

# *Los canales de la propaganda norteamericana en España, 1945-1960*

*Pablo León Aguinaga*

Visiting Researcher, Prince of Asturias Chair  
Georgetown University

*Resumen:* El gobierno norteamericano activó múltiples canales para difundir su mensaje en España entre 1945 y 1960. Publicaciones, literatura, cine, radio y centros y actividades culturales fueron algunos de los medios elegidos. El mensaje pivotó en torno a tres cuestiones: la Guerra Fría, la dinámica bilateral y el modo de vida americano. La evolución de las relaciones bilaterales y de la estrategia propagandística norteamericana en el exterior determinó su coordinación, orientación e intensidad.

*Palabras claves:* siglo XX, Estados Unidos, España, Guerra Fría, diplomacia pública, información y propaganda, relaciones culturales, prensa, cine, radio, televisión.

*Abstract:* The U.S. Government implemented several channels of diffusion of its message to Spain from 1945 through 1960. Publications, literature, cinema, radio and cultural centers and activities concentrated the effort. The message focused on three fields: The Cold War, bilateral relations and the *American way of Life*. The development of Spanish-American relations and of the U.S. foreign propaganda strategy determined its coordination, orientation and intensity.

*Key words:* 20<sup>th</sup> Century, United States, Spain, Cold War, public diplomacy, information and propaganda, cultural relations, press, cinema, radio, television.

Los diversos canales informativos y culturales activados en España por los gobiernos de los presidentes Truman (1945-1952) y Eisenhower (1953-1960) fueron concebidos fundamentalmente como mero complemento de sus respectivas estrategias bilatera-

les<sup>1</sup>. La concepción instrumental y el pragmatismo cortoplacista fueron la pauta dominante. En consecuencia, los canales mediáticos y las relaciones públicas (*Short Range Media*), es decir, los canales más propicios para una campaña propagandística o de difusión, recibieron un gran impulso en comparación con aquellos propios del intercambio cultural (*Long Range Media*), ligados a la cooperación internacional. Es por ello que en el presente artículo se centrará la atención en los primeros y se aludirá exclusivamente a los segundos —como los programas de formación de capital humano—<sup>2</sup> a la hora de contextualizar debidamente la evolución y dimensión del esfuerzo realizado. Tampoco serán abordados en este trabajo aquellos vínculos que no contaron con la intervención pública del gobierno norteamericano, como ocurrió en el caso de la colaboración entre la Fundación Ford y la Sociedad de Estudios y Publicaciones, analizado en este dossier.

En cuanto al mensaje difundido, cabe destacar la relegación del discurso anticomunista a un segundo plano. El visceral anticomunismo del régimen en el poder y la ausencia de una oposición política estructurada y viable hacían innecesario cargar las tintas en ese aspecto, como sí se hizo en buena parte de Europa occidental, especialmente en aquellos países con grandes partidos comunistas<sup>3</sup>. En el

---

<sup>1</sup> 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. Acrónimos empleados: *Foreign Operations Administration* (FOA), *International Cooperation Administration* (ICA), *Informational and Media Guarantee Program* (IMGP), *Office of War Information* (OWI), *National Archives and Records Administration* (NARA), *Noticiarios y Documentales Españoles* (NO-DO), *Records Group* (RG), *Operations Coordination Board* (OCB), *Radio Nacional de España* (RNE), *Roosevelt Study Center* (RSC), *United States Information & Educational Exchange Program* (USIE), *United States Information Agency* (USIA), *United States Information Service* (USIS), *Voice of America* (VOA). El autor desea hacer público su agradecimiento al resto de autores de este dossier y a los evaluadores anónimos de la revista por su análisis crítico de los borradores previos de este artículo.

<sup>2</sup> Para el desarrollo de los programas de formación de capital humano norteamericanos en España durante este periodo, véase DELGADO, L.: «Las relaciones culturales entre España y Estados Unidos, de la Guerra Mundial a los Pactos de 1953», *Cuadernos de Historia Contemporánea*, vol. 25 (2003), pp. 51-59, y «Cooperación cultural y científica en clave política. Crear un clima favorable para las bases USA en España», en DELGADO, L., y ELIZALDE, M. D. (eds.): *España y Estados Unidos en el siglo XX*, Madrid, CSIC, 2005, pp. 207-243.

<sup>3</sup> Sirva de ejemplo el caso italiano, véase TOBÍA, S.: *Advertising America. The United States Information Service in Italy, 1945-1956*, Milán, LED Edizioni Universitarie, 2008.

caso español, el énfasis de Washington giró en torno a tres cuestiones: la evolución de las relaciones internacionales, con la Guerra Fría como gran referente; el vínculo bilateral, con especial atención a la ayuda económica y la cooperación bilateral resultantes de los pactos de Madrid de 1953; y, por último, la presentación amable de la realidad estadounidense, destinada a popularizar la visión oficial del modo de vida americano, defender las excelencias de la producción cultural del país y mostrar las aplicaciones civiles de las innovaciones científico-técnicas. El devenir de las relaciones bilaterales y de la estrategia propagandística norteamericana en el exterior determinó la mayor o menor intensidad concedida a cada una de ellas así como los matices adoptados.

Ahora bien, ¿cuándo y por qué se decidieron activar los distintos canales? ¿A quién fueron destinados? ¿Qué mensajes trasladaron? ¿Cómo se coordinaron entre sí? ¿Discurrieron en la dirección prevista? ¿Respondieron a las expectativas? Las siguientes páginas pretenden responder en la medida de lo posible a estas cuestiones mediante un somero análisis de los tres grandes frentes de difusión de la propaganda norteamericana en la España franquista durante la inmediata posguerra y los años cincuenta: 1) los medios escritos (*the written word*); 2) el ámbito audiovisual (*the spoken word*), y 3) las relaciones públicas (*public relations*). La evolución de los objetivos norteamericanos en España y los cambios de orientación de la estrategia propagandística de Washington servirán como marco de referencia en el análisis.

## El papel de los medios escritos

La elevada tasa de analfabetismo y la existencia de una férrea censura estatal limitaban *a priori* el papel de la palabra escrita en el esfuerzo informativo y cultural norteamericano en España. En el plano informativo, la prensa local, aunque garantizaba el acceso a las elites sociales, no representaba el cauce adecuado para abordar determinados contenidos de orden sociocultural y bilateral. El desarrollo de publicaciones propias, libres de censura gracias a los privilegios políticos de los que gozó la Embajada norteamericana, facilitó las cosas. Sus temas principales fueron las bondades de la alianza bilateral y el modo de vida americano. En el plano cultural, la introducción

de la producción bibliográfica estadounidense en determinados ámbitos iba a mostrarse como un complemento necesario a medida que los objetivos del programa ganaron en ambición y complejidad.

Tras la derrota de la Alemania nazi, el aparato propagandístico norteamericano desplegado en España recibió la misión de vincular la victoria militar aliada a la democracia y en oposición al fascismo<sup>4</sup>. El boletín *Semanario Gráfico*, la única publicación periódica editada por el OWI en España que se prologó más allá de la emergencia bélica (su primer número databa de junio de 1943), encauzó ese mensaje. Desde mayo de 1945 hasta marzo de 1946, sus páginas reprodujeron censuras explícitas del franquismo, publicitaron la fase fundacional de las Naciones Unidas y difundieron un número considerable de imágenes de personalidades soviéticas en plano de igualdad con sus todavía aliados. Con una tirada considerable y distribuida sin apenas restricciones a la puerta de las sedes diplomáticas norteamericanas, su mera existencia representaba una provocación hacia el régimen franquista. Los incidentes producidos el 16 de marzo de 1946 durante el reparto de 90.000 ejemplares del número 116, en el que se reproducía la condena *tripartita* contra el franquismo, desencadenaron el cierre definitivo de la revista. A partir de entonces, el servicio de publicaciones del USIS en España se convirtió en un fiel reflejo de la progresiva suavización de las tensiones bilaterales.

El único boletín periódico reproducido por el gobierno norteamericano en el país entre 1946 y 1948 fue una selección de noticias del *Wireless Bulletin* del Departamento de Estado. Publicado diariamente desde mediados de 1945, sus contenidos obviaron a partir de la primavera de 1946 cualquier referencia a las relaciones bilaterales en favor del conflicto bipolar en ciernes. Con una breve extensión y tiradas que rondaban el millar de ejemplares, sus destinatarios abarcaban a una pequeña porción de las elites del país y a los directores de los principales medios de comunicación. Como complemento puntual, a lo largo de la segunda mitad de 1946, varios de los personajes presentes en las listas de distribución de la Embajada recibieron en sus casas panfletos informativos. Sus contenidos obviaban referencias bilaterales para concentrarse en las críticas a la Unión Soviética, como

---

<sup>4</sup> «Highlights of Longe Range Policy in All Media for Spain & Portugal», en OWI: «Regional Advisory Meeting for Italy, Spain and Portugal, Wednesday, May 9, 1945», Washington DC, NARA, RG 208, Entry 6C, Box 2.

**TABLA 1**  
**Tirada de las publicaciones periódicas editadas por el USIS**  
**en España, 1949-1960**

	<i>Radio Bulletin</i> (1949-1962)	<i>Noticias de Actualidad</i> (1949-1963)	<i>Noticiero Médico</i> (1949-1957)	<i>Boletín Gráfico</i> (1950-1952)	<i>Boletín de Radio</i> (1956-1962)	<i>Atlántico</i> (1956-1964)
Ago. 1949	1.000	1.000	10.000	—	—	—
Nov. 1950	1.000	6.000	10.000	6.000	—	—
Oct. 1951	800	19.600	10.000	19.600	—	—
Jun. 1953	800	26.000	11.000	—	—	—
Sep. 1954	800	60.000	11.500	—	—	—
Abr. 1956	780	65.000	11.000	—	—	5.000
May. 1959	150	43.000	—	—	1.200	6.500

*Fuente:* Elaboración propia a partir de documentación localizada en el NARA, RG 59, 84 y 306.

ocurría en los «Informes sobre la conferencia de París, abril-mayo 1946» o «La energía atómica». En todo caso, la publicación de panfletos no tuvo continuidad en los años inmediatamente posteriores, recuperándose sólo a partir de 1950.

El caudal económico destinado a España por la *Smith Mundt Act* permitió dar un impulso al servicio de publicaciones justo cuando las relaciones bilaterales comenzaban a apuntar hacia el entendimiento<sup>5</sup>. El *Wireless Bulletin* pasó a denominarse *Radio Bulletin* en su edición en inglés y *Noticias de Actualidad* en la versión en castellano. Ambas se enviaban gratuitamente por correo. Con una tirada muy reducida, sus destinatarios se componían de una selección de las elites y los directores de los principales medios de comunicación del país. La colaboración con esos medios se retomó también a buen ritmo (en mayo de 1949, el 68 por 100 de las noticias y el 60 por 100 de las fotografías suministradas a la prensa madrileña fueron publicadas íntegramente)<sup>6</sup>.

<sup>5</sup> Para el significado de la *Smith Mundt Act* en el desarrollo de la diplomacia pública norteamericana durante la Guerra Fría, incluida España, véanse las contribuciones de Lorenzo Delgado y José Antonio Montero en este dossier.

<sup>6</sup> «The USIE Program in Spain», s. f. (septiembre de 1949), p. 9, NARA, STILL PICTURES, RG 306-CS-Album 8, Box 12.

Reforzando ese acercamiento, *Noticias de Actualidad* dio autorización a sus lectores para la reproducción total o parcial de sus contenidos sin consentimiento previo desde abril de 1950. A partir de entonces, los sucesivos pasos dados por Washington en su acercamiento al régimen franquista iban a encontrar eco en la publicación. También comenzaba a reservarse espacio a noticias de carácter científico y técnico. Empero, los contenidos estrella continuaron siendo la contribución del Plan Marshall a la recuperación de los países europeos y la evolución del conflicto bipolar, con la Guerra de Corea (1950-1953) como gran referente. El mensaje parecía claro: el abrigo norteamericano garantizaba desarrollo y protección a los países amigos.

En 1949 también se retomó la edición de *Noticiero Médico*, traducción de una selección de artículos especializados del *Journal of the American Medical Association* dirigida a los médicos españoles. Ese colectivo ya había llamado la atención del OWI durante la guerra, cuando además de editar esa revista impulsó un activo servicio de préstamo de documentales médicos, extendido posteriormente. Su gran acogida, la homogeneidad del sector y su relevancia social animaron a recuperar la publicación. La presencia de los profesionales liberales entre los *target groups* prioritarios durante toda la década justificó su edición hasta 1957, cuando el flujo de publicaciones especializadas quedó garantizado gracias a la entrada en vigor del IMGP<sup>7</sup>. Los contenidos de carácter propagandístico sólo encontraron hueco en sus páginas a partir de los convenios bilaterales de septiembre de 1953, aunque siempre de una manera colateral y potenciando el aspecto positivo sobre el negativo. La labor de la Organización Mundial de la Salud, las excelencias del sistema hospitalario norteamericano y la contribución de mujeres y afroamericanos a la medicina de aquel país fueron los temas más recurrentes en esos casos. Según las estimaciones del USIS, más de la mitad de los doctores del país tenían acceso a la publicación.

La evolución de *Noticias de Actualidad* de mero boletín informativo diario a la revista semanal más relevante en el esfuerzo comunicati-

---

<sup>7</sup> El IMGP o «Plan Marshall de la Información» fue impulsado en Washington en 1948 dentro del proceso que condujo a la aprobación de la *Smith Mundt Act*. El propósito era facilitar la exportación de productos culturales norteamericanos, amenazada por los problemas de divisas de los Estados europeos. Hasta un 52 por 100 de los 2.643.675 dólares gastados en España entre 1957 y 1960 se destinaron a publicaciones periódicas. USIA: «A History of the IMGP», Washington DC, 25 de agosto de 1971, p. 26, NARA, RG 306, Entry E1066, Box 184.

vo norteamericano en España discurrió en paralelo al acercamiento bilateral, culminándose a lo largo de 1953. Tal evolución respondía a la importancia concedida a partir de 1951 al servicio de publicaciones, señalado como canal prioritario en la política informativa y cultural hacia «los líderes de la vida pública», es decir, hacia el objetivo principal del USIS en la población española<sup>8</sup>. Durante ese trienio de transición (1951-1953), *Noticias* compartió protagonismo con el quincenal *Boletín Gráfico*, que tenía como objetivo la presentación monográfica de determinados asuntos de índole política y cultural, como podían ser el teatro norteamericano, el sistema de bibliotecas públicas de aquel país, la guerra de Corea o la economía estadounidense. Ese sistema dual imitaba en cierto modo el tratamiento informativo seguido durante la Segunda Guerra Mundial con *Semanario Gráfico* (semanal) y *Boletín de Información* (diario), aunque finalmente fue desechado a favor de la potenciación de *Noticias de Actualidad*, que vio incrementar su tirada considerablemente desde entonces (tabla 1). Esa tirada fue muy representativa de la dimensión cuantitativa real del colectivo social cultivado por el gobierno norteamericano durante los años cincuenta.

La veintena de monográficos publicados por *Noticias* entre 1954 y 1960 permite identificar los cambios de énfasis en el mensaje norteamericano en España. Así, hasta 1956, sus páginas se dedicaron a publicitar los beneficios de la «ayuda» norteamericana y, singularmente, a difundir las bondades del modo de vida americano. Múltiples informes venían señalando la extendida ignorancia y el *antiamericanismo* cultural presente en amplios sectores de las elites franquistas, objetivo prioritario del programa desde 1954, por lo que tal decisión parecía pertinente. Más aún si se tiene en cuenta que aquél fue uno de los frentes temáticos que acaparó la atención de la agenda propagandística exterior de la recién formada administración Eisenhower. Su propósito, tanto en España como en otros países, fue presentar a los estadounidenses como individuos «normales» que construían su vida a partir de tres pilares «universales» como la comunidad, la religión y la familia<sup>9</sup>. Junto a los programas radiofónico y cinematográfico, *Noticias* fue el gran portavoz de ese mensaje ante los *target groups* en España.

---

<sup>8</sup> USIE: «Country Paper for Spain», febrero de 1951, p. 3, NA, RG 306, Entry 1559, Box 41.

<sup>9</sup> Véase OSGOOD, K.: *Total Cold War: Eisenhower's Secret Propaganda Battle at Home and Abroad*, Lawrence, University Press of Kansas, 2006, pp. 99-102 y 255-257.

**TABLA 2**  
**Monográficos de *Noticias de Actualidad*, 1954-1960**

Núm. 12, vol. VI (12-IV-1954)	«La mujer en América»
Núm. 26, vol. VI (19-VII-1954)	«El vaquero en Norteamérica»
Núm. 29, vol. VI (27-IX-1954)	«¿Cómo se emplea la ayuda Norteamericana?»
Núm. 09, vol. VII (28-II-1955)	«La infancia en los Estados Unidos»
Núm. 22, vol. VII (6-VI-1955)	«La utilización pacífica del átomo»
Núm. 26, vol. VII (26-IX-1955)	«Dos años de la ayuda americana»
Núm. 30, vol. VII (10-X-1955)	«La enseñanza en Estados Unidos»
Núm. 01, vol. VIII (9-I-1956)	«La religión en Estados Unidos»
Núm. 13, vol. VIII (9-IV-1956)	«Las Naciones Unidas y sus organismos especializados»
Núm. 25, vol. VIII (2-VII-1956)	«El arte vivo en Estados Unidos»
Núm. 27, vol. VIII (1-X-1956)	«La cooperación económica hispano-norteamericana, 1953-1956»
Núm. 28, vol. VIII (15-X-1956)	«Las elecciones norteamericanas»
Núm. 31, vol. VIII (26-XI-1956)	«El deporte en Norteamérica»
Núm. 02, vol. IX (21-I-1957)	«España-Estados Unidos: en defensa del mundo occidental»
Núm. 15, vol. IX (30-IX-1957)	«España-Estados Unidos, 1953-1957. Para un nivel de vida más elevado»
Núm. 17, vol. IX (28-X-1957)	«Hace un año que Rusia abatió al pueblo húngaro»
Núm. 04, vol. X (17-II-1958)	«España-Estados Unidos. Unidos en la causa de la paz»
Núm. 15, vol. X (15-IX-1958)	«1953-1958. Cinco años de cooperación»
Núm. 10, vol. XI (15-V-1959)	«Cooperación militar»
Núm. 17, vol. XI (1-XI-1959)	«Cooperación bilateral a través de la ICA»
Núm. 17, vol. XII (1-XI-1960)	«España-Estados Unidos. Siete años de cooperación económica»

Fuente: elaboración propia a partir de *Noticias de Actualidad*.

La gran ausencia temática en ese esfuerzo respecto a otros países del entorno fue la defensa de la democracia liberal como modelo de organización sociopolítica superior, hasta el punto de que ese término sólo apareció en dos de los titulares elegidos desde 1953<sup>10</sup>. Cierta-

<sup>10</sup> «¿Qué quiere decir la democracia norteamericana?» y «Los jóvenes aprenden la democracia», respectivamente en *Noticias de Actualidad*, núm. 37, vol. VI (22 de noviembre de 1954), pp. 3-4; y núm. 29, vol. VII (3 de octubre de 1955), pp. 14-15. En

mente, dado el acercamiento al régimen y a sus soportes sociales, ese asunto no parecía el más adecuado para abordarse en el país. Las referencias al marco político norteamericano se limitaron de manera casi exclusiva a la figura presidencial. Del mismo modo, la cobertura de la Guerra Fría ocupó un lugar secundario y, en lo posible, se orientó hacia una aproximación positiva, subrayándose los logros norteamericanos en las aplicaciones pacíficas de la energía nuclear y, desde 1957 (tras el éxito soviético con el *Sputnik*), en la carrera espacial. Los enfoques abiertamente anticomunistas fueron reservados —salvo excepciones— a publicaciones especializadas y de menor difusión que *Noticias*, como las bimensuales *Problemas del Comunismo e Information and Documents* (en francés), editadas por la USIA para todo el mundo desde 1954<sup>11</sup>, y que contaban con un puñado de suscriptores en España (principalmente profesores de universidad).

A lo largo del otoño de 1956, *Noticias* experimentó un proceso de renovación que determinó su rumbo durante el resto de la década. Tras haber alcanzado su máxima tirada a mediados del año, se decidió realizar una reducción paulatina con el propósito de concentrar el esfuerzo en las elites sociales del franquismo (véase tabla 1). Al mismo tiempo se aumentó el número de páginas, se modificó nuevamente la periodicidad, ahora quincenal, y se pasó a presentar la revista como publicación del «Servicio de Informaciones de los Estados Unidos de América», reforzando así su identificación como órgano de expresión oficial del gobierno norteamericano en España. Todos aquellos cambios buscaban resaltar el nuevo rumbo editorial de la publicación, ahora concentrada principalmente en publicitar las bondades de la «cooperación» bilateral (nótese el abandono del término «ayuda»), destacando una mayor atención a la cooperación militar y los programas de intercambio educativo y técnico. El desencadenante había sido el incumplimiento español a la hora de publicitar la ayuda norteamericana, a lo que debía unirse la vinculación que amplios sectores de la prensa local hicieron entre la construcción de las bases militares norteamericanas y el aumento de la inflación<sup>12</sup>. La necesi-

---

la otra cara de la moneda, puede decirse que el gran ausente en la revista fue Franco, al que ni siquiera se llegó a mencionar durante el mismo periodo.

<sup>11</sup> La primera, editada en Washington DC, era la versión en castellano de *Problems of Communism*. La segunda, editada por el *Centre Cultural Americaine* de París, era su equivalente en francés. Ambas iban dirigidas a la *intelligentsia* mundial.

<sup>12</sup> John D. Lodge (embajador de los Estados Unidos en España) al Departamen-

dad de redoblar el esfuerzo ante esos sectores propició además la edición de *Boletín de Radio*, nueva versión en castellano del *Wireless Bulletin*, destinada exclusivamente a los altos cargos del régimen y a los directores de los medios de comunicación. Semejantes urgencias precipitaron la pérdida de importancia de la presentación del modo de vida americano en la revista, como se puede comprobar con la desaparición de los monográficos sobre el particular (véase tabla 2).

La difusión de la alta cultura norteamericana no encontró un espacio propio en el servicio de publicaciones del USIS hasta 1956. Hasta entonces, el paso más significativo en ese frente había sido la edición de una colección de algo más de una decena de libretos bajo el título de *Colección Estados Unidos*, impulsada por el OCB y financiada por el USIS con el fin de alimentar el interés por la cultura norteamericana y animar la traducción de obras estadounidenses<sup>13</sup>. *Noticias* reservaba un espacio considerable al particular, especialmente en las portadas, aunque no dedicó un solo monográfico a la cuestión. La creciente importancia concedida a la *intelligentsia* local, especialmente en los círculos católicos y no falangistas, convenció al USIS de la necesidad de distribuir una revista exclusivamente dedicada a la alta cultura. El resultado fue *Atlántico, Revista de Cultura Contemporánea*. La literatura, la poesía, la historiografía o el teatro norteamericano fueron los temas centrales. Entre las firmas, personajes como Julián Marías, sin duda una de las figuras que mejor simbolizaba el sector de la población al que iba destinado este esfuerzo.

La *Colección Estados Unidos* puso sobre la mesa uno de los problemas detectados por los *cultural cold warriors* norteamericanos en España desde 1945: la escasa presencia de la producción escrita estadounidense en el país. Una vez superada la frialdad bilateral, la escasez de divisas de la economía española era el principal obstáculo a la importación. La promoción del libro norteamericano realizada en las

---

to de Estado: «Program Review of US Activities in Spain», Madrid, 4 de octubre de 1956, NARA, RG 59, Central Decimal Files 120.201/10-456.

<sup>13</sup> OCB: «Detailed Development of Major Actions Relating to NSC 5418/1 (Spain)», Washington DC, 2 de marzo de 1955, p. 9, NARA, RG 59, Entry 1586, Box 32. El OCB operó durante la administración Eisenhower como máximo órgano de planificación y coordinación de la estrategia del gobierno norteamericano en los países extranjeros, estando representados los Departamento de Estado y Defensa, el Joint Chiefs of Staff, la CIA, la FOA/ICA y la USIA. Su director era nombrado directamente por el presidente.

**TABLA 3**  
**Títulos y autores de la «Colección Estados Unidos», 1954-1958**

HANSON, Howard: <i>El florecimiento de la música norteamericana</i> , Madrid, 1954.
MARIÁS, Julián: <i>Universidad y sociedad en Estados Unidos</i> , Madrid, 1954.
REID, John T.: <i>Medio siglo de poesía norteamericana</i> , Madrid, 1954.
SAVELLE, Max: <i>Apuntes sobre los orígenes de la cultura norteamericana</i> , Madrid, 1954.
STARKIE, Walter: <i>Conferencia conmemorativa: Eugene O'Neill</i> , Madrid, 1954.
VILLARAZO, Bernardo: <i>Abraham Lincoln, su mundo y su mensaje</i> , Madrid, 1954.
VVAA: <i>Coloquios íntimos de estudios norteamericanos</i> , Madrid, 1954.
YNDURAIN, Francisco: <i>Thomas Wolfe, novelista americano</i> , Madrid, 1954.
ZUAZO, Javier: <i>Arquitectos y horizontes arquitectónicos en el nuevo mundo</i> , Madrid, 1954.
ROGERS, Francis: <i>La educación superior en Estados Unidos</i> , Madrid, 1955.
LODGE, John D.: <i>El lugar de las artes liberales en la universidad norteamericana</i> , Madrid, 1957.
FERNÁNDEZ CID, Antonio: <i>La música en los Estados Unidos</i> , Madrid, 1958.

Fuente: Elaboración propia a partir de vaciados bibliográficos y documentación localizada en el NARA, RG 59.

bibliotecas y exposiciones gestionadas por el USIS desde 1952 no era suficiente. Era preciso dar un paso más allá. La creciente atención a la *intelligentsia* y los universitarios a partir de la segunda mitad de los cincuenta animó a Washington a facilitar los dólares necesarios para dar un impulso en ese ámbito. El acuerdo para que los importadores locales pudiesen recurrir al IMPG abrió las puertas a un considerable repunte de la penetración bibliográfica norteamericana en España. Entre 1957 y 1960, casi dos millones de dólares fueron destinados a tal efecto, repartidos entre publicaciones periódicas y libros de diversa índole. Cincuenta y ocho fueron los importadores que se beneficiaron de los fondos disponibles, siendo ciento ochenta los contratos consumados<sup>14</sup>. Las universidades españolas vieron una considerable actualización de sus fondos bibliográficos, mientras que temas como la organización científica del trabajo, el *marketing*, la publicidad, la comunidad transatlántica o el Mercado Común Europeo dejaron de ser una excepción en las bibliotecas especializadas del país. Si bien es

<sup>14</sup> «A History of the IMGP...», doc., *op. cit.*, p. 26.

cierto que los libros no eran editados por los servicios informativos y culturales del gobierno norteamericano, los contratos que permitieron su traducción e importación a España requirieron del visto bueno de Washington, por lo que su catalogación como uno más de los canales de difusión descritos en este artículo resulta más que pertinente.

## El espacio audiovisual

«There can be little doubt that in a retrograde country such as Spain, where the acknowledged illiteracy is 47% and is more probably closer to 70%, the audio-visual approach to the masses is the best»<sup>15</sup>.

«Shortly after taking charge, the Information Officer circulated a directive to all branch posts that USIS films were not intended solely for the entertainment of large audiences but must be pinpointed towards specific audiences and in furtherance of country objectives»<sup>16</sup>.

Los programas radiofónico y cinematográfico fueron los que mayor presencia social aportaron al mensaje del gobierno norteamericano en España. Al mismo tiempo, especialmente en el segundo caso, evidenciaron inmejorablemente el potencial y las contradicciones del esfuerzo estadounidense en el ámbito de la comunicación. Las causas se dejan entrever en las citas con las que se ha encabezado este epígrafe: alcance universal y capacidad de convocatoria. Teniendo en cuenta que la población en su conjunto nunca se consideró un objetivo prioritario del programa, las contradicciones apuntadas no tardaron en hacerse patentes. Cabe destacar también que, contra lo que la mitología popular sostiene todavía hoy en día, el cine de Hollywood, pasatiempo predilecto de los españoles de la época, no ocupó papel alguno en el esfuerzo propagandístico norteamericano en España a partir de 1945<sup>17</sup>. Por el contrario, debe destacarse la temprana instrumentalización de las emisoras locales y Televisión Española como vehículos del mensaje americano.

<sup>15</sup> «The USIE Program...», doc., *op. cit.*, p. 13.

<sup>16</sup> Joseph F. McEvoy (*Public Affairs Officer for Spain*) a USIA: «Comments Regarding Inspection Report», Madrid, 5 de abril de 1957, p. 2, NARA, RG 306, Entry 1021, Box 19.

<sup>17</sup> LEÓN AGUINAGA, P.: *El cine norteamericano y la España franquista, 1939-1960: relaciones internacionales, comercio y propaganda*, Madrid, Universidad Complutense, 2009 (documento electrónico).

Al igual que el servicio de publicaciones, la actividad en sendos frentes comenzó durante la Segunda Guerra Mundial. En el caso del cine, las primeras proyecciones propagandísticas se celebraron en los salones de la Embajada, antes incluso de que los Estados Unidos entrasen en guerra. Su consideración como único medio de comunicación de masas propiamente dicho del país (ante el elevado analfabetismo y la escasez de receptores radiofónicos) derivó en un papel destacado en la lucha propagandística. La labor desarrollada tuvo dos frentes de actuación: el de las pantallas comerciales y el de las proyecciones propagandísticas. En el primero, el gobierno norteamericano se limitó a cimentar la tradicional hegemonía de las cintas de su país mediante la intervención del comercio cinematográfico; a evitar —sin mucho éxito— la exportación de determinados títulos considerados inoportunos en un contexto de guerra propagandística; y a competir con los alemanes por la hegemonía de sus noticias en el NO-DO<sup>18</sup>. En el segundo, se llevó a cabo un intensivo programa de proyecciones en los recintos diplomáticos y, conforme los medios materiales lo permitieron, a iniciar un ambicioso programa de préstamo para instituciones locales de todo tipo. Los documentales, mayoritariamente ambientados en el esfuerzo de guerra, monopolizaron casi por completo los programas en detrimento de las cintas de entretenimiento. Conforme el final de la guerra se aproximaba, las instituciones educativas facilitaron el incremento continuado de la audiencia del programa cinematográfico. A lo largo de 1945, más de un millón y medio de espectadores vieron los documentales proyectados en las sesiones organizadas por el OWI<sup>19</sup>.

La expansión y el prestigio cosechados durante los años finales de la Segunda Guerra Mundial explican la dirección adoptada por el programa cinematográfico inmediatamente después. Debe resaltarse el temprano desentendimiento por explotar el privilegiado espacio que garantizaban las pantallas comerciales en España. La desconfianza hacia el potencial propagandístico de Hollywood y la estrategia de baja intensidad en el país fueron las claves de tal decisión. Incluso cesó la colaboración con el NO-DO, considerada contraproducente una vez esfumada la competencia alemana y ante el clima de frialdad

---

<sup>18</sup> LEÓN AGUINAGA, P.: «El comercio cinematográfico como instrumento de la acción norteamericana en España durante la Segunda Guerra Mundial», *Cuadernos de Historia Contemporánea*, 28 (2006), pp. 303-322.

<sup>19</sup> LEÓN AGUINAGA, P.: *El cine norteamericano...*, op. cit., pp. 161-211.

bilateral. El esfuerzo se volcó completamente en la proyección de documentales. Entre 1946 y 1950, el número de sesiones organizadas se mantuvo a buen ritmo. La pasión de los españoles por el medio y la curiosidad por los Estados Unidos —las películas sobre el modo de vida americano comenzaron a sustituir a los materiales ambientados en la guerra— pudieron incluso con los recortes presupuestarios de 1947 y la escasa sistematización. Por su parte, el régimen franquista no interpuso mayores trabas que el trámite de la censura, e incluso varios ministerios se convirtieron en usuarios habituales del servicio de préstamo. Los servicios informativos norteamericanos, a falta de instrucciones concretas sobre cómo enfocar las proyecciones o sobre qué públicos poner el acento, improvisaron sus programas en función de las características y demanda interna de cada distrito consular. Mientras, instituciones religiosas (centros educativos en su mayoría) y militares evidenciaban con su demanda el poder de convocatoria de un programa gestionado desde la improvisación. Incluso grupos falangistas comenzaron a disfrutar de las proyecciones con regularidad, cerrándose así el círculo propagandístico sobre el «tridente» *antiamericano* del régimen<sup>20</sup>.

Los medios humanos y materiales facilitados por el *Smith Mundt* favorecieron el despegue cuantitativo del programa cinematográfico, especialmente desde 1951. Las unidades móviles presentes en el país —jeeps dotados de proyectores y material cinematográfico— permitieron además su extensión geográfica. La visualización del progreso alcanzado por Estados Unidos en las diversas áreas asociadas al bienestar social, el conocimiento, la economía y la defensa llegó a cientos de miles de españoles gracias a esos documentales (más de seis millones y medio en 1960)<sup>21</sup>. Sin embargo, el cinematográfico fue uno de los programas que mayores críticas concitó entre los evaluadores del esfuerzo informativo estadounidense.

Los informes y los datos constataban que España era un país cinéfilo, por lo que sumada la calidad de los documentales, la escasa competencia —los programas culturales de los países europeos pusieron

---

<sup>20</sup> Sobre el antiamericanismo franquista destaca la investigación de Daniel Fernández. Además de su aportación a este dossier, también resulta reseñable, FERNÁNDEZ, D.: «El antiamericanismo en la España del primer franquismo: el Ejército, la Iglesia y Falange frente a Estados Unidos», *Ayer*, 62 (2006), pp. 257-282.

<sup>21</sup> «USIS Country Assessment Report for Spain-1960», Madrid, 16 de febrero de 1961, p. 8, RSC, USIA Country Plans, 1958-1973.

**TABLA 4**  
**Clasificación temática y documentales del USIS disponibles**  
**en España, 1954 y 1957**

1954		1957	
Agricultura	69	Agricultura	94
Aviación	14	Aviación	10
Defensa	13	Bellas Artes	51
Deportes	18	Ciencias	55
Educación	41	Defensa	28
Industria y Ciencia	80	Deportes	21
Medicina	72	Educación	43
Música	21	Historia	12
Odontología	9	Industria y Comercio	58
Panorama norteamericano	75	Medicina e Higiene	98
Pintura y Escultura	10	Odontología	23
Revista cinematográfica	36	Noticiero cinematográfico	95
Doc. narrados en inglés	57	Panorama norteamericano	51
		Sociología y Gobierno	74
		Varios	6

Fuente: Casas Americanas de la Embajada de los Estados Unidos en España: *Catálogo de películas sonoras de 16mm.: documentales, educativas, ayuda audiovisual, especiales*, Madrid, s. f. (1954); y Embajada de los Estados Unidos, USIS: *Catálogo de películas de 16 mm. y vistas fijas de 35 mm.*, Madrid, 1957.

el énfasis de sus programaciones en los largometrajes comerciales—<sup>22</sup> y la amplia variedad de temáticas abordadas, se entendía perfectamente el poder de convocatoria del programa. La gestión de esa elevada demanda fue el problema. En muchos casos, las solicitudes correspondían a sectores de la población secundarios, cuando no directamente ajenos a los objetivos del programa. Ése fue el caso de las instituciones de educación no universitaria. Los escolares desapa-

<sup>22</sup> Para el caso francés, LIOGIER, H.: *Le cinéma français en Espagne (1939-1975)*, Grenoble, Université de Grenoble, 1997 (tesis doctoral inédita).

recieron de las prioridades del USIS en 1951. Sin embargo, colegios y escuelas profesionales continuaron aportando cientos de miles de espectadores a las cifras globales del programa durante toda la década. Sin duda, la explotación de este importante canal, iniciada durante la época de indefinición del programa en la posguerra, seguía siendo tentadora. Además, el cese de la colaboración podía perjudicar indirectamente la imagen norteamericana ante la Iglesia católica y el ministerio de Educación Nacional, instituciones de máximo interés para el USIS. La creación de la Cinemateca Educativa Nacional en 1954, justificada significativamente en un intento de evitar que los colegios proyectasen «casi exclusivamente películas facilitadas por organizaciones extranacionales» (en velada referencia al USIS)<sup>23</sup>, permitió un lento repliegue norteamericano de aquel sector. Conforme la década avanzaba, el joven circuito de cine-clubs que comenzó a constituirse en el país iba a proporcionar una nueva veta cuantitativa al programa que, además, encajaba mejor con las prioridades del esfuerzo en un momento en el que la *intelligentsia* y los universitarios comenzaban a ganar protagonismo<sup>24</sup>.

Similar fue el problema en el caso de las proyecciones realizadas en festejos populares (fiestas de la vendimia, ferias de invierno, fiestas patronales, etcétera). La participación del USIS en ese tipo de eventos fue justificada (véase epígrafe siguiente) debido a la necesidad de llegar a los *target groups* prioritarios presentes en provincias, como profesionales liberales, periodistas, cargos públicos, grandes propietarios, intelectuales o funcionarios del estado. Sin embargo, y a diferencia de lo que ocurría en Madrid y el resto de sedes del esfuerzo informativo y cultural norteamericano, buena parte de las proyecciones tenían lugar en recintos públicos donde difícilmente se podía seleccionar a la audiencia. A la altura de 1956, la inspección enviada por la USIA a España denunciaba que el programa cinematográfico daba la sensación de gestionarse con criterios cuantitativos en vez de cualitativos<sup>25</sup>. La incapacidad para sustraerse de la demanda interna y concentrar los recursos disponibles en aquellos grupos de población seleccionados resulta llamativa, más si cabe prestando atención a

---

<sup>23</sup> *Primer Catálogo de películas de la Cinemateca Nacional*, Ministerio de Educación Nacional, Comisaría de Expansión Cultural, Madrid, 1954, p. 5.

<sup>24</sup> LEÓN AGUINAGA, P.: *El cine norteamericano...*, *op. cit.*, pp. 468-469.

<sup>25</sup> James B. Opsata (inspector, USIA): «Inspection Report of USIS Spain, March 13 to April 11, 1956», Madrid, 11 de abril de 1956, NARA, RG 306, Entry 1045, Box 8.

la especialización temática de los documentales, claramente orientada a satisfacer los gustos de los *target groups* prioritarios durante la década (véase tabla 4). Con el fin de corregir esa deriva, a partir de 1957 se procedió a apostar como base del programa por sesiones especializadas ante grupos homogéneos (militares, odontólogos, periodistas, universitarios, etcétera). Los óptimos resultados de crítica y convocatoria cosechados por ese tipo de convocatorias habían probado sobradamente su éxito desde tiempo atrás.

Durante el segundo lustro de los cincuenta se desarrolló un programa de producción cinematográfica destinada específicamente a cubrir los principales eventos derivados de los convenios bilaterales de 1953. Gestionado a partes iguales por el USIS, la FOA/ICA y las Fuerzas Armadas norteamericanas en el país, su objetivo fue generar documentos visuales de la cooperación bilateral con los que producir documentales (como «Pipeline Story», sobre la construcción del oleoducto Rota-Torrejón) y nutrir de imágenes al NO-DO, organismo con el que se retomó la colaboración en 1953, así como a Televisión Española, que comenzó sus emisiones comerciales en 1956. Sin duda, la temprana e intensa colaboración con esta última era una apuesta de futuro, ya que el acceso al medio no se generalizó en España hasta bien entrados los años sesenta<sup>26</sup>.

Durante la inmediata posguerra, el programa radiofónico experimentó una fase de expansión que guardó muchas similitudes con la del programa cinematográfico. El desinterés de Washington —traducido en recortes materiales y escasa planificación— también fue contrarrestado por la demanda interna. Pero al contrario que en el caso del cine, fue la colaboración con la industria local la que permitió su crecimiento. El grupo *Unión Radio*, la principal cadena de emisoras comerciales del país, se constituyó en todo un vehículo del *American Way of Life* en las ondas españolas durante el lustro que duró la frialdad bilateral. Privada como estaba de los contenidos informativos, monopolio de RNE hasta 1967, esa cadena entendió la colaboración con los servicios informativos de la Embajada norteamericana como una oportunidad inmejorable de marcar diferencias respecto a sus competidores. De hecho, los contactos entre ambas partes habían comenzado en plena guerra, concretamente en 1943. En agosto de ese mismo año, *Radio Madrid* comenzó la emisión de música cedida por

---

<sup>26</sup> LEÓN AGUINAGA, P.: *El cine norteamericano...*, op. cit., pp. 469-470.

la misión norteamericana, aunque omitiéndose por voluntad de ésta cualquier referencia a su origen. La cooperación se mantuvo tras la guerra, ampliándose los contenidos más allá de la música.

Los fondos proporcionados por la *Smith-Mund Act* permitieron apuntalar ese espacio que, a partir de 1948, dio lugar a programas como «Álbum norteamericano» (sobre hechos y acontecimientos históricos y culturales de Estados Unidos), «La marcha de la ciencia» (sobre el progreso industrial y económico norteamericano) y «Voces del nuevo mundo» (musical). En todos los casos, los guiones eran preparados por personal del USIS. En mayo de 1950, las dieciséis emisoras de *Unión Radio* garantizaban sesenta y cuatro horas mensuales de contenidos elaborados por el USIS. El enfoque divulgativo y el tono aséptico evitaron complicaciones con la censura gubernativa. La imposibilidad de introducir contenidos políticos no era un problema, puesto que esa función estaba reservada a la VOA, que emitía diariamente para España desde junio de 1942. Su *Hora Española* tenía en la información internacional el eje de su programación. Sin embargo, su efectividad fue cuestionada insistentemente en Washington y Madrid. La ausencia de referencias a la situación interna en España —justificada por la incertidumbre en las relaciones bilaterales— y la dicción latinoamericana de sus locutores fueron dos de los aspectos más criticados.

En 1951 se otorgó a la radio, todavía no al alcance de todos los españoles, un papel protagonista en la campaña hacia los «líderes de la vida pública». Ante el incremento de su importancia y a fin de mejorar su efectividad, ese mismo año se procedió a una amplia revisión y potenciación de la *Hora Española* de la VOA. Se eliminaron las locuciones practicadas por latinoamericanos, se inició una ambiciosa campaña publicitaria por correo e, incluso, se llegó a distribuir transmisores entre individuos «influyentes» de las treinta y nueve principales ciudades del país<sup>27</sup>. La programación también se adaptó a los contenidos que se creían de mayor interés para estos grupos, como las noticias internacionales y la música clásica, sin dejarse de lado la música popular, atractiva para los más jóvenes. Sin embargo, la *Hora Española* siguió reservando un espacio marginal a las informaciones respecto a España. Conforme avanzaba la década, esa deriva se hizo

<sup>27</sup> «Country Paper for Spain», doc., *op. cit.*, p. 3; y Robert O'Neill (USIS Madrid) al Departamento de Estado: «Distribution of Radio Receivers», 23 de agosto de 1951, NARA, RG 59, Central Decimal Files 511.524/8-2351.

más evidente, optándose por aumentar más si cabe el espacio destinado a la difusión de la producción cultural y del lado amable del modo de vida americano, especialmente desde 1953. El paralelismo con *Noticias de Actualidad* resulta evidente.

**TABLA 5**  
**Programación de la «Hora Española» de la VOA, 1950, 1951, 1953, 1955**

	<i>Sept. 1950 y ago. 1951 (23:00-23:30)</i>	<i>Septiembre 1953 (21:30-22:00)</i>	<i>Julio 1955 (21:30-22:00)</i>
L-V	– Noticias; editoriales; música; comentarios.	– La opinión en los EEUU; música; comentario político; las noticias en síntesis	– Noticias; comentario político.
L	– Comentario político. – El mundo económico.	– La semana deportiva. – Grandes escritores norteamericanos.	– Lección de inglés.
M	– La vida en EEUU. – España en los EEUU.	– Club filatélico. – El mundo obrero norteamericano.	– Club filatélico. – Mundo cultural norteamericano.
X	– Comentario político. – Arte y cultura en Norteamérica.	– Cosas que pasan. – La ciencia en Norteamérica.	– Cartelera norteamericana. – La ciencia en Norteamérica.
J	– La vida en EEUU. – España en los EEUU.	– Preguntas y respuestas.	– Figuras históricas. – Crónica de asuntos económicos.
V	– Comentario político. – La ciencia en la vida diaria.	– La página femenina. – Mundo económico.	– Cosas que pasan. – Comentario especial.
S	– Noticias; editoriales; música; comentarios – <i>Hit Parade</i> .	– Lluvia de estrellas; charla sobre espectáculos. – Las noticias en síntesis; noticias.	– Noticias; crónica especial. – Preguntas y respuestas.
D	– Noticias; editoriales; música; comentarios – Música sinfónica.	– Noticias; la música sinfónica en los EEUU; pueblos y ciudades de los EEUU; las noticias en síntesis.	– Noticias; noticias de los EEUU. – Página femenina. – Temas del momento.

*Fuente:* Elaboración propia a partir de documentación localizada en el NARA, RG 59, 84 y 306.

Constatada la creciente popularidad de las cadenas clandestinas a la hora de captar la atención informativa de aquellos sectores que se oponían al régimen, y asegurada tras varios años de tira y afloja la colaboración con la cadena estatal, RNE<sup>28</sup>, la continuidad de las emisiones específicas de la VOA fueron puestas en tela de juicio. La última tuvo lugar el 30 de septiembre de 1955. Empero, tal decisión no obedecía sólo a cuestiones internas, ya que la administración Eisenhower apostó desde sus comienzos por concentrar la labor de la VOA en la Europa comunista, optando en Europa occidental por «ocultar» su iniciativa a través de intermediarios locales<sup>29</sup>. De hecho, el fin de la *Hora Española* fue seguido de un repunte en la intensidad de las relaciones del USIS con las emisoras locales. El estandarte de esa colaboración durante el resto de la década fue el programa «Bob y María», que extendió sus emisiones semanales en *Unión Radio* y RNE desde enero de 1954 hasta junio de 1962. Protagonizado por un militar norteamericano destinado en España y su mujer española, el objetivo no era otro que ofrecer una visión positiva de la presencia militar estadounidense y del modo de vida americano.

## Diplomacia cultural y relaciones públicas

El carácter dictatorial del régimen animó al gobierno norteamericano a potenciar como instrumentos de relaciones públicas los distintos programas culturales activados en España. Sus exponentes fueron centros y eventos culturales, bibliotecas y programas de intercambio. El objetivo no era otro que provocar la seducción del individuo mediante la interacción con la realidad norteamericana. En unos casos, a través de la mediación del USIS (bibliotecas, conferencias, exposiciones); en otros, a través del contacto directo con esa realidad (programas de intercambio). En este artículo nos limitaremos a aquellos que se desarrollaron plenamente en suelo español.

La decisión de Estados Unidos de dotarse de centros culturales en el exterior data de las postrimerías de la Segunda Guerra Mundial, aunque fue tras ella cuando se desarrolló plenamente. En Europa occidental, aquellos edificios recibieron una amplia gama de denomi-

---

<sup>28</sup> LEÓN AGUINAGA, P.: *El cine norteamericano...*, op. cit., pp. 307-308.

<sup>29</sup> OSGOOD, K.: *Total Cold War...*, op. cit., p. 95.

naciones, siendo las más comunes los equivalentes de *Casa Americana* y *Centro Cultural Americano*. Durante la inmediata posguerra no se ocultó su calidad de sedes de los servicios de información del gobierno estadounidense. Podría decirse, incluso, que tal vinculación era entendida como un valor añadido, puesto que la popularidad del país era todavía elevada en buena parte del viejo continente. Cuatro fueron las áreas de actuación comunes a estas instituciones: 1) servicio de biblioteca y préstamo; 2) divulgación de la producción cultural norteamericana; 3) promoción de la enseñanza del inglés; y 4) presencia en la agenda sociocultural local. En suma, además de ejercer como centros de producción y distribución del esfuerzo informativo debían erigirse en centros culturales de referencia y mediadores entre la producción cultural norteamericana y la sociedad de acogida.

Conforme avanzaban los años cincuenta, la identificación de aquellos centros con el gobierno estadounidense comenzó a resultar incómoda. La política exterior de Washington empezaba a pasar factura a su imagen internacional. En respuesta, la USIA optó por un cambio de enfoque respecto a su política de centros de referencia. A la par que las Casas Americanas comenzaron a cerrar sus puertas, distintos centros «binacionales» recogieron el testigo. La novedad que representaban iba más allá de lo nominativo. Dirigidas por consejos

**TABLA 6**  
**Casas Americanas y centros «binacionales» en España, 1945-1961**

	<i>Casas Americanas</i>	<i>Centros binacionales</i>
Madrid	Nov. 1942 a jul. 1947 Nov. 1948 a jul. 1968	Nov. 1961 a jul. 1987
Barcelona	Abr. 1949 a jul. 1961	Feb. 1959 a la actualidad
Bilbao	Dic. 1950 a jul. 1961	—
Sevilla	Feb. 1951 a jul. 1965	—
Valencia	Ene. 1952 a jul. 1957	Mar. 1958 a la actualidad
Zaragoza	Ene. 1955 a jul. 1957	—
Cádiz	Jul. 1955 a jul. 1957	—

*Fuente:* Elaboración propia a partir de documentación localizada en el NARA, RG 59, 84 y 306.

binacionales, y por lo tanto más independientes de la tutela de Washington, se desvincularon del frente informativo para concentrarse exclusivamente en la promoción de la lengua y la cultura norteamericanas. La juventud en edad universitaria era su gran objetivo.

La primera Casa Americana en España abrió sus puertas en noviembre de 1942, concretamente en la madrileña calle de Ramón de la Cruz. Durante la contienda mundial, sus esfuerzos se concentraron en el frente propagandístico, aunque se dieron algunos pasos hacia su constitución en centro cultural. El más destacado fue la inauguración de la biblioteca en enero de 1943. Concluida la guerra, la sala de lectura y el servicio de préstamo aumentaron considerablemente el número de usuarios hasta el cierre fulminante de la institución en julio de 1947. Provisionalmente, y a fin de mantener la presencia adquirida durante los años previos, la biblioteca se trasladó al edificio de la Embajada, donde se habilitó una pequeña sala de lectura. En Barcelona ni si quiera hubo esa posibilidad. El cierre de la sala de lectura del Consulado General, en funcionamiento desde noviembre de 1943, no fue compensado por un gesto similar. Cuando los recortes presupuestarios parecían condenar el esfuerzo cultural al ostracismo, los recursos facilitados por la *Smith Mundt Act* permitieron un nuevo impulso. La Casa Americana en Madrid reabrió sus puertas a finales de 1948, ahora en la calle Marqués del Riscal (en 1957 se trasladó a la Castellana). Barcelona, Bilbao, Sevilla y Valencia siguieron poco después (véase tabla 6). La inauguración en 1955 de los centros de Cádiz y Zaragoza —en las cercanías de las bases en construcción— cerró la fase expansiva. Entretanto, la labor de estas instituciones aumentó en intensidad, aunque los insuficientes recursos y la pobre sistematización mediatizaron enormemente su contribución a los objetivos globales del programa.

La elección de los «líderes de la vida pública», los «creadores de opinión» y la *intelligentsia* como objetivos prioritarios desde el bienio 1951-1952 parecía auspiciar una revalorización del papel de las Casas Americanas como centros de atracción de las élites locales<sup>30</sup>. Sus bibliotecas, la organización de conferencias y recitales y las proyecciones especializadas debían actuar como escaparate. Pero su desarrollo fue desigual. La escasez de fondos —traducida en pocos libros en castellano y ausencia de ponentes y artistas destacados—

<sup>30</sup> «Country Paper for Spain», doc., *op. cit.*, pp. 1-3.

limitó enormemente el potencial de los dos primeros hasta el final de la década. Las proyecciones especializadas se mostraron más efectivas a la hora de mantener un flujo regular de visitas dentro del espectro de los *target groups*. En cuanto a las exposiciones, entre 1951 y 1953 evolucionaron desde temas potencialmente atractivos para amplios segmentos de la población (aviación), hasta la especialización en contenidos relacionados con la alta cultura (pintura, literatura, arquitectura), enfoque dominante hasta el final de la década. De la misma manera, en ese breve espacio de tiempo se pasó de una política de puertas abiertas a otra que privilegió el acceso por invitación.

La segunda mitad de los cincuenta dio lugar a cambios sustanciales en el panorama de los centros culturales norteamericanos presentes en España. Las Casas de Valencia, Zaragoza y Cádiz cerraron sus puertas en julio de 1957. Recortes presupuestarios y disfuncionalidades operativas fueron los desencadenantes. La tercera ciudad del país no quedó huérfana por mucho tiempo de un centro de difusión de la cultura norteamericana. La activación del IMGP el año anterior permitió financiar, a principios de 1958, la creación del primer centro binacional en España, el *Centro de Estudios Norteamericanos*<sup>31</sup>. Una nueva política de centros culturales se estaba perfilando, como demostró la posterior conversión en centros binacionales del *Instituto de Estudios Norteamericanos* (1959) en Barcelona, y del *Instituto Hispano-Norteamericano de Cultura* (1961) en Madrid (véase tabla 1)<sup>32</sup>. La importancia creciente de los universitarios en el programa se ocultaba tras ese movimiento. De hecho, sus frentes principales de actuación fueron impulsar de una vez por todas la enseñanza del inglés y promocionar la producción cultural estadounidense, ahora también la popular. El *jazz*, despreciado por la USIA hasta 1956<sup>33</sup>, recibió ahora un gran impulso en España gracias a los fondos invertidos por el USIS y la labor divulgativa de los centros binacionales, especialmente en Barcelona.

Los eventos culturales, formativos y divulgativos organizados por el USIS en España debieron su despegue a la definición de objetivos de

---

<sup>31</sup> USIA: «Information Center Service», Washington DC, 9 de diciembre de 1958, p. 7, NA, RG 306, Entry E1066, Box 219.

<sup>32</sup> El *Instituto de Estudios Norteamericanos* había sido fundado en 1951 a iniciativa local, mientras que el centro madrileño era la última denominación adoptada por la *Asociación de Amigos de los Estados Unidos*, creada por estímulo norteamericano en febrero de 1954.

<sup>33</sup> OSGOOD, K.: *Total Cold War...*, op. cit., p. 226.

1951. Según los públicos cultivados, dos grandes grupos pueden definirse: la participación en festividades populares; y la organización y participación de eventos en recintos particulares frecuentados por las elites locales. Entre 1951 y 1953, las primeras concentraron el interés del USIS. La participación en festejos populares comenzó en el verano de 1951. La idea era aprovechar la capacidad de convocatoria de ese tipo de eventos para hacer llegar el mensaje norteamericano a los *target groups* residentes en provincias y, de paso, al conjunto de la población. El éxito popular de aquellas iniciativas derivó en la organización de *Semanas Americanas* con el mismo objetivo y un enfoque multimedia. Su columna vertebral la conformaban conferencias a cargo del personal del USIS, exposiciones fotográficas, reparto de panfletos y proyecciones cinematográficas. Avanzado el proceso de construcción de las instalaciones militares norteamericanas en España, y especialmente a partir de 1956, el esfuerzo se concentró en las áreas geográficas adyacentes. La fórmula elegida fueron las *Semanas Americanas* y la organización de jornadas de puertas abiertas en las bases, en las que el USIS participaba como colaborador de las Fuerzas Armadas estadounidenses.

Las conferencias organizadas ante grupos selectos se concentraron inicialmente en los centros tradicionales de reunión de las elites locales, como Casinos y Ateneos. Buena parte de esas instituciones eran asiduos usuarios del servicio de préstamo cinematográfico desde finales de la Segunda Guerra Mundial, por lo que el paso dado en la colaboración debió verse de manera natural. Las temáticas se concentraron en aspectos relacionados con la alta cultura en Estados Unidos. Entre los ponentes destacaron el agregado cultural norteamericano o, conforme fueron regresando de Estados Unidos, los beneficiarios de los programas de intercambio activados desde 1952. Significativamente, la primera exposición organizada por la Casa Americana fuera de sus aposentos tuvo lugar en el Casino de Madrid en octubre de 1952, bajo el título «La arquitectura contemporánea norteamericana». De todos modos, el esfuerzo no fue intensivo, y se concentró principalmente en las ciudades donde existía una Casa Americana. La firma de los convenios bilaterales en 1953 reorientó este tipo de eventos hacia la priorización de actividades en instituciones oficiales que permitían un enfoque más profesional y especializado, como Colegios Profesionales, Universidades o la Escuela de Organización Industrial.

Otro capítulo destacado en la difusión del mensaje norteamericano en España estuvo relacionado con el desarrollo de dos de los pro-

gramas estrella de la administración Eisenhower en su política de propaganda exterior: el *Cultural Presentations Program* y el *Come to the Fair Program*<sup>34</sup>. En el primer caso se trató de un ambicioso proyecto destinado a fortalecer la imagen de Estados Unidos como potencia cultural, que llevó a financiar la organización de eventos culturales y deportivos a lo largo del mundo, también en España (véase tabla 7). El segundo hizo de la participación en ferias comerciales un instrumento propagandístico más. En España, sin *stands* comunistas con los que competir, su desarrollo fue más limitado, aunque las ferias de muestras de Barcelona, Valencia y Madrid sí recibieron una mayor atención desde aquel momento. En unos casos, la ICA colaboró en su organización, mientras que en otros se utilizó este tipo de eventos para dar espacio a algunos de los programas estrella de la USIA durante la segunda mitad de los cincuenta, como el *Atoms for Peace Program* o el *People's Capitalism Program*. Las exposiciones sobre energía atómica o tecnología agrícola fueron muy representativas de esta política<sup>35</sup>.

**TABLA 7**  
**Eventos patrocinados por el *Cultural Presentations Program***  
**en España, 1955-1960**

Gira del musical <i>Porgy &amp; Bess</i>	Febrero 1955
Gira del barítono William Warfield y la <i>Philadelphia Orchestra</i>	Mayo-junio 1955
Gira del dúo compuesto por la violinista Sylvia Rabinoff y el pianista Benno Rabinoff	Enero 1956
Gira del director de orquesta Lee Everett	Enero-febrero 1956
Gira del <i>Robert Shaw Choir</i>	Abril 1956
Gira del Equipo de la NBA <i>Syracusse Nationals</i>	Mayo 1956
Gira del <i>American Ballet Theatre</i>	Junio 1960

Fuente: USIA: «Cultural Presentation Program. Area and Country Breakdowns», Washington D.C., September 1966, pp. 36-37. NARA, RG 306, Entry E1066, Box 186.

<sup>34</sup> *Ibid.*, pp. 224-229.

<sup>35</sup> Sirvan de ejemplo, USIS-Spain: «Locally Produced ICA-Support Exhibit at Feria del Campo (Madrid International Agricultural Fair)», Madrid, 5 de octubre de 1956; o USIS-Spain: «Barcelona International Samples Fair, June 1-20», Barcelona, 5 de julio de 1956, NARA, RG 306, Entry 1021, Box 19.

## Conclusión

Pese a distar de ser sistemático, el esfuerzo propagandístico del gobierno norteamericano consiguió una importante presencia en España, especialmente si se tiene en cuenta que ningún otro país desarrolló un programa similar en lo referente a la intensidad aplicada o en la variedad de canales activados. Ciertamente, otros países europeos recibieron una mayor atención por parte de Washington, ya que España no representó una prioridad desde el punto de vista propagandístico ni siquiera tras la firma de los pactos de septiembre de 1953. Sin embargo, las particularidades socioculturales del país y del régimen en el poder ponen de manifiesto, a nuestro modo de ver, el interés de un programa de seducción dirigido a los sectores que tradicionalmente habían visto con mayor recelo al país norteamericano. A la vista de los datos expuestos en este dossier, los canales activados entre 1945 y 1960 debieron desempeñar un papel fundamental en la progresiva identificación política y cultural de la España conservadora con una determinada concepción de Estados Unidos. Empero, conclusiones de este tipo deberán esperar al desarrollo y aplicación de nuevas herramientas metodológicas para superar el terreno de la especulación. Mientras tanto, el análisis documental ofrece todavía un amplio recorrido a los historiados interesados en el papel de las relaciones culturales y la propaganda en la configuración de la política y la sociedad española a lo largo del siglo XX, particularmente durante el franquismo.