



VOL: AÑO 6, NUMERO 17

FECHA: SEPTIEMBRE-DICIEMBRE 1991

TEMA: CAMBIOS CULTURALES

TITULO: **La conquista de las mentes: El aparato de exportación cultural americano hacia el tercer mundo de Eude, Yves [\*]**

AUTOR: *Francis Mestries [\*\*]*

SECCION: Reseñas

## TEXTO

Este libro publicado en Francia en 1982 presenta un interés de primer orden para entender las principales facetas de la penetración político-cultural norteamericana en las sociedades del Tercer Mundo, y de su control sobre la mayoría de los mensajes y tecnologías que actúan en el sistema internacional de los medios masivos de comunicación. Es además oportuno cuando en México, buena parte de la población, élites y clase media en primera fila, ven como panacea a los problemas del país, la integración económica a Estados Unidos; cuando una tecnocracia formada en universidades norteamericanas, alejada del pueblo al que desprecia apuesta el porvenir del país en la desnacionalización del tejido económico y en la apertura indiscriminada a las mercancías, capitales, tecnologías y modos de gestión del vecino del norte; cuando en las artesanías de nuestros indígenas aparecen bordados representando la bandera norteamericana y el logotipo de la Pepsi; cuando los supermercados ofrecen lechuga, leche y hasta agua de Estados Unidos, y no pueden abastecer la demanda; cuando, no hace mucho, pudimos presenciar una de las más grandes operaciones de desinformación y de censura informativa orquestada por el Pentágono para crear un ambiente de histeria belicista en torno a la guerra del Golfo.

La presentación de esta guerra en los medios masivos evidenció el monopolio que ejercen las grandes agencias informativas americanas (UPI, CBS, A.P.) sobre el flujo internacional de información, y el control militar casi absoluto sobre el manejo de esta, así como la resurgencia de un mesianismo apocalíptico operando sobre el inconsciente colectivo "en efecto, contemplamos el atroz espectáculo de los elegidos de la Nueva Jerusalén bombardeando a las masas paganas de Babilonia (...) es como si fueran bombardeadas las profundidades del inconsciente colectivo occidental para destruir los monstruos creados por el delirio de la civilización industrial y tecnológica". [1]

Guerra preparada, anunciada, necesitada, y por eso inevitable: había ocurrido antes en la imaginación popular y en la literatura, en los "comics", en el cine y la tele donde los superhéroes de la mayoría silenciosa, con armas electrónicas aniquilan dictadores tercermundistas fanáticos y crueles "Pareciera como si las estructuras simbólicas se reprodujeran como efectos políticos y militares reales; como si la estricta lógica militar se desprendiera del delirio irracional de la imaginación". [2]

Pero además, la Tormenta del Desierto fue un "fantástico espectáculo, por obra y magia de la tecnología electrónica de las armas y de los "mass media", entre el Nintendo y Jean Michel Jarre, y se borraron la sangre y los refugios incinerados, excluidos de las pantallas. Con eso, se logró la legitimación perfecta de los regímenes post-democráticos

occidentales, pues S. Hussein y los irakies catalizaron las angustias, frustraciones, el odio y las pulsiones agresivas de esas mayorías, contra el otro, el arquetipo del Mal, por ser de otra cultura, otra raza, otra religión, radicalmente diferentes, en una catarsis colectiva a distancia que respondió perfectamente a las exigencias de esta sociedad del espectáculo y de la mercancía.

La conquista de las mentes pretende tres objetivos principales: dar a conocer las políticas de penetración cultural e ideológica del gobierno norteamericano en los países del Tercer Mundo a través de sus aparatos de comunicación, información y espionaje, y de educación, por medio de su dominio tecnológico sobre los nuevos medios de transmisión internacional de informaciones y de almacenamiento y procesamiento electrónico de datos; analizar los temas relevantes del discurso político norteamericano y rastrear sus fuentes ideológicas, sus mitos fundadores, para desentrañar los rasgos de la imagen que este país quiere dar de sí mismo y del modelo político-económico que busca implantar en el mundo; y por ende evaluar el impacto de estas estrategias sobre las poblaciones del Tercer Mundo, en términos de desnacionalización de amplias capas y de creación de una burguesía transnacional.

Los capítulos I y X se centran en los contenidos del mensaje y en sus fundamentos teórico-míticos. En "El idealismo americano y el expansionismo cultural", se indaga el mesianismo de esta cultura, que sería portadora de un mensaje universal: América es la Nueva Jerusalén y los americanos son el pueblo elegido por Dios para liberar y civilizar a los demás pueblos. En efecto, sería la patria de la democracia desde los padres fundadores y tiene que enseñar la democracia, los derechos humanos y la virtud a los demás pueblos; su propaganda se enfoca por tanto a ensalzar los logros de la libertad de prensa, la superación de la discriminación racial y la gran fiesta democrática de las elecciones en Estados Unidos, y en presentar a su democracia como el mejor modelo, válido para todo el mundo.

Por otro lado, América, forjada en un inmenso "melting-pot", tendría una cultura de vocación universal, anticipo y reflejo a la vez de una nueva cultura mundial en ciernes, y su lengua, por sus características de concisión e innovación sería la lengua ideal de los modernos medios masivos. Por tanto, el mensaje cultural oficial para la exportación es uniforme, sin adaptación en función de los países y las culturas, ya que E.U., se considera la gran fuerza unificadora del mundo actual, en contra de las culturas particulares, tradicionales y nacionalistas. Cuando mucho se pueden diferenciar tácticas y formas distintas según las categorías sociales a las que va destinado.

Tal vez el tema recurrente más importante es: E.U, sociedad más innovadora de la historia en los campos científico-tecnológico económico, artístico-cultural y social, especie de "laboratorio social" ideal para el florecimiento de una juventud sana, libre y creativa, gracias entre otros a métodos pedagógicos revolucionarios; donde la mujer ha alcanzado su plena liberación, en igualdad de condiciones con el hombre; E.U., cuna de la revolución científico-tecnológica, pionera de los viajes espaciales como síntesis de la audacia y de la precisión tecnológica (las hazañas de la NASA son el caballo de batalla de la propaganda "no política" de este país). Con ello, se difunde un verdadero culto a la tecnología que sería capaz de resolver, bajo el liderazgo de Estados Unidos, todos los problemas: el subdesarrollo, etc.

Otro tema central es la idea de la interdependencia de todos los pueblos de la tierra, que sería necesaria, buena y natural, mientras ha de desdibujarse el Estado-nación y desterrarse el nacionalismo, con la consecuencia implícita que E. U. asumirá la hegemonía mundial; las redes de comunicación electrónica internacional abren el camino hacia ella, y por tanto no deben ser controladas por los estados ni reguladas por los

organismos internacionales. Libre comercio y libre circulación de las ideas serían los dos pilares de este proceso benéfico de globalización.

Como correlato, se aboga por un consenso planetario, basado en una conciencia humana mundial, que sería coronado por un gobierno mundial, bajo la influencia de E. U.; para ello es menester diluir los contornos del Estado-nación, mediante la creación de una burguesía transnacional que el aparato cultural-educativo americano se esfuerza por crear, influyendo en las élites del Tercer Mundo.

Derivados del tema de la interdependencia, aparecen en el discurso otros temas secundarios, como el papel clave de la economía U.S. en el mundo, y la necesidad de que los aliados la apoyen sosteniendo el dólar, y participen más decididamente en la defensa del mundo libre y en las intervenciones militares de emergencia (ver la guerra del Golfo), así como en la guerra anti-narcóticos y anti-terroristas: en este caso se trata de convencer de la necesidad de una presencia policiaca U.S. en territorio de otros estados. Temas directamente políticos son la campaña presentando a Estados Unidos como defensora de la paz en el mundo, y el anticomunismo abierto. Si bien en la época de Carter, se hizo énfasis en la defensa ubi et orbi de los derechos humanos, revitalizando el idealismo norteamericano y las fuentes de su legitimación moral, con Reagan se optó por un discurso anti-comunista maniqueo, en términos de un combate casi bíblico entre el Bien y el Mal, representados por E. U., nuevamente seguros de su supremacía moral y política, y la URSS fuente de toda agresión.

En el capítulo II, se analiza el papel que las relaciones culturales juegan en la estrategia internacional de E. U., cuarta dimensión de su política de gran potencia (junto con las acciones diplomáticas, militares y económicas); adquirieron creciente importancia con la distensión Este-Oeste y la consiguiente mayor competencia ideológica, y con los fracasos de las intervenciones militares para controlar los países del sur (Vietnam). Como lo planteó el Informe Rockefeller sobre América Latina (1969), se trata de ganar la batalla de las mentes (por ello recomendó apoyar la labor de las sectas protestantes en este continente)... Los tres grandes vectores de la intervención cultural en el Tercer Mundo son los programas informativos, los programas educativos y de intercambio de personas, y la ayuda para el desarrollo, y son instrumentados por un colosal aparato federal, cuya cabeza es la agencia oficial, USICA, [3] que tiene un presupuesto que cuadruplica el de la UNESCO, y que dispone de radiodifusoras (Voice of America) tiene su agencia de prensa (IPS), edita programas de radio, de video, de enseñanza del inglés, organiza intercambios académicos y cursillos para ejecutivos, líderes políticos y profesionistas. También participan los organismos de ayuda al desarrollo, como USAID, los Peace Corps, y los programas de capacitación de los cuerpos represivos, siendo la educación y la formación permanente su principal prioridad. Finalmente, la CIA es un formidable instrumento de acción psicológica que infiltra los medios de comunicación y aparatos educativos extranjeros, tiene sus propias radiodifusoras y controla más de 200 periódicos en el mundo. Su difusión de información falsa para desprestigiar a sus enemigos políticos y su infiltración en organizaciones juveniles estudiantiles, profesionales y laborales, surtieron efecto en la preparación del golpe contra Allende en Chile, en Guatemala (1954), en Jamaica (1979), en Panamá (1989), etc.

El capítulo IV ("la revolución tecnológica permanente") resulta de sumo interés, pues vemos como el control de Estados Unidos sobre los medios masivos de comunicación internacionales reposa en, y se renueva siempre, gracias al adelanto tecnológico considerable que detenta este país en dos campos clave: la comunicación por satélite, que ahora ya ni necesita de estaciones retransmisoras en tierra, posibilitando que los programas difundidos por E.U., como los de tele-educación, puedan llegar a los televisores de todas partes del mundo, sin que las autoridades locales puedan intervenir.

Así, la NASA es la única capaz de colocar, suprimir y reparar satélites. El satélite se antojó así el arma ideológica absoluta para los estrategas del Dep. de Estado: fuera de alcance, cubriendo el mundo entero 24 horas al día con un mensaje único difundido desde la metrópoli.

La otra tecnología es la de los bancos de datos, informatizados e interconectados por satélites, que permiten transmitir informaciones instantáneamente hacia una terminal en donde sea; aquí también, la ventaja tecnológica de E.U. es aplastante, lo que le permite concentrar, procesar, almacenar y transmitir los datos de todas las computadoras individuales; puede organizar así, teóricamente, la memoria colectiva de toda la humanidad. Aún cuando son firmas privadas las que producen el soft y el hardware (IBM), el gobierno federal ejerce un control directo sobre las informaciones, en el marco de una estrecha alianza con las firmas transnacionales de la cultura y la electrónica. E.U. aventaja también a otros países en los circuitos por cables, la video y la elaboración de software (programas de alfabetización-socialización [4] de los niños, etc.). Así, la red internacional de comunicaciones se volvió pilar esencial del poder americano, tan estratégico como su red de bases militares.

En el capítulo VI se destaca que la forma privilegiada del mensaje difundido busca ocultar el contenido político del mismo, pues los expertos en acción psicológica entendieron que para ser eficaz, la información tiene que arrojarse con los atributos de la ficción, con los atractivos de los productos de la industria cultural U.S. (cine, etc.): hay que enmarcar la mercancía, el mensaje, en una envoltura cultural. Así, se produjeron gran cantidad de historietas, dibujos animados, canciones, películas con el objetivo, por ejemplo de desacreditar guerrilleros y otros "terroristas". Otra forma de acercamiento, aún mas eficaz, es la presentación intimista y familiar de la vida cotidiana en E.U. para ganar una adhesión íntima, no directamente política, por medio de la fascinación que ejercen sobre la imaginación los mejores productos de la civilización norteamericana, contradictoria y exuberante. Con ello se busca diluir a la larga los obstáculos ideológicos en los receptores de estos programas.

Finalmente, en el capítulo XII ("Hacia una burguesía transnacional?") se analizan los sectores sociales y las poblaciones-meta del aparato cultural; en primer lugar en importancia y en el tiempo, son las élites políticas y económicas de los países del sur, pues son las más susceptibles de consumir productos norteamericanos, y son las que mantienen las estructuras económicas, políticas y militares de la dependencia. Por lo tanto, se les otorgó un tratamiento privilegiado (intercambio de personas, apoyos de todo tipo a sus asociaciones, etc.) Pero con el tiempo, las clases medias se volvieron otro blanco en la mira de los expertos U.S. en relaciones públicas, pues éstas buscan integrarse al bloque dominante, y la americanización de su estilo de vida se vuelve un sustituto, una satisfacción parcial y simbólica de esta aspiración. Son pues fácilmente cooptables, tanto más cuanto el reflujó de las ideologías populistas y nacionalistas las dejó sin brújula y sin referente nacional de identificación.

Obvio es decir que otro objetivo clave de las baterías de la propaganda U.S. ha sido la juventud, dado que, siendo más maleable, su aculturación puede ser más global y definitiva, al ser propensa a patrones imitativos de las modas del norte; se ha manejado hábilmente en las campañas a ella destinada temas anti-conformistas, de autoliberación y realización de la vida privada, evacuando la cuestión de la participación política.

Existe la burguesía transnacional? se pregunta el autor. No cabe duda que uno de los problemas más graves de nuestras sociedades es la enajenación cultural de las élites, una fracción de las cuales (la Jet-Set Society) ya perdió totalmente el contacto cotidiano con su país de origen, cuando no reside buena parte del año en E.U. Estudios completos

en el país del norte, cuentas de inversiones en bancos U.S., y hasta "Shopping" semanal en Miami o Houston, son comportamientos comunes de nuestra burguesía y alta burocracia. Este alejamiento cultural conlleva la incapacidad absoluta de entender las corrientes ideológicas que agitan a los sectores populares. Para éstos a su vez, la cultura extranjerizante de las clases superiores aparece como una cultura de ricos, mientras ven como se margina a la cultura nacional como una cultura de pobres, de "nacos".

Por lo demás, la penetración cultural norteamericana entre los sectores populares ha sido mucho más difícil como lo confiesan los mismos responsables de E.U.

De allí que la cultura popular se volvió un campo estratégico de resistencia al proyecto de hegemonía cultural norte-americano, y el cimiento de una solidaridad ya no sólo nacional, sino de clase, como lo entendieron hace tiempo precursores como Gramsci, Thompson, Paolo Freire, Amilcar Cabral y Alain Touraine.

CITAS:

[\*] (1982) F. Maspero. París

[\*\*] Profesor-Investigador del Departamento de Sociología, UAM-A.

[1] Bartra, R. Las puertas del milenio se abren. La Jornada Semanal, No. 118, 15 de septiembre de 1991.

[2] Ibid.

[3] U.S. International Communications Agency.

[4] Plaza Sésamo, por ejemplo.