

**DIPLOMACIA CULTURAL Y PROPAGANDA: ESTRATEGIAS PARA EL
ESTABLECIMIENTO DEL MODELO POLÍTICO ESTADOUNIDENSE EN
AMÉRICA LATINA (1936-1950)**

JUAN CAMILO MÁRQUEZ BRAVO

**UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL
ROSARIO
FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA, GOBIERNO
Y RELACIONES INTERNACIONALES
BOGOTÁ D.C., 2017**

“Diplomacia Cultural y Propaganda: estrategias para el establecimiento del modelo político estadounidense en América Latina (1936-1950)”

Estudio de Caso
Presentado para optar por el título de Internacionalista
En la facultad de Ciencia Política, Gobierno
y Relaciones Internacionales
Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario

Presentado por:
Juan Camilo Márquez Bravo

Dirigido por:
Giselle Gómez

Semestre I, 2017

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar y explicar de qué manera el gobierno de Estados Unidos utilizó la propaganda política y la diplomacia cultural desde el año de 1936 a 1950 como mecanismos de promoción de su sistema político en Latinoamérica. La estructuración de una política exterior encaminada hacia el establecimiento de programas culturales y propagandísticos a lo largo del continente sirvió para alejar a los tipos de gobiernos ajenos al capitalismo y a la democracia liberal queregonaba el gobierno estadounidense. Siendo así, el objetivo central de este trabajo será demostrar de qué manera estas dos herramientas de Soft Power (diplomacia cultural y propaganda) sirvieron para ayudar a establecer y mantener el modelo político de Estados Unidos en América Latina.

Palabras clave: *diplomacia cultural, propaganda, política exterior, soft power.*

ABSTRACT

The following papers aims to analyze and explain how the US government used political propaganda and cultural diplomacy from 1936 to 1950 as mechanisms to promote its political system in Latin America. The structuring of a foreign policy aimed to the establishment of cultural and propaganda programs throughout the continent served to move away the different kind of governments outside capitalism and liberal democracy that the US government was proclaiming. Thus, the central objective of this work will be to demonstrate how these tools of Soft Power (cultural diplomacy and propaganda) served to establish and maintain the political model of the United States in Latin America.

Key words: *cultural diplomacy, propaganda, foreign policy, soft power.*

INTRODUCCIÓN

El eje central sobre el cual se estructurará el presente trabajo será el de analizar las iniciativas culturales y los programas propagandísticos desarrollados entre los años de 1936 y 1950 por parte del gobierno estadounidense con el fin de establecer una homogeneidad en la región y, de esta manera, establecerse como el actor político predominante en la misma.

La proyección de Estados Unidos y su exitoso posicionamiento en el exterior ha estado indisociablemente unido a la auto percepción del país norteamericano como un modelo de libertad, progreso y modernización. Este pensamiento ha sido propagado a nivel internacional desde principios del siglo XX y ha servido como una de las bases para el establecimiento estadounidense en distintas regiones del mundo (Rodríguez, 2012).

En Latinoamérica, la presencia cada vez más fuerte de Estados Unidos en el continente y el sentimiento de panamericanismo como discurso homogeneizador se empiezan a desarrollar a través de la doctrina que formula el presidente James Monroe en 1823, bajo la cual se argumenta que la región debía alejarse de la influencia europea y, de esta manera, romper de forma definitiva con los vínculos coloniales que aún existían para crear de esta forma una “América para los americanos”¹.

El discurso que se estructura bajo la Doctrina Monroe traía consigo una visión estadounidense en la cual se entendía el continente latinoamericano como un escenario natural para desarrollar los intereses políticos, económicos y eventualmente territoriales de Estados Unidos (Vélez, 2014). Para comprender esta auto concepción de liderazgo del país norteamericano hay que remontarse a la presunción mesiánica del “destino manifiesto”, en el que se estructura el pensamiento a través del cual este país entiende su lugar en el mundo y la manera en cómo se relaciona con otros pueblos.

¹ La frase “América para los americanos”, fue elaborada por John Quincy Adams (sexto presidente de los Estados Unidos) y atribuida al presidente James Monroe en el año 1823 para sintetizar la Doctrina Monroe.

El destino manifiesto creó un imaginario colectivo que tenía como argumento central la idea de que Dios eligió a los Estados Unidos para llevar a todos los rincones de Norteamérica (y posteriormente a todo el mundo) la luz de la democracia, la civilización y la libertad. De esta manera, tanto el Destino Manifiesto como la Doctrina Monroe otorgan una buena comprensión de las ideas y visiones que tenía el pueblo y el gobierno estadounidense en el siglo XIX y que, posteriormente, serían determinantes para el establecimiento de los lineamientos de su política exterior en la región. Por esta razón, el llamado a las potencias europeas para que renunciaran a sus intereses en América y de esta forma poder establecerse como una potencia política y económica en el continente latinoamericano era un imperativo para Estados Unidos (Vélez, 2014).

Ahora bien, a mediados del siglo XX, y tras el estallido de la Segunda Guerra Mundial en Europa, el gobierno estadounidense empieza a vislumbrar la necesidad de generar una cohesión hemisférica. Lo anterior, en función de que América Latina ha sido históricamente un territorio vital para la seguridad de este país y es también una fuente esencial de aprovisionamiento de materias primas. Además de su cercanía regional, Latinoamérica representaba para Estados Unidos una base para la estabilidad de su modelo político-económico, y los nuevos movimientos políticos que se habían gestado en Europa, ponían en peligro dicha estabilidad en la región.

Cuando termina la Segunda Guerra Mundial en el año de 1945, el orden internacional se transforma radicalmente. Uno de estos cambios tiene que ver con el posicionamiento de nuevos actores dentro del sistema internacional; por un lado, los Estados europeos que venían imperando en la escena mundial quedan devastados por la guerra y, de otro lado, actores como Estados Unidos y la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) empiezan a emerger como los hegemones en el nuevo orden mundial.

Si bien es cierto que estos dos Estados trabajaron de manera conjunta durante la guerra, tras el fin de la misma se empieza a generar un distanciamiento ideológico: la URSS sigue con el comunismo como su modelo de desarrollo y Estados Unidos se inclina hacia la

democracia liberal y el capitalismo. Esto conlleva a una competencia de ambos Estados para poder implementar sus modelos político-económicos en distintas partes del globo.

Se puede decir que Estados Unidos entiende la necesidad de establecer su sistema político en el continente latinoamericano incluso mucho antes de finalizar la guerra. Lo anterior, en función de que desde el mismo momento en el que en Europa se empiezan a establecer regímenes totalmente contrarios a su modelo de desarrollo, el gobierno estadounidense empieza a estructurar toda una serie de estrategias para evitar que el comunismo y los regímenes totalitarios se establecieran en el continente latinoamericano.

Siendo así, a mediados de la década de los treinta, Estados Unidos empieza a desarrollar toda una serie de políticas en Latinoamérica para evitar de esta manera que los gobiernos de la región tuvieran un acercamiento a las ideologías de izquierda. Para poder lograr esto, el país norteamericano estructuró toda una estrategia de propaganda e institucionalizó varias iniciativas de diplomacia cultural que le sirvieron para disuadir y alinear a los gobiernos latinoamericanos hacia sus intereses regionales. Ahora bien, otro de los puntos importantes dentro de la agenda estadounidense que sirvió como incentivo para la estructuración e implementación de estos programas era lograr el establecimiento de nuevas relaciones comerciales y la apertura de nuevos mercados con la región.

Estas dos variables (diplomacia cultural y propaganda) son la base sobre la que se soporta el presente trabajo y, por ende, se hace imperante establecer una breve definición de cada una de estas. Por un lado, el componente cultural en la Política Exterior de los Estados ha sido un factor esencial para posicionar la imagen de los países en el escenario internacional (Barba, 2014), en ese sentido, Luis Pinedo define a la diplomacia cultural como:

Un instrumento utilizado para las relaciones entre los Estados con el fin de promover el debate y los intercambios sobre una serie de valores culturales y políticos. De esta manera su objetivo sería promover la sociedad civil y su cultura como elemento central de la diplomacia (Pinedo, 2012, pág. 36).

De otro lado, Kimball Young define a la propaganda como “el uso sistemático más o menos deliberadamente planeado de símbolos, principalmente mediante sugestión y

técnicas psicológicas similares, con la intención de alterar y controlar opiniones, ideas, valores y, en última instancia, cambiar acciones públicas con arreglo a unas líneas predeterminadas” (Brown, 1991, pág. 19).

Ahora bien, la importancia de este trabajo radica en poder reunir y analizar bajo una rigurosa investigación académica todas esas iniciativas de diplomacia cultural y de propaganda política que configuró el gobierno de Estados Unidos dirigidas hacia Latinoamérica entre 1936 y 1950 y, de esta manera, explicar de qué forma estas iniciativas sirvieron como unas políticas de contención a los lineamientos totalitarios y de izquierda (que estaban tomando bastante fuerza en Europa), facilitando de esta manera que Estados Unidos se estableciera como líder único en la región latinoamericana.

Estos sistemas políticos que empezaban a tomar protagonismo en el continente europeo fueron determinantes para la estructuración de una nueva política exterior estadounidense, dentro de la cual el componente cultural y propagandístico estarían muy presentes (Arndt, 2005). El totalitarismo, teniendo como uno de sus representantes a Adolf Hitler en la Alemania Nazi y a Iósif Stalin por la URSS, tuvo un gran impacto dentro del escenario político del siglo XX. Este se puede definir como un tipo de régimen que se caracteriza por conceder el poder estatal a un partido político, encabezado por un único individuo con poderes ilimitados. Además, “todos los aspectos de la vida política y/o privada de la sociedad son reguladas dentro de la autoridad del Estado” (Franck, 2010, pág. 13). El uso constante de la propaganda y de distintos mecanismos de control social y de represión son también unas características intrínsecas al totalitarismo.

Cabe resaltar que cuando se habla de lineamientos de izquierda en párrafos anteriores, se está haciendo referencia al caso específico del comunismo soviético. Sin embargo, es importante resaltar que la izquierda política agrupa a ideologías de distinta índole, tales como el anarquismo, la socialdemocracia y el comunismo. El común denominador de estos movimientos es la consecución de la igualdad social y la ardua defensa de los derechos civiles. Siendo así, existen unas claras diferencias entre los puntos de vista dentro de la izquierda. Por un lado, el comunismo aboga por una abolición de la

desigualdad social a través de un Estado intervencionista y propone una limitación de la propiedad privada. De otro lado, los social demócratas trabajan en pro de la defensa de los derechos liberales pero aceptan los lineamientos de la economía capitalista de mercado (Barton, Castelo, Saladino, Sartelli, 1999).

De esta manera, el detener el crecimiento de estos sistemas políticos que estaban claramente en contra vía del modelo de desarrollo que proponía y fomentaba Estados Unidos era un imperativo estatal. Es decir, la promoción de la libertad, la democracia, de una economía de mercado y de la propiedad privada eran los componentes que se verían seriamente amenazados en caso de que estos movimientos políticos (comunismo y totalitarismo) llegasen a prosperar más allá de los límites europeos.

A lo largo de la revisión bibliográfica que se ha realizado en la presente investigación se ha encontrado que las variables de diplomacia cultural y de propaganda política en Estados Unidos, han sido investigadas y tratadas por diversos académicos desde distintos enfoques. Sin embargo, estos mismos han descrito la manera en la cual el gobierno estadounidense ha estructurado toda una serie de políticas culturales y de programas propagandísticos en la región, más no generan una relación directa de cómo estas iniciativas influenciaron en el posicionamiento de Estados Unidos en el continente en ese periodo de tiempo determinado.

Por lo anterior, la importancia del presente trabajo radica en investigar ambas variables (propaganda y diplomacia cultural), entender de qué forma se implementaron en Latinoamérica y explicar cuál fue el resultado de dicha implementación tomando en cuenta las dos como un conjunto. Es decir, tener en cuenta cada una de las formas en las que el gobierno estadounidense implementó tanto la diplomacia cultural y la propaganda de manera separada, para después argumentar de qué manera estas dos iniciativas ayudaron de forma contundente al establecimiento político de Estados Unidos en la región.

Ahora bien, teniendo en cuenta lo anterior, se utilizará la teoría del *soft power* de Joseph Nye como marco teórico para el desarrollo conceptual del proyecto. El concepto de *soft power* ocupa un puesto prominente dentro de las Relaciones Internacionales, la política

exterior y los estudios de seguridad. Este concepto “está dirigido a enfatizar más en las dimensiones intangibles del poder en un campo dominado durante mucho tiempo por los poderes materiales (económico-militar)” (Solomon, 2014, pág. 720).

En palabras de Nye, el *soft power* es la habilidad de afectar a otros y obtener lo que se desea a través de la atracción más que la coerción o el pago. De esta manera, el *soft power* de un país reside en los recursos culturales, los valores y las tradiciones (Nye, *Public Diplomacy and Soft Power*, 2008). El *smart power* es una estrategia que combina los recursos del *hard* y el *soft power*; estrategia utilizada por Estados Unidos a lo largo de la Guerra Fría. Sin embargo, esta investigación se centrará únicamente en el *soft power*, es decir, en demostrar de qué manera las estrategias de diplomacia cultural y de propaganda (como herramientas efectivas para promover el *soft power* de un país) implementadas desde 1936 hasta 1950 sirvieron para establecer y mantener los lineamientos políticos estadounidenses en Latinoamérica.

Desde la perspectiva teórica del *soft power* se entiende que la cultura tiene un papel fundamental en el orden global, pues con su poder se pueden re estructurar relaciones interestatales, marcar nuevos puntos de partida, determinar un liderazgo y configurar una relevancia dentro de la agenda internacional (Nye, 2004). Siendo así, toda la estructuración e implementación de las políticas culturales y de las estrategias propagandísticas estadounidenses dirigidas hacia Latinoamérica para establecer y proteger su sistema político en la región, se pueden entender a través de los lentes teóricos del *soft power*, puesto que el gobierno de Estados Unidos utilizó estas dos herramientas de poder intangible para poder alcanzar este objetivo específico.

Como se ha mencionado anteriormente, el lapso de tiempo bajo el cual se desarrolla el presente trabajo va desde 1936 a 1950. La elección de este periodo radica en que es justamente bajo la presidencia de Franklin D. Roosevelt y de Harry S. Truman en donde, en función de la coyuntura internacional, la diplomacia cultural y la propaganda empiezan a adquirir una importancia relevante dentro de la agenda del gobierno estadounidense. Bajo ambos periodos presidenciales se empieza a estructurar toda una organización

gubernamental dirigida hacia la creación de programas y estrategias culturales, los cuales se desarrollan a través de una política exterior dinámica y potente para reforzar de manera definitiva los lazos con Latinoamérica. La institucionalización de la propaganda y la estructuración de una diplomacia cultural con el continente latinoamericano son unos imperativos en ambos gobiernos para mantener a raya los movimientos ajenos al modelo político estadounidense y, de esta manera, incentivar a los gobernantes, y a la sociedad en general a que se acercaran al modelo político estadounidense en función de los “beneficios y virtudes” del mismo.

1. DIPLOMACIA CULTURAL: LA CRUZADA POR LOS VALORES Y LAS IDEAS

El componente cultural es, sin duda alguna, una de las bases sobre las cuales se estructuró toda la discursiva que promovía la sociedad estadounidense y, además, contribuyó al éxito político del país norteamericano durante la primera mitad del siglo XX. En ese sentido, el componente del poder tangible (militar y económico) que utilizó Estados Unidos en la región se pudo mantener en el tiempo y se sustentó en el poder intangible (*soft power*: cultura, valores y creencias), el cual fue totalmente propagado a lo largo y ancho del continente bajo diferentes políticas y estrategias del país norteamericano. Bajo estas iniciativas, se empiezan a configurar unos imaginarios colectivos que favorecían la imagen estadounidense; sus valores, sus creencias, su modo de vida y, sobre todo, su sistema político y económico.

Según Said Saddiki la diplomacia cultural:

Se considera la piedra angular de la diplomacia pública y hace referencia a los programas gubernamentalmente patrocinados cuyo objetivo es informar o influir en la opinión pública de otros países; sus instrumentos principales son: publicaciones, películas, intercambios culturales, la radio y la televisión (Saddiki, 2009, pág. 109).

Entendiendo la importancia del componente cultural, Estados Unidos explotó este a través de todos los medios a su alcance para la consecución de sus intereses nacionales.

Los aspectos culturales han estado muy presentes en las últimas décadas dentro la agenda gubernamental de la política exterior de los Estados. Además del aspecto político (seguridad) y el comercio (economía), la cultura ha sido reconocida como el “*tercer pilar*” en las relaciones de los Estados después de las dos guerras mundiales del siglo XX (Saddiki, 2009, pág. 108). De esta manera, se puede observar la importancia que se le empieza a otorgar a los aspectos culturales dentro de la estructuración de la política exterior de los Estados.

Según *La Declaración Universal Sobre la Diversidad Cultural* de la UNESCO, la cultura es:

el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias (UNESCO, 2002, pág. 4).

Entre tanto, la diplomacia ha sido definida como “la ciencia de la constitución social y política de los Estados y el arte de conciliar los deberes, los derechos y los intereses. Su objetivo es mantener, afirmar y desarrollar las relaciones pacíficas entre los Estados” (Sorel, 1900, pág. 74). De esta manera, “la importancia de la diplomacia cultural radica en el hecho de que una pluralidad de Estados la utilizan con fines políticos para poder lograr reconocimiento en el mundo” (Barba, 2014, pág. 3). Por lo anterior, se puede entender a la diplomacia cultural como una herramienta bastante poderosa al servicio de la práctica diplomática y al servicio de la política exterior en general (Barba, 2014).

Si bien es cierto que las relaciones entre Estados Unidos y los países latinoamericanos se pueden rastrear desde el momento mismo en el que estos empezaron a avanzar en el establecimiento de sus independencias, las relaciones culturales entre el país norteamericano y Latinoamérica se empiezan a desarrollar bajo el gobierno del presidente F. D. Roosevelt. En su mandato se establece la política conocida como el Buen Vecino, en la cual el gobierno estadounidense hace esfuerzos para influenciar culturalmente en la región, utilizando desde películas de Disney y emisoras de radio hasta en la generación de becas para que las élites latinoamericanas realizaran sus estudios superiores en universidades estadounidenses (Arndt, 2005).

La política del Buen Vecino estructuró la visión sobre cómo debían ser las relaciones de Estados Unidos con las otras naciones del hemisferio. Además, F. D. Roosevelt generó un imaginario colectivo acerca de cuál debería ser el lugar de Estados Unidos en el mundo. En ese sentido, la metáfora del Buen Vecino estructura a una visión particular de la democracia en el mundo y la promueve dentro de las relaciones interestatales (Stuckey, 2013).

Esta política estaba fundamentada en la solidaridad de Estados Unidos con los países de América Latina y del Caribe. Siendo así, el país norteamericano “buscó, en primer lugar, fortalecer los lazos comerciales y diplomáticos en la región y, en segundo lugar, la defensa del hemisferio contra eventuales influencias antidemocráticas” (Restrepo, 2011, pág. 6). Estados Unidos empezó a desarrollar una estrategia para poder fortalecer las instituciones democráticas en América Latina y, de esta manera, poder evitar que la influencia de Estados totalitaristas y antidemocráticos llegara al continente Latinoamericano.

Uno de los puntos más decisivos que traía consigo la política del Buen Vecino tenía que ver con la situación hipotética en la que algún país del hemisferio occidental llegara a ser agredido. En este caso, todos los participantes de esta política estarían dispuestos a defenderlo como un mecanismo para poder garantizar la seguridad y la estabilidad en el continente (Restrepo, 2011). Esto quiere decir que la implementación de esta política tenía tanto elementos culturales (*soft power*), como también algunos apartes en los cuales se proponía utilizar todos los medios posibles (*hard power*) para asegurar la homogeneidad de la región.

En función de lo anterior, la política del Buen Vecino desarrollada por el presidente Roosevelt se puede entender en cierta medida como una política de diplomacia cultural, estructurada dentro de la política exterior estadounidense encaminada a estrechar los lazos con todo el continente latinoamericano.

El interés que mostraba el gobierno estadounidense por desarrollar una mejor relación con todos los países del continente americano cargaba a su espalda unos aspectos específicos por los cuales se hacía imperante estructurar estas relaciones en el continente. Por un lado, y como ya se ha dicho anteriormente, el crecimiento de las ideas de izquierda y comunistas, sumado al auge de gobiernos totalitaristas en Europa denotaba la importancia de utilizar la cultura como una herramienta eficaz para evitar (a través de la propagación de sus valores e ideas, generando un intercambio estudiantil, promoviendo centros binacionales, etc.) la implementación de estos sistemas políticos contrarios al

estadounidense en el continente. De otro lado, y no menos importante, se encontraba el aspecto comercial. En términos económicos, América Latina era un imán para las inversiones norteamericanas y, además, un mercado gigante para la realización de todo tipo de negocios. Cabe aclarar que los países europeos eran en ese entonces una competencia importante para el mercado estadounidense; empresas comerciales de España, Portugal, Gran Bretaña, Italia y Alemania tenían una presencia cada vez más relevante en la región (Arndt, 2005).

El aspecto económico jugó un papel determinante en la construcción de estas nuevas directrices dentro de la política exterior estadounidense. La competencia de las potencias europeas y un mercado importante aún sin explotar del todo, fueron unos incentivos necesarios del gobierno estadounidense para impulsar y promocionar sus valores e ideas. Por ende, la promoción de su sistema político y económico en la región era fundamental para establecerse en un futuro como el actor predominante en la escena política y económica latinoamericana.

Desde la implementación de la política del Buen Vecino, se sentía en Latinoamérica un ambiente diferente encabezado por el presidente de Estados Unidos. Continuando con su liderazgo, F. D. Roosevelt, envía cartas a más de 20 presidentes de países latinoamericanos para instarlos a asistir a la Conferencia Panamericana (que se llevaría a cabo en Buenos Aires en Diciembre de 1936), pues, según Roosevelt, esta conferencia tendría como propósito “determinar cómo se podría salvaguardar y mantener la paz entre las repúblicas americanas” (Espinosa, 1976, pág. 92).

En la agenda del gobierno estadounidense para la Conferencia Panamericana de la Consolidación de la Paz (como se le conoció posteriormente), el sector cultural ocupaba un espacio predominante. Siendo así, se estructuran proyectos importantes que tenían como eje central a la cultura estadounidense. Se crea entonces en esta conferencia la *Convention for the Promotion of Cultural Relations*, la cual tenía como propósito el intercambio cultural y educacional de profesores y estudiantes de todo Latinoamérica hacia Estados Unidos y viceversa. Permitiendo de esta manera que muchos intelectuales y, en cierta medida, las

élites latinoamericanas estudiaran en el país norteamericano. Esta iniciativa, servía como catalizador del gobierno estadounidense para que los futuros tomadores de decisión latinoamericanos pudieran conocer a fondo la cultura, tradiciones, valores, ideas y lineamientos político-económicos del país.

El mandatario estadounidense procuraba convertir a América en un bloque homogéneo y cerrado, protegido de las agresivas ideologías de la Italia de Mussolini y la Alemania nazi. Además de la *Convention for the Promotion of Cultural Relations*, en esta Conferencia Panamericana la *Commission on Intellectual Cooperation of the Conference* presenta en la plenaria 5 tratados y 25 resoluciones que tenían que ver con las relaciones culturales. Dos conceptos básicos van a caracterizar todos estos acuerdos culturales: entendimiento mutuo entre los Estados y la formación de una opinión pública por todo el hemisferio que permitiera alcanzar el deseo de paz en la región (Espinosa, 1976).

Estos dos conceptos van a ir muy de la mano para mejorar la percepción de los Estados Unidos en Latinoamérica y generar una aceptación por parte de los países del continente sobre sus lineamientos políticos. La *Convention for the Promotion of Cultural Relations* va a ser determinante puesto que esta fue firmada y ratificada por todos y cada uno de los países que conforman América Latina, a excepción de las Guayanas y Surinam (Promotion of Inter-American Cultural Relations, 1936). Siendo así, todo el esfuerzo que el gobierno del país norteamericano había empezado hace algún tiempo para lograr una cohesión hemisférica se empezaba a establecer de manera formal a través de este compromiso internacional.

De esta manera, la convención que tuvo lugar en Buenos Aires se estructuró como una plataforma a través de la cual se empezarían a desarrollar todos esos lineamientos de políticas culturales que ayudarán con el paso de los años a estructurar la supremacía político-cultural estadounidense en el continente latinoamericano (Arndt, 2005).

La entrada del gobierno estadounidense al campo de las actividades de intercambio cultural estimuló iniciativas tales como los centros binacionales en varios países de Latinoamérica. Un ejemplo de esto es cuando en el año de 1938 se crea el Centro Cultural Peruano Norteamericano y el Instituto Chileno Norteamericano, los cuales se establecieron en Lima y Santiago respectivamente (Espinosa, 1976). Estos centros binacionales tenían como objetivo estrechar los vínculos de los países latinoamericanos con Estados Unidos a través del conocimiento de su idioma, sus manifestaciones culturales y de exposiciones y seminarios que se dictaban en estos para promover (de forma explícita o implícita) los valores y la sociedad estadounidense.

Estos centros servían como espacios culturales pero también como plataformas propagandísticas que, a medida que pasaban los años, se convirtieron en instituciones con mucha credibilidad e influencia dentro de la sociedad en las que estos se encontraban. En la página oficial del Centro Cultural Peruano Norteamericano se puede leer en un aparte:

Este centro ha contribuido a la vida artística de la ciudad e impulsado valores como la libertad, el respeto a los demás, la solidaridad y la honestidad [...] somos la principal institución para la enseñanza de inglés en el sur del Perú y una de las más sobresalientes en la promoción y difusión cultural (Norteamericano, 2017).

Además, en este lugar “el público puede asistir a conferencias, espectáculos de teatro, música y danza, artes visuales, proyección de películas y conversatorios con artistas y académicos” (Norteamericano, 2017). Este es un claro ejemplo de la capacidad de penetración que tenían estos lugares en el imaginario común, en la cultura y la sociedad en las que se establecían.

Desde mediados de la década de los treinta la oferta cultural estadounidense empieza a expandirse por todo Latinoamérica bajo las políticas de diplomacia cultural de este país. En el año de 1940 se establece el *Office for Coordination of Commercial and Cultural Relations between the American Republics (OCRAR)*, el cual se encontraba bajo la

dependencia del *Council of National Defense*². En el año de 1941 el OCRAR se reorganiza y adopta la denominación de *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* (OCIAA), bajo el cual se desarrollaba: la creación y mantenimiento de centros culturales, bibliotecas y escuelas estadounidenses; la concesión de becas de viaje y estudio para fomentar el intercambio de estudiantes, profesores y científicos; la formación de técnicos en diferentes ramas de la industria y la administración; la invitación a Hemisphere Leaders para que visitasen Estados Unidos (educadores, juristas, funcionarios gubernamentales, médicos, artistas y periodistas); la preparación y distribución de películas, documentales y programas radiofónicos propagandísticos tales como el *Voice of America* (Gómez, 2014).

De esta manera, el gobierno de Estados Unidos entiende que la cruzada cultural puede ser la forma más eficiente para contener al comunismo y para establecerse como líder único en el continente Latinoamericano. Por ende, se empiezan a desarrollar a lo largo de los años distintas iniciativas institucionales para fortalecer este aspecto, tales como la *Division of Cultural Relations*, *The National Committee on Inter-American Intellectual Cooperation*, *Information and The Educational Exchange Act*, etc.

Es importante aclarar que el hecho de que los Estados Unidos empezara a incluir elementos culturales dentro de su política exterior, era también una manera de poder contrarrestar la imagen de ser un Estado militarista, materialista y decadente culturalmente, tal y como lo promovía a través de sus campañas propagandísticas de antiamericanismo la URSS. Una de estas campañas se denominaba “Odio a EE.UU”, la cual fue estructurada en el año de 1950 por el país euro asiático (Davenport, 2009).

² *The Council of National Defense* fue una organización creada durante la Primer Guerra Mundial para coordinar los recursos y la industria para apoyar los esfuerzos de la guerra. La coordinación de transporte, la producción industrial y agrícola, financiamiento para la guerra y estructurar una moral pública eran unas de sus tareas. El *Council of National Defense* fue retomado por el presidente Franklin D. Roosevelt en 1940 antes de ser remplazado por la *Office of Production Management* en 1941, cuando Estados Unidos se preparaba para entrar a la Segunda Guerra Mundial.

2. INSTITUIONALIZACIÓN DE LA PROPAGANDA Y LA EXALTACIÓN DE LA SOCIEDAD ESTADOUNIDENSE EN AMÉRICA LATINA

En la década de los treinta existía una gran animadversión por parte del pueblo y el gobierno estadounidense al referirse a los temas de propaganda, pues la instauración de ideas políticas por parte del Estado iba totalmente en contra de los lineamientos culturales y sociales que estaban muy fuertemente inculcados en la sociedad estadounidense.

Antes de la incursión en la guerra y ante la percepción de una amenaza latente a la seguridad del Estado, F. D. Roosevelt re estructura, como se mencionaba anteriormente, la *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs*, OCIAA, por sus siglas en inglés. Los objetivos principales de la OCIAA eran asegurar y profundizar la influencia estadounidense en la región, combatir la presencia del eje y de las ideas ajenas a la democracia liberal en Latinoamérica, frenar la incursión comercial y cultural de Europa en el continente y preparar y coordinar una política que permitiera estabilizar las economías latinoamericanas (Cárdenas, 2009).

A través de la OCIAA el gobierno estadounidense difundió la mayoría de su propaganda hacia Latinoamérica. Esta difusión se generó bajo tres pilares fundamentales: la prensa, la radio y el cine. Existía además un Departamento de Propaganda dentro de esta oficina, el cual desarrolló una importante actividad desde el comienzo de su existencia y durante toda la Guerra. En un principio “promovía la solidaridad Panamericana y la Buena Vecindad, pero luego del ataque japonés a Pearl Harbor y la entrada de Estados Unidos a la Guerra a finales de 1941, se embarcaría en un discurso más agresivo” (Cárdenas, 2009, pág. 239).

La sección de prensa se convirtió en uno de los programas más importantes por su alcance al público en general. Bajo este programa se desarrollaron artículos, historietas, fotografías y reportajes que exaltaban de forma directa al gobierno y al estilo de vida estadounidenses. De otro lado, la división cinematográfica que se estructura dentro del Departamento de Propaganda de la OCIAA estuvo bajo la dirección de John Hay Whitney,

quien logró traer a especialistas en relaciones públicas y a directores famosos, tales como Luís Buñuel, con el fin de:

Analizar el valor propagandístico de los filmes alemanes y japoneses, además se contrató a estrellas de la talla de Carmen Miranda y Orson Welles para filmar películas, así como la participación de las grandes productoras de cine estadounidense como *Twenty Century Fox* y *Walt Disney*” (Cárdenas, 2009, pág. 240).

El gobierno estadounidense entendía la importancia de institucionalizar la propaganda como un mecanismo de contención y como una plataforma para lograr una homogeneidad política en la región y, de esta manera, beneficiarse como el actor predominante en la misma. Siendo así, la OCIAA se dio a la tarea de contratar a una cantidad importante de empleados y consejeros, los cuales eran personajes notables e influyentes dentro de las distintas esferas sociales y políticas de la región. Existía una variedad profesional dentro de estas personas que enriquecía y ayudaba al mejor desarrollo de esta organización, dentro de las esferas se podían encontrar profesionales en comercio, la industria, las artes, las finanzas, la academia y los medios de comunicación.

Estas personas notables eran individuos nativos de distintos países de América Latina y quienes cumplían importantes roles dentro de la política y economía de sus respectivos países. La OCIAA los contrataba como consejeros y asesores para desarrollar estrategias propagandísticas que tuvieran una relación directa con el entorno en el que se encontraban. De esta manera, dichas estrategias podían variar de un país a otro, asegurando de esta forma una mayor eficiencia para calar en el imaginario colectivo de las personas.

El presidente Roosevelt nombra a Nelson Rockefeller (1908-1979) como jefe de la nueva agencia. Este hombre de negocios conocía muy bien la región, pues había viajado a varios países latinoamericanos como representante de la *Tropical Oil Company* y, en función de sus constantes visitas, le transmitió al presidente estadounidense la importancia de contener la propaganda nazi y comunista en el continente.

La División de Radio era parte del Departamento de Información de la OCIAA y desde el año de 1942 estuvo bajo la dirección de Donald Francisco, más conocido como

Don Francisco. En ese entonces, las difusiones de onda corta³ de programas de radio alemanes tales como Radio Berlín llegaban de forma clara a Latinoamérica, pues su señal era fuerte y bien dirigida, mientras que las señales de las emisoras estadounidenses eran muy débiles (Morris, 1960). Sumado a esto, las difusiones de Radio Berlín fueron publicitadas y anunciadas en distintos formatos masivos en Latinoamérica, tales como los periódicos para poder de esta manera construir audiencia. Otra falencia de Estados Unidos, pues el gobierno nunca pensó en colocar tales anuncios para sus programas radiales.

Teniendo esto en cuenta, la Oficina dirigida por Nelson Rockefeller empezó a estructurar una nueva forma que le daría vida a un factor esencial dentro de la propaganda estadounidense; la radio. Para esto, Rockefeller contactó a diversos ejecutivos de la industria para empezar a aumentar la programación que estaba dirigida a Latinoamérica. Por ejemplo, “contactó a William S. Paley, fundador y máximo funcionario de la Columbia Broadcasting System (CBS), para que aceptara crear transmisiones radiales para América Latina” (Cárdenas, 2009, pág. 242). De esta manera, Paley viajó en 1942 por todo Latinoamérica y creó la Cadena de las Américas, bajo la cual tenía contratadas a sesenta y cuatro estaciones en dieciocho países y en las cuales presentaba sus programas que traían consigo altas dosis de propaganda estadounidense.

La radio fue una herramienta esencial dentro del desarrollo de los planes propagandísticos estadounidenses en la región. En función de su eficacia, este instrumento de comunicación masivo fue adquiriendo cada vez más importancia. Muestra de ello, es que durante la Segunda Guerra Mundial las emisiones por onda corta que transmitía el gobierno estadounidense a todos los países latinoamericanos se incrementaron de una forma exponencial. Mientras que en el año de 1941 se emitía un promedio de media hora semanal a Latinoamérica a través de la OCIAA, en 1945 se emitieron aproximadamente 280 horas semanales de programación en francés, inglés, portugués y español, siendo dirigida a la totalidad de la población residente en América Latina (Cárdenas, 2009).

³ La onda corta de radio es un tipo de transmisión de radio de largo alcance que hace rebotar señales desde una capa de la atmósfera y recibida en otra parte del mundo.

Ahora bien, tras terminar la guerra en el año de 1945 el gobierno de Estados Unidos apoyado por el Congreso en pleno, decide utilizar la propaganda política y cultural como una herramienta para generar una estabilidad y homogeneidad ideológica en la región latinoamericana. Se decide entonces, de forma totalmente institucionalizada, que la propaganda sería uno de los pilares de la nueva política exterior estadounidense para lograr de forma definitiva su hegemonía en la región.

Estos cambios se generan en la administración de Harry S. Truman (1945-1953), en la cual se produce una transformación sustancial en la manera en la que se manejaba la política exterior del gobierno estadounidense; se empieza a utilizar la propaganda como una herramienta de contención y promoción en la región y como un mecanismo para establecer sus lineamientos políticos en los distintos gobiernos latinoamericanos (Rodríguez, 2012). La propaganda empieza a ser utilizada exaltando los valores y la cultura estadounidense, denotando la importancia de la democracia y de la institucionalidad liberal. De esta manera, el *American way of life* y enfatizar en los desaciertos y los peligros de regímenes comunistas y fascistas se convierten en los pilares de las estrategias propagandísticas encabezadas por el Departamento de Estado de Estados Unidos.

Después de 1947 existió un elemento no militar clandestino, la *Central Intelligence Agency* (CIA), sucesora de la OSS (Office of Strategic Services), la cual empezó en el trabajo de inteligencia e investigación, para después implicarse en actividades clandestinas. La CIA intentó responder a la ofensiva cultural de la URSS a través de:

La creación de organizaciones tales como el Congreso para la Libertad de la Cultura —destinado a ganar acólitos entre la izquierda no comunista (NCL por sus siglas en inglés) —, que fue financiado de manera encubierta ante el previsible rechazo de sus miembros a someterse a una estrategia semejante, por sofisticada que fuera” (Rodríguez, 2012, pág. 390).

De esta forma, la CIA se vio implicada en cierta medida en la propagación e instauración de mecanismos propagandísticos para contener la presencia soviética en América Latina.

En 1948, el Congreso estadounidense aprobó por unanimidad la ley conocida como ley Smith-Mundt, en la cual se institucionalizaba el programa de información del Departamento de Estado. Su ámbito abarcaba todos los tipos de propaganda: por un lado, la difusión del éxito del modelo de los Estados Unidos, sus valores y los objetivos de su gobierno; estos se gestaban a través de la prensa, la radio, el cine, los centros de información o cualquier otro medio de difusión; por otro lado, el intercambio de estudiantes y de profesores, el envío de libros y publicaciones, la creación de escuelas y bibliotecas en el extranjero, servían como maneras de dar a conocer y exaltar la cultura, la sociedad y la institucionalidad estadounidenses (Gómez, 2014).

La ley Smith-Mundt fue muy importante para la propagación de información, cultura y propaganda estadounidenses. Su propósito principal era institucionalizar la comunicación (propaganda) y algunos programas culturales (centros binacionales, intercambios estudiantiles, etc.) de Estados Unidos en el mundo. Esta ley fue un instrumento bastante útil para la política exterior estadounidense tras la segunda Guerra Mundial, pues a través de esta se estructuraron muchas iniciativas que en el mediano plazo ayudaron a estabilizar políticamente la región latinoamericana.

Una de las formas más originales para desplegar una campaña de propaganda en el continente fue el desarrollo de centros binacionales, en los cuales se estructuraron bibliotecas, se dictaban cursos de inglés y se organizaban constantemente actos culturales, conciertos, seminarios y conferencias. Estos centros eran apoyados por las agencias norteamericanas, sin embargo, eran gestionados autónomamente por personalidades locales lo que les daba una apariencia de cooperación bilateral que disimulaba su carácter de centros de propaganda (Rodríguez, 2012).

Estos centros binacionales eran una plataforma para poder traer y desarrollar todo lo relacionado con la cultura estadounidense. En el año de 1941, el Departamento de Estado realiza un balance de los institutos existentes en el continente para responder a los aspectos que debían mejorar o seguirse implementando. Para este año, funcionaban en el continente latinoamericano once institutos o centros binacionales en once ciudades: dos en Argentina

(Buenos Aires y Córdoba), uno en Montevideo, tres en Brasil (Río de Janeiro, Sao Paulo y Porto Alegre), uno en Santiago de Chile, uno en Lima, Bogotá, la Habana y Tegucigalpa. Todos estos centros binacionales eran financiados por el Departamento de Estado de Estados Unidos, aunque algunos de ellos, como el de Río o Santiago, obtenían buenas ganancias por los cursos de idiomas ofertados. Justo antes de la entrada del país norteamericano a la Segunda Guerra Mundial se estimaban unos 200.000 dólares para seguir con los programas y actividades de estos institutos (Rodríguez, 2012).

Estos centros binacionales fueron de gran importancia para la distribución de toda clase de propaganda cultural estadounidense. Se proyectaban películas que promocionaban el *american way of life*, se dictaban charlas y talleres en donde se exaltaba la institucionalidad y los beneficios del modelo político-económico que encabezaba Estados Unidos, se realizaban cursos de idiomas que ayudaban a acercar a las poblaciones latinoamericanas con toda la idiosincrasia del país norteamericano y se ofrecían infinidad de libros de autores estadounidenses. Otro punto importante a mencionar es el rol que jugaban las diversas élites locales que asistían de forma permanente a estos centros y la influencia que estos tenían en el direccionamiento de las políticas nacionales.

A finales de la década de los cuarenta estos centros adquirieron cada vez más importancia. Por un lado, la capacidad de estos de propagar los ideales estadounidenses y, de otro lado, por la competencia que la URSS le representaba a Estados Unidos en cuanto a estos institutos. En los últimos años de esta década la URSS tenía presencia en seis países latinoamericanos en los que había establecido institutos culturales. Esto, sin duda alguna, era una alarma para el gobierno de Harry Truman, lo que incentivó a intensificar una propaganda anticomunista en toda la región. A este tipo de propaganda también se le ha denominado como una “guerra psicológica”, la cual fue muy eficaz en la medida en la que al enemigo se le juzgó como extremadamente peligroso e incontenible.

La institucionalización de la propaganda y la exaltación de la sociedad estadounidense en América Latina que se generó a través de los distintos mecanismos anteriormente nombrados, caminó de la mano de una institucionalización de la seguridad

hemisférica. En el año de 1947, en la conferencia de Río, se estructura el TIAR (Tratado Interamericano de Asistencia Recíproca), el cual fue el primero de los pactos militares de la guerra fría. En este tratado se establecía que en el caso hipotético de cualquier ataque a alguno de los países miembros, todos los demás debían acudir militarmente en su ayuda. Esto, generaba una seguridad en el caso de cualquier invasión o apoyo comunista a cualquier movimiento que se gestase en el continente.

El tema de la seguridad (*hard power*) era la forma de blindar y soportar todos los esfuerzos culturales y propagandísticos (*soft power*) del gobierno estadounidense en la región. En el año de 1948, en la conferencia panamericana que tiene como lugar la ciudad de Bogotá, se decide transformar esta organización (Unión Panamericana) en la Organización de Estados Americanos, adaptada a las exigencias geopolíticas de la época. Los hechos ocurridos de forma paralela al desarrollo de la conferencia conocido como el Bogotazo fueron condenados por los Estados Unidos y se acusó a los comunistas por estas acciones. Esto, dio como resultado una resolución que condenaba al comunismo internacional como incompatible con el concepto de la libertad americana. Un punto más a favor de la instauración y mantenimiento del sistema político estadounidense en la región.

La radio, la prensa, el cine, la movilidad estudiantil y académica y los centros binacionales fueron los pilares fundamentales bajo los cuales Estados Unidos fundamentó toda su institucionalidad propagandística y su cruzada cultural en América Latina. Estos mecanismos sirvieron como unas herramientas efectivas para propagar la cultura estadounidense en toda la región; exaltar la democracia liberal y la economía de mercado, promover el *american way of life* como un modelo a seguir, influenciar a la sociedad latinoamericana con la literatura, la poesía, la música y la academia de Estados Unidos, seducir y convencer a intelectuales, políticos y a las élites latinoamericanas de los beneficios de construir una sociedad como la estadounidense.

Todos estos resultados fueron totalmente positivos para el gobierno de Estados Unidos. La instauración de una diplomacia cultural coherente y de una institucionalización de la propaganda eficiente, sirvieron como puentes para alcanzar el objetivo más

importante para este gobierno; lograr una cohesión política en la región y que los gobiernos latinoamericanos, paulatinamente, fueran adoptando el modelo político estadounidense en cada uno de sus Estados.

3. CONCLUSIONES

La estructuración de una política exterior que priorizara y entendiera la importancia de la diplomacia cultural empezó a gestarse tras la llegada al gobierno de Franklin D. Roosevelt en 1933. En sus primeros años, el enfoque cultural fue adquiriendo una importancia mayor dentro de la agenda estatal. La política del “buen vecino”, la institucionalización de distintos programas y el fomento a distintas iniciativas culturales fueron los pilares que ayudaron a sembrar unos imaginarios colectivos y unas nuevas percepciones que, en un futuro, serían cosechadas como una victoria ideológica en contra del comunismo y los regímenes contrarios al modelo político estadounidense.

Es entonces en la década de los treinta cuando Estados Unidos empieza a desarrollar toda una serie de políticas culturales en América Latina para evitar, por un lado, que los gobiernos latinoamericanos tuvieran acercamientos con ideologías ajenas al capitalismo y a la democracia liberal, y de otro lado, lograr una homogeneidad política en la región. De esta manera, se incentivaba a que los distintos países del hemisferio desearan acercarse y adoptaran el modelo político estadounidense en sus respectivos Estados en función de los “beneficios y virtudes” del mismo para cada una de sus sociedades.

El gobierno de ese entonces en Estados Unidos, encabezado por Franklin D. Roosevelt y quien tuvo a su lado importantes asesores y trabajadores como Nelson Rockefeller, entiende que la cruzada cultural puede ser la manera más eficiente para contener al comunismo y para establecerse (a través de mecanismos pacíficos, es decir, poder blando) como el líder político y el modelo a seguir en el continente Latinoamericano. Siendo así, durante toda la década de los treinta y de los cuarenta, se desarrollan y se crean distintas iniciativas culturales que permiten dichos fines, tales como: la *Division of Cultural Relations*, el *National Committee on Inter-American Intellectual Cooperation*, *The Information and Educational Exchange Act*, *The Convention for the Promotion of Cultural Relations*, *The Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* (OCIAA), etc.

Todas estas instituciones y programas tenían como objetivos primordiales la creación de centros culturales, la estructuración y financiación de bibliotecas y escuelas estadounidenses en la región, la instauración y mantenimiento de becas educativas que fomentaban la movilidad estudiantil, académica y científica; la estructuración y distribución de películas, documentales, periódicos, revistas y programas radiofónicos. Todos estos mecanismos, que a su vez servían como puentes propagandísticos, otorgaban la posibilidad de generar lazos entre la sociedad estadounidense y latinoamericana que, con los años y tras el apoyo de la propaganda política, serían totalmente determinantes.

Para poder lograr esta homogeneidad política, los distintos mecanismos de promoción cultural fueron determinantes, sin embargo, no se hubiera tenido el mismo éxito de no haber estado acompañados por una fuerte propaganda política. La promoción de la democracia liberal, del *American Way of Life*, de los valores y creencias estadounidenses, la promoción de una economía de mercado y de la propiedad privada eran los componentes bajo los cuales se estructuró la discursiva propagandística en Latinoamérica. Claro está que el atacar y denigrar de forma constante a los modelos político-económicos contrarios al estadounidense, también fueron un componente importante en la carrera propagandística que se gestó en el panorama internacional durante la primera mitad del siglo XX.

Tras la muerte de Franklin D. Roosevelt en el año de 1945 llega al poder Harry S. Truman. En ese año termina la Segunda Guerra Mundial y empieza como tal la Guerra Fría; lo que hace posible que una nación como Estados Unidos, que había visto siempre a la propaganda oficial con recelo y desconfianza, “acabase incorporándola a su maquinaria diplomática, dotándola de nuevos medios, mayor envergadura y objetivos más ambiciosos” (Rodríguez, 2012, pág. 385). El inicio de la Guerra Fría coincidió con un giro radical en la relación entre el gobierno estadounidense y el concepto mismo de propaganda.

La difusión de programas de radio, la prensa, el cine y los centros binacionales fueron los pilares bajo los cuales el gobierno estadounidense fundamentó sus esfuerzos propagandísticos en la región. Estos mecanismos, que dependían en su gran mayoría de la

OCIAA, fueron determinantes para el triunfo psicológico, social y político que alcanzó Estados Unidos al lograr alejar a todos los movimientos comunistas, totalitaristas y de izquierda que habían ganado terreno en la década de los treinta.

De esta manera, la incorporación de programas culturales desde principios de la década de los treinta a los lineamientos de la política exterior estadounidense y la estructuración e implementación de campañas propagandísticas en los años siguientes en todo el continente latinoamericano, sirvieron como una muralla protectora que alejó y protegió a los países de la región de las ideas comunistas que crecían cada vez más la escena internacional. Además de alejar estos movimientos del continente, estos dos mecanismos de poder blando ayudaron a gestionar una nueva imagen de Estados Unidos en Latinoamérica.

Esta nueva percepción, de aquella potencia que se abría paso en el mundo bipolar de aquel entonces, radicaba en el progreso económico, infraestructural y social de su país. Mostrar, fomentar y vender esta imagen a través de los distintos mecanismos políticos, institucionales y diplomáticos fueron un acierto total en las dos administraciones presidenciales bajo las cuales se desarrolló el presente trabajo (Roosevelt – Truman). Por todo lo anterior, se puede argumentar que la implementación de iniciativas culturales y la instauración de programas propagandísticos desde el año de 1936 hasta 1950, fueron determinantes para ayudar a implementar el modelo político en América Latina.

Bibliografía

- Arndt, R. (2005). *The First Resort of Kings : American Cultural Diplomacy in the Twentieth Century*. Potomac Books.
- Barba, F. R. (2014). *Diplomacia Cultural: Una Nota Exploratoria*. Montreal: Observatoire des Ameriquez.
- Barton, Castelo, Saladino, Sartelli, A. (1999). *Izquierda. Apuntes para una definición de las identidades políticas*. Razón y Revolución.
- Brown, J. A. (1991). *Técnicas de Persuasión* . Madrid : Alianza Editorial.
- Cárdenas, J. J. (2009). *La Propaganda Estadounidense en la Radio Barranquillera Durante la Segunda Guerra Mundial 1942-1945*. Revista Digital de Historia y Arqueología .
- Davenport, L. E. (2009). *Jazz diplomacy: promoting America in the Cold War*. The University Press of Mississippi.
- Dictionary of International Relations Terms* . (1987).
- Espinosa, M. (1976). *Inter-American Beginnings of US Cultural Diplomacy 1936-1948*. Washington DC: Bureau of Educational and Cultural Affairs. US Department of State .
- Franck, G. (2010). *El Concepto del Totalitarismo. Un debate acerca de su evolución a lo largo del siglo XX*. Universidad de San Andrés.
- Gómez, L. D. (2014). *La diplomacia pública de Estados Unidos. Una Perspectiva Histórica*. Madrid: Revista Complutense de Historia de América.
- Hart, J. (2012). *Empire of Ideas: The Origins of Public Diplomacy and the Transformation of U.S.* Oxford - New York: Oxford University Press.

- Hixson, W. (1998). *Parting the Curtain: Propaganda, Culture and the Cold War, 1945-1961*. New York.
- Jarvie, I. (1992). *Hollywood's Overseas Campaign: The North Atlantic Movie Trade, 1920-1950*. New York: Cambridge University Press.
- Morris, J. A. (1960). *Nelson Rockefeller. A Biography*. New York: New York Harper.
- Ninkovich, F. (1981). *The Diplomacy of Ideas, U.S. Foreign Policy and Cultural Relations, 1938-1950*. New York: Cambridge University Press.
- Norteamericano, C. C. (2017, 01 05). *Centro Cultural Peruano Norteamericano*. Retrieved from Centro Cultural Peruano Norteamericano: <http://www.cultural.edu.pe/historia/>
- Nye, J. (2004). *Soft Power: the means to success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- Nye, J. (2008). *Public Diplomacy and Soft Power*. Harvard University.
- Parry-Giles, S. J. (2002). *The Rhetorical Presidency, Propaganda, and the Cold War, 1945-1955*. Westport: Praeger.
- Pereira, J. (1995). *Orígenes de la Guerra Fría. Entre el enfrentamiento y la integración regional (1947-1953)*. In J. Pereira. Madrid: Complutense.
- Pereira, J. (1997). *Los Orígenes de la Guerra Fría*. Madrid: Arco Libros.
- Pinedo, L. F. (2012). *La Diplomacia Pública; Una Estrategia China Para el Establecimiento de las Relaciones con Colombia*. Bogotá: Universidad de Antioquia.
- Promotion of Inter-American Cultural Relations. (1936). *Convention for the Promotion of Inter-American Cultural Relations*, (p. 6). Buenos Aires.

- Restrepo, N. M. (2011). *El cambio de la política exterior colombiana hacia Alemania y Estados Unidos durante la Segunda Guerra Mundial: de la neutralidad a un estado de beligerancia*. Universidad del Rosario.
- Rodriguez, A. N. (2012). *Guerra Fría y Propaganda: Estados Unidos y su Cruzada Cultural en Europa y América Latina*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Saddiki, S. (2009). *El papel de la Diplomacia Cultural en las Relaciones Internacionales*. Revista CIDOB d'Afers Internacionals, 107-118.
- Shulman, H. (1990). *The Voice of America. Propaganda and Democracy, 1941-1945*. . Madison: University of Wisconsin Press.
- Solomon, T. (2014). *The affective underpinnings of Soft Power*. European Journal of International Relations .
- Sorel, F. B. (1900). *Encyclopédie de L'Agora*. Retrieved Agosto 29, 2016, from Encyclopédie de L'Agora: <http://agora.qc.ca/Dossiers/Diplomatie>
- Stuckey, M. E. (2013). *The Good Neighbor : Franklin D. Roosevelt and the Rhetoric of American Power*. Michigan State University Press.
- UNESCO. (2002). Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural. Johannesburgo: UNESCO.
- Vélez, R. B. (2014). *¿El Ocaso de la Doctrina Monroe? Colombia y Brasil, entre el norte de siempre y un sur renovado*. Universidad Javeriana.