modelo societario susceptible de ser imitado. Algo que se conectaba oportunamente con las aspiraciones de las clases medias urbanas de los países latinoamericanos, que vivían un proceso de consolidación de sus identidades. Al homologar el modelo, estos sectores en expansión creían garantizar una deseada distancia entre ellos y las clases populares, por medio de la sofisticación de las costumbres y el uso de modismos que pasaban a configurar el paradigma del progreso. Nombrar cosas habituales en un inglés recién adquirido ayudaría a consolidar el “status” (MONCADA, 1986:197-230).

La revista encerraba saberes multi-temáticos que para sus lectores y lectoras se proyectaban hacia el futuro, algo que oportunamente Mary Junqueira (Ibídem) ha denominado “falsa sensación de estar informado”. En diversos lugares de América y de la Europa aliada, hijos y nietos han conservado esas colecciones hasta hace muy poco tiempo, cuando la llegada de Internet los convenciera de su inevitable obsolescencia. Durante mi investigación, he tropezado con ejemplares de *Selecciones*, en impecable estado de conservación y en series secuenciales completas, en librerías y ferias de usados de Italia, Francia, Argentina, México y Brasil. Coleccionistas de diversas nacionalidades facilitaron el acceso a los ejemplares del período de interés. Para mi sorpresa, numerosos lectores y lectoras habían guardado la revista en sus bibliotecas, lado a lado con sus libros preferidos. Este hábito de coleccionarla despertó mi interés hacia otros aspectos de la investigación, pues sugiere que *Selecciones* poseía un valor especial, una novedosa connotación de esa “cultura” que constituía uno de los bienes más preciados por las clases medias urbanas que, ya en la década de 1940, se esforzaban por alcanzar el status de modernidad que se identificaba con el modelo americano. Estar informado era el principal requisito para ser “moderno”, y las páginas de *Selecciones* permitían conocer, mes a mes, los últimos avances tecnológicos. Esto resultaba de gran interés para las clases emergentes urbanas, ansiosas por distanciarse de una tradición de vida cotidiana dominada por los ritos y costumbres propios de la convivencia rural. Como afirma Alberto Moncada (Ibidem:198), “existen matices regionales, pero los caribeños cuentan una historia que se parece bastante a la que cuentan los otros sudamericanos, aunque la selva, la sierra y la costa marquen sus peculiaridades”. Otros signos de modernidad estaban impresos en su presentación, como la novedosa modalidad de la venta por suscripciones. Es también cuando surgen los primeros cursos por correspondencia, algo que vincula estrechamente el espacio doméstico con el mundo exterior. Su formato de bolsillo propiciaba la lectura en los medios de transporte, camino al trabajo.

Como afirman Devoto y Madero (Ibidem:7-13), actos aparentemente íntimos, como la lectura, suponen la conciencia de que se participa en un grupo, como sujetos contruidos desde ciertos mensajes emitidos para unificarlos. Pero –advierten los autores- estos lectores construyen, a la vez y dialécticamente, el discurso de los

emisores; ya que “se han convertido en la “opinión”, a la que es necesario estudiar, auscultar, halagar. Emergía, así, una nueva figura de interés, la “opinión pública”. No obstante, no es del interés de este trabajo asumir la teoría desarrollada por el filósofo alemán Jürgen Habermas sobre el surgimiento de la opinión pública, de cuya tradicional perspectiva prefiero distanciarme. Tomo prestado el concepto asociado a las nociones de "libertad de opinión" y "soberanía popular", elaborado por la historiadora francesa Arlette Farge (1992), para quien la opinión pública no es un privilegio de la burguesía o de las élites sociales. La “opinión pública” pasaría a ocupar un importante lugar en los medios de comunicación, abriéndose camino por medio de un novedoso invento americano. La encuesta de opinión llegaba para penetrar en el interior de los hogares, desplazando así los imprecisos límites entre lo público y lo privado. Los sondeos nacieron en el ámbito político y se afirmaron a partir de 1936, cuando el matemático George Gallup acertara el resultado de las elecciones entre Franklin Delano Roosevelt y Alfred Mossman Landon con el método de muestreo aleatorio simple. Al revelar una amplia demanda periodística por las estadísticas sociales, las consultas de opinión alcanzaron rápidamente todos los aspectos de la vida doméstica. Como nos recuerdan Sophie Body Gendrot y Cristina Orfalli (2001:475-520), los métodos de medición por muestras denominadas “representativas” comenzaron a ocuparse de temas como la felicidad, la sexualidad y la vida conyugal, como una suerte de “ecografía social”. Ganaban así protagonismo los personajes anónimos del cotidiano, cuya opinión empezaba a condicionar también la acción política, en un proceso de mutua influencia que reconfiguraba los límites entre las esferas de lo público y lo privado. En muy poco tiempo, los sondeos de opinión mostrarían su utilidad para alimentar las estrategias del marketing, un ámbito en el que reinarían con absoluta preeminencia hasta nuestros días. Su utilización se extendió a todos los ramos del mercado, al punto de resultar impensable el lanzamiento de un nuevo producto, una nueva fragancia, un cambio de envoltorio o de logo-marca, sin previa consulta al target, o público consumidor potencial. Esta referencia puede resultar útil para relativizar el efecto totalizador de la influencia publicitaria, cuyo éxito depende de su acertada conexión con los anhelos y exigencias del lector o espectador, para poder así estimular sus deseos. A partir de 1940, numerosos dispositivos culturales –como cine, radio, prensa,

magazines- diseñados para atravesar con un mensaje pretendidamente hegemónico por todo un continente, tendrían que conectarse con los sentidos disponibles en culturas diversas para imponerles nuevos significados. Cabe preguntarse si las estrategias de comunicación estadounidenses dirigidas a América Latina tuvieron en cuenta tal diversidad, o si lo hicieron a partir de una desacertada visión, homogénea y unificada, de la cultura. Selecciones también comenzó a interesarse por ese “otro” americano que habitaba al sur del continente. Las ediciones norteamericanas incluían páginas descriptivas de las diversas historias regionales, exaltando las cualidades recién descubiertas de los vecinos latinoamericanos, dejando entrever, no obstante, una connotación de exotismo que continuaba a permear sus contenidos. Las traducciones casi idénticas al portugués y español permiten suponer que sus editores tenían una percepción homogénea de los países latinoamericanos, algo que también ha destacado la historiadora Mary Junqueira en su lectura de las ediciones en inglés y portugués (Ibidem).

Habrà que tener en cuenta, asimismo, que la circulación de estos dispositivos opera en doble direcciones. Ambas culturas experimentan cambios a consecuencia de sus contactos, no sólo la receptora (ORTIZ, 2004). Al mismo tiempo, la idea de enrolarse en causas “justas” funcionaba como un insistente leit-motiv. Los editores del *Digest*- según afirman Litvak y Maule (1974:52-53) para el caso canadiense- se auto-percibían “como un vehículo importante para contribuir al desarrollo y la definición de la cultura canadiense”. Aún según los autores, era imperativo para los editores del *Digest* convencer a sus comisionados y anunciantes de que realizaban una función social deseable.

La circulación de los dispositivos culturales norteamericanos propició una diversidad de reacciones entre sus vecinos. Muchas veces, una elocuente resistencia -como parece indicar el caso de Argentina-, otras, diversas formas de apropiación y resignificación de unos contenidos pretendidamente hegemónicos. Parece necesario aclarar, sin embargo, que la idea que aquí defiendo sobre la circulación y reelaboración de los dispositivos culturales no implica desestimar las condiciones desiguales en las que tales procesos operan, aun más si se trata de analizar las relaciones entre Estados Unidos y sus “socios” latinoamericanos. Como afirma

Edward Said (citado por GIRAUX, 1996:52), sería políticamente irresponsable subestimar sus profundos efectos.

Reflexionar sobre el éxito de los Estados Unidos en el siglo XX implica deconstruir el proceso de consolidación de las imágenes que ayudaron a tornarlo posible, examinando los símbolos forjados por los dispositivos culturales y las potencialidades y limitaciones de sus capacidades metafóricas. La tesis en elaboración que aquí se presenta, encierra una apuesta metodológica, en la que la revista *Selecciones del Reader's Digest* opera como un eje discursivo transnacional dotado de una enorme capacidad prescriptiva, que le permitió atravesar las Américas como portadora de un cierto modelo de vida entendido como norteamericano.

Pretendo, así, indagar el valor y la utilidad de las representaciones en la constitución de estrategias de poder basadas en la dialéctica “amigo-enemigo”, articuladas a partir de imágenes que conectan novedosas prácticas discursivas con el universo simbólico de distintas comunidades de lectores y dotó de nuevos significados a los sentidos disponibles en el cotidiano, en la esfera pública y en la vida privada. Se trata, pues, de examinar en perspectiva histórica el complejo entramado discursivo que posibilitó la circulación, aceptación, rechazo o adaptación del modelo de vida “norteamericano” en el ámbito cultural del Cono Sur, una zona ideológicamente sensible en la percepción del gobierno de Estados Unidos.

Referencias Bibliográficas

BERNARDET, Jean-Claude. Cinema brasileiro: propostas para uma história. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

BODY GENDROT, Sophie; ORFALI, Cristina. “¿Modelos extranjeros?”, en: ARIÈS, Philippe; DUBY, Georges. Historia de la Vida Privada, v.5. Madrid: Santillana, 2001, pp. 475-520.

CANNING, Peter. American Dreamers: The Wallaces and The Reader's Digest, an Insider's Story”. New York: Simon & Schuster, 1996.

CERTEAU, Michael de. La invención de lo cotidiano. México: Universidad Iberoamericana, 1999.

CATTANEO, Liliana. “La Revista Claridad: una tribuna latinoamericana de la izquierda argentina”, en: Historia de Revistas Argentinas. Buenos Aires:____, 1998, pp. 169-196.

CAPELATO, Maria Helena. Multidões em cena. Propaganda política no varguismo e no peronismo. Campinas: Papirus, 1998.

CURUBETO, Diego. Babilonia Gaucha. Hollywood en la Argentina, la Argentina en el mundo. Buenos Aires: Planeta, 1993.

DEVOTO, Fernando; MADERO, Marta. “Argentina entre multitudes y soledades. De los años 30 a la actualidad”, en: Fernando Devoto y Marta Madero (directores). Historia de la vida privada en Argentina, volumen 3. Buenos Aires: Taurus, 1999.

FARGE, Arlette. Dire et mal dire . París: Seuil, 1992.

FORNI, Florencia; HADIDA, María Eva; SABALA, Vanesa. “El humor...es cosa seria”, en: MALLIMACCI, Fortunato; MARRONE, Irene (compiladores). Cine e imaginario social. Buenos Aires: Oficina de Publicaciones del CBC. Universidad de Buenos Aires, 1997, pp. 49-72.

GIRAUX, Henry A en: Placeres inquietantes. Aprendiendo la cultura popular. Barcelona: Paidós, 1996.

HEIDENRY, John. Theirs Was the Kingdom: the Story of the Reader's Digest. New York: W.W. Norton: 1993.

JUNQUEIRA, Mary Anne. Imaginando a América Latina em Seleções: oeste, wilderness e fronteira (1942-1970). Bragança Paulista: EDUSF, 2000.

LITVAK, Isaiah; MAULE, Christopher. *Cultural Sovereignty. The Time and Reader's Digest Case in Canada*. New York: Praeger Publishers, 1974.

LOBATO, Mirta Zaida. “Americanización: aspectos culturales, económicos y tecnológicos de la transferencia de un modelo. Los Estados Unidos y América Latina en el siglo XX, Presentado en: XIII Congreso Internacional de Historia Económica de la International Economic History Association. Buenos Aires, 2002.

MONCADA, Alberto. La Americanización de los Hispanos. Barcelona: Plaza y Janes, 1986.

MOURA, Gerson. Autonomía na dependência: a política externa brasileira de 1935 a 1942. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

_____. Tio Sam chega ao Brasil: a penetração cultural americana. São Paulo: Brasiliense, 1984.

_____. Estados Unidos e América Latina. As relações políticas no século XX: xerifes e cowboys, um povo eleito e o continente selvagem. São Paulo: Contexto, 1990.

NIÑO, Antonio (org): “La Ofensiva Cultural Norteamericana durante la Guerra Fría “(Dossier), en: Ayer , nº75/2009 (3), pp.13-23.

BODY GENDROT, Sophie; ORFALI, Cristina. “¿Modelos extranjeros?”, en: ARIÈS, Philippe; DUBY, Georges. Historia de la Vida Privada, v.5. Madrid: Santillana, 2001, pp. 475-520.

RAAD, Lenira J. F. Denunciando os males do comunismo: o anticomunismo na revista Seleções do Reader's Digest. Dissertação de Mestrado: UFSC, 2005.

SANTOS, Boaventura de Souza; e NUNES, João Arriscado. “Para ampliar o cânone do reconhecimento, da diferença e da igualdade”, en: Reinvenção da emancipação social. Centro de Estudos Sociais, Portugal, s/n. Disponível en: <www.ces.uc.pt/publicacoes/res/pdfs/IntrodMultiPort.pdf>; consultado en: 10/11/2009.

SAUNDERS, Frances S. La CIA y la guerra fría cultural. Barcelona: Debate, 2001.

SCOTT, Joan W. “Gender: A Useful Category of Historical Analysis”, en: The American Historical Review. v. 91, n. 5, dez. 1986.

SHARP, Joanne. Condensing the Cold War: Reader's Digest and American Identity. Minneapolis-London: University of Minnesota Press, 2001.

TOTA, Antonio Pedro. O imperialismo sedutor. A americanização do Brasil na época da Segunda Guerra SP: Cia das Letras, 2000.