

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**LA HEGEMONÍA ESTADOUNIDENSE EN EL SIGLO XXI. EL
EXPANSIONISMO CULTURAL DE LOS ESTADOS UNIDOS**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:
LICENCIADO EN RELACIONES INTERNACIONALES**

**P R E S E N T A:
JULIO CESAR IVÁN SALAZAR HERNÁNDEZ**

**DIRECTOR DE TESIS:
MTRO. JESÚS GALLEGOS OLVERA**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A mis padres y mis hermanos
A mi maestro y asesor Jesús Gallegos
A mis amigos

Índice

Pág.

Introducción	1
Capítulo 1. Las bases del expansionismo estadounidense	7
1.1. Liberalismo y excepcionalismo estadounidense	9
1.2. Destino Manifiesto y Doctrina Monroe	21
1.3. La <i>frontier</i> y el expansionismo estadounidense en el pensamiento político estadounidense	30
1.4. El expansionismo estadounidense y sus contrastes	41
1.5. Hegemonía	48
Capítulo 2. La construcción de la hegemonía estadounidense en el siglo XX	51
2.1. El desarrollo económico estadounidense en el siglo XX	53
2.2. El desarrollo tecnológico-militar estadounidense en el siglo XX	61
2.2.1. Las bases ideológicas del militarismo expansionista estadounidense	61
2.2.2. La construcción de la hegemonía tecnológica-militar estadounidense	69
2.3. El expansionismo ideológico-cultural estadounidense en el siglo XX	77
Capítulo 3. El expansionismo cultural estadounidense en el siglo XXI. Los límites de la hegemonía	89
3.1. El monopolio de las empresas estadounidenses en la información	91
3.2. Los <i>mass media</i> como formadores de la opinión pública y herramientas de exportación cultural	105
3.3. La exportación del <i>American way of life</i> como expresión del expansionismo cultural estadounidense	122
3.4. El consumismo como máxima expresión del <i>American way of life</i>	134
Conclusiones	143
Fuentes de Consulta	149
Anexos	155

Introducción.

A lo largo de la historia diversos pueblos han buscado acrecentar su poder e influencia en el mundo mediante la guerra, el comercio, la conquista de nuevos territorios y la sumisión de otros pueblos. Países como Francia, Inglaterra, España, Japón, entre otros llegaron a tener una vasta expansión territorial con la que se ganaron el calificativo de imperio, obteniendo también grandes ganancias geopolíticas y geoeconómicas.

No obstante, quien mejor ejemplifica estas prácticas expansionistas no es un país europeo o asiático, sino los Estados Unidos, los cuales no sólo pudieron extender considerablemente su territorio manteniéndolo casi en su totalidad hasta la actualidad, sino que llegaron a convertirse en el hegemón mundial de todo un siglo, cubriendo la hegemonía en todas sus dimensiones.

Si bien en un principio los Estados Unidos tuvieron un periodo de expansión territorial, seguido de uno económico-comercial, uno político-ideológico y otro tecnológico militar; desde la segunda mitad del siglo XX hasta la actualidad ha mantenido su hegemonía mediante un tipo diferente de expansionismo, más sutil y probablemente eficaz, el cultural.

La hipótesis principal del presente trabajo es que durante la última década del siglo XX y la primera del presente siglo se ha hecho evidente la aceleración del expansionismo estadounidense bajo una modalidad: la ideológica-cultural; éste, a través del libre mercado y la democracia liberal le permitirá a los Estados Unidos mantener y profundizar su hegemonía mundial sobre otros países y culturas al homogeneizar sus patrones y estilo de vida por medio del monopolio de la información, los *mass media* y la ideología consumista, así como mediante el mantenimiento del liderazgo en otras dimensiones de la hegemonía.

Los métodos utilizados a lo largo de la investigación son dos principalmente: el deductivo y el histórico.

El objetivo general es analizar el expansionismo cultural estadounidense y explicar cómo éste es preeminente para preservar su estatus hegemónico durante el siglo XXI. Para ello es necesario paralelamente atender a otros objetivos más

particulares entre los cuales se encuentran el identificar y explicar las diversas etapas y características del expansionismo estadounidense de forma general y su repercusión en el mundo; así como comprender sus características culturales y las formas y medios a través de los cuales se extiende.

Siguiendo estos objetivos, dentro del primer capítulo se identificarán los elementos que han servido de base para el expansionismo estadounidense. Aquí serán analizados conceptos metapolíticos como *liberalismo*, *democracia* y *frontier* los cuales han formado parte del discurso ideológico expansionista de los Estados Unidos a lo largo de su historia. Primero se procederá a escudriñar el significado atribuido por la sociedad estadounidense a dichos conceptos, ya que aquel varía de forma importante al contrastarla con la concepción propia de algunos países europeos. Posteriormente, ya identificado su significado, se analizará la importancia que han tenido dentro del pensamiento político estadounidense.

Otro de los conceptos que serán atendidos es el de *excepcionalismo estadounidense*, el cual estuvo presente desde la época de los padres fundadores y fue utilizado por Alexis de Tocqueville para referirse a las características que hacían diferente y excepcional a la sociedad de los Estados Unidos de la sociedad francesa. La importancia que tiene este concepto para ser tomado en cuenta es que es uno de los pilares del expansionismo estadounidense y ha sido utilizado para no sujetarse a ciertas normas y principios de carácter internacional.

Dos elementos más que serán analizados dentro del primer capítulo son la doctrina del Destino Manifiesto y la Doctrina Monroe, dos pilares más del expansionismo estadounidense. La primera, plasmada con una connotación divina se convierte en el eje discursivo que justifica la política expansionista de los Estados Unidos así como los medios para llevarla a cabo. La segunda, por su parte, es la declaración en la que se materializan los principios y objetivos del Destino Manifiesto, así como punta de lanza para el expansionismo estadounidense dentro del continente americano. Una característica importante por la cual debe ser estudiada la Doctrina Monroe es que incorpora el concepto de seguridad como uno más de los justificantes para dicho expansionismo.

Finalmente, se establecerán y estudiarán los contrastes existentes entre el expansionismo estadounidense y aquel llevado a cabo por las otrora grandes potencias europeas, con el objetivo de determinar las causas que hicieron que Estados Unidos tuviera un mayor éxito en su aventura expansionista. Así mismo se dará una definición del concepto de hegemonía, el cual se deberá tener en mente durante todo el trabajo para su correcta comprensión.

En el segundo capítulo se analizará la forma en que los Estados Unidos obtuvieron la hegemonía en el siglo XX. Para ello se verá cómo este país obtuvo el liderazgo mundial en cada una de las dimensiones de la hegemonía, la económica, la tecnológica-militar y la ideológica-cultural.

Dentro de la dimensión económica se estudiará la forma en que se desarrolló la economía estadounidense desde finales del siglo XIX para convertirse en el gigante económico-financiero indiscutible del siglo XX. Para esto es necesario en primer lugar comprender la forma en que influyeron el *fordismo* y *taylorismo* como nuevas técnicas de producción y administración. En segundo lugar se analizará la forma en que las dos guerras mundiales permitieron a Estados Unidos convertirse en el núcleo económico-financiero mundial. Finalmente en tercer lugar, se estudiará el Plan Marshall, como una estrategia más para la obtención de la hegemonía económica mundial, así como la creación de la nueva arquitectura financiera internacional (BM y FMI) como una forma de ejecutar dicha hegemonía.

En la dimensión tecnológica-militar se verá cómo el sentimiento militarista ha estado siempre presente dentro del pensamiento político estadounidense, esto a través de un recorrido por los principales ideólogos militares en los Estados Unidos y analizando la forma en que sus aportaciones influyeron en la obtención del liderazgo en esta dimensión de la hegemonía. Así mismo se analizará la forma en que las dos guerras mundiales contribuyeron a su obtención.

Dentro de la misma dimensión se analizará cómo la consecución del liderazgo militar se encuentra fuertemente vinculada con el desarrollo de tecnología de punta y tecnología de uso dual, así como con la dimensión económica.

Por ultimo, referente a la dimensión ideológica-cultural se pondrá particular énfasis en un proyecto auspiciado por el gobierno de los Estados Unidos, la CIA y grandes corporaciones llamado el Congreso por la Libertad de la Cultural, el cual estando en manos de los más importantes intelectuales pragmáticos estadounidenses y europeos fue determinante en la consecución de la hegemonía en esta dimensión; sirviendo como un instrumento de aculturación y de propaganda pro-estadounidense.

El tercer y último capítulo se enfocará a analizar las formas y los medios con los cuales Estados Unidos se ha expandido culturalmente desde finales del siglo XX para comenzar un nuevo siglo en el que la cultura mundial se encuentra fuertemente influenciada por la estadounidense, demostrando con ello su actual liderazgo dentro de esta dimensión de la hegemonía.

En primer lugar se argumentará y demostrará que los Estados Unidos ejercen un monopolio casi absoluto en el mercado de la información, para ello se analizará la forma en que las agencias de noticias estadounidenses llegaron a dominar dicho mercado, dejando en segundo plano a otrora grandes agencias europeas. Así mismo, se estudiará la doctrina del *free flow* que favorece el libre flujo de la información, cómo fue impuesta por los Estados Unidos y la forma en que favoreció a sus intereses hegemónicos.

En segundo lugar se revisará como dentro de los *mass media*, los Estados Unidos ejercen también un fuerte monopolio a nivel mundial siendo algunas de sus grandes conglomerados los que mayor influencia mediática ejercen a nivel global. Se analizará la forma en que esto repercute en la formación de una opinión pública mundial que favorece a los intereses estadounidenses. Para ello también se revisarán conceptos como los de *fabricación del consentimiento* y *pseudoentorno*, de Walter Lippmann y la teoría de la *Agenda Setting*.

Se argumentará así mismo que los *mass media*, al encontrarse inmersos en el campo de las industrias culturales, funcionan como herramientas de exportación cultural, siendo los Estados Unidos quienes mayor presencia tienen en este ámbito, la cultura que más se está globalizando es la suya. Para sostener dicho argumento se revisarán diversas industrias culturales y la participación que dicho país ejerce dentro

de ellas; por ejemplo, la industria cinematográfica, la televisiva e incluso en los parques temáticos.

En tercer lugar se analizará la forma en que el liderazgo ejercido por Estados Unidos dentro de las diferentes industrias culturales ha dado lugar a que su estilo de vida, el *American way of life*, sea el más difundido y aceptado en el mundo, lo cual da una muestra más del éxito que ha tenido el expansionismo cultural estadounidense. Se sostendrá que los productos culturales exportados y vendidos a todo el mundo por medio de sus industrias culturales cumplen la función de símbolos de adoctrinamiento cultural e ideológico que ayudan a una mayor difusión e implantación del *American way of life*. Así mismo, se rebatirán algunos de los argumentos que niegan la existencia de una homogenización-estadounidización cultural y que se encuentran a favor del proceso globalizador en este ámbito.

También se analizará cómo las industrias culturales y *mass media* estadounidenses, gracias a su gran presencia y alcance mundial, contribuyen a un proceso de homogenización de los patrones de conducta, consumo, comportamiento e incluso de la identidad, todo según pautas culturales estadounidenses.

Finalmente, se abordará el fenómeno del consumismo como la expresión máxima del *American way of life*, y cómo la gran presencia de dicho fenómeno dentro del imaginario de las principales urbes en el mundo refleja el predominio del estilo de vida estadounidense. Se argumentará paralelamente que el consumismo ha llevado a la sociedad a una cultura de lo superfluo, el despilfarro y lo banal en donde el consumo se erige como principal articulador de la realidad y el sujeto pierde su posición central en la sociedad frente al objeto-producto-mercancía. Así mismo, se analizarán, aunque no de forma exhaustiva, las contradicciones existentes dentro de la sociedad del consumo y las características que la hacen atractiva para una sociedad ya inmersa en el *American way of life*.

A través de estos tres capítulos, este trabajo de tesis pretende demostrar la importancia que el expansionismo estadounidense en sus diferentes etapas y presentaciones ha tenido para los Estados Unidos en su búsqueda por el poder y la hegemonía mundial; pero más aún, pretende demostrar que el expansionismo cultural ha demostrado ser el más eficaz y sutil, representando la última y más evolucionada

expresión de dicho proceso, por lo cual su conservación y continuidad se erige como imperativo indiscutible para el mantenimiento de dicha hegemonía.

Capítulo 1.

Las bases del expansionismo estadounidense.

1.1. Liberalismo y excepcionalismo estadounidense.

El concepto de *liberalismo* es aún un término muy vago, con frecuencia se escucha hablar de reformas, corrientes de pensamiento y partidos liberales, por ello es común creer que existe una sola definición para dicho concepto; sin embargo, es necesario decir que se le han dado diferentes connotaciones.

Antes de pasar a los diferentes significados que se le han asignado al liberalismo es pertinente señalar que este concepto, independientemente de las acepciones que se le den, tiene su origen en el desarrollo del sistema capitalista, como el movimiento liberalizador de las trabas sociales, políticas y principalmente económicas que el Estado (o bien la monarquía) imponía a la sociedad y que eran opuestos al modo de producción capitalista:

[...] el liberalismo cobra presencia moderna cuando el crecimiento del Estado patrimonialista y burocrático aparece como sembrador de trabas políticas, fiscales y militares al mercado en el que se integra ahora la esfera de la libertad y se expresa en la fórmula *laissez faire*. Al lado del liberalismo económico, el liberalismo político formula los mecanismos y las instituciones consonantes con aquella libertad y disonantes con las coagulaciones monárquicas, dinásticas, eclesiásticas y nobiliarias del poder público [...] ¹

Dicho lo anterior, se puede hablar de “*diferentes liberalismos*” o de “*mezclas de liberalismos*”, de esta manera surgen conceptos como *liberalismo social*, *liberalismo aristócrata*, *liberalismo revolucionario*, *liberalismo pragmático*, etc., no obstante, todos éstos han surgido de lo que se denominará -para fines de la presente investigación y como una forma de simplificar la explicación del significado y las connotaciones de este concepto-, las dos concepciones del *liberalismo*: El liberalismo naturalista y el liberalismo racionalista. Ambos se proclaman liberales aunque en realidad por sus características difieren sustancialmente:

¹ Orozco José Luis y Consuelo Dávila (coord.) *Breviario Político de la Globalización*. Fontamara-UNAM-FCPyS, México, 1997, p. 249.

A grandes rasgos, [...] podría catalogarse al liberalismo naturalista como uno empirista, individualista, economicista, cuantitativista, civilista, políticamente realista y social y religiosamente conservador y al liberalismo racionalista como uno colectivista, axiológico, igualitario, cualitativista, cívico, revolucionario y laico [...] el liberalismo naturalista parte de la universalidad del instinto adquisitivo y de la mercabilidad como la condición esencial humana [...] el liberalismo racionalista exalta la razón crítica y confía en la perfectibilidad del hombre.²

La elección entre uno y otro lejos de tratarse de una preferencia intelectual, obedece más a razones históricas y características particulares ubicadas en tiempo y espacio específicos, que hacen diferenciar los “liberalismos” aún dentro del mismo modo de producción capitalista.

El liberalismo naturalista se inclina más hacia el individualismo y con ello al derecho a la propiedad y su defensa; la libertad, la constriñe a una simple libertad de elección y la igualdad se entiende como “igualdad de circunstancias” e “igualdad de oportunidades” no una igualdad material, social o de condición; la felicidad se encuentra circunscrita al ámbito material, y todos tienen la oportunidad de alcanzarla. El liberalismo racionalista exalta más el ámbito público y una mayor igualdad social, no sólo de condición o circunstancias; la libertad se conforma en los bienes públicos y los ideales, “[...] el amor propio materialista es sustituido por una moral superior que podrá expresarse en el Amor a los demás [...]”³

Ante el totalismo cívico, el civilismo naturalista fragmenta y particulariza sus espacios políticos. Mientras aquél opta por la politicidad pública, valga la expresión, éste acude a la politicidad privada [...]”⁴

Aunque no sea pertinente hacer una distinción entre los dos liberalismos basándose en nacionalidades, resulta inevitable. Mientras que por un lado se puede

² Orozco, José Luis. *Sobre el orden liberal del mundo*, Miguel Ángel Porrúa, México, 1995, p. 17.

³ Orozco, José Luis. Breviario político [...], *op. cit.*, p. 250.

⁴ Orozco, José Luis. *Sobre el orden liberal* [...], *op. cit.*, p. 18.

asociar el liberalismo naturalista a los Estados Unidos e Inglaterra, con su fuerte inclinación *mercabilista** e individualista, por otro, se puede ver que el liberalismo racionalista corresponde a la corriente francesa y la alemana, por su colectivismo y nacionalismo.

Es precisamente el liberalismo naturalista el que se deberá tener en mente a lo largo de la presente investigación, pues es del que se encuentra impregnado el imaginario estadounidense, y con ello lo político, económico, social, cultural e ideológico. Es con base en este liberalismo como se puede entender, por ejemplo, el sentido de la democracia para un estadounidense, lo cual distará mucho de la percepción de la palabra democracia para un francés o un mexicano. En su obra, Alexis de Tocqueville ilustra este ejemplo:

[...] la mayor parte de las máximas a las que se acostumbra llamar democráticas en Francia, serían proscritas por la democracia de los Estados Unidos [...] En América se tienen ideas y pasiones democráticas; en Europa tenemos todavía pasiones e ideas revolucionarias.⁵

El concepto de democracia en Francia, bañada de un halo más igualitario lleva impregnada la idea de la antigua noción de democracia como la soberanía del pueblo o el gobierno de la mayoría a favor de los intereses de ésta; de entrada esta definición pone en peligro al individualismo estadounidense y la importancia casi religiosa que se le otorga a la propiedad privada, de esta forma el sentido que se entiende de este concepto dentro del imaginario estadounidense es el de una “tiranía de las masas” y por lo tanto se le pone en la categoría de absolutismos propios de las monarquías, como Tocqueville señala:

* Por *mercabilismo* debe entenderse, al menos para fines del presente trabajo, un fundamento ideológico, político y económico que sitúa los principios del libre mercado (libre empresa, libre competencia, *laissez faire*, privatización, la no intervención del Estado en el mercado, etc.) y toda la actividad económica y financiera desarrollada dentro de él como articulador principal de la realidad tanto política, económica, social e incluso cultural.

⁵ *Ibíd.*, p. 35.

[...] la omnipotencia (toute-puissance) me parece una cosa funesta y peligrosa. Su ejercicio me parece por encima de las fuerzas del hombre [...] cuando veo que se le concede el derecho y la facultad de hacerlo todo a un poder cualquiera que sea, llámesele pueblo o rey, democracia o aristocracia, para ejercerlos en una república, digo: He aquí el germen de la tiranía [...]⁶

De esta manera, para ejercer la democracia en Estados Unidos es necesario darle un vuelco pragmático a su concepción, volverla más elitista, cerrada, se necesita de las clases más poderosas y de los grupos intelectuales para llevar el ejercicio de la democracia de una forma efectiva y práctica, el pueblo por sí mismo es incapaz de conocer sus verdaderos intereses y anhelos, reacciona de forma irracional, es por ello que se hace necesario un grupo de individuos capaces de dirigir la nación.

Con base en lo anterior, se puede ahora comprender mejor el significado de la palabra liberalismo para un intelectual estadounidense como Louis Hartz, para quien ser liberal “[...] es el que cree en la libertad individual, en la igualdad y en el capitalismo, [el que] considera al mundo mercantil humano (una persona tiene éxito o fracasa debido a sus esfuerzos y capacidad) como el adecuado campo de pruebas [...]”⁷; donde la libertad individual se traduce como la libertad de elegir y de poseer, y donde la igualdad debe entenderse como mera igualdad de circunstancias y oportunidades, a esto se refiere cuando menciona las palabras “esfuerzo” y “capacidad”.

Ahora bien, en Francia el anhelo por la democracia nace de un clima de descontento social donde reina la inequidad, donde el poder y la riqueza se encuentran en manos de unos pocos, de esta forma, la noción de *la démocratie* surge fuertemente impregnada de un sentimiento revolucionario y clasista; ¿Acaso en Estados Unidos la democracia surge de forma similar que en Francia?

La concepción del término “democracia” para los dos países es totalmente diferente a causa de la disparidad ideológica existente en su pensamiento liberal, pero esta diferencia también puede explicarse estudiando la forma en que surgen los

⁶ *Ibíd.*, p. 36.

⁷ Louis, Hartz. *La tradición liberal en los Estados Unidos*. FCE, México, 1994, p. 9.

Estados Unidos como nación tomando en cuenta lo que no pocos autores -entre ellos John Locke, Georg Wilhelm, Fredrich Hegel, Alexis de Tocqueville, Seymour M. Lipset entre otros- han considerado un pilar fundamental de la nación y cosmovisión estadounidense: el “excepcionalismo estadounidense”.

El “excepcionalismo estadounidense” es un concepto que resulta de gran ayuda para comprender el proceso de expansión estadounidense, ya que dentro de su amplia concepción se encuentran ciertos rasgos ideológicos que se adoptaron como bandera para elaborar tanto la política interior como exterior de los Estados Unidos, además pueden encontrarse claramente una serie de principios religiosos que, junto a un vasto código de comportamiento moral, van a determinar la forma de actuar y de pensar del pueblo de los Estados Unidos, el cual va a encontrar en estos principios una forma de justificar sus acciones bélicas y expansionistas a lo largo de su historia.

Alexis de Tocqueville en su libro, *La democracia en América*, es el primero en tratar sobre el tema. Su obra fue escrita después de que en 1830 viajara a los Estados Unidos para explicar, a partir de un estudio comparativo entre la sociedad francesa y la estadounidense, el porqué dentro de la primera se había fracasado en el intento por restablecer la democracia a partir de la Revolución Francesa, mientras que en la segunda se había consolidado una República Democrática con una fuerte estabilidad.

Es necesario especificar que, pese a la posible confusión semántica o a la forma en que ha sido manejado por algunos otros pensadores, este término no debe entenderse haciendo referencia a una superioridad en el modo de vida estadounidense o su cultura. En efecto, el excepcionalismo estadounidense -al menos para fines de la presente investigación-, se debe entender no como un juicio referente a la superioridad estadounidense, sino como aquellos rasgos que hacen particular o fuera de lo ordinario el surgimiento de dicha nación y, por lo tanto, su cosmovisión e identidad actual:

Cuando Tocqueville u otros escritores “viajeros extranjeros” o sociólogos han empleado el término “excepcional para describir a Estados Unidos, no han pretendido decir [...] que Estados Unidos es mejor que otros países o que tienen

una cultura superior [...] han estado sencillamente sugiriendo que este país es cualitativamente distinto [...]”⁸

No obstante es necesario mencionar también que este concepto ha terminado siendo uno de los principales pilares que han justificado el expansionismo estadounidense evadiendo sus graves consecuencias, entre ellas la matanza de pueblos indígenas que habitaban las tierras del oeste de lo que ahora es Estados Unidos o el constante intervencionismo militar y político-económico en América Latina y otros países del mundo en múltiples ocasiones.

Así mismo, es importante no perder de vista otra consecuencia importante del excepcionalismo estadounidense: La negativa a sujetarse a criterios legales y morales que rigen a la sociedad internacional, derivada de la creencia de que la moral estadounidense también es excepcional. Bajo el abrigo de dicha creencia ha surgido, por ejemplo, dentro de la “Doctrina Bush” un concepto como el de “guerra preventiva”, el cual viola directamente la Carta de Naciones Unidas y el principio de multilateralismo y colectivismo de la seguridad.

Dicho lo anterior, se puede definir el “excepcionalismo estadounidense” como “[...] la especificidad de la experiencia histórica de Estados Unidos que la distingue de otras, particularmente de los países europeos [...]”⁹. Es necesario también enumerar los principales puntos que dan forma a este concepto, si bien existen diferentes opiniones acerca de su importancia y cuantía: 1. Ausencia de un pasado feudal; 2. Haber sido la primera colonia en independizarse, pero también haber llegado a un sistema “democrático” sin pasar por una revolución; 3. Un amplio territorio con muchos recursos naturales; y 4. Religión protestante en general pero descentralizada y tolerancia religiosa.

El primer punto, la ausencia de un pasado feudal, es una de las características excepcionales más importantes que distinguen a los Estados Unidos. Como es sabido, los primeros colonos de las trece colonias, en su mayoría llegaron al territorio

⁸ Lipset, Seymour, *El excepcionalismo norteamericano. Una espada de dos filos*. FCE, México, 2000, p. 15.

⁹ Orozco, José Luís y Consuelo Dávila. Breviario Político [...], *op. cit.*, p. 156.

americano huyendo de sus países de origen por diferente índole, aún cuando la corona inglesa mantenía en un principio el control político, económico y social de su colonia, los primeros pobladores llegaron a fundar una nación nueva de acuerdo con sus propias reglas y organización, por lo cual no hubo necesidad de pasar por un modelo feudal, a diferencia de los países europeos, principalmente, y por ello se careció de un énfasis en la jerarquización que caracteriza a dichos sistemas.

Si a lo anterior se añade la igualdad de circunstancias en las que llegaron los colonos, la característica de *nacidos iguales* según Tocqueville*, entonces se llega a lo que Louis Hartz llama una forma de pensamiento liberal inherente al pueblo estadounidense, ya que no había ni sistema feudal ni aristocracia contra los cuales combatir, lo cual a su vez lleva a lo que Seymour Martin Lipset llama el Credo Norteamericano:

El Credo Norteamericano puede describirse en cinco términos: libertad, igualitarismo, individualismo, populismo y laissez-faire. El igualitarismo [...] incluye la igualdad de oportunidades y de respeto, no de resultado o de condición. Estos valores reflejan la ausencia de estructuras feudales, monarquías y aristocracias.¹⁰

Lo anterior lleva al segundo punto; un mayor “igualitarismo” acompañado del pensamiento liberal, y un fuerte impulso capitalista llevó a los colonos estadounidenses a combatir el yugo inglés y con ello a convertirse en la primera colonia en independizarse, sin que con ello emergiera un pensamiento revolucionario como el existente en las sociedades europeas pues “[...]el punto de partida del gran pensamiento revolucionario ha sido el esfuerzo por construir una nueva sociedad sobre las ruinas de la antigua [...]”,¹¹ experiencia de la cual careció el pueblo estadounidense por la ausencia de un pasado feudal.

* Es necesario recordar sin embargo, que entre ellos también había distinción o cierta discriminación hacia otros que no fueran WASP (White, Anglo-Saxon, Protestant), y que correspondían a las minorías, no obstante la calidad de igualdad de circunstancias se cumple para todos a excepción de los indígenas y negros, a los cuales otorgaban una calidad casi de animales no de seres humanos.

¹⁰ Lipset, Seymour. El excepcionalismo [...], *op. cit.*, p. 15.

¹¹ Louis Hartz, La tradición liberal [...], *op. cit.*, p. 75.

Pero dicha experiencia histórica excepcional lleva también al arribo de la nación estadounidense a la democracia sin haber pasado por una revolución, lo cual maneja Alexis de Tocqueville en su obra *La Democracia en América*, en la que destaca la importancia del binomio igualdad-libertad para el desarrollo de la democracia en una nación, dichas características Tocqueville las percibe innatas en la sociedad estadounidense gracias a la ausencia de las estructuras del *ancien regime* y al haber “nacido iguales”, con lo cual concluye que el modelo inherente a los Estados Unidos es el democrático:

La gran ventaja para los estadounidenses es que han llegado a un estado de democracia sin haber tenido que soportar una revolución democrática y de que han nacido iguales en lugar de haber llegado a serlo.¹²

No hay que olvidar, sin embargo, que la noción de democracia de la que se está hablando recoge el término jeffersoniano de igualitarismo (de oportunidades no de condición), con lo cual dentro de una intensa lucha darwiniana que inyecta a la sociedad estadounidense una dinámica competitiva e impaciente, la impulsa a la vez hacia el capitalismo. De esta manera son dos las características promovidas: la democracia y el capitalismo, y así, como dentro del imaginario de la sociedad estadounidense existe la mentalidad del empresario, “[...] la masa del pueblo está destinada a ser capitalista y el capitalismo a ser democrático.”¹³

En el tercer punto, el de un vasto territorio con abundantes recursos naturales, puede de hecho haber un problema pues no es exclusivo de Estados Unidos, Brasil es otro ejemplo -aunque a diferencia de Estados Unidos no llegó al Pacífico-, sin embargo, es un rasgo que continúa mencionándose como parte del excepcionalismo estadounidense. En esta característica se hace referencia al expansionismo territorial que tuvieron los Estados Unidos hacia las tierras que se encontraban al oeste y al sur del territorio de lo que en un principio fueron las Trece Colonias inglesas, los cuales aún sin haber sido en un principio de su propiedad*, les pertenecían, según ellos por

¹² *Ibíd.*, p. 10.

¹³ *Ibíd.*, p. 97.

* Debe recordarse que estos territorios habían sido anexados -aunque no ocupados ni bien delimitados- además de los ingleses por españoles y franceses; aunque, por otro lado, el decir que aquellos les

mandato divino y por circunstancias naturales, como se verá más adelante en la siguiente parte de este capítulo: “[...] es obvio que el autor de la naturaleza señaló nuestras fronteras por el sur con el Golfo de México, y por el norte con la región de los hielos eternos [...]”¹⁴

La posibilidad que la nación estadounidense tuvo de expandirse hacia el oeste y hacia el sur por el territorio norteamericano impulsó la expansión de los valores liberales y con ellos el desarrollo del sistema capitalista, además de funcionar como catalizador de los posibles conflictos sociales derivados de una cada vez mayor población y concentración de la riqueza y propiedad privada, de esta manera cada estadounidense, bajo el supuesto de igualdad de condiciones, podía tener su propiedad y continuar compitiendo en la *carrera lockeana*, forjando así la ya mencionada identidad empresarial y liberal en donde el éxito o el fracaso dependían de cada persona. Este es sin duda un rasgo excepcional respecto de los países del continente europeo, el cual, además de ser pequeño en relación con América del Norte, se encontraba ya ocupado.

Por otro lado, si bien las potencias colonizadoras no habían poblado -o al menos explorado- sus posesiones, las tierras ya se encontraban habitadas por ciertos pueblos indígenas, la solución a este problema fue simple: el exterminio o la expulsión justificados no sólo por el “Destino Manifiesto” del pueblo estadounidense -del cual se hablará posteriormente- sino también por lo que significaba el que la tierra trabajada por el indígena no fuera “productiva” desde la óptica capitalista.

Mientras los pueblos autóctonos utilizaban para su subsistencia la caza, el pastoreo y una agricultura precaria y de autoconsumo, los colonos compartían una visión de producción en mayor escala y para el comercio, lo cual percibían como una muestra de progreso y mayor civilización. De esta manera argumentaban un mayor virtuosismo para la utilización de las tierras que pertenecían a aquellos pueblos, al mismo tiempo que justificaban su arrebato. Es necesario mencionar que las justificaciones eran también de orden racista pues según la visión del recién llegado la

pertenecían sería también un error puesto que cuando llegaron a dichas tierras éstas ya se encontraban habitadas por pueblos indígenas.

¹⁴ Fuentes Mares, José, *Génesis del expansionismo norteamericano*. Colegio de México, México, 1984, p. 50.

raza blanca -anglo-sajona en particular- era superior no solamente a la indígena sino a todas las demás; de igual manera es posible advertir un trasfondo teológico pues no sólo consideraban un pecado una vida sin laboriosidad, y por lo tanto una tierra improductiva, sino que también consideraban que tanto los indígenas como la gente de raza negra carecían de alma.

Lo anterior lleva finalmente al último punto, el concerniente a la religión. La mayor parte de los emigrantes que se establecieron en lo que después serían las Trece Colonias eran puritanos, los cuales descienden de protestantismo calvinista. Puesto que dentro de esta rama existían también divisiones, y ya que otros pertenecían a otras religiones -principalmente de las llamadas no conformistas: luteranos, anglicanos, bautistas, entre otras-, se establece la libertad de cultos.

No obstante la idea de ser un no creyente estaba excluida, pues era tan profunda la religiosidad de los colonos que el ateísmo era inaceptable; de hecho la realidad era percibida en términos religiosos de tal manera que a diferencia de Europa, en donde la secularización se percibe en el ámbito educativo y en la separación Iglesia-Estado, en Estados Unidos ambos van de la mano -aunque en este caso es más correcto decir Religión-Gobierno-, al mismo tiempo que cuenta con la sociedad más religiosa del mundo*. En Europa los liberales tratan de eliminar el cleritismo pues éste se encuentra a favor del feudalismo, en cambio, en Estados Unidos, la religión es revolucionaria, inspira la emancipación de las Trece Colonias.

Sin embargo, la mayor parte de los estadounidenses prefieren unirse a sectas, a diferencia del resto de la cristiandad que prefieren adherirse a iglesias. Esto se debe a la estructura jerárquica y monopólica de las iglesias, muy parecida su organización a la del Estado, en las cuales “[...] sus miembros lo son por derecho de nacimiento [y] se espera que los feligreses sigan la guía de sus sacerdotes y obispos.” Esto último contrasta con la estructura de las sectas protestantes que “[...] por lo contrario, son principalmente congregaciones; cada unidad local se adhiere voluntariamente, y a los

* Esta religiosidad de la sociedad estadounidense puede ser apreciarla en frases como “*God Bless América*”, que utilizan los mismos presidentes en sus discursos, o bien “*In God We Trust*” que es uno de los lemas nacionales de los Estados Unidos y que además aparece dentro de los billetes de dólar y en la bandera de Florida.

jóvenes se les pide hacer un compromiso religioso sólo al haber llegado a la edad de tomar decisiones.”¹⁵

Por otro lado, como ya apuntaría Weber en su obra *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, el código moral de las sectas protestantes y el predominio de éstas en Estados Unidos facilitaron el surgimiento del capitalismo y el individualismo en esta sociedad. “Hizo notar que John Wesley, fundador de los metodistas [...] explícitamente exhortó a todos los cristianos a ganar todo lo que puedan, y a ahorrar todo lo que puedan; es decir, en efecto, a enriquecerse. El epítome de los valores burgueses no se encontraría en las iglesias católicas y protestantes, sino en las sectas protestantes.”¹⁶.

Otra característica también de suma importancia del aspecto religioso es la idea de ser el “pueblo elegido”, según la cual “[...] Estados Unidos, “bajo la protección del cielo” estaban llamados a ser “el instrumento destinado a la regeneración moral y política del mundo.”¹⁷ Impregnada también de un sentimiento de superioridad racial de acuerdo al cual siempre habrá salvajes que civilizar y oprimidos que liberar, esta idea es extraída de la metáfora bíblica judía, y no es para menos, la similitud entre ésta y la experiencia de los primeros colonos es enorme: un pueblo que huye del poder opresor en busca de una nueva vida ha sido guiado por Dios a una tierra de promisión y señalado como la nación predilecta y guía espiritual de los demás pueblos que son además inferiores. De esta forma, el nuevo país es concebido por sus constructores como la Nueva Israel de Dios, idea que interiorizarán hasta la actualidad reforzándola con los éxitos obtenidos como nación.*

Semejante cosmovisión ha determinado de forma tajante la política exterior estadounidense y sus relaciones con los demás países del orbe, donde -desde su

¹⁵ Lipset, Seymour. El excepcionalismo [...], *op. cit.*, p. 17. Según Lipset Otra característica excepcional de los estadounidenses es el rechazo a la autoridad, como la derivada del Estado, ya que lo consideran como una figura opresora; es por ello que rechazan la existencia de dicha figura político-administrativa en su país, en su lugar hablan de la existencia de un Gobierno, es decir, sólo un órgano administrativo.

¹⁶ *Ibíd.*, p. 76.

¹⁷ Fuentes Mares, José. Génesis de [...], *op. cit.*, p. 50.

* Si bien dicha metáfora bíblica señalaba al pueblo judío y no a otro como el elegido por la Providencia, los estadounidenses eliminan dicho problema apelando al fracaso como nación que hasta entonces había tenido dicho pueblo, lo cual demostraba la incapacidad de cumplir con el mandato de ser guía y ejemplo de otros pueblos y la inmerecida confianza depositada en ellos por Dios. De esta manera el estandarte de “pueblo predilecto” es arrebatado por los Estados Unidos, reivindicándose como tal ante cada éxito político, económico, geopolítico, etc.

perspectiva- el primer peldaño, dentro de un esquema piramidal, es ocupado por Dios, el siguiente por Estados Unidos seguido de sus aliados en el tercer peldaño -países desarrollados- y la periferia en el cuarto -países menos desarrollados-, dejando al último a los países que configuran el “eje del mal” y Satanás. De esta forma el país “portador del mandato divino” se convierte en vigía y verdugo internacional:

El país más cercano a Dios también es el representante de Dios en la tierra, y las tres características principales de Dios son la omnisciencia, la omnipotencia y la beneficencia. La beneficencia, no se puede poner en duda las [...] buenas intenciones de EE UU [la omnisciencia] se traduce en la [...] vigilancia electrónica de todo el mundo [...] omnisciencia implica el conocimiento de todo lo que hay que saber, con toda exclusividad, en otras palabras el monopolio del saber [...] la omnipotencia sería el poder de ejercer el poder, en un principio de cualquier tipo y en todo el mundo.¹⁸

Además de justificar la expansión e imposición de sus principios y valores morales, instituciones y forma de vida considerado no el mejor sino el único:

Si América se parece a Dios y es la luz espiritual que guía a las demás naciones, entonces la americanización, es decir hacer que las demás naciones se parezcan a América, es lo más adecuado para implantar orden mundial que EEUU ya representa.¹⁹

Con base en los preceptos tratados hasta aquí es como posteriormente surgió en Estados Unidos el “Destino Manifiesto” que después se institucionalizaría en la “Doctrina Monroe” como principio de la política exterior estadounidense.

¹⁸ Galtung, Johan. *Fundamentalismo USA*, Icaria, España, 1999, pp. 40-41.

¹⁹ *Ibíd.*, p. 54.

1.2. Destino Manifiesto y Doctrina Monroe.

En 1845, dentro de un contexto en el que la burguesía estadounidense se encontraba en fuerte crecimiento tanto económico como político, surgió una frase en el periódico *Democratic Review*, que alentó un fuerte sentimiento expansionista en la sociedad y que se convirtió después en el principio teológico que dirigiría la conducta del pueblo estadounidense y que se convertiría en una de las bases de su política exterior. Se trata de la doctrina del Destino Manifiesto la cual fue por primera vez articulada por John O' Sullivan,* director del periódico antes mencionado, así como publicista y político del partido Demócrata, la frase decía como sigue:

[es] nuestro destino manifiesto llenar el continente otorgado por la Providencia para el libre desarrollo de nuestra cada vez más numerosa gente [...]"²¹

Con esta pequeña frase los estadounidenses legitimaron la política imperialista que seguirían en adelante; no se trataba de una decisión mundana, sino de un mandato proveniente de una autoridad metafísica superior a cualquier gobierno o país. De esta forma, el Destino Manifiesto adquiere el carácter de inevitable y con ello el derecho de intervención por parte de los Estados Unidos en cualquier asunto y parte del mundo, pues no sólo tiene la tarea de servir de modelo y guía para los demás pueblos del orbe sino que también tiene el deber divino de expandir sus valores y civilización para beneficio de todos.

Ya que el mismo Dios había seleccionado a la nación estadounidense como portavoz de la verdad y la salvación, se infería que su sistema de vida era la encarnación de todo lo mejor que jamás hubiera existido y por lo tanto debería servir como modelo para las demás naciones. Por esta razón la "expansión de la libertad" -y

*Cabe mencionar que si bien Sullivan es quien acuñó dicha frase, anteriormente ya otros habían mantenido la idea de la América señalada por un designio divino. Por ejemplo, en el 1er informe anual de George Washington se hace mención de la "gran bendición que la providencia había derramado sobre las colonias"; de la misma forma John Adams decía como justificación de la independencia que "el designio del cielo determina lo que se junta y lo que tienen que separarse", como la independencia fue victoriosa se le atribuyó a un designio de la Providencia.

²¹ Howard, Zinn. *La otra historia de los Estados Unidos*. Siglo XXI, México, 2005, p. 116.

con ello la democracia- siempre ha funcionado como estandarte y justificación de la intromisión política, económica o militar de los Estados Unidos en otros países, ya que, según su cosmovisión, lo hacen no sólo de forma benévola sino obedeciendo a su obligación de liberar al mundo de sistemas malignos y tiránicos, es decir, cualquiera que no corresponda con su modo de vida o que le sea totalmente contrario.

Asimismo, la idea del Destino Manifiesto conlleva una idea de superioridad racial: al ser los anglosajones la raza misionera y los portadores de la verdad, de cierta forma son también la raza más cercana a Dios, de esta forma se establece una jerarquía racial. Pero es preciso mencionar que su creencia de superioridad racial no sólo proviene del Destino Manifiesto como principio teológico, es utilizada también de forma pragmática como una justificación para legitimar la ocupación y anexión de otros territorios y su agresiva forma de hacerlo -como lo hicieron con los pueblos indígenas que habitaban los territorios del oeste.

Dos ejemplos; cuando el presidente Polk ordenó que sus tropas avanzaran hacia territorio mexicano se tenía la convicción de que posiblemente los mexicanos podrían recibir a los soldados estadounidenses como “libertadores”, además despreciaban a los mestizos mexicanos no sólo por su color de piel sino también porque consideraban que habían heredado los defectos que, según estereotipos estadounidenses, tenían los españoles e indios: holgazanería, ineficiencia, crueldad y tiranía. Las masacres de pueblos como los Mohicanos, los Cherokee o los Cree, fueron justificadas por la supuesta inferioridad de su raza y su ineficiente modo de producción. Si la Providencia le había otorgado vastas tierras fértiles al pueblo estadounidense entonces éstas debían ser mejor explotadas. Su supuesta superioridad racial en conjunto con su mandato divino, llevaron a que las tierras del oeste fueran consideradas de su propiedad como si se tratase de un derecho natural.

Las tesis de supremacía racial del pueblo estadounidense fueron visiblemente influenciadas por la herencia racista y antihispánica del pueblo inglés, el cual se consideraba una raza aria pura. De hecho el repudio hacia los latinoamericanos por parte de los estadounidenses tiene su origen en el odio de los ingleses hacia la corona española, con un alto contenido de envidia y religiosidad de por medio. Cabe mencionar que a pesar de compartir su origen ario los estadounidenses con los

ingleses, los primeros siguen considerándose una raza superior por designio de Dios por tratarse del pueblo elegido, además de considerarse fuera del ambiente corrompido de la corona inglesa. Para Thomas Paine, por ejemplo, “[...] el pueblo norteamericano era el resultado de minorías puras y limpias que fuera del grupo pecador tenían el destino de servir como ejemplo [...]”²². En este caso los ingleses, aún siendo de origen ario, se encontraban en el grupo pecador desde el momento en que sojuzgaron al “pueblo elegido”.

Surgieron también investigaciones pseudo-científicas que intentaban justificar la superioridad de la raza aria, basándose en una supuesta calidad de la sangre, o el tamaño de los cráneos. Cualquiera que fuera el método se concluía que las razas de piel oscura eran inferiores, atribuyéndoles además cierto halo maligno; de esta forma surgían comentarios que justificaban el arrebato de tierras a los pueblos indios: “[...] existen dos partidos en el nuevo mundo, el partido de Dios y el del diablo. El partido de Dios es blanco, puritano y encargado de redimir al mundo de los errantes. Mientras el partido de Satanás es de piel oscura.”²³

El Destino Manifiesto fue una creencia que no sólo surtía efecto en las mentes de las élites estadounidense, en realidad se arraigó dentro del imaginario social del pueblo en general, ayudó a formar su identidad así como su proyecto como nación. Por ello, analizar y comprender el Destino Manifiesto es de vital importancia para entender la forma en que se percibe este pueblo, así mismo, la forma en que percibe a los demás y la forma en que se percibe dentro de la sociedad internacional.

Para llevar a cabo el ideal del Destino Manifiesto primero fue necesario fortalecerse económica, militar y políticamente al interior, pero una vez consolidados estos sectores se impulsó la colonización de los territorios que se encontraban aún fuera de la órbita estadounidense; las concepciones ideológicas ya mencionadas de superioridad cultural y racial así como de predestinación que se encontraban dentro del Destino Manifiesto fueron los fundamentos que justificarían la intromisión en tierras ajenas y con ello la política expansionista de los Estados Unidos.

²² Nelson Austin y Herbert George. *Fundamentos ideológicos de las intervenciones de Estados Unidos en Panamá*, Centro de Investigaciones y Docencia de Panamá, Panamá, 1999, p. 8.

²³ Ch. Segal y David Stinebak. *Indians, puritans and Manifest Destiny*, New York, Puritan's Sons, 1977, p. 17.

De esta forma fueron alentadas políticas migratorias hacia los territorios del oeste, fueran o no parte del territorio estadounidense, de esta manera se mantenía la unión de los territorios despoblados y al mismo tiempo el avance hacia otros que se encontraban aledaños. Ya que poblar es gobernar, el gobierno estadounidense alentó y apoyó a los llamados *frontiermen* a incursionar en territorios ajenos como el de Texas, que entonces pertenecía a México. Para que un país pueda mantener el control de un territorio lo primero que debe hacer es demostrar el ejercicio de derechos y poder sobre éste a través de su colonización.

El gobierno mexicano tenía escaso control sobre el territorio de Texas precisamente por falta de asentamientos de mexicanos, sin mencionar que dicho gobierno también había consentido el que ciudadanos estadounidenses poblaran el territorio, pensando que eso ayudaría al desarrollo económico nacional. Cuando los colonos llegados de Estados Unidos sobrepasaron en número a los mexicanos, la independencia de Texas fue posible.

La posterior anexión de Texas a territorio estadounidense marcó un momento muy importante para la doctrina del Destino Manifiesto, ya que éste se materializaba con la conquista de nuevos territorios mediante una política expansionista. Este fue el primer paso para la expansión al oeste que concluiría con la llegada al Océano Pacífico, resultado de la guerra con México y de la cual Estados Unidos consiguió casi duplicar su territorio:

Los políticos encendieron los ánimos de la opinión pública con la idea de que era el Destino Manifiesto de los Estados Unidos expandirse hasta incluir todo el territorio del continente norteamericano [...] el Manifest Destiny encontró su expresión en la guerra contra México.²⁴

En este punto sería imposible hablar del Destino Manifiesto como una doctrina con simples connotaciones ideológicas y religiosas, sería caer en simplificaciones. Como puede advertirse, dentro del Destino Manifiesto se encuentran objetivos

²⁴ Davis, Harold Eugene. *Los Estados Unidos en la historia: desarrollo histórico de su pueblo y su significado*. Uteha, México, 1967, pp. 51 y 53.

netamente políticos y comerciales. Con el avance hacia el Pacífico y posteriormente el control del Canal de Panamá, así como las adquisiciones ultramarinas resultantes de la guerra con España -Filipinas, Puerto Rico y Cuba-, Estados Unidos adquirió importantes puertos que garantizaban su posición como futuro imperio mercantil, además de asegurar una posición geopolíticamente privilegiada.

El sentimiento de superioridad del pueblo estadounidense no sólo era en torno a la raza anglosajona, igualmente creían que su sistema político y organización social eran superiores a los de otras naciones, pues, argumentaban, que era el único capaz de garantizar una “verdadera libertad”. De esta forma, Estados Unidos, al ser el pueblo elegido por la Providencia, adoptó una misión libertaria por la cual se dedicó a difundir e implantar su sistema político en otras naciones. La libertad se convirtió en el estandarte que justificaría en adelante las numerosas intervenciones en otros países, durante el siglo XIX, XX e incluso en el presente siglo XXI.

Bajo esta concepción de superioridad y de portador de la libertad, el Destino Manifiesto sentó los principios de la política exterior intervencionista de los Estados Unidos, la cual se consolidó de manera oficial en la Doctrina Monroe. Ésta fue emitida el 2 de diciembre de 1823 por el Presidente James Monroe ante el Congreso de los Estados Unidos, en ella se enmarcaban los intereses estadounidenses respecto al continente americano y fue dirigida particularmente a las potencias europeas que quisieran mantener su influencia en América.

[Monroe]...declara unilateralmente que Estados Unidos no permitiría que las potencias europeas establecieran nuevas colonias en América y que Estados Unidos tampoco intervendría en las colonias europeas. ‘Por la condición libre e independiente que han asumido y mantienen – los Estados Latinoamericanos- no deben ser considerados en adelante como sujetos a la futura colonización por ninguna de las potencias europeas ni controlar de cualquier manera su destino.’²⁵

El discurso del presidente Monroe dejaba ver la noción de exclusividad y posesión del continente americano para los estadounidenses, “América para los

²⁵ Nelson Austin y Nebert George. Fundamentos ideológicos [...], *op. cit.*, p. 39.

americanos”, por ello, en esta última frase debe entenderse que la palabra “americanos” no considera a todas las naciones ubicadas en el continente sino sólo a los estadounidenses; no debe entenderse como una doctrina protectora de la independencia de los pueblos latinoamericanos, sino como protectora de la seguridad e intereses de los Estados Unidos en el hemisferio.

Posteriormente se agregó a la Doctrina Monroe el llamado Corolario Polk, el cual establece que por mera posición geográfica ningún país latinoamericano puede pedir de forma unilateral su anexión a otro país europeo, y si así lo fuese Estados Unidos tiene el derecho a intervenir y evitar dicho acto.

Portadora de concepciones racistas y hegemónicas, la Doctrina Monroe eleva a los Estados Unidos a status de policía continental -posteriormente mundial- encargado de vigilar el comportamiento económico, político e institucional de los países americanos, a los cuales, dada la condición de inferioridad racial de su población, se les debía guiar por el camino correcto para alcanzar la verdadera libertad. Para esto no era necesario su consentimiento, tampoco importaba si se realizaba por la vía pacífica o violenta, simplemente se trataba de una responsabilidad de la nación estadounidense, su misión libertaria. Aún en la actualidad sus intervenciones en otros países siguen caracterizándose por su discurso a favor de la libertad y la democracia, ambos pilares del pensamiento estadounidense.

Por otro lado, la Doctrina Monroe no sólo se sostenía del discurso libertario, tenía un segundo pilar, el de la paz y seguridad de los Estados Unidos. La idea de seguridad giraba también en torno al Destino Manifiesto: el pueblo elegido, para poder llevar a cabo su misión asignada, debía protegerse de las posibles agresiones de otras naciones que por egoísmo desearan su caída, dicha protección debía mantenerse a toda costa sin importar la forma de obtenerla, ya fuese apropiándose de nuevas tierras, materias primas o recursos humanos. De aquí el carácter bélico de la Doctrina Monroe hacia las potencias europeas.

[los Estados Unidos]Consideraríamos peligroso para nuestra paz y seguridad cualquier intento [europeo] para extender su sistema político sobre alguna porción de este hemisferio [...] En el continente [...] en lo que hace a los gobiernos

que declararon su independencia [...] tendríamos que ver con actitud hostil hacia Estados Unidos cualquier acción que intentasen aquellas potencias para subyugarlos.²⁶

El principio anti-intervencionista recíproco de la Doctrina Monroe no sólo evitaba que la influencia europea en el continente americano se expandiera y con ello afectara los intereses económicos o geopolíticos estadounidenses en la región, también reafirmaba la pretensión del dominio continental justificándose en su derecho de autodefensa. En realidad, Estados Unidos estaba en contra sólo del imperialismo que no fuera suyo.

A pesar del fuerte respaldo y gran aceptación hacia la Doctrina Monroe a nivel interno, ésta carecía de reconocimiento y apoyo entre los países latinoamericanos, mientras que para los europeos no tenía ninguna validez, por esta razón se le intentó dar validez jurídica argumentando que se basaba en el principio de derecho internacional que dice que toda nación tiene el derecho de protegerse. Sin embargo, la intervención francesa en México por Napoleón III en 1863, demostró su inoperancia, ya que a pesar de que Estados Unidos manifestó su descontento no llevó a cabo acciones concretas.

El ingrediente faltante era un mayor poderío militar. La Doctrina Monroe, como hemos visto, descansa sobre postulados expansionistas, por lo cual el respaldo militar era de gran importancia. El dominio hemisférico no podía llevarse a cabo sin poderío naval, por ello en la década de 1890 se impulsó la creación de un ejército y una flota naval más fuertes, esto llevaría a Estados Unidos a tener el control de los mares y con ello del hemisferio americano tras haber eliminado el último bastión español en el continente americano al terminar la guerra hispano-americana de 1898. De esta forma se comenzaba a tener la suficiente fuerza militar para defender y hacer valer la Doctrina Monroe.

Tras la guerra, la mayoría de los países europeos estaban conscientes de que para entrar en el continente americano era necesario tomar en cuenta a Estados

²⁶ Fuentes Mares, José. Génesis del [...], *op. cit.*, pp.151-152.

Estados Unidos, el cual ya se perfilaba como una potencia hegemónica y que, además, se había convertido en aliado de Inglaterra, país que ya daba una amplia aceptación a la Doctrina Monroe.

Por último, es también importante resaltar la condición pragmática de la Doctrina Monroe haciendo referencia a su carácter primero aislacionista y luego intervencionista. Es necesario entender que más que una declaración con validez jurídica se trataba de un postulado político interno al que se le intentó -y en cierta medida se logró- dar reconocimiento o aceptación internacional. Se trataba de un postulado de política exterior de Estados Unidos que, *de jure*, justificaba su jurisdicción supranacional bajo el principio internacional de la autodefensa, mientras que *de facto*, era respaldada por la fuerza militar.

Los principios de política exterior no son inmodificables, tienden a cambiar dependiendo el contexto interno e internacional así como el interés nacional; y como tal, la Doctrina Monroe también evolucionó. El aislacionismo estadounidense impulsado por dicha Doctrina se mantuvo hasta que fue funcional, es decir, hasta que Estados Unidos hubo cumplido sus intereses expansionistas en territorio americano así como la suficiente fuerza militar-naval para mantener dichos intereses y su seguridad hemisférica.

Se puede identificar a esta primer etapa aislacionista como una primera fase imperialista de los Estados Unidos, que abarca desde la compra de los territorios de la Louisiana (1803) y la Florida (1819), la anexión de Texas (1845) y Oregon (1846), hasta la obtención de los territorios de California y Nuevo México (1848) como resultado de la guerra con México.

Al terminar la guerra hispano-americana, Estados Unidos no sólo había expulsado definitivamente a España del continente americano, también consiguió el dominio (1898) de las últimas colonias españolas: Guam, Puerto Rico, Cuba y Filipinas. Esto último causó disgusto internamente a antiimperialistas y al exterior en Europa, la política exterior estadounidense fue cuestionada pues al parecer había violado su principio de no intervención, por lo cual se sometió a debate la validez de la Doctrina Monroe.

Ante tales acusaciones el militar, historiador y amplio defensor de la Doctrina Monroe, Alfred Thayer Mahan, argumentaba que dicha doctrina era una declaración dirigida a los países europeos sobre anti-intervención recíproca, y al no ser Filipinas parte del continente europeo entonces no existía ninguna violación a la política exterior estadounidense. Más que una argumentación tendenciosa, se trataba de puro pragmatismo político. De cualquier forma, fue necesario “actualizar” la Doctrina Monroe al nuevo contexto internacional y nacional, los intereses estadounidenses no habían cambiado, se ampliaban; en palabras del propio Mahan:

Esto indica, como creo y espero, el despertar de los hombres de nuestro país con el hecho de que debemos dejar nuestro aislacionismo que hace cien años fue prudente e imperativo y tomar nuestra postura en la turbulencia mundial.²⁷

A principios del siglo XX Estados Unidos cambio a una política exterior intervencionista y con ello a lo que podríamos llamar su segunda fase imperialista con la cual se convirtió en una potencia hegemónica; las regiones del Caribe y Centroamérica se convirtieron en su principal ocupación, los intereses económicos hicieron que China entrara ahora en la órbita estadounidense. Con Roosevelt en la presidencia la Doctrina Monroe fue reinterpretada. Bajo un discurso humanitario otorgaba a Estados Unidos el derecho de “intervención positiva” en los países latinoamericanos que se mostraban incapaces de mantener su economía y finanzas bajo control. Nuevamente fue invocado el discurso de la seguridad estadounidense como justificación al diferente perfil, ahora interventor, de la Doctrina Monroe.

Tanto la Doctrina Monroe como el Destino Manifiesto son dos postulados clave que marcaron la cosmovisión y política de los Estados Unidos. Durante todo el siglo XX y aún en la actualidad -si bien bajo nuevos matices-, la política exterior estadounidense ha mantenido su característico intervencionismo, y aunque ya no sean

²⁷ Rodríguez Díaz, María del Rosario. *El Destino Manifiesto. El pensamiento expansionista de Alfred Thayer Mahan 1890-1914*, [en línea] México, Ed. Porrúa-Instituto de Investigaciones Históricas, 2003, 04/10/2011, [citado 20-11-2010], formato HTML, disponible en Internet: http://dieumsnh.qfb.umich.mx/indice_destino.htm, ISBN 970-07-4053-6

invocadas dentro de los discursos políticos estas dos doctrinas, claramente se puede percibir su fuerte influencia, así como la continuidad de sus objetivos.

1.3. La *Frontier* y el expansionismo estadounidense en el pensamiento político estadounidense.

Dentro de la historia de las naciones los mitos y el significado que se otorgan a diferentes conceptos funcionan como importantes estructuradores de su cosmovisión, de su identidad nacional y consecuentemente de su carácter y de la forma en que se comportarán con otras naciones, definiendo al mismo tiempo la “otredad” o lo ajeno, lo cual ha sido históricamente fuente de numerosos confrontamientos.

En el imaginario estadounidense, el concepto de frontera (*frontier*) es percibido de una forma diferente a la de los demás países occidentales debido a su condición histórica excepcional de una “nueva nación rodeada de un vasto espacio libre para ocupar”. Para Frederick Jackson Turner* el concepto de *frontier* es el que ha dado sentido a la historia estadounidense, formando a su vez su identidad nacional, o como Turner lo llamaba, lo “propiamente norteamericano” que termina por dejar atrás sus orígenes y características europeas, dando paso al nacimiento de una nueva nacionalidad.

El significado que se le atribuye a este concepto en países europeos y en la América Latina es el de una línea fija, permanente y continua que separa a dos Estados, marcando de igual forma el límite de la soberanía de cada uno; los estadounidenses atribuyen esta definición a la palabra *Boundary o border*, “En cambio denominaba *frontier* a un espacio -no una línea- que se halla dentro del país en vez de marcar sus límites, que es discontinuo, movedizo y no permanente, que invita a penetrar y no a detenerse que está vacío y puede ser ocupado.”²⁸

* Frederick Jackson Turner fue profesor de la Universidad de Wisconsin y de la Universidad de Harvard, también fue fundador de la *American Historical Association* y miembro de la *American Historical Review*, asimismo fue investigador asociado en la *Huntington Library* en San Marino California.

²⁸ Nelson Austin y Nerbert George. Fundamentos ideológicos [...], *op. cit.*, p. 47.

El significado de la *frontier* denota no sólo la expansión territorial como tal, sino también la expansión de lo americano y sus instituciones; de la democracia, libertad e igualdad; del protestantismo y sus valores; de la “civilización”. La *frontier* definida por Turner en 1993 es “[...] un espacio donde lo civilizado se vuelve menos europeo y se funda sobre una base de idiosincrasia y pertenencia netamente norteamericana.”²⁹

Si bien Turner fue quien aportó esta definición sobre el sentido de la *frontier* en su obra *The Significance of the Frontier in American History*, esta concepción se tenía ya desde la independencia de las trece colonias e incluso antes, desde la llegada de los primeros pobladores. El postulado del Destino Manifiesto así como la Doctrina Monroe lo demuestran, ya que, llevan consigo el discurso expansionista, el sentido de la existencia de un “espacio vacío” en el oeste, e incluso la divina obligación de ocupar dichas tierras con el objeto de expandir los principios e instituciones del pueblo elegido.

Estas dos doctrinas, una bajo postulados teológicos y otra de seguridad, fueron los pilares ideológicos fundamentales que impulsaron el expansionismo territorial estadounidense en su primera fase imperialista. Buena parte del pueblo estadounidense apoyó dichos aparatos ideológicos debido a que ya se encontraban impresos dentro de su imaginario social y conceptual, sin embargo, hubo figuras que contribuyeron a esto, alimentando la noción de “espacio vacío” y con ello la obligación de ocuparlo -es decir, el sentido puro de la *frontier*.

Josiah Strong, clérigo protestante estadounidense y partidario expansionista, prestó un importante servicio al gobierno estadounidense gracias a sus discursos imperialistas, durante la época de la expansión hacia el oeste. Sus argumentos se basaban en discursos religiosos y de superioridad racial, creía que la raza anglosajona era la más apta y fuerte para sobrevivir y expandirse, pero que además tenía la divina misión de hacerlo, llevando consigo el protestantismo y sus principios morales a todo el continente americano. Strong apoyaba la idea de acelerar la evangelización protestante -sin importar el procedimiento- para evitar que otras religiones, a las

²⁹ Orozco, José Luis. Breviario Político [...], *op. cit.*, p. 160.

cuales calificaba como falsas y portadoras del mal, llegaron a tener mayor influencia sobre los pueblos *bárbaros*.

Desde la época de los padres fundadores la idea de “espacio vacío” junto con la de “imperialismo mesiánico” por ser el pueblo elegido -mito que se tomó prestado del Israel judío de Dios-, se mezclaban para derivar en la noción de *frontier* que se encontraba dentro de la cosmovisión estadounidense. El mismo Washington señalaba que la verdadera línea de avance del pueblo estadounidense era hacia el Oeste.

Jefferson también era un imperialista que, pese a su ferviente y pragmática defensa por la autodeterminación de los pueblos, consideraba “deshabitados” los territorios del Oeste, fue quien dio marcha a la expansión territorial estadounidense al comprar el territorio de la Louisiana -habitada por tribus amerindias como la natchez-; desde esa fecha ya se tenía en mente un fuerte crecimiento poblacional y con ello la necesidad de un mayor territorio, se trataba de la versión estadounidense del *Lebensraum* ratzeliano.

Por otro lado, y a pesar de que tal concepción sobre la frontera ya existía dentro del imaginario estadounidense, la obra de Turner fue de gran importancia para la formación del mito de la *frontier*, ya que termina por atribuirle un inigualable valor: el de ser el elemento forjador más importante de la historia de los Estados Unidos y por lo tanto de la identidad nacional estadounidense:*

Hasta hoy la historia norteamericana ha sido sobre todo la de la colonización del Gran Oeste. La existencia de una zona de tierras libres, su continua recesión y el avance de la colonización hacia el Oeste, explican el desenvolvimiento de la nación norteamericana [...] La frontera es la línea de norteamericanización más rápida y efectiva [...] Al moverse hacia el Oeste la frontera se vuelve cada vez más

* La *frontier* no sólo formó la historia de los Estados Unidos sino también al hombre estadounidense arquetípico: aventurero, intrépido, versátil, pragmático y capaz de organizarse igualitariamente y democráticamente en sociedad -también agresivo y xenófobo por lo que a la lucha contra los indios se refiere-; ejemplos de esto son George Amstrong,, Daniel Boone, Simon Kenton, Anthony Wayne, etc.

norteamericana [...] El estudio de ese avance...equivale a estudiar la porción realmente norteamericana de nuestra historia.³⁰

La historia es uno de los elementos más importantes para cualquier pueblo, no sólo por ser formadora de identidades sino también porque el carácter y la proyección internacional de cada nación se forma no sin antes hacer una retrospectiva de su propia historia, se trata de un análisis consolidado de los errores y aciertos cometidos en el pasado en conjunto con los rasgos culturales e históricos más distintivos de una nación, en otras palabras, es la proyección política, económica, cultural y social de todo un pueblo hacia el exterior. Por lo anterior, si el rasgo histórico más distintivo de un país como los Estados Unidos es una visión expansionista como el de la *frontier*, se puede esperar entonces que sus actitudes continúen siéndolo, es aquí donde el mito o la historia encuentra continuidad.

Para Turner es *la frontier* lo que crea al hombre estadounidense y con ello desacredita las tesis que establecen que los antecedentes principales de la formación de esta nación son de origen europeo, principalmente inglés. Si bien los primeros colonizadores llegaron siendo europeos, cuando pisaron tierras americanas, se comenzaron a adaptar a un ambiente diferente, crearon sus propias instituciones y se adentraron en nuevos y salvajes territorios conquistando nuevas fronteras, desde ese momento se separaron de lo que los vinculaba con su antigua nacionalidad; aún cuando conservaron costumbres, rituales y religión de origen europeo las adaptaron a su nueva realidad dando origen, de esta forma, a la nación estadounidense. Con este argumento anti-europeizante trata Turner de exaltar el nacionalismo estadounidense y de crear una nueva identidad que de otra forma se pensaría muy difícil de materializar debido a la multinacionalidad de los colonos.

Según Turner esta nueva identidad se va formando conforme las fronteras se van conquistando hacia el Oeste, cada frontera alcanzada va a resultar un avance en la construcción de lo estadounidense y a la vez un alejamiento del viejo mundo pues se

³⁰ Jackson Turner, Frederick. *El significado de la frontera en la historia americana*, [en línea], México, Instituto Mora, enero-abril de 1987 [citado 21-11-2010] Secuencia [núm. 7], formato PDF, pp. 187-189, disponible en Internet: <http://es.scribd.com/doc/6577987/050394Jackson-TurnerEl-Significado-de-La-Frontera-en-La-Historia-Americana>

transforman sus antecedentes europeos convirtiéndose en una experiencia nueva y singular de carácter netamente americano. De esta manera la creación de un nuevo hombre y una nueva nación sólo es posible gracias a la existencia de tierras “libres” en el Oeste y la expansión del colono hacia ellas:

Así pues, el avance de la frontera significa un continuo alejamiento de la influencia de Europa, una firme progresión hacia la independencia según planteamientos americanos.³¹

Al sustituir Turner un pasado inexistente del pueblo estadounidense por una actividad expansionista generadora de su identidad concluye que la existencia de este pueblo tiene su origen inmediato en la *frontier*, es decir, en la conquista de nuevas fronteras, por tal motivo, resulta indispensable la existencia de más “tierras libres que conquistar”. Esto resultaba un problema, pues hacia finales del siglo XIX el oeste había sido conquistado y dichas tierras se habían acabado, ¿qué sucedería con esas energías renovadoras del espíritu estadounidense si su razón de ser había encontrado un límite? ¿Cuál sería el destino de la nueva nación si la fuente generadora de su historia se había agotado?

La tesis de Turner resultó muy oportuna debido a que surge precisamente en este contexto de incertidumbre y agitación social originada por una creciente producción industrial y un fuerte crecimiento económico que dejaban entrever cada vez más la existencia de clases sociales, y que se podían ver mermados si no encontraba nuevos mercados fuera de su territorio que absorbieran su excedente de producción y que dieran fin al creciente desempleo.

La *frontier* había funcionado como una “válvula de escape” de las crisis económicas y de la lucha de clases europea, la existencia de “tierras libres” revitalizaba el capitalismo en los Estados Unidos, pero ya se habían agotado. Sin embargo, para Turner una frontera traspasaba los límites territoriales y materiales, se

³¹ Jackson Turner, Frederick. El significado de la frontera [...], *op. cit.*, p. 189.

trataba de un fenómeno expansionista que incluía todos los ámbitos de lo “estadounidense”.

Era necesaria una nueva *frontier* que llevara la expansión política y económica de los Estados Unidos fuera de sus límites territoriales “Si toda la historia de la nación norteamericana se había sustentado en la conquista de fronteras no había porque pensar que dicha política no pudiera seguir teniendo vigencia [...] la nación se tendría que ver abocada a la conquista de nuevas fronteras políticas y económicas.”³². El declive del imperio español, la latente independencia de sus colonias y la posibilidad de concretar un canal interoceánico en Centroamérica que acelerara la actividad comercial alimentaron el espíritu expansionista estadounidense, justificando al mismo tiempo la tesis de Turner:

[...] las evidencias de que el movimiento [expansionista] continuará están en las demandas de una política exterior enérgica, de un canal interoceánico, de la restauración [revival] de nuestro poder marítimo y del corrimiento de la influencia norteamericana a lo largo de las islas remotas y los países vecinos.³³

De esta forma, la *frontier* se vuelve interminable, cada frontera alcanzada se convierte en el punto donde comienza la siguiente frontera a conquistar.

Con semejante noción de *frontier* dentro del imaginario estadounidense, el concepto de “espacio vacío” también adquiere otra connotación, si antes se refería sólo a las tierras “deshabitadas” del Oeste, ahora abarca hasta aquellos lugares que se encuentran fuera del territorio estadounidense, aún cuando se encontraran habitados o se encontraran dentro de la soberanía de otros países -por ejemplo, México, Cuba, Colombia.

El término de “espacio vacío” llegó a utilizarse incluso para referirse a los lugares cuyos medios de producción o modelos sociales, políticos e institucionales fueran incompatibles con los estadounidenses o fueran decadentes e inservibles,

³²Nelson Austin y Herbert George. Fundamentos ideológicos [...], *op. cit.*, p. 51.

³³ Orozco, José Luis. *Razón de Estado y Razón de Mercado: Teoría y pragma de la política exterior norteamericana*, FCE, México, 1992, p. 167.

según su propia óptica. De esta manera, si un país se mostraba incapaz de gobernarse o improductivo, era justificación suficiente para que Estados Unidos pudiera intervenir no sólo por el bien y la seguridad estadounidense, sino también por el bien de país donde intervenía. Este fue el principal motor ideológico que empujó el expansionismo estadounidense a finales de siglo XIX y principios del siglo XX.

Las teorías social-darwinistas resurgieron para combinarse con los postulados de la *frontier* turneriana, dando con ello una mayor justificación al expansionismo estadounidense y la conquista de nuevas fronteras. La tesis darwinista de la selección natural y la supervivencia del más fuerte se aplicó ahora entre las naciones. El éxito económico y político estadounidense se atribuyó de esta forma a la superioridad de la raza anglosajona, y con ello, se recreaba y nutría nuevamente el mito del pueblo elegido; no sólo era su deber divino el expandirse por todo el mundo, sino que era algo científicamente inevitable.

De esta forma, la ciencia se mezclaba con los postulados teológicos, como decía el propio Josiah Strong “Las verdades de la ciencia son las verdades de Dios y sus leyes son las leyes de Dios”, “¿Es o no razonable creer, [continúa Strong] que esta raza está destinada a despojar a muchas razas más débiles, a asimilar otras y moldear a las restantes hasta que, en un sentido muy verdadero e importante, haya anglosajonizado a la humanidad?”³⁴ En la lucha por el control de los mercados y las materias primas era la nación más fuerte la que resultaría victoriosa, el dominio de otros pueblos por una raza más próspera, se volvía también algo inevitable.

Mediante su tesis de la frontera, Turner también da justificación científica a las ideas religiosas del Destino Manifiesto. El mito del pueblo elegido por la providencia para expandir sus tierras, instituciones, religión y principios en todo el mundo, cobraba ahora un significado histórico-científico que obligaba a los Estados Unidos a continuar con su expansión como una forma de seguir con su historia y devenir, se convertía, pues, en su proyección futura, en su interés nacional. Se trataba de la expansión o el fin de la historia estadounidense, y con ello del pueblo elegido, la victoria del mal sobre el bien.

³⁴ Orozco, José Luis. *De teólogos Pragmáticos y Geopolíticos*, Gedisa-UNAM-FCPyS, México, 2001, p. 139.

Resulta interesante el análisis que hace Christopher Hill acerca de cómo el puritanismo estadounidense adoptó metáforas y símbolos de la Biblia a su realidad, estableciendo una necesidad mesiánica de conquistar más tierras. Por ejemplo, en una metáfora bíblica acerca de un jardín cultivado y una cerca que lo separa de la naturaleza salvaje, es posible entender una separación entre lo ordenado y lo desordenado, lo bueno y lo malo, lo civilizado y lo bárbaro, “El jardín representa un lugar ordenado bien gobernado o la sede de la civilización frente a la barbarie.”³⁵

De dicha analogía, se puede llegar a la conclusión de que es la obligación del pueblo estadounidense el expandirse hacia esas tierras bárbaras para cultivarlas y volverlas prósperas, así como para civilizar y cristianizar a los pueblos salvajes que las habitan. En la tesis de Turner se puede apreciar la gran similitud que tiene con esta metáfora bíblica, la cerca simboliza la frontera, pero también la posibilidad de extender el Edén bíblico hacia la barbarie, es decir, la tierra ganada para la civilización a la que se refiere Turner:

El entramado de estas evocaciones míticas en la tesis de la frontera, vinculada con la cultura puritana, plantea la necesidad de expansión del jardín y de cultivar los páramos yermos en un movimiento constante que transforma la naturaleza y que, en los teólogos de la nueva nación americana, a la postre justifica las ideas de pueblo elegido y liderazgo mundial.³⁶

Es necesario mencionar también que la *frontier*, al significar la expansión de lo propiamente estadounidense, es considerada de igual forma como la generadora de la democracia, y con ello de las instituciones propias de esta nación. De hecho para Turner “[...] el efecto más importante de la frontera ha sido haber fomentado la democracia [...] la frontera produce individualismo [...] La tendencia es antisocial.

³⁵ Torres Pares, Javier. *Jackson Turner Frederick: frontera, mitos y violencia en la identidad nacional estadounidense* en Coloquio Paul Kirchhoff. *Desierto y Fronteras: el norte de México y otros contextos culturales*, UNAM-Instituto de Investigaciones Antropológicas-Plaza y Valdés, México, 2004, p. 424.

³⁶ Coloquio Paul Kirchhoff. *Desierto y Fronteras [...]*, *op. cit.*, p. 424.

Produce antipatía contra toda forma de control, en especial si es directo [...] El individualismo de la frontera ha fomentado la democracia desde le principio.”³⁷

La forma en como se establecían los *frontiermen* hacía aplicable el modelo democrático; no obstante -y contrario a lo que muchos seguidores de la tesis turneriana piensan- su organización democrática no se debió a que fuera inherente a la naturaleza del estadounidense, en realidad, fue resultado de las circunstancias en las que se encontraban esos asentamientos poblacionales. Al ser un número reducido de personas las que habitaban en los territorios fronterizos, una organización igualitaria y democrática no sólo resultaba más factible sino también necesaria para la defensa y supervivencia del grupo. Era una manera pragmática de resolver sus problemas: “Poseían la capacidad típicamente americana de ayudarse a sí mismos: confiaban en ellos mismos y [...] poseían también el poder de la organización y la unidad.”³⁸ En realidad era su única opción.

Con su tesis de la *frontier* Turner explica, por un lado, cómo el expansionismo estadounidense ha sido el conductor de su propio desarrollo histórico, mientras que, por otro lado, incita a continuar con dicho expansionismo al colocarlo como el único camino de su pueblo, fusionando a su vez la doctrina del Destino Manifiesto. Sin embargo, no es Turner quien va a indicar la estrategia a seguir para la conquista de nuevas fronteras, sino al militar e historiador estadounidense Alfred Thayer Mahan.

Contemporáneo a Turner, Mahan, en su libro *The Influence of Sea Upon History 1660-1783* -publicado en 1890-, formuló la teoría de que el desarrollo de una poderosa flota marítima y el control de los principales puertos y rutas marítimas era la llave para el dominio marítimo, económico, político y militar, no sólo hemisférico sino mundial. A tal conclusión llegó después de hacer un estudio acerca del auge y caída de las grandes potencias navales en la historia. Mahan advertía que para que los Estados Unidos tuvieran el éxito deseado en sus estrategias imperialistas, era necesario primero ser una potencia marítima.

³⁷ Jackson Turner, Frederick. El significado de la frontera [...], *op. cit.*, pp. 202-203.

³⁸ Orozco, José Luis. *Las primicias del imperio: testimonios norteamericanos 1898-1903*, Premia, México, 1984, p. 39.

Tanto para Mahan como para Turner, el controlar el poder económico significaba tener el control político, sin embargo, para Mahan, el poder militar resultaba primordial pues sin éste no se podían obtener los otros dos. Era necesario tener la capacidad militar -sobre todo naval- para conquistar las rutas comerciales más importantes y tener el control de las principales áreas de extracción de materias primas. En el camino por obtener la hegemonía comercial, los conflictos bélicos resultaban inevitables, por ello era necesario estar militarmente preparados.

En su libro, Mahan llegó a la conclusión de que era en las áreas de mayor tráfico comercial donde los conflictos bélicos más relevantes habían ocurrido, dentro de sus ejemplos incluía al Mar Mediterráneo y el dominio inglés del Gibraltar y el Canal de Suez:

Las circunstancias han motivado que el Mar Mediterráneo juegue un gran papel en la historia del mundo, tanto desde el punto de vista comercial como en el militar, más fundamentalmente que cualquier otra extensión de agua del mismo tamaño.³⁹

Mediante una comparación entre el Mar Mediterráneo y el futuro canal interoceánico en Centroamérica -hoy conocido como Canal de Panamá-, Mahan hacía ver que debido a que sería la ruta marítima comercial más importante del mundo, atraería a todas las potencias europeas, por lo cual el dominio de la zona por parte de Estados Unidos era absolutamente necesario para su seguridad, su economía y el control hemisférico.

Para Mahan era prioridad el aumentar la flota de barcos mercantes y de guerra, así como emprender el arrebato a España de sus viejas Colonias, las cuales de por sí se encontraban al borde de la independencia. Tanto la tesis de Turner como los libros de Mahan fueron altamente influyentes para que Estados Unidos comenzara su segunda etapa imperialista conquistando ahora las fronteras marítimas, sin duda

³⁹ Mahan A. T. *The influence of sea power upon history 1660-1783*, Hill and Wang, New York, 1957, p.33

fueron decisivos en la declaración -provocación- de guerra contra una España ya desgastada tanto interna como externamente.

El éxito de la estrategia de Mahan se vio reflejado cuando después de concluir la guerra hispano-americana Estados Unidos hizo cambios en su política exterior. Manteniendo de forma pragmática la Doctrina Monroe aún como política de Estado indispensable para resguardar los intereses y la seguridad estadounidenses, la política de no intervención con Europa cambió a una política de intervención con el objetivo de mantener un equilibrio de poder entre las principales potencias europeas; además de proteger los intereses de los Estados Unidos en China, país en el que las grandes potencias también se encontraban interesados. No obstante, el objetivo más importante fue el adquirir la zona donde se construiría el canal interoceánico y tener el control sobre éste; es así como el cinturón geopolítico de seguridad quedaba cerrado. De esta forma fue Mahan quien llevó a la práctica la *frontier* turneriana.

A modo de conclusión puede decirse que la *frontier* es, la base histórica de los Estados Unidos, pero no sólo eso, es también lo que crea la identidad de su pueblo; de igual forma, establece el estereotipo del hombre estadounidense, el cual comparte los valores del hombre fronterizo como el valor, la virilidad, la independencia, la audacia y el ingenio. Es un proyecto de modernización y de expansión de la civilización, la democracia y demás instituciones y valores propiamente estadounidenses; toma también la forma de ideología, la cual es posible ver difundida a través de los medios de comunicación, la industria del cine, las universidades, los púlpitos de las iglesias y en los discursos políticos; finalmente, es también una forma de definir al otro y con ello a lo negativo o inferior, es decir, lo que está fuera de la frontera: la barbarie.

Finalmente, resulta interesante hacer una comparación de la *frontier* turneriana con el fenómeno, actualmente en boga, de la globalización. Si se acepta la idea de que la *frontier* es la expansión de todo aquello que caracteriza lo estadounidense entonces es posible llegar a la conclusión de que ambos fenómenos son lo mismo o, más aún, de que la globalización no sea más que una continuación de la *frontier*. No se trata ya sólo de una homologación financiera o comercial sino también de la “exportación de un prototipo de vida y comportamiento social que

modifica la noción de lo socialmente aceptado y de lo moderno”⁴⁰, y el cual es totalmente estadounidense.

1.4. El expansionismo estadounidense y sus contrastes.

Bien es sabido que la práctica expansionista ha sido adoptada por múltiples naciones e imperios a lo largo de la historia; tanto Estados Unidos como los países europeos se han valido de dicha práctica ya sea para aumentar su tamaño territorial, controlar materias primas y recursos naturales, o bien para controlar más mercados. No obstante, los caminos que eligieron en su experiencia imperial, así como las trabas y facilidades que encontraron a su paso fueron diferentes entre ellos.

El éxito o fracaso que tuvieron en su empresa, es la suma de todas esas decisiones y características que cada nación tuvo que asumir en su momento. Si se quiere tener un mayor entendimiento de cómo Estados Unidos logró y ha logrado mantener su dominio territorial y hemisférico -político, económico, geopolítico y militar- así como su presencia en el resto del mundo, es necesario hacer un análisis de las diferencias y de las similitudes entre los tipos de expansión de este país y las potencias europeas.

Tanto el expansionismo europeo como el estadounidense mantuvieron como eje rector la economía y el comercio, ambos en su momento trataron de obtener el control de las principales rutas comerciales por mar y tierra, lo cual forzosamente lo obtenían mediante la conquista de nuevos territorios. No obstante también existen marcadas diferencias en este punto; una de ellas tiene que ver con la geografía y el espacio. Los países europeos habitaban un territorio relativamente pequeño y mucho más poblado que el continente americano, aún cuando hubieran deseado expandirse a territorios continuos, se topaban inmediatamente con las naciones vecinas y con el inminente conflicto bélico,^{*} lo cual resultaba mucho más desgastador. Se encontraban

⁴⁰ Orozco, José Luis. Breviario político [...], *op. cit.*, p. 168.

^{*} De esta idea se puede también llegar a comprender el porqué los avances militares de los países europeos fueron mucho más desarrollados que los de otros pueblos. El Mar Mediterráneo funcionaba como el punto de encuentro comercial entre continentes: Asia, Europa y África, pero no sólo se

“encerrados” y en un territorio lleno; el expansionismo europeo, pues, no se dio en su propio continente sino en otros territorios más lejanos como Asia, África y América.

A diferencia de Europa, Estados Unidos contaba con un espacio amplio hacia el Oeste, y aunque se encontraban habitando dicho territorio diversas tribus indio-americanas no se podía comparar con la situación del continente europeo, ni poblacional ni militarmente; por ello Estados Unidos pudo extenderse poco a poco a los territorios contiguos sin encontrar mayor problema. A los pueblos indios que se negaban a dar sus tierras y someterse se les alejaba con engaños, enfermedades o asesinandolos.

Aún cuando los territorios fronterizos fueran reclamados por Francia, España o Inglaterra, aquellos se encontraban desprotegidos, además, carecían de una delimitación totalmente exacta, ya fuera física o imaginaria. Al encontrarse inmiscuidos en otros conflictos del otro lado del mundo, las potencias europeas difícilmente podían hacer valer su autoridad y sus derechos sobre dichas tierras. Por ello los territorios fronterizos fueron vistos desde un principio como “espacios vacíos”.

Hacia el sur existía una situación muy similar, los territorios pertenecientes a México se encontraban poco poblados y administrativamente alejados del centro político, además este país, al encontrarse en una fuerte crisis interna tanto política como económica, carecía de los medios militares para hacer frente a Estados Unidos. Que los estadounidenses, tras la guerra en 1848, rechazaran la propuesta de *All of Mexico*, se debió principalmente al temor de que la absorción de “un pueblo totalmente diferente contaminara al pueblo e instituciones de los Estados Unidos”:

[...] la idea de incorporar a México como provincia o como estado no puede aparecer en la cabeza de John Calhoun sino como una monstruosidad [...]

intercambiaban mercancías sino también descubrimientos, tecnología y conocimientos de alto potencial bélico. Las circunstancias geográficas de los países europeos eran fuente de un mayor número de conflictos bélicos en comparación a otros lugares, ese sentimiento de constante conflicto e inseguridad dieron como consecuencia un mayor énfasis al desarrollo de tecnología militar en contraste con otros pueblos -que después se tomó como signo de superioridad y desarrollo- De ahí que productos como la pólvora, por ejemplo, tuviera un mayor desarrollo militar en Europa.

nosotros jamás hemos soñado con incorporar a nuestra Unión a ninguna otra raza que no sea la caucásica, a los hombres blancos libres.⁴¹

No menos importante es la mentalidad con la que la conquista era llevada a cabo. Los países europeos sabían que estaban compitiendo por la hegemonía comercial del continente europeo y del mundo, bajo esas directrices llevaban a cabo sus conquistas, el poder era el fin último de la expansión, de hecho, se llegó a establecer como medida de poder el número de territorios conquistados.

Por otro lado, aunque de fondo la directriz expansionista de los Estados Unidos era también económica y comercial, ésta se encontraba oculta detrás de un velo ideológico más poderoso que, además, aliviaba los posibles remordimientos causados por las conquistas bañadas en sangre de los territorios del Oeste, al convertirlas en obligación divina. Aunque, como los europeos, los estadounidenses también consideraban racialmente inferiores a otros pueblos, también se consideraban a sí mismos como el “pueblo elegido” con el designio de llevar a otros pueblos la civilización y los valores y moral correctos; es decir, el proceso no sólo resulta obligatorio, sino inevitable. La idea del Destino Manifiesto no sólo funcionaba como una muy rebuscada justificación de los fines expansionistas de Estados Unidos, sino que era totalmente aprobada por el pueblo estadounidense y resultaba ser una de las creencias más arraigadas, no sólo entre el pueblo sino también entre los dirigentes políticos:

[...] la noción de que la expansión cumple un proceso civilizatorio y ya no un simple proceso de conquista, [...] construye de esa manera los dos grandes puentes del discurso político nacional norteamericano hasta nuestros días [...] cada una a su manera se declara conductora hacia la salvación y la redención humana, su conjunción arma un aparato ideológico y dogmático inescrutable en términos intelectuales [...] pensamiento político virtualmente acorazado el de una teología reforzada [...] ⁴²

⁴¹ Orozco, José Luis. De teólogos [...], *op. cit.*, p. 121.

⁴² *Ibíd.*, p. 28.

Una segunda diferencia entre los tipos de expansión resulta del modelo de producción económico. Mientras que parte de las potencias de la Europa continental como España, Portugal y Francia, se dedicaban principalmente a un modelo colonial de explotación y saqueo -principalmente de metales preciosos- siguiendo las pautas del mercantilismo económico, Holanda y Gran Bretaña se inclinaban cada vez más hacia el modelo liberal smithniano, de tal forma que sus esfuerzos se enfocaban más hacia el desarrollo de la agricultura, la industria al comercio y, por lo tanto, a poblar los territorios conquistados.

Los Estados Unidos heredaron este último modelo de producción dando mayor énfasis, en un principio, a la agricultura, actividad a la que le dieron un significado mítico y divino. Como después lo escribiría Max Weber en su obra *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, el trabajo arduo y disciplinado constituía un pilar fundamental dentro del pensamiento protestante; la biblia, dentro de los pasajes que hacen referencia a la laboriosidad, insiste siempre en el trabajo duro y arduo, la abundancia material dentro del protestantismo es un signo de predestinación divina y salvación, mientras que en el catolicismo, se privilegia el mundo espiritual en detrimento del material, y la pobreza y sencillez son señal de pureza y virtuosismo; “Opuestamente a la concepción del catolicismo, lo característico y específico de la reforma [protestante] es el hecho de haber acentuado los rasgos y tonos éticos y de haber acrecentado el interés religioso otorgado al trabajo en el mundo [...]”⁴³

De esta forma, la ética protestante en conjunto con el Destino Manifiesto, dan forma a un expansionismo que, aunque genocida, queda disculpado gracias a un entramado de justificaciones civilizatorias y desarrollistas. La noción de “espacio vacío” adquiere ahora el carácter de “improductivo”: Si las tierras donde habitan los indios así como su sistema son improductivos, entonces no son merecedores del reino de Dios; que el pueblo elegido tome posesión de sus territorios no es sino mandato y obligación divina.

Tanto la expansión estadounidense como la europea tuvieron como eje rector la economía y el comercio, por lo cual se hacía necesario mantener el control de las principales rutas comerciales marítimas y terrestres. No obstante, dentro del discurso

⁴³ Weber, Max. *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, Premio, México, 1991, p. 47.

estadounidense se incorporaba también el importante atributo de la seguridad nacional. La expansión territorial, política y económica se incorporaba, de esta forma, dentro de la política nacional de seguridad estadounidense. Si en la política expansionista-intervencionista radicaba la seguridad y bienestar del pueblo elegido - aunque también la de los demás países del hemisferio- entonces se debía llevar a cabo dicha política; “Así, Dios garantiza la victoria y la prosperidad y el avance de su pueblo, y lo privilegia no sólo porque en él encuentra la nación sagrada sino porque conoce y celebra [...] a través de un contrato de redención la superioridad de sus intereses en relación a las demás naciones [...]”⁴⁴

Imposible no advertir el que en toda ocasión el expansionismo de los Estados Unidos debe ser pragmáticamente disculpado o purificado, es necesario para mantener la idea de divulgadores del bien dentro del imaginario estadounidense, ya que resultaba inconcebible que el “pueblo elegido” pueda llevar a cabo conductas reprobables como genocidio, conquista o sometimiento, las cuales son anti-puritanas y contrarias a los pilares de igualdad y libertad estadounidenses. Estrategia reprochable quizá, pero muy efectiva siempre que se cuente con poder económico, político y militar, gracias a ella Estados Unidos, aún en la actualidad, puede continuar evadiendo el Derecho Internacional sin que la culpa invada el imaginario colectivo estadounidense. Es así como las actuales ocupaciones y guerras preventivas quedan justificadas y libres de culpa. El imperialismo como imperativo de seguridad se vuelve inevitable, más aún si se trata de proteger a una nación con designio divino.

Existe una diferencia más entre las dos vertientes expansionistas. El modelo español y portugués en el continente americano fue de integración y mezcla cultural (aunque no por ello de equidad, no olvidemos la existencia de las castas), mientras que el modelo anglosajón fue siempre de sustitución, destrucción y aislamiento de lo diferente.

En cierta forma el exterminio de las tribus indias por parte de anglosajones no fue sino una pragmática y anticipada solución a lo que podría derivar en un choque de modelos de producción incompatibles y con ello en una disparidad de cosmovisiones que de cualquier forma habría terminado en conflicto. Por otro lado, el deshacerse de

⁴⁴ Orozco, José Luis. De teólogos [...], *op. cit.*, p. 49.

dichas tribus pudo haber resultado menos costoso y más redituable que para los españoles el eliminar a todos los indígenas de Mesoamérica. En efecto, los anglosajones deseaban las tierras para dedicarlas a la agricultura y, aunque necesitaban mano esclava para llevar a cabo ese trabajo, las tribus indias eran demasiado rebeldes, difícilmente se someterían al pueblo anglosajón; “No podían capturarlos y mantenerlos como esclavos; los indios eran duros, ingeniosos desafiantes, y estaban tan adaptados a [los] bosques como mal adaptados estaban los ingleses [...] La respuesta estaba en los esclavos negros.”⁴⁵ En cambio, los indígenas de la Nueva España, a base de genocidios, torturas y adoctrinamiento religioso, fueron sometidos y rápidamente; además de que necesitaban su mano de obra para realizar un trabajo más desgastante y duro que la agricultura: la minería.

Más importante aún resultó la cuestión racial para rechazar la integración de otras razas al pueblo estadounidense. Desde la época de los *Padres Fundadores* la barrera racial ya se había establecido, personajes como Franklin y Jefferson ya planteaban el imperativo de que la nación creciera bajo una homogeneidad racial; el primero, por ejemplo, observaba desde 1751 como el porcentaje de la raza blanca en la tierra era proporcionalmente pequeño en comparación con las razas negra, asiática y amerindias, por lo que se debía evitar el oscurecimiento racial de la población en los Estados Unidos. Al llegar a semejante conclusión, Jefferson se preguntaba “¿Por qué incrementar a los Hijos de África plantándolos en América, donde tenemos una oportunidad tan favorable, excluyendo a los Negros y los Cetrinos, de aumentar a los adorables Blancos y Rojos?”⁴⁶

Si bien la creencia acerca de la superioridad de la raza blanca anglosajona se encontraba ya bien arraigada en el pensamiento occidental desde la fundación de las Trece Colonias e incluso desde antes, Charles Darwin, con su teoría de la selección natural y la supervivencia del más fuerte, llegó a dotar de carácter científico esta creencia, convirtiéndola en dogma de alcance mundial. Más aún, al aplicar su teoría entre las naciones, Darwin otorga calificativo de “Nación Superior” a los Estados

⁴⁵ Howard, Zinn. La otra historia [...], *op. cit.*, p. 28.

⁴⁶ Orozco, José Luis. De teólogos [...], *op. cit.*, p. 119.

Unidos, reivindicando así su tradicional racismo y su expansionismo selectivo, y reafirmando la veracidad y existencia del Destino Manifiesto:

Al parecer, escribía Charles Darwin en 1871, hay una gran verdad en la creencia de que el maravilloso progreso de los Estados Unidos, al igual que el carácter del pueblo, son los resultados de la selección natural, ya que los hombres más vigorosos, más inquietos y más valerosos de todas partes de Europa han emigrado durante las últimas diez o doce generaciones a ese gran país, y allí han logrado un éxito superior.⁴⁷

De tal forma, la esclavitud de negra, el genocidio de las tribus indias y, sobre todo, la necesidad de que el pueblo estadounidense no se mezcle con ninguna otra que no sea la anglosajona, se vuelven parte de una lógica evolutiva que, a final de cuentas es inevitable.

De igual forma, la creencia sobre la superioridad racial anglosajona resulta ser una pieza clave a la hora de poner límites a la expansión territorial. Imperio selectivo el estadounidense, opta por la prudencia racial a la hora de decidir hasta dónde amputar el territorio mexicano. Ante el temor de oscurecer la raza blanca anglosajona y con ello adquirir los vicios y defectos de una raza inferior, la idea de anexar la totalidad del territorio mexicano a los Estados Unidos y con ello a su población es rechazada. En palabras de John Calhoun “Incorporar a México sería la [...] incorporación de una raza india, puesto que más de la mitad de los mexicanos son indios y la otra mitad está compuesta principalmente de tribus mestizas [...] El nuestro [...] es el gobierno de una raza blanca”.⁴⁸

⁴⁷ *Ibíd.*, p. 131.

⁴⁸ *Ibíd.*, p. 121.

1.5. Hegemonía.

Sin ánimos de hacer un extenso análisis del concepto hegemonía, ya que no es el objetivo del presente trabajo, es pertinente dar una aproximación al sentido en el que se utilizará dicho concepto en adelante.

Derivada del vocablo griego *eghesthai* que significa “conducir” o “ser jefe”, la palabra hegemonía se asocia inmediatamente con el poder, la fuerza y la coerción. Si bien en tiempos antiguos el estatus de hegemón se le atribuía al pueblo o nación con un desarrollo económico y tecnológico-militar tan vasto que le diera la capacidad de conquistar o subyugar a otros pueblos, es también cierto que, debido a la interdependencia y la globalización, así como un paradigma nuevo “venerador de la libertad y la democracia”, se hace necesaria una definición más amplia del concepto hegemonía.

Para Antonio Gramsci, existe una situación de hegemonía sólo en la medida en que el sujeto que la busque (ya se hable de Estados o de clases) cuente con la capacidad para generalizar una visión del mundo acorde a sus intereses en la sociedad. De esta manera, se plantea que la hegemonía se logra al obtener el liderazgo a través del consenso, más que por imposición, por convicción; más que por la coerción, por convencimiento.

En términos gramscianos, la hegemonía no puede ser circunscrita únicamente al poder económico o político-militar, aunque estas son dimensiones importantes en su construcción. Dentro de un plano más ideológico, político y social, Gramsci explica que la hegemonía se adquiere cuando la concepción del mundo del que pretende ser hegemón, con todo y sus intereses valores, principios, ideales, estilos de vida y *rules of the game* son universalmente aceptadas, o al menos por la mayoría, por medio del consenso más que por imposición; para Gramsci, esta es la base del dominio y por lo tanto de la hegemonía:

En la medida que el aspecto consensual del poder es el más visible, prevalece la hegemonía. La coerción siempre está latente pero sólo se aplica en casos

marginales, excepcionales. La hegemonía es suficiente para asegurar el comportamiento conforme de la mayoría de la gente la mayor parte del tiempo [...] [Un Estado mantiene su hegemonía cuando puede] fundar y proteger un orden mundial que fuera universal en su concepción, es decir, no un orden en el que un Estado explota a los otros, sino un orden en el que la mayoría de los otros Estados (o al menos los que están al alcance de la hegemonía) pudiesen encontrar compatible con sus intereses.⁴⁹

Si se tratara de proyectar el poder simplemente por imposición, fuerza o coerción no perduraría; se debe crear una concepción del mundo que avale dicho poder y que sea aceptado por los demás no sólo como natural sino también necesario. La capacidad de lograrlo radica en la efectividad y lo atractivo del discurso y el paradigma que se desea imponer, así como en lograr hacer que los demás acepten nuestros intereses como suyos.

Si bien estamos de acuerdo con la concepción *gramsciana* de hegemonía, no lo es de forma exhaustiva. Consideramos que la construcción de la hegemonía debe ser multidimensional, el aspecto político-ideológico juega un papel fundamental, sin embargo deben contemplarse también otras dimensiones como la tecnológica-militar, la económica y, no menos importante, la cultural. El liderazgo en uno solo de estos aspectos no da como resultado una situación hegemónica, todas las dimensiones se entrelazan, son dependientes unas de otras. Para el Departamento de Estado de los Estados Unidos, la conservación de la hegemonía es un objetivo inapelable, y las estrategias creadas para ello van precisamente en una dirección multidimensional.

⁴⁹ Robert Cox “Gramsci, hegemony and International relations an essay in method”. En Robert Cox y Timothy Sinclair, *Approaches to World Order*, Cambridge University Press, 1996, pp. 127 y 136.

Capítulo 2.

La construcción de la hegemonía estadounidense en el siglo XX.

El presente capítulo, así como el siguiente, no deben estudiarse de forma separada respecto del primero. La lectura debe llevarse a cabo teniendo siempre presentes los elementos teóricos descritos en éste último o se corre el riesgo de no comprender a plenitud el proceso expansionista estadounidense desde una perspectiva política, social, ideológica, cultural e histórica tan excepcional como lo han sido los Estados Unidos desde su origen como pueblo y como nación.

Conceptos tales como liberalismo, democracia, libertad, igualdad, mercabilidad, hegemonía y *frontier* son imprescindibles para comprender la fuerza metapolítica que se encuentra detrás de este proceso expansionista y que le imprime la potencia para continuar su camino. Dicho esto, la siguiente parte de la lectura debe hacerse teniendo siempre en mente la importancia, el significado y el sentido de dichos conceptos que conforman las bases ideológicas y conceptuales del expansionismo estadounidense.

2.1. El desarrollo económico estadounidense en el siglo XX.

A finales del siglo XIX y principios del XX la sorprendente expansión industrial, agrícola y económica de los Estados Unidos llevaron a que varios analistas europeos pensasen en lo que sería el nuevo orden mundial del siglo XX, el cual, según decían, se encontraría en gran parte dominado por los centros económicos y financieros estadounidenses.

En efecto, al final de ese siglo los Estados Unidos estaban llegando a la cúspide de su desarrollo industrial; la aplicación en la producción de las nuevas tecnologías, la reducción de los precios de los recursos energéticos, así como las nuevas técnicas de organización para la maximización del trabajo -*taylorismo* y *fordismo*⁵⁰ que

⁵⁰ El *taylorismo* es un sistema de organización racional del trabajo planteado por el ingeniero y economista estadounidense Frederic W. Taylor, y el cual se basa en “[...] la aplicación de métodos científicos de orientación positiva y mecanicista al estudio de la relación entre el obrero y las técnicas modernas de producción industrial, con el fin de maximizar la eficiencia de la mano de obra y de las máquinas y herramientas, mediante la división sistemática de las tareas, la organización racional del trabajo en sus secuencias y procesos, y el cronometraje de las operaciones [...]”; por otro lado, se le llama *fordismo* a las ideas que Henry Ford, ingeniero e industrial estadounidense, aplicó a su compañía Ford Motor Company, y las cuales se basaban en la obra de Taylor. “Los elementos más característicos son la línea de montaje, la producción en serie, la estandarización e intercambiabilidad de las piezas.”, Arnoletto, Eduardo, *Administración de la producción como ventaja competitiva*, 2006 [citado 23-11-

intensificaron la producción en masa, dieron como resultado que el nivel de vida aumentara y que el excedente de dicha producción incrementara de tal forma que se hizo necesario buscar nuevos mercados, lo cual llevó a que se cambiara de una política de no intervención a una más interventiva.* Los precios en los bienes de consumo también descendieron, provocando un mayor consumo, algunos artículos que en otro tiempo habían sido de lujo -automóviles, lavadoras, refrigeradores, teléfonos- ahora podían ser adquiridos casi por cualquier estadounidense.

En aquellos años, Estados Unidos acumulaba casi un tercio del stock de oro mundial, su economía e industria crecían rápidamente, estaba pasando de ser un país deudor a uno prestamista, dominaba la actividad comercial del continente americano, tenía un superávit enorme en su comercio con Europa y las inversiones directas de los países europeos en la industria estadounidense iban en aumento.

Sin duda, antes de la Primera Guerra Mundial, los Estados Unidos ya se habían convertido en una potencia mundial, aunque no era considerado aún dentro del sistema de las grandes potencias europeas, debido en gran parte a su política de aislamiento respecto de cualquier asunto en aquel continente. No obstante esto cambiará con el advenimiento de la guerra pues los fuertes nexos comerciales y financieros que mantenía con Francia e Inglaterra hicieron imposible mantener su posición neutral.

Cuando los Estados Unidos deciden entrar a la guerra, se hace visible su importancia económica e industrial; la cantidad de armamento y alimentos que enviaban a los aliados fue decisiva para su victoria, y el superávit estadounidense seguía creciendo. Su participación dentro de la guerra no fue absolutamente militar, “[...] su fuerza productora, fomentada por los pedidos de guerra aliados por miles de millones de dólares, no tenían igual [...] Podían construir cientos de buques

2011], formato HTML, disponible en Internet: <http://www.eumed.net/libros/2007b/299/7.htm>, ISBN-13 978-84-690-7904-1

* En China, por ejemplo, los Estados Unidos declararon la política de puertas abiertas, reclamando sus intereses comerciales en dicho territorio ante los intereses europeos. Por otro lado, fue también Estados Unidos quien “abrió” al comercio a Japón con barcos de guerra y amenazas. De igual forma, continuó manteniendo el control comercial del hemisferio latinoamericano -hacia 1935, más de la mitad de las exportaciones americanas de acero y algodón se estaban vendiendo en Latinoamérica-, aunque en este caso la política liberal de *laissez faire*, que los estadounidenses promulgaban en Europa y Asia, quedaba invalidada para los europeos por la Doctrina Monroe.

mercantiles [...] Podía construir destructores en tres meses [...] Producía la mitad de las exportaciones mundiales de comestibles [...]”⁵¹

Al finalizar la Primera Guerra Mundial los equilibrios de poder y económicos del mundo habían cambiado totalmente, ante unos aliados fatigados por la guerra, una Alemania en quiebra y destruida y el colapso de Rusia, los Estados Unidos se erigían como el gigante económico que compensaría este negativo escenario. Ya por esos años, el centro de las finanzas mundiales se había cambiado hacia el otro lado del Atlántico, con el aumento de las deudas europeas los Estados Unidos se habían convertido en la mayor nación acreedora del mundo.

Este escenario de abundancia en la vida estadounidense cambió en el periodo entre las dos guerras a consecuencia de la Gran Depresión de 1929 su poder económico decayó como el de ninguna otra potencia, su producción se vino abajo, el desempleo se disparó y su economía se encontraba subutilizada, No obstante, los Estados Unidos, continuaban siendo una gran potencia, a pesar de la crisis su producción seguía siendo mucho mayor a la de las potencias europeas:

En 1938, [...] los Estados Unidos produjeron 26,4 millones de toneladas de acero, superando por mucho los 20,7 millones de Alemania los 16,5 millones de la URSS y los 6 millones del Japón; sin embargo las industrias del acero de estos tres últimos países trabajaban a plena capacidad mientras que dos tercios de las fábricas de acero norteamericanas permanecían ociosas [...].⁵²

La crisis de 1929, más que haber sido muestra de debilidad de la economía estadounidense reafirmó su poderío y, debido a su magnitud e impacto mundial, demostraba que, efectivamente, el centro económico del mundo se había trasladado al continente americano; “[...] por cuanto fue iniciada en Estados Unidos, marca [...] el sitio del nuevo centro hegemónico mundial [...] fue el empujón para desarrollar la hegemonía mundial de Estados Unidos a través de o en el nivel financiero.”⁵³

⁵¹ Kennedy, Paul. *Auge y caída de las grandes potencias*. Mondadori, México, 2007, p. 431.

⁵² *Ibíd.*, pp. 523-524.

⁵³ Veraza, Jorge. *El siglo de la hegemonía mundial de Estados Unidos*. Itaca, México, 2004, p. 105.

Es gracias a la implementación del New Deal que los Estados Unidos comienzan a recuperarse económicamente, no obstante, el advenimiento de la Segunda Guerra Mundial fue de gran importancia para su total recuperación y para regresar a los anteriores índices de producción. La demanda de alimentos y el gran aumento de los gastos de guerra permitieron abatir los altos índices de desempleo e incrementar la producción a niveles incluso superiores que los de los años veinte.

Si bien, para 1939 las potencias europeas ya se habían recuperado económicamente gracias al advenimiento de la guerra, estaba claro que los Estados Unidos eran por mucho la potencia económica mundial, incluso por encima de la URSS. En Europa las alianzas ya estaban hechas y existía incertidumbre acerca de si la Alemania nazi lograría su plan de conquista; sólo algo estaba claro, esta vez el potencial destructivo de esta guerra sería mucho mayor que el de la anterior.

Hablar de vencedores resulta irónico puesto que gran parte de los sectores productivos tanto de los aliados europeos como de las fuerzas del eje se desplomaron y la infraestructura había sido fuertemente dañada. En realidad Europa se había lanzado a su suicidio; después de esta guerra el equilibrio de poder sería totalmente diferente al que había precedido. Otrora grandes potencias como Italia y Francia se encontraban en la quiebra y Gran Bretaña estaba en crisis y en decadencia; Japón se encontraba quizá en una peor situación. La era de Europa había terminado y se hacía necesario un nuevo equilibrio.

El final de la guerra trajo consigo un vacío de poder que rápidamente pasaría a ocuparlo el único vencedor de la guerra: Estados Unidos, en conjunto con la URSS. Aún cuando esta última, había terminado en una mejor posición respecto de los países europeos y poseía un poder militar incluso mayor que el estadounidense, los Estados Unidos contaban con una industria que se encontraba trabajando a plenitud, una población económicamente activa abundante y una economía que crecía aceleradamente: “De 1938 a 1952 la producción global de los Estados Unidos se triplicó [...] y la producción agrícola aumentó en una cuarta parte.”⁵⁴ A la Unión Soviética la guerra le había costado aproximadamente la mitad de su potencia económica, zonas agrícolas de gran importancia se habían destruido, gran parte de las

⁵⁴ Siegfried, Andre. *Panorama de los Estados Unidos*, Aguilar, Madrid, 1956, p. 378.

minas de carbón se habían inundado y la infraestructura industrial se encontraba en muy malas condiciones. Si a lo anterior sumamos que en ese entonces Estados Unidos poseía el monopolio de las armas nucleares resulta evidente, entonces, que Estados Unidos era el nuevo centro de poder político-económico mundial.

Si los efectos de las dos guerras mundiales, sobre todo de la segunda, han consistido en destrozarse a Europa, han estimulado, en cambio, las posibilidades americanas [...] cuando los norteamericanos eran neutrales, se aprovechaban de su situación como los proveedores de los beligerantes, [...] al entrar en la guerra, sus recursos potenciales eran tan grandes, que la prueba -catastrófica para Europa- no significaba para ellos sino una ocasión de lograr progresos técnicos de reorganizaciones globales de la producción [...]⁵⁵

El aumento de los gastos de guerra en Estados Unidos trajo como consecuencia que el PNB se incrementara de 88,6 mil millones de dólares en 1939 a 135 mil millones de dólares en 1945, mientras que el de los países europeos en su conjunto -sin contar Rusia- había descendido en un 25%. Al terminar la guerra los estadounidenses poseían casi las dos terceras partes del total mundial de oro, de igual forma, producían un tercio de la producción mundial de artículos de diversa índole, lo cual convertía a su país en el mayor exportador del mundo.

Con la Europa continental devastada, el imperio inglés en decadencia, y gracias a su ventajosa posición económica y estratégica, los Estados Unidos estaban listos para llenar el vacío que las antiguas potencias habían dejado y para llevar a cabo su expansión económica en el mundo, por medio de la homogenización del modo de producción capitalista y el libre mercado.*

⁵⁵ *Ibíd.*, p. 377.

* No debe olvidarse, sin embargo, que aún existía el pequeño obstáculo de que la tradicional política exterior estadounidense pugnaba por el aislacionismo y la no intromisión en los asuntos europeos. No obstante fue superado efectivamente gracias a la constante propaganda política a favor del intervencionismo -intensificada después con el temor y rechazo al comunismo expansionista y totalitario- y -una vez más- con las ya muy comunes apelaciones al Destino Manifiesto: “El destino a conducido a que América se ubique en el centro y ya no más a las orillas de la civilización occidental. Aquí radica el destino norteamericano [...] América está llamada ahora a llevar a cabo lo que los fundadores y los pioneros creyeron siempre que era la misión norteamericana, la de hacer del Nuevo Mundo un lugar

El antiguo sistema de dominio colonial europeo desapareció en favor de una nueva forma de dominio operada por Estados Unidos, de la cual ya desde antes de la Segunda Guerra Mundial se habían hecho sentir sus efectos: el dominio económico y Financiero; la situación de dependencia económica de Europa respecto de Estados Unidos no hace más que demostrar la importancia de esta nueva estructura de poder.

Antes de que terminara la guerra, los empresarios en conjunto con los diplomáticos y el gobierno estadounidense ya estaban trabajando en la construcción de un nuevo orden económico internacional, en el cual Estados Unidos, al ser la primera potencia económica del mundo jugaría el papel de gerente mundial política y económicamente. No sólo se abrían nuevos mercados en los antiguos dominios europeos en Asia, ya también se vislumbraban las grandes ganancias económicas que se obtendrían de la reconstrucción y la ayuda económica que los países necesitarían terminada la guerra, así como su importancia política y estratégica que servirían para la construcción de la hegemonía estadounidense; “Averell Harriman, embajador en Rusia, dijo a comienzos de 1944: La ayuda económica es una de las armas más efectivas que tenemos para mover los acontecimientos políticos europeos en la dirección que queremos.”⁵⁶

Es necesario, no obstante, tener presente que el ascenso de los Estados Unidos a la hegemonía mundial en estos años no se debe únicamente a un fenómeno fortuito. Existe, por un lado, una fuerza constante que viene tomando parte en la construcción de la hegemonía estadounidense desde la llegada de los primeros colonos a Norteamérica hasta el momento en que dicho país asume su posición hegemónica y que incluso continúa desarrollándose e interactuando en la actualidad. Dentro de esta fuerza, a la cual se le denominará pasiva, se pueden incluir las primeras conquistas hechas por el pueblo estadounidense, desde su independencia y su expansión hacia el Oeste, hasta la adquisición de territorios de ultramar; pero más importante aún, es necesario tomar en cuenta los dogmas teológicos, etnológicos, mitológicos, científicos, políticos y de mercado que hicieron posible dichas conquistas, que han forjado la

donde pudiese florecer de nuevo la antigua fe y donde pudiera rescatarse por fin su promesa eterna” en. “El testimonio político norteamericano: 1890-1980”, Tomo II, Orozco José Luis. SEP-UNAM, México 1982, pp. 128-129.

⁵⁶ Howard, Zinn. La otra historia [...], *op. cit.*, p. 307.

identidad y espíritu estadounidense, y que han creado su imperativo expansionista. Todos éstos, aunque algunas veces materializados en documentos a modo de principios y doctrinas políticas, pertenecen al mundo inmaterial, al mundo de las ideas, es decir, a la metapolítica⁵⁷ estadounidense.

Que se trate de una fuerza pasiva no inhibe su importancia, influencia y efectividad. El Destino Manifiesto, el cristianismo, las motivaciones evangelistas y expansionistas, las ideas racistas, el liberalismo, el libre mercado, la democracia y aún las ideas evolucionistas y de selección natural del darwinismo-social forman parte de esta fuerza, y se entretajan en cada época determinada para después materializarse en acontecimientos diversos, desde la elaboración de leyes de importación o de inmigración, hasta la elaboración de la política exterior, negociación de tratados internacionales, creación de alianzas, determinación de enemigos, o bien, conflictos bélicos.

Por otro lado, se encuentra una segunda fuerza activa que toma parte en el momento mismo en que las grandes potencias europeas, a consecuencia de su actitud autodestructiva en las dos guerras mundiales, se repliegan del centro de poder mundial, dejando un vacío que rápidamente ocuparán los Estados Unidos; estamos hablando de la capacidad militar, política, gerencial y, sobre todo, económica con lo cual dicho país acaba por imponer su hegemonía mundial. Ambas fuerzas, la pasiva y la activa, terminan por unirse y dar paso a un nuevo orden económico en el que los Estados Unidos fungirán como líder indiscutible.

La subsecuente creación del Plan Marshall y las instituciones emanadas de los acuerdos de Bretton Woods, no son más que el resultado de la combinación de ambas fuerzas y su interacción con las antiguas potencias y el resto del mundo, reflejando a su vez la nueva estrategia de expansión estadounidense, así como el carácter expansionista de ambas fuerzas. Dichas instituciones, además de la ONU y la OTAN,

⁵⁷ “La metapolítica interesa pues al análisis no como arquitectura normativa sino como dispositivo combinatorio-pragmático de valores intrínsecamente incuestionables, herméticos. Al universalizar la libertad, el cristianismo, la seguridad militar o la misma democracia, moviliza elásticamente un conjunto de piezas dogmáticas y les imprime contextos liberales o conservadores en función de su oportunidad económica o contundencia estratégica.” Orozco, José Luis. *Razón de Estado y razón de mercado*, FCE, México, 1992, p. 42.

posteriormente, funcionan como puentes mediante los cuales se establecen las nuevas relaciones de poder en el mundo.

El Plan Marshall, no sólo fue creado con el objetivo de contener la expansión comunista en el mundo, había objetivos más importantes que atender: cambiar los patrones económicos europeos por los estadounidenses, eliminar las industrias competitivas, ampliar el mercado para los productos estadounidenses y, en general, expandir el sistema capitalista en el mundo; “[...] estaba creando una red de control corporativo norteamericano sobre el mundo y construyendo su influencia política en los países que ayudaba.”⁵⁸ El control político, mientras tanto, es asegurado gracias a la creación de instancias internacionales como la OEA, la ONU y la OTAN, de las cuales Estados Unidos juega el rol de líder, confirmando una vez más su inmenso poder gerencial.

Las instituciones creadas tras los acuerdos de Bretton Woods -el Fondo Monetario Internacional, y el Banco Mundial-, acaban por confirmar la hegemonía económica estadounidense. Al darse el privilegio de emitir el dólar como moneda internacional de cambio, los Estados Unidos no sólo fungen como el Banco Central Mundial desde 1945, obtienen también la ventaja de ser el único emisor de dicha moneda, por lo que puede comprar más que los demás países, incluso vendiendo menos; puede cubrir gastos en el exterior, invertir en el extranjero, financiar gastos militares, o bien, adquirir bienes y servicios a un costo mínimo. Las grandes empresas estadounidenses también adquieren una ventaja internacional inmensa: Al estar denominados en dólares sus productos de importación y exportación quedan libres de riesgos cambiarios.

Tanto el FMI como el BM, aún habiendo nacido como instituciones “multilaterales”, corren bajo dirección de Estados Unidos, no sólo es este país quien elige a los directores del BM, también se concedió un porcentaje de voto en el FMI capaz de vetar cualquier proyecto.

Que las centrales de ambas instituciones financieras se establecieran en Washington DC, da muestra de la nueva realidad administrativista de la economía

⁵⁸ Howard, Zinn. La otra historia [...], *op. cit.*, p. 325.

mundial; “[...] cada vez que los ministros de finanzas y/o los banqueros centrales europeos de la Japón proponen son el Tesoro norteamericano y la Reserva Federal quienes disponen.”⁵⁹ De esta forma, la arquitectura financiera y económica internacional tras la Segunda Guerra Mundial fue trazada y dominada por los Estados Unidos durante todo el siglo XX.

2.2. El desarrollo tecnológico-militar estadounidense en el siglo XX.

2.2.1. Las bases ideológicas del militarismo expansionista estadounidense.

El militarismo en la historia de los Estados Unidos siempre ha estado presente; aunque con ciertos matices y aparentemente contradictorio, el discurso militar estadounidense siempre ha sido congruente con los intereses nacionales y de seguridad en determinados contextos de la historia, el que sea fluctuante no quiere decir que carezca de sentido o que caiga en la arbitrariedad, antes, más bien, se debe a lo pragmático de su esencia.

El belicismo en la nación norteamericana se puede encontrar desde la época de los padres fundadores. George Washington, siendo el primer presidente de los Estados Unidos y habiendo sido comandante en jefe del ejército de las trece colonias participó intensamente en las batallas que decidirían la independencia de dicho país. Aún cuando su política exterior fue aislacionista, pues se negaba a participar en los conflictos europeos, su militarismo hacia el interior fue intenso, no sólo por el temor a una posible reconquista por parte de los ingleses u otra potencia europea, sino también en la lucha contra los indios nativos. Dentro de la misma línea federalista que Alexander Hamilton, que fuera Secretario del Tesoro en ese periodo, Washington aconsejaba a la nación ser lo suficientemente fuerte y sensata para poder elegir entre la paz y la guerra según los intereses nacionales y guiados por la justicia.

Hamilton por su parte, dentro de una línea económica-belicista, siempre fue partidario de un ejército bien estructurado y permanente que pudiera no sólo

⁵⁹ Panitch, Leo; Gindin, Sam. *Capitalismo global e imperio norteamericano*, en Socialist Register 2004. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina, p. 37.

responder a posibles ataques externos sino también que sirviera para proteger los intereses comerciales estadounidenses. Sugería la creación de una marina federal que, aunque no pudiera rivalizar con la de las grandes potencias, tuviera el peso suficiente para convertirse “[...] en el árbitro de Europa en América, [tanto militar como comercialmente] y poder inclinar la balanza de las rivalidades europeas en esta parte del mundo, como nos aconseje nuestra conveniencia.”⁶⁰

Escritor de algunos de los artículos de *El Federalista*, hace ver a sus lectores que la falta de una marina pondría en riesgo no sólo a su país ante las potencias europeas sino también a su comercio, estorbándolo y relegándolo a una condición pasiva, “Si aspiramos a ser un pueblo comercial, o aún sentirnos seguros en nuestra costa atlántica, debemos procurar tener una marina lo antes posible.”⁶¹ De esta manera, en Hamilton, el imperativo militar adquiere un semblante no sólo de seguridad sino también *economicista*, lo cual será la línea conductual -algunas veces muy notoria, otras no tanto- del militarismo estadounidense a lo largo de la historia.

Samuel Huntington, en su libro *El soldado y el Estado*, señala que existen tres vertientes en las cuales se ha dirigido el pensamiento militarista en Estados Unidos, la primera es la vertiente *tecnicista*, establece que cada buen oficial debe ser experto en una habilidad técnica, lo que implica la especialización en una cierta área que no forzosamente debe ser militar -alguna ingeniería, por ejemplo-; la segunda es la *popularista*, en esta se piensa que cualquier estadounidense, sin educación especializada previa, tiene la capacidad de ser un soldado y desarrollarse en asuntos militares, lo único que bastaba era el entusiasmo militante; por último, la del *profesionalismo*, bajo la idea de amenazas constantes y posibilidad de guerra, indicaba que la enseñanza militar debía ser enseñada por separado de otras ciencias y artes, propone la formación de una universidad militar en la que no sólo se de una especialización en una técnica, sino que debe de darse una educación homogénea en asuntos puramente militares, como la estrategia.

Mientras Hamilton, realista hobbesiano, era partidario del profesionalismo militar y unas fuerzas armadas permanentes, Jefferson, al ser liberalista, era partidario

⁶⁰ Hamilton, Madison y Jay. *El Federalista*. FCE, México, 1957, p. 43.

⁶¹ *Ibíd.*, p. 99.

del enfoque tecnocrata, no reconocía la oficialidad profesional y estaba en contra de un ejército permanente. No obstante, lejos de querer desarmar a su país, quería hacer de toda la nación un campamento armado, apoyaba la idea de universalizar la obligación militar, decía que todo ciudadano era un soldado. En esos años ninguno de los dos programas se aplicó, el primero por contradecir los principios de una sociedad liberal y el segundo por contradecir los principios de la sociedad -había rechazado a la obligatoriedad de la enseñanza militar. En lugar de eso, el Congreso prefirió limitar el número de efectivos, en parte porque existía el temor ante un posible asalto de las fuerzas armadas al gobierno y por la política de aislacionismo respecto de los asuntos europeos, lo cual planteaba la posición de neutralidad que debían respetar las otras potencias. Aunque las dos, en apariencia, parecen ser dos posturas totalmente contrarias, lo son solamente en cuanto a medios no en cuanto a fines.

La vertiente popularista se dio en los primeros años del siglo XIX, estuvo impregnada de una gran indiferencia liberal a los asuntos militares, corresponde con un periodo en el que, a excepción de los indios, ya no había serias amenazas a la seguridad estadounidense y coincidió con el periodo de la democracia jacksoniana.

John Calhoun, quien fuera Ministro de Guerra en la presidencia de James Monroe, era de corte hamiltoniano, realizó varios cambios en cuanto a la administración del ejército, estaba a favor de una educación militar profesional, lo cual siguió siendo bloqueado por el Congreso, que estaba dominado por liberales jeffersoniano-jacksonianos, pensaban que el ejército constituía una clase aristócrata y un drenaje de la economía. Fueron principalmente personajes del sur como Calhoun quienes terminaron por profesionalizar al ejército estadounidense, ya que se encontraban más cercanos a amenazas como los ataques de los indios o revueltas de esclavos, al final de la primera mitad del siglo XIX comenzaron a aflorar las ideas, escritos y sociedades militares que impulsaron ese profesionalismo, esta época fue la del Iluminismo militar; aunque la administración militar continuó sin grandes cambios, esta actividad militar sirvió para la profesionalización del ejército después de la Guerra Civil. No obstante, el "antimilitarismo" imperante, no impidió que el expansionista presidente James Polk se enrolara en una guerra con México.

Aún después de la victoria del norte, continuó un rechazo a la guerra y por lo tanto al militarismo profesional en los Estados Unidos debido al auge del “pacifismo empresarial” corriente de la cual Herbert Spencer, John Fiske y William Graham Sumner fueron los mayores exponentes. Dicha teoría descalificaba al militarismo porque constituía un derroche; la guerra destruía la riqueza económica, y en tiempos de paz el ejército se convertía en un parásito. La profesionalización del ejército llegaría hasta finales del siglo XIX, gracias a las contribuciones de personajes de la guerra civil como los generales William T. Sherman y Emory Upton, y el contralmirante Stephen Luce.

El aislacionismo y supuesto “antibelicismo” estadounidense cambiará radicalmente a finales del siglo XIX y principios del siglo XX ante una coyuntura interna y externa en la que el imperativo económico fue determinante para la creación de unas fuerzas armadas de mayor número y mejor organizadas, así como una política exterior agresiva. Uno de los personajes más importantes para del militarismo estadounidense, Alfred Thayer Mahan, siguiendo la tesis de la *frontier* turneriana y sobre una línea economicista, expansionista y militarista, será el arquitecto de la geopolítica que los Estados Unidos seguirán en adelante.

Haciendo énfasis en la necesidad de buscar nuevos mercados para la creciente producción estadounidense Mahan aconseja “mirar hacia afuera”, tener dominio sobre el “futuro canal de Panamá”, así como arrebatar las posesiones españolas restantes en el Caribe y el Pacífico para formar un “fuerte continental” -preámbulo de una estrategia de control planetario basada en el emplazamiento de bases en zonas estratégicas de todo el mundo-. Pero para tal empresa Mahan aconseja -retomando la otrora petición de Hamilton en *El Federalista*, y con ello llegando al centro de su discurso- la creación de una fuerza naval comparable a la de las grandes potencias como Inglaterra y Francia, que puedan proteger sus posesiones ultramarinas y las rutas comerciales. Así, Mahan, termina cerrando su cuadro geopolítico, “El poderío naval, al igual que el interés nacional comercial y militar, no sólo se sustenta en las flotas sino en las bases territoriales locales de regiones comerciales distantes.”⁶²

⁶² Orozco, José Luis. De teólogos [...], *op. cit.*, p. 188.

A principios del siglo XX los Estados Unidos ya se han vuelto una nación en la que la actividad bélica y militar tienen gran importancia; aún ante la renuencia de la sociedad a considerarse belicista, el ejército estadounidense, siguiendo las pautas que Mahan dictara, ya se perfilaba como uno de los más poderosos del mundo, y las intervenciones en sus “posesiones de ultramar” distaban mucho de ser pacíficas.

Después de dos guerras mundiales ganadas, y al ver las cuantiosas ganancias originadas por la economía de guerra, el otrora rechazado militarismo se convirtió inmediatamente en objeto de culto de economistas, empresarios y demás gente en el poder. Hacía falta un ingrediente que justificara entonces una mayor producción militar en tiempos de paz, misión de la que se encargará John Foster Dulles frente al Departamento de Estado de 1953 a 1959. Habiendo perdido el monopolio nuclear y siendo amenazada la cristiandad y principios occidentales por una Unión Soviética secular y comunista, Dulles, el mayor enemigo del comunismo y *Cold-Warrior* por excelencia, se apresura a justificar el armamentismo de la segunda mitad del siglo XX por medio de un histérico discurso anticomunista proliferador de la idea de encontrarse al borde de la guerra total y el *Armagedón* nuclear y causante del *terror al rojo* de aquellos días. Abogado preeminente de la *Princeton University* y accionista de la *United Fruit Company*, Dulles encarna las conexiones entre el aparato militar-estatal, el sector empresarial y el universitario, características del Estado empresarial-militar estadounidense de Guerra Fría.

Al lado de John, su hermano Allen Foster Dulles, director de la CIA desde 1953, se ocupó también de combatir al comunismo mundial, fue creador de propaganda de terror anticomunista que influyó de manera importante en los medios de comunicación estadounidenses, dirigió las operaciones encaminadas a derrocar regímenes simpatizantes al comunismo como el del presidente Arbenz en Guatemala (1954), y el de Mohammed Mossadeg en Irán (1953). Es restituido de la CIA en 1961 tras fracasar en la operación de Bahía de Cochinos.

Siguiendo la misma línea militarista disuasoria, bajo la premisa de amenaza constante de guerra y destrucción total, se encuentra Robert McNamara, quien fuera Secretario de Defensa de los Estados Unidos de 1961 a 1968 y después director del Banco Mundial en 1968. Bajo la presidencia de Lyndon Johnson, McNamara fue el

artífice de la guerra de Vietnam, donde a pesar de haber mandado más de 500.000 soldados, bajo su criterio de costo-eficiencia, se fracasó. Ya en el Banco Mundial fue principal impulsor de los préstamos a países en los que se trataban de implantar medidas nacionalistas contrarias al modelo capitalista de libre mercado. Los endeudamientos masivos en la época McNamara llevaron a serios sobreendeudamientos de los países tercermundistas.

Durante la guerra de Vietnam, pero en la administración de Richard Nixon, Henry Kissinger, harvardiano, asesor de asuntos de seguridad nacional en 1968, bajo la premisa del *leadership* estadounidense y de que los intereses de Estados Unidos estaban por encima de todo, era partidario -aunque posteriormente se retractó- de la utilización de armas nucleares tácticas para frenar el comunismo, de igual forma fue ideólogo del derecho de intervención armada en otros países de originarse una guerra subversiva interna. Aún cuando Kissinger fue partidario del mantenimiento del orden bipolar -por lo que no estaba a favor de eliminar a la Unión Soviética-, y partidario de la *distensión* entre ambas potencias -por lo que incluso le valió el Premio Nobel de la Paz en 1973-, sus ideas militarista-imperialistas se retomarán a finales del siglo XX por los principales *halcones** de Washington.

Por ejemplo, la máxima de que los intereses de Estados Unidos están por encima de todo, en cualquier parte del mundo y aún mediante la fuerza y en contra del derecho internacional, la retomarán en la presidencia de George W. Bush, el profesor y subsecretario de Defensa Paul Wolfowitz, el Secretario de Defensa Donald Rumsfeld y la asesora para asuntos de Seguridad Nacional Condolezza Rice. El concepto de guerra nuclear limitada también es retomado por la administración Bush con la propuesta acerca de la posible utilización de pequeñas bombas nucleares tácticas (*mini-nukes*) diseñadas para atacar *Bunkers*, cuevas o túneles profundos. Por último, el derecho de intervención es retomado por Donald Rumsfeld y Dick Cheney (vicepresidente) con el concepto de “guerra preventiva” (*preventive war*).⁶³

* En la política estadounidense los *halcones* son los partidarios de una política exterior agresiva y militarista, mientras que las *palomas* favorecen la línea de la diplomacia y la negociación.

⁶³ Ramentol, Santiago. *Teorías del desconcierto: viaje al fondo de la incertidumbre: los pensadores que diseñan un futuro global*, Ediciones Urano, Barcelona, 2004, pp. 37-59.

El militarismo estadounidense llega, no obstante, a su clímax en el periodo de Ronald Reagan, quien bajo el lema electoral *Let's make America great again!*, llegó a la presidencia junto con George W. Bush como vicepresidente en las elecciones de 1980. A pesar de las últimas pautas de una política exterior estadounidense más aislacionista e inclinada más a la *distensión*, el desarme nuclear y el acercamiento a la Unión Soviética, la administración Reagan, buscando recuperar la confianza de la sociedad estadounidense tras el fracaso de la administración Nixon en la guerra de Vietnam y por el escándalo del *Watergate*, regresa a la política exterior beligerante de Guerra Fría.

Al llegar Reagan a la presidencia se retomó el anticomunismo de los años 50, denominando a la Unión Soviética *El imperio del mal*; buscando apuntalar y preservar la hegemonía estadounidense Reagan tomó como principal objetivo replegar y eliminar el comunismo en el mundo mediante el fortalecimiento de las fuerzas armadas, llevando a cabo una fuerte propaganda de ideología anticomunista y realizando operaciones militares en Latinoamérica y otras zonas como Medio Oriente. El presupuesto militar se incrementó pasando de “[...] 178 mil millones en 1980 a 200 mil millones, en 1991 y 24 mil millones más para 1982; [...] en marzo de 1983 presenta [...] la Iniciativa de Defensa Estratégica [...] mejor conocida como Guerra de las Galaxias.”⁶⁴ La presidencia de Ronald Reagan sentó las bases para el neoconservadurismo militarista e intervencionista de finales del siglo XX y principios del XXI.

Tras el fracaso militar de George H. W. Bush en la Guerra del Golfo, y después de dos periodos demócratas de Bill Clinton en los que se optó por una política exterior más multilateral, regresa el ala neoconservadora y con ello una nueva etapa del militarismo hegemónico estadounidense. Detrás del presidente George W. Bush hijo se encontraba la crema y nata de la extrema derecha neoconservadora, durante los periodos de Clinton criticaron su política exterior y la disminución del presupuesto para la Defensa, pues consideraban que debilitaban el poderío y la hegemonía global estadounidense. Personajes como Richard Perle, Eliot Cohen, William Kristol, Paul

⁶⁴ Valenzuela Shelley, Miguel Ángel. *Del Pensamiento neoconservador y la metapolítica en el siglo XXI*, en Orozco, José Luis y Pérez Espinosa, César (coord.) *El pensamiento político y geopolítico norteamericano*, UNAM-Fontamara, México, 2005, p. 323.

Wolfowitz, Donald Rumsfeld, Dick Cheney, Donald y Robert Kagan, entre otros algunos de ellos creadores del *Project for the New American Century* -proyecto estratégico directriz de la política exterior estadounidense durante los periodos de George W. Bush- formaban parte del *think tank* de la presidencia Bush.

En el reporte llamado *Rebulding America's Defenses. Strategy, Forces and Resources for a New Century* -que es la parte dedicada a la política exterior dentro del ya mencionado proyecto-, dichos personajes, plasmaban que la decadencia del poder estadounidense se debía principalmente a las posturas de reducción del presupuesto de la Defensa adoptadas por Clinton; así mismo definen los principales objetivos a cumplir para evitar la decadencia de la hegemonía estadounidense; estos puntos eran los siguientes:

- 1) mantener e incrementar la supremacía militar, económica y tecnológica;
- 2) defender la Patria estadounidense;
- 3) pelear y ganar múltiples y simultáneas guerras y amenazas; y
- 4) asegurar regiones críticas.⁶⁵

El apuntalar la superioridad nuclear, modernizar el aparato militar y posicionarse en zonas como el Medio Oriente y el Golfo Pérsico, son acciones que forman parte de la estrategia para concretar el *Nuevo Siglo Americano*. No obstante, con el fin del comunismo se necesitaba un nuevo enemigo a quién combatir y con ello justificar el nuevo viraje intervencionista y militarista en la política exterior estadounidense. Como si se tratara del cumplimiento de la profecía *huntingtoniana* del *choque de civilizaciones*, el ataque del 11 de septiembre de 2001 al *World Trade Center* de Nueva York sirvió como el perfecto justificador; el nuevo enemigo a vencer era (y sigue siendo) el terrorismo, principalmente el del “islamismo extremista y fundamentalista”. “La agenda radical de los seguidores de la línea dura de esta

⁶⁵ *Ibíd.*, p. 312.

administración encuentra una salida y es impulsada después de los atentados [...] el comunismo, es reemplazado por el terrorismo.”⁶⁶

De esta forma, el antimultilateralismo, el militarismo y una política exterior basada en el principio de defender los intereses y seguridad estadounidense ante todo y por cualquier medio, se reflejan en el intervencionismo militar y nuevos conceptos como el de “guerra preventiva” (*preventive war*) o el de “guerra contra el terrorismo” (*war on terror*), que llevaron a los Estados Unidos a dos invasiones (Afganistán e Irak) antes de terminar la primera década del siglo XXI.

2.2.2. La construcción de la hegemonía tecnológica-militar estadounidense.

Para la segunda mitad del siglo XX, los Estados Unidos contaban ya con un lugar privilegiado entre las demás naciones del mundo: se había convertido en el centro económico y financiero internacional, además, contribuían con la mayor parte del comercio mundial. No hay duda de que dicho país se convirtió en la primer potencia económica al término de la Segunda Guerra Mundial -a lo cual contribuyó el que su infraestructura y aparato productivo no hayan sido destruidos, como si pasó con los demás países beligerantes-; no obstante, contar con el mayor poder económico no lo es todo si se quiere llegar a obtener la hegemonía mundial.

Debe tenerse en consideración que la construcción de la hegemonía es multidimensional; una de las dimensiones que la forman es la económica pero existen otras no menos importantes entre ellas la política-militar-tecnológica, la geopolítica, y la ideológica-cultural, ninguna de estas por sí solas pueden crear una situación hegemónica. Aunque hay quienes consideran que el dominio de la dimensión económica es imprescindible para el dominio de las demás, lo cierto es que todas se encuentran vinculadas y por lo tanto son dependientes; como apuntaba Mahan:

⁶⁶ Parraguez Kobek, María Luisa. *El vuelo de los halcones. La globalización neoconservadora estadounidense*, en Orozco, José Luis (coord.) *¿Hacia una globalización totalitaria?*, UNAM-Fontamara, México, 2007, p. 229.

Lógicamente separables, las necesidades políticas, comerciales y militares están en la práctica tan entrelazadas que su interacción mutua constituye un solo problema.⁶⁷

Aún cuando Alemania y Japón llegaron incluso a superar la economía estadounidense en la segunda mitad del siglo XX, difícilmente se podría asegurar que cuestionaron en algún momento el poder hegemónico de los Estados Unidos. De hecho, aunque éste último compitió en esos años con dichos países por la hegemonía económica y comercial, tenía todavía a su favor la hegemonía tecnológica-militar, política y cultural, por lo que su posición dentro del “mundo libre” siguió intacta.

La Primera Guerra Mundial fue el suceso mediante el cual Estados Unidos pudo demostrar que también detentaría la hegemonía militar; el número de efectivos estadounidenses enviados al campo de batalla, su inmensa flota naval que ya superaba entonces a la británica, así como su capacidad industrial que crecía a pasos acelerados eran prueba de ello, además de haber sido la primer potencia capaz de movilizar un cuerpo militar tan inmenso a una zona tan distante, “Ni el tamaño ni el campo de acción de esta expedición militar transoceánica tenía precedentes”.⁶⁸

El uso de la fuerza armada siempre ha sido un recurso imprescindible para conservar la hegemonía, y si bien este concepto en parte se refiere a la capacidad de imponerse más que por métodos violentos (*hard-power*), por métodos consensuales (*soft-power*)⁶⁹, es cierto también que, en última instancia, el uso del poder militar resulta igualmente efectivo para hacer valer los intereses de una nación sobre otras. Las intervenciones militares siempre han sido una constante de la política exterior estadounidense, desde la guerra con México hasta la Guerra del Golfo o la reciente guerra-invasión a Irak, han sido para los Estados Unidos una forma de mantener sus intereses en el mundo.

⁶⁷ Orozco, José Luis. *Razón de Estado y Razón de Mercado: Teoría y pragma de la política exterior norteamericana*, FCE, México, 1992, p. 236.

⁶⁸ Brzezinski, Zbigniew. *El gran tablero mundial*, Paidós, España, 1998, p. 14.

⁶⁹ “[...] *poder suave* (soft power), el cual es la habilidad de lograr reacciones deseadas en las relaciones internacionales a partir de la atracción en vez de la coerción, mientras que, por otro lado, el *poder duro* (hard power), incluyendo el uso coercitivo de la fuerza militar o de sanciones económicas, busca hacer que otros hagan lo que queremos. El poder suave ayuda a hacer que otros quieran lo que queremos.” en José Luis Orozco y Consuelo Dávila [comp.] *Globalismo e inteligencia política*, Gedisa, Barcelona, 2001, p. 136.

Por otro lado, el aparato militar no sólo se hace efectivo cuando se efectúa una guerra, es esencial para proteger el territorio nacional, también sirve como un poder de *disuasión*⁷⁰ frente a otras grandes potencias militares, sirve de igual forma para controlar zonas geoestratégicas -ya sea por su riqueza natural o por su importancia como rutas comerciales- mediante el establecimiento de bases militares, así como para apropiarse de recursos estratégicos como el petróleo, el gas, el agua, la biodiversidad y otros.

El poder disuasorio que se obtiene al contar con la vanguardia militar es un elemento clave en la búsqueda de la hegemonía mundial, no es necesario llevar a cabo una intervención armada para hacer que otros hagan lo que queremos, basta sólo con contar con el potencial necesario para llevar a cabo dicha intervención -recursos humanos, entrenamiento y tecnología militar de punta-, para que el “enemigo” piense en las consecuencias que resultarán de no acoplarse a nuestros designios, esto es parte del *hard power*, o bien, la política del “Gran Garrote” implementada por el expresidentes de Estados Unidos Theodore Roosevelt (1901-1909), y que al parecer aún sigue vigente.

Dicho lo anterior, es fácil entender la importancia de contar con una industria militar de punta; tras la Segunda Guerra Mundial y el estallido de la primera bomba nuclear sobre Japón, por ejemplo, Estados Unidos obtuvo la hegemonía militar al tener el monopolio de las armas nucleares, demostró al mundo que no era necesaria llevar a cabo una intervención militar para destruir una nación y hacerla doblegar; no fue necesario lanzar una bomba más contra otra nación, bastó con dar a conocer a sus enemigos -y a sus aliados- que contaba con tremendo poder destructivo para que aquellos se guiaran con más prudencia y más acorde con los intereses estadounidenses; había nacido la disuasión nuclear.

Aún cuando la URSS hizo estallar su primer ingenio nuclear cuatro años después de finalizada la Segunda Guerra Mundial, y su primer bomba de hidrógeno -noviembre de 1952- sólo nueve meses después que los estadounidenses resulta difícil

⁷⁰ “Política que desarrollan los sujetos de la sociedad internacional, basada en su poder, por el cual, mediante una amenaza creíble, tácita o expresa, tienden a lograr que otros sujetos de la sociedad internacional se comporten de acuerdo a sus intereses (los del disuasor), y no en forma contraria a estos”. Hernández-Vela Salgado, Edmundo. *Diccionario de Política Internacional*, Tomo I, Porrúa, México, 2002, p. 416.

decir que contaba con la superioridad militar. No sólo Estados Unidos siempre llevó la delantera en cuanto a desarrollo tecnológico militar, sino que también económicamente la carga que asumía era mucho menor; representaba solamente entre el 5% y 10% del PNB, mientras que para la URSS dicho gasto representaba entre el 10% y 20%⁷¹:

Desde fines de los años cuarenta en adelante, la URSS y EE.UU. estuvieron comprometidos en una carrera armamentista, convencional y nuclear, que suponía unos gastos crecientes, y en una carrera tecnológica, en la que, en lo que respecta a todas las principales dimensiones excepto la espacial a fines de los años cincuenta, EE.UU. tenía la delantera en el campo tecnológico, tenía la delantera en el terreno cuantitativo en la mayoría de las dimensiones.⁷²

Por lo anterior, es incorrecto afirmar que la URSS contaba con la misma capacidad tecnológica-militar que Estados Unidos, más aún si se tiene en cuenta que precisamente uno de los problemas por lo que la URSS se derrumbó fue que no contaba con la capacidad económica-tecnológica suficiente para sostener la carrera armamentista en la que se enfrascó con Estados Unidos, especialmente en la presidencia de Ronald Reagan (1981-1989), quien enfatizó el rearme con su Iniciativa de Defensa Estratégica -llamada también *Guerra de las Galaxias*-, la cual tenía como objetivo el desarrollo de nuevas armas que mantuvieran el liderazgo militar estadounidense:

[Estados Unidos] resultó ser económica y tecnológicamente mucho más dinámico, mientras que la Unión Soviética se fue estancando gradualmente y no pudo competir con efectividad ni en crecimiento económico ni en tecnología militar.⁷³

⁷¹ Halliday, Fred. *Las Relaciones Internacionales en un mundo en transformación*, Catarata, Madrid, 2002, p. 238.

⁷² *Idem.*

⁷³ Brzezinsky, Zbigniew. El gran tablero [...], *op. cit.*, p. 17.

El desarrollo de la industria militar, por otro lado, tiene también una gran importancia económica, especialmente para los Estados Unidos, por ello la hegemonía económica siempre va de la mano con la hegemonía militar. El sorprendente derrame económico, que resultó de los fuertes gastos militares durante la Segunda Guerra Mundial, dio muestra del éxito de las ideas de Keynes aplicadas al ámbito militar, lo que después se llamaría militarismo keynesiano. Al aumentar los gastos militares aumentaba también la tasa de ganancia, por lo que además de ocupar a buena parte del aparato productivo ocioso para la fabricación de armas, también aumentaban los ingresos para los trabajadores, generando además un círculo virtuoso puesto que aquellos a su vez estimulaban la economía comprando autos, viviendas, televisores, etc.

No obstante, una vez que terminara la guerra el volumen del gasto militar debía disminuir, había de encontrar una forma no sólo para continuar con el mismo gasto, sino para incrementarlo. Puesto que poco después de finalizar la guerra, la URSS ya contaba también con el arma nuclear y China estaba cerca de obtenerla resultó muy factible continuar con el gasto militar, además se hacía aún más necesario por la carrera armamentista en la que Estados Unidos y la URSS ya habían entrado; la Guerra de Corea, el “Temor rojo” desatado después del lanzamiento del primer satélite al espacio -el *Sputnik*- por parte de la URSS en 1957, la Guerra de Vietnam y la política militarista de Ronald Reagan fueron otros factores por los cuales el gasto continuó incrementándose. La “necesidad” de modernizar el cada vez más obsoleto arsenal militar daba una razón más para continuar con la *economía de guerra*:

Si el Estado se ponía a construir hospitales, una vez satisfecha la demanda no tenía sentido seguir haciéndolos. En cambio si se declara que las armas son obsoletas, la necesidad de producirlas será constante.⁷⁴

Por otro lado, y aunque parezca paradójico, la industria bélica es también productiva por su misma capacidad destructiva. En primer lugar funciona como un

⁷⁴ Cypher, James. *El militarismo keynesiano y la economía estadounidense*, en Realidad Económica No. 217, 1º de enero/15 de febrero de 2006, p. 10.

efecto multiplicador de la economía, pues aunque dicho sector crea artefactos para la destrucción de ciudades, infraestructura y vidas humanas, también crea, como ya se mencionó anteriormente, miles de empleos que ocupan a una buena parte del aparato productivo ocioso disminuyendo fuertemente el desempleo y aumentando el ingreso.

En segundo lugar, es también una válvula de escape de las tensiones propias del capitalismo, cuando comienzan las crisis y caen las tasas de ganancia; es la naturaleza del sistema, “[...] el capitalismo necesita fuerzas destructivas para destruir fuerzas productivas [...] necesita destruir para luego reconstruir y al reconstruir abrir canales de acumulación y redimensionar la acumulación. Las guerras son el resultado de este proceso.”⁷⁵ Es por ello que terminada la Segunda Guerra Mundial sobrevino un auge del capitalismo, el cual fue aún más importante para Estados Unidos pues al haber permanecido su infraestructura intacta funcionó como el más importante proveedor de materias primas, alimentos, financiamiento, así como de materiales y capital productivo necesarios para la total reconstrucción del continente europeo y de Japón; además, la mayor parte de las empresas beneficiadas por dicha tarea fueron estadounidenses.

Pero la industria militar es también productiva en tanto creadora de tecnologías que luego pueden ser aplicadas al aparato productivo. Las innovaciones tecnológicas siempre han alterado la dinámica productiva, las revoluciones tecnológicas lo atestiguan, cuanto más eficiente sea la tecnología, mayor será producción, lo cual lleva también a un mayor crecimiento económico. De igual forma, el país que tenga superioridad tecnológica será al mismo tiempo el que tenga el liderazgo militar, de nada sirve contar con las mayores fuerzas armadas si no cuentan con una tecnología militar de punta. De esta manera, tanto la dimensión militar como la económica quedan ancladas a una tercera que sería la tecnológica, ya que el desarrollo de este rubro no sólo juega un papel indispensable en la construcción de la hegemonía militar sino también en la económica, pues impacta y dinamiza la actividad

⁷⁵ Celestino Martínez, Erika. (2006) *Estructura y desarrollo tecno-económico y tecno-militar de la hegemonía estadounidense en los siglos XX y XXI*, Tesis Maestría (Maestría en Estudios en Relaciones Internacionales) UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, p. 441.

productiva. En la competencia por la hegemonía mundial el objetivo primordial es alcanzar el liderazgo tecnológico.

En un principio las innovaciones tecnológicas fueron las que revolucionaron al sector militar; con el automóvil y el ferrocarril, por ejemplo, aunque favorecieron de primera mano a la producción y al ámbito civil, después impactaron la forma en la que se llevaban a cabo las guerras al permitir un más eficiente transporte de las fuerzas armadas, alimentos, municiones, armas, etc.; el avión, por otro lado, también fue utilizado para fines productivos y civiles en primer momento, pero después fue adaptado para un uso bélico.

En los años cincuenta esta dinámica empezó a cambiar, las innovaciones militares ahora comenzaron a trasladarse al ámbito civil y a la producción, lo cual trajo grandes beneficios al sistema económico. Tras la Segunda Guerra Mundial, la administración Truman, al darse cuenta de los beneficios económicos que la industria militar estadounidense arrojaba para el país, decidió -bajo el ya muy conocido discurso de la “amenaza comunista”- seguir destinando grandes inversiones estatales a dicho sector, es así como surge lo que se conoce como el *Pentagon System*⁷⁶, dentro del cual se encuentra lo que el presidente Eisenhower, llamaría en su discurso de despedida de 1961 el complejo *Militar-Industrial*, concepto que se refiere a los diversos vínculos que existen entre el sector militar estadounidense; las grandes empresas armamentistas, aeronáuticas, farmacéuticas, etc.; el sector político y las instituciones gubernamentales; así como las universidades, centros de investigación, las grandes fundaciones y los *Think Tanks*⁷⁷ estadounidenses. Su objetivo es apuntalar la hegemonía estadounidense en todos los ámbitos.

⁷⁶ “[...] entendemos por Sistema del Pentágono, o Pentagon System en su cita inglesa, el mecanismo en el cual Estados Unidos se ha basado desde el fin de la II Guerra Mundial, en concreto desde finales de los 1940’s, para ejercer su incontestable hegemonía a nivel global, como una hiperpotencia. Se trata pues de un concepto que cabalga entre la Ciencia Política y las Relaciones Internacionales, y con nociones de Economía Política, Macroeconomía y por supuesto Política Militar, ya que el Pentágono es primero que nada y desde 1943 el edificio cede del Departamento de Defensa de los Estados Unidos.” Sánchez Hernández, Carlos. *El Pentagon System y el complejo militar-industrial estadounidenses: una aproximación*, [en línea], Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2009, [citado 15-01-2011], Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas [núm. 23], formato PDF, disponible en Internet: <http://www.ucm.es/info/nomadas/>, ISSN 1578-6730.

⁷⁷ El término *Think Tanks* hace referencia a las instancias intelectuales corporativas creadas tanto por el sector empresarial como por el gubernamental y por medio de los cuales establecen nexos; el término surgió desde la Primera Guerra Mundial y “[...] aludía originalmente a un sitio cerrado y seguro como el interior de un tanque de guerra dentro del cual se podían discutir estrategias y maniobras militares.

El resultado de tal entramado y sus transferencias de información e investigaciones, dieron como resultado un impresionante desarrollo tecnológico que ha colocado a los Estados Unidos desde la segunda mitad del siglo XX como el garante de la superioridad tecnológica militar; no obstante, resultó que dichas innovaciones también podían ser aplicadas al ámbito civil, es así como el Departamento de Defensa estadounidense crea el concepto de *tecnología de uso dual*, “[...] que alude a la aplicación tecnológica militar y civil, y permite construir una situación de superioridad, tiene como principal característica el surgimiento de los descubrimientos científicos y los desarrollos tecnológicos de los laboratorios del DoD [Departamento de Defensa estadounidense], en colaboración con las empresas y las universidades.”⁷⁸ Es así como las tecnologías militares pasaron también a ser útiles en el plano civil y económico, afectando con ello el sistema productivo.

Algunos ejemplos destacados fueron las microondas, descubiertas en un submarino norteamericano que las usaba para detectar submarinos enemigos al observar que éstas producían calor localizado y otras aplicaciones; el radar militar fue perfeccionado para ser usado por los aviones de combate, y de esto se benefició la aviación civil y otros sectores; el láser tuvo una fase de experimentación militar en los 1950’s hasta alcanzar las enormes aplicaciones civiles que hoy tiene; la astrofísica y la astronáutica, al igual que la tecnología espacial (transbordadores espaciales) se iniciaron en EE.UU. con intenciones fundamentalmente militares; y por último la más mediática y conocida aplicación civil de tecnología punta transferida del campo militar: la Ciencia de la Informática, cuyos avances actuales se deben a programas militares desarrollados

Posteriormente, el término think tank se empezó a utilizar coloquialmente en la Segunda Guerra Mundial y se refería a los centros o institutos de discusión, de investigación o de asesoría que se multiplicaron a raíz de los grandes conflictos internacionales para llenar un vacío analítico entre la academia y los gobernantes.” Parraguez Kobek, María Luisa. *Los intelectuales corporativos y los Think tanks del nuevo milenio*. en José Luis Orozco y Consuelo Dávila (comp.) *Globalismo e inteligencia política*, Gedisa, España, 2001, p. 164.

⁷⁸ Ceceña, Ana Esther. “Estrategias de dominación y planos de la construcción de la hegemonía mundial.” en Julio Gambina (coord.) *La globalización económica-financiera y el impacto en América Latina, estrategias de regulación y respuestas sociales y políticas del movimiento popular*. CLACSO, Buenos Aires, 2002, cit. opus., Celestino Martínez, Erika. (2006) *Estructura y desarrollo tecno-económico y tecno-militar de la hegemonía estadounidense en los siglos XX y XXI*. Tesis Maestría (Maestría en Estudios en Relaciones Internacionales)-UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, p. 322.

desde finales de los 1940's. El ejemplo más destacado es Internet, que surgió como un programa militar en 1968 [...] ⁷⁹

Dadas sus características, las tecnologías de uso dual tienen importancia fundamental en la construcción de la hegemonía económica y militar. Un claro ejemplo de la importancia económica de este tipo de tecnologías es el desarrollo de la ingeniería financiera, la cual no habría evolucionado tanto de no haber sido por el Internet; gracias a esta tecnología el comercio y las transferencias financieras han aumentado, y el sistema productivo ha evolucionado, acelerándose cada vez más. En esto radica la importancia del desarrollo tecnológico-militar.

2.3. El expansionismo ideológico-cultural estadounidense en el siglo XX.

Al término de la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos ya contaba con el dominio político (mediante la creación de la OTAN, la OEA, la ONU, incluso el Plan Marshall, estaba dando forma al nuevo orden mundial), el económico (se había convertido en el centro financiero-económico mundial, incluso ideó la nueva arquitectura financiera internacional con la creación del FMI, el BM y la supremacía del dólar, y posteriormente la OMC) y militar (en este caso ostentaba la supremacía en tecnología militar de punta que además tuvo una aplicación dual). No obstante, el dominio ideológico-cultural resulta determinante para la obtención de la hegemonía, más que por la vía de la coerción, por la obtención del liderazgo por consenso; la hegemonía cultural es de gran importancia pues le permite imponer su modo de vida social y material, así como su perspectiva ideológica y su cosmovisión.

Aún cuando en la primera mitad del siglo XX Estados Unidos ya se perfilaba como una gran potencia militar, económica e incluso política (lo demuestra su participación en la construcción de la Sociedad de Naciones en 1919 y el parcial reconocimiento de la Doctrina Monroe por parte de los Estados europeos), dentro del ámbito ideológico-cultural no figuraba influencia americana alguna. Los intelectuales

⁷⁹ Sánchez Hernández, Carlos. El Pentagon System [...], *op. cit.*

Europeos, y la población en general, consideraban a los Estados Unidos como un país culturalmente atrasado. En general, salvo algunas excepciones, los estadounidenses eran considerados gente inculta que sólo se interesaba por la riqueza material y que pasaba sus ratos de ocio en pasatiempos “superficiales, vulgares y socialmente amorales” -como burdeles, juegos de apuestas y el alcohol. El estereotipo que los europeos tenían sobre los americanos era el de el típico *frontierman* -aunque sólo la parte “negativa”-, salvaje e inculto, que aunque de hecho llegó a ser una clave importante en la formación de la identidad estadounidense, para nada se asemejaba a los hombres del poder, los empresarios y los intelectuales harvardianos estadounidenses del este industrial.

No había expresiones artísticas estadounidenses que los europeos llegaran a considerar importantes, de hecho ni siquiera se tomaban la molestia de revisar lo que sucedía cultural y artísticamente en los Estados Unidos pues, desde su pensamiento eurocéntrico, consideraban que cualquier expresión artística proveniente de este país sería simplemente una copia del arte europeo.

En el ámbito de la filosofía, el *universo de hierro* de la filosofía europea con su positivismo cargado de historicismo, humanismo, ideologías y una total rigidez doctrinaria, era considerado sumamente superior a la nueva “corriente filosófica” que surgía en Estados Unidos, el pragmatismo, que, derivado del empirismo y utilitarismo británico y cargado de las tradiciones liberales conservadoras europeas, postulaba, según William James, “[...] un pluriverso abierto de plástico dentro del cual las voluntades individuales ejercen plenamente su libertad.”⁸⁰ Para los intelectuales europeos ocuparse siquiera del pragmatismo, al que consideraban una filosofía de segundo rango intelectual, resultaba una pérdida de tiempo y una ofensa a su valuarde filosófico.

Nuevamente va a ser el final de la Segunda Guerra Mundial y la victoria aliada lo que cambiará este panorama tan negativo para la cultura y filosofía estadounidense. Resultaban necesarias una reeducación y aculturación de la Europa de posguerra, con tintes americanos y bases pragmáticas, no sólo para imponer el modo de vida estadounidense e implantar los principios de comercialidad,

⁸⁰ Orozco, José Luis. *El siglo del pragmatismo político*, UNAM-Fontamara, México, 2004, p. 28.

mercabilidad, competitividad y democracia liberal acordes a sus intereses, sino también para combatir y erradicar las “ideologías totalitarias” contrarias que proliferaban y predominaban en las sociedades europeas de la posguerra - principalmente en los círculos de intelectuales-, y que amenazaban con arrebatarle tan importante campo de influencia a los Estados Unidos a favor de la Unión Soviética, se trataba del nuevo enemigo de la democracia y el libre mercado: el marxismo y el comunismo en todas sus vertientes.

Al finalizar la guerra, crecía la decepción por parte de la sociedad europea sobre sus sistemas filosóficos y políticos que habían conducido al continente al totalitarismo y al fascismo, y con ellos a dos grandes conflagraciones en menos de 50 años y que habían llevado a los pueblos europeos al borde del suicidio. Sus sistemas de pensamiento filosófico-político -totalitarios y utópicos- habían demostrado su ineficacia, por lo que se hacía necesario encontrar nuevas propuestas.

El marxismo y el comunismo llegaron a ocupar el vacío que la intelectualidad política europea sentía en esos años, sus promesas de una paz duradera, de una sociedad más igualitaria con base en la intervención del aparato estatal en todos los ámbitos de la economía y la eliminación de la propiedad privada, que se oponían completamente al proyecto democrático-liberal y de libre mercado estadounidense, resultaron muy atractivas para un enorme porcentaje de los intelectuales europeos que ya entonces formaban clubes de discusión pro-marxistas o que apoyaban a la Internacional Comunista, o bien, grupos influenciados por el pensamiento de Jean Paul Sartre* -personaje que dominaba el escenario intelectual del momento-;

* Sartre fue uno de los intelectuales franceses a los cuales Raymond Aron atacaba y rebatía con más frecuencia; cabe mencionar que en un principio, en vísperas de la guerra Aron se encontraba dentro de las corrientes intelectuales del primero, era un intelectual socialista; no obstante, al finalizar la guerra hace su conversión al ala derecha pro-estadounidense y anti-comunista, la traducción en 1947 del libro de su amigo, el intelectual orgánico estadounidense James Burnham, titulado *The Managerial Revolution* (La Revolución Gerencial), que será una obra clave para el posterior adoctrinamiento de los intelectuales europeos, así como su proximidad con la *Intelligentsia americana*, fueron quizá puntos clave para su conversión, gracias a su pro-americanismo se ganó el título del *primer intelectual orgánico del nuevo noratlantismo* [véase Orozco, José Luis. El siglo del [...], *op. cit.*, p. 211], lo cual a su vez hace que se convierta en uno de los principales importadores europeos de las tesis de los *New York Intellectuals*, y con ello del pragmatismo estadounidense, así como miembro fundacional del Congreso por la Libertad de la Cultura, punta de lanza del expansionismo cultural estadounidense en la segunda mitad del siglo XX. Participó como orador en la Conferencia Internacional de Milán en 1955, al lado de Hugh Gaitskell, Michael Polanyi, Sidney Hook y Friedrich von Hayek, este último considerado el padre del neoliberalismo.

Raymond Aron, uno de los principales importadores del modelo intelectual estadounidense criticaba a este grupo:

Están orgullosos de no ser intelectuales de torre de marfil sino de hallarse, al contrario, “comprometidos” en la lucha social [...] Se consideran a sí mismos como la oposición intelectual tanto del Stalinismo como del Americanismo [...] Profesan la visión del Pacto Atlántico como si fuera la brecha abierta que permitirá inundar las culturas europeas de una cultura americana inferior y producida en masa [...] Al visualizar esa cultura como la amenaza del pensamiento serio y el arte desinteresado, los intelectuales europeos caen en la caricatura de la Coca-Cola que sustituye al más noble producto de la región [...] ⁸¹

Había, pues, que alejar a los intelectuales europeos de ideologías disidentes y contrarias a los intereses estadounidenses, era necesario alejarlos de los racionalismos, totalitarismos, nacionalismos y fundamentalismos europeos y soviéticos; e inculcar el mercabilismo, monetarismo, librecambismo, la desregulación, la liberalización, la privatización y la globalización impulsadas por el modelo ideológico estadounidense. Es así como los principales intelectuales pragmáticos de Estados Unidos en conjunto con intelectuales europeos “pro-americanos”, se dan a la tarea de construir el “*Siglo Americano*” opuesto a los órdenes revolucionarios, tanto a la Revolución Francesa y su ilustración, como al socialismo de la Revolución Bolchevique; y a los totalitarismos del Comunismo y el Fascismo. Se trataba de exportar hacia Europa y sus intelectuales el pragmatismo político estadounidense favorecedor de los flujos de mercancías e inversiones, del mercado, el consumo, la ciencia, el dinero, el individualismo y la democracia liberal.

Con el objetivo de contrarrestar en Europa la influencia y propaganda soviética del Movimiento por la Paz,^{*} así como para favorecer el adoctrinamiento y la

⁸¹ Orozco, José Luis. El siglo del [...], *op. cit.*, p. 212.

* El “Movimiento por la Paz”, fue organizado por la URSS a través de la Kominform (Oficina de Información de los Partidos Comunistas y Obreros), organismo soviético que jugó un importante papel en la movilización ideológica y la propaganda en países comunistas. Dicho movimiento criticaba fuertemente a los Estados Unidos por ser un país belicista y detentador de las armas nucleares -lo cual es contradictorio si tenemos en cuenta que la URSS también las poseía-, pugnaba por una paz duradera y la

aculturación de la sociedad europea desde una visión estadounidense, los Estados Unidos comenzaron a formar ya en el ocaso de la Segunda Guerra Mundial un programa secreto de propaganda ideológica-cultural que integraba a diversos de los *New York Intellectuals*, los cuales se encargarían de crear y esparcir en el continente europeo una ideología anticomunista y pro-americana que resultara aceptable tanto para los integrantes de la derecha conservadora como para la izquierda reformista.

Este proyecto se institucionalizó en lo que se conoce como el Congreso por la Libertad de la Cultura (CLC) o *Kongress für Kulturelle Freiheit*, creado en Berlín en la zona de ocupación estadounidense en 1950, el cual fungió como el principal instrumento de la “guerra fría cultural” y fue punta de lanza del expansionismo ideológico-cultural estadounidense en la Europa de la posguerra; Michael Josselson, oficial de la CIA fue quien lo dirigió entre 1950 y 1967; integrado por intelectuales, escritores, artistas, periodistas e investigadores, su principal objetivo era la derrota ideológica del comunismo y el marxismo:

[...] el Comité por la Libertad de la Cultura [...] encabeza, bajo la idea de defensa común, una decisiva contrarrevolución ideológica para extirpar, de una vez por todas, los vestigios e insinuaciones radicales de la modernidad liberal y secular señoreante todavía en “un vasto sector del mundo civilizado” y vuelta la compañera de viaje del enemigo ahora último, el totalitarismo.⁸²

Fundado por los principales teóricos anticomunistas como Melvin Lasky, Raymond Aron, James Burnham, Daniel Bell, Karl Jaspers, Léon Blum y Sidney Hook, el CLC promovía la democracia liberal estadounidense como el verdadero garante de la libertad, induciendo a la vez el temor en los intelectuales a caer en la censura de los regímenes totalitarios como el soviético; por ejemplo, en una editorial de la revista *Cuadernos por la Libertad de la Cultura*, portavoz latinoamericano de la diplomacia cultural estadounidense, se leía:

prohibición de las armas nucleares, razón por la cual atrajo la atención y el apoyo de muchos intelectuales.

⁸² Orozco, José Luis. El siglo del [...], *op. cit.*, p. 130.

Lo espantoso [...] no es sólo que se prive de la vida o de toda la libertad a los hombres de ciencia, a los escritores y los poetas, a los artistas, sino que se aniquile también en ellos o con ellos la obra que representan y se prive a los demás hombres de su conocimiento y disfrute. ¿No se piensa con horror en lo que hubiera sido de un Shakespeare, de un Cervantes, de un Goethe, de un Dostoievsky bajo uno de esos totalitarismos?.⁸³

El CLC fue planeado de forma que tuviera una repercusión global, no sólo incluía a personalidades de todo el mundo (entre ellos, además de los fundadores, Irving Kristol, George Orwell, Edgar Morin, Eric de Dampierre, Thomas Mann, Aldous Huxley, Carlos Fuentes, Luis Borges, Ernesto Sábato, Gabriela Mistral, Octavio Paz, entre muchos otros), sino que también tenía células en otros países del Tercer Mundo que tenían la misión de difundir la ideología y cultura estadounidense en sus respectivos países mediante revistas especializadas,* columnas de opinión en diversos periódicos, debates mediatizados y la presencia de profesores e intelectuales pro-americanos en las universidades y otros círculos sociales. No obstante, el campo de acción más importante fue Europa.** Siendo financiado por la CIA -principal promotora de la *pax americana*- y otras poderosas instituciones y Fundaciones como la Rockefeller, Ford, Carnegie, Kaplan, entre otras, el CLC no tuvo impedimentos para realizar semejante empresa global:

⁸³ Ruiz Galvete, Martha. *Cuadernos del Congreso por la Libertad de la Cultura: anticomunismo y guerra fría en América Latina*, [en línea], Francia, 2006 [citado 18-03-2010] El Argonauta Español, [núm. 3], formato HTML, disponible en Internet: <http://argonauta.imageson.org/document75.html>, ISSN 1765-2901.

* Se puede decir que la revista *Commentary* es la oficial del Congreso por la Libertad de la Cultura, fue dirigida por Irving Kristol y Norman Podhoretz; la revista *Symposium* creada por James Burnham; la revista *Encounter*, la francesa *Preuves*, la austriaca *forum*, la italiana *Tempo Presente* y la alemana *Der Monat*; la revista estadounidense *Time-Life*; la revista *Nuevo Mundo* y los *Cuadernos por la Libertad de la Cultura* en América Latina, dirigida por el novelista Julián Gorkin. Se dice que la revista mexicana *Letras Libres* también es subvencionada en la actualidad por la CIA [ver *La presentación de la Revista 'Letras Libres' desencadena la ira de la izquierda radical*, en periódico El País, 03/12/2002].

** En los países del Tercer Mundo, -de América Latina, Asia y África- llevaban a cabo otros mecanismos ya conocidos dirigidos hacia el mismo objetivo y en los que la CIA también estuvo involucrada: el derrocamiento de gobiernos izquierdistas como el del primer ministro Mossadegh en Irán, en 1953; el de Salvador Allende en Chile, en 1973; el de Arbenz en Guatemala, en 1954; el de Lumumba en el Congo; así como el apoyo a regímenes dictatoriales como el de Pinochet, en Chile; Anastasio Somoza, en Nicaragua; Trujillo en Rep. Dominicana; Idi Amin, en Uganda; etc.

En su momento álgido, el Congreso por la Libertad de la Cultura tuvo oficinas en 35 países, contó con docenas de personas contratadas, publicó artículos en más de veinte revistas de prestigio, organizó exposiciones de arte, contaba con su propio servicio de noticias y de artículos de opinión, organizó conferencias internacionales del más alto nivel y recompensó a los músicos y a otros artistas con premios y actuaciones públicas.⁸⁴

Se realizaron seminarios, programas de investigación, revistas de opinión, círculos de discusión que reunían a políticos, profesores universitarios, intelectuales y estudiantes; siempre adulando e impulsando el modelo económico, político, ideológico y cultural estadounidense. Clubes como el *Jean Moulin* (Georges Suffert, Jean- Jacques Servan-Schreiber), el *Club Citoyens 60* (Jacques Delors) y el *Círculo de Tocqueville* (Claude Bernardin) se encargaban de ese trabajo⁸⁵.

También se otorgaban becas a estudiantes europeos para estudiar en Estados Unidos con la única condición de ser fiel a la lucha anticomunista; Daniel Bell, intelectual pragmático -proclamador del fin de las ideologías decimonónicas europeas, a favor del pragmatismo estadounidense- era quien se encargaba de reclutar a los intelectuales que engrosarían el círculo de la nueva intelectualidad pragmática noratlántica; mientras tanto Raymond Aron fungió como el principal importador y defensor de las tesis de los *New York Intellectuals*, fue uno de los principales teóricos anticomunistas.

Las artes y cultura estadounidense fueron impulsadas en toda Europa desde el final de la Segunda Guerra Mundial y durante todo el periodo de la Guerra Fría, primero con los objetivos de eliminar la perspectiva tan negativa que tenían los europeos respecto de aquella, y para implantar una directriz cultural al estilo estadounidense que ha perdurado hasta nuestros días. Así, en el periodo de la posguerra eran llevadas exposiciones de arte y literatura de Estados Unidos al público europeo que se quedaba sorprendido al darse cuenta de la falsedad de muchos de sus

⁸⁴ Saunder, Frances Stonor. *La CIA y la guerra fría cultural*, Debate, Madrid, 2001, p. 13.

⁸⁵ Véase, Bonneau, Denis. *Cuando la CIA financiaba a los intelectuales europeos*, [en línea], Francia, Red Voltaire, 2005 [citado 25-03-2011] formato HTML, disponible en Internet: <http://www.voltairenet.org/article126492.html>.

estereotipos; de igual forma llevaron músicos estadounidenses, en especial grupos de *jazz* y *blues* de negros, esto para terminar de una vez con las creencias -no del todo falsas- acerca del racismo entre la sociedad estadounidense.

Presentado como arte de vanguardia y exponente predilecto de la ideología y cultura estadounidenses, los dirigentes de esta guerra fría cultural promovieron tanto en Estados Unidos como en Europa el *expresionismo abstracto*, corriente artística considerada de origen estadounidense y cuyo principal expositor es Jackson Pollock - aunque Arshile Gorky, armenio radicado en Estados Unidos, fue pionero en esta corriente.* Surgido en los años 40, el *expresionismo abstracto* tiene sus raíces en el *surrealismo*.

El arte de Pollock encajaba perfectamente en lo que se quería mostrar culturalmente al mundo, su estilo pictórico libre, basado principalmente en la técnica de *action painting*, estilo por el que es más conocido: abstracción informal, libre, basada sobre la técnica de chorrear, manchar y embarrar pintura sobre la tela, expresaba la ideología anticomunista de la libertad y la libre empresa; proyectaba el individualismo, la libertad, la elasticidad, la practicidad, la superficialidad, el antifundamentalismo y el antidogmatismo de la democracia liberal y el pragmatismo estadounidense.

Siendo Pollock un estadounidense tan arquetípico, el expresionismo abstracto del cual era el mayor exponente cobró también una identidad especialmente estadounidense:

Nacido en un rancho de ovejas de Cody Wyoming, entró en el panorama neoyorquino como un vaquero, -hablando a voz de grito, bebiendo como un cosaco, abriéndose paso a balazos desde el salvaje Oeste- [...] este era un pasado

* Jackson Pollock (1912-1956), a diferencia de Arshile Gorky, si era de nacionalidad estadounidense, nació en Cody, Wyoming. En 1929 se trasladó a Nueva York para estudiar pintura en el Art Students League, a finales de los años 30 y principios de los cuarenta Pollock comenzó a interesarse en el arte surrealista y abstracto, lo cual influyó en gran medida en sus obras posteriores en las que adoptó técnicas y expresiones artísticas más libres, de las cual se consagró como el máximo exponente: la del *action painting* (técnica que consiste en derramar, gotear o lanzar pintura sobre los lienzos) y el expresionismo abstracto. Algunas de sus obras más representativas fueron “*Mujer Luna*” 1942, “*Number 1*” 1948, “*Blue Poles*” 1952 y “*Number 32*” 1950.

mítico [...] Pero la imagen era tan conveniente, tan americana que todos creyeron en ella.⁸⁶

De esta forma ambos, el artista y el arte, pasaron a convertirse en uno de los más importantes íconos de la cultura estadounidense.

Nueva York no sólo se había convertido en el centro económico y político mundial sino también cultural; el *Museum of Modern Art* se convirtió en el corazón del arte estadounidense y como tal fue apoyado por el Congreso por la Libertad de la Cultura, grandes fundaciones estadounidenses como la Rockefeller y por su puesto la CIA. La “ocupación artística” del continente Europeo por los Estados Unidos no se hizo esperar, “En estrecha colaboración con la CIA, el MoMA [Museum of Modern Art] y la Fundación Rockefeller organizaron el desembarco triunfal del expresionismo abstracto en las ciudades principales del viejo continente”.⁸⁷

Poco a poco, el pensamiento europeo -político, económico, intelectual y cultural- fue cediendo ante una homologación noratlántica de las ideas en la que el pragmatismo estadounidense fungía como el principal motor ideológico. Ni siquiera el escándalo que surgió tras el descubrimiento del financiamiento del CLC por parte de la CIA en 1996,^{*} evitó el triunfo estadounidense en la obtención de la hegemonía cultural e intelectual pragmáticos; más aún, los intelectuales que habían sido parte del movimiento salieron al auxilio del CLC. Arthur Schlesinger, desde una posición pragmática justificaba:

[...] el comunismo es un credo aburrido y escuálido, cansado, fragmentado y salvo lugares y circunstancias muy excepcionales, completamente incapaz de inspirar a nadie. ¿Merece la pena cuestionar que la CIA contribuyera a ello mediante

⁸⁶ Saunder, Frances Stonor. La CIA y la guerra [...], *op. cit.*, p. 354.

⁸⁷ Bonneau, Denis. Cuando la CIA [...], *op. cit.*

* En ese año el *New York Times* publicó diversos artículos donde se sacaba a la luz dicha financiación que hasta entonces se había mantenido en secreto. Muchos de los intelectuales que habían servido al CLC hasta entonces no estaban enterados, otros lo sospechaban; de cualquier forma, se argumentó que aún cuando la CIA había financiado al CLC, los intelectuales participantes siempre habían trabajado en completa libertad sobre cualquier tema; en palabras de Sidney Hook: “El libre mercado de las ideas no fue amordazado sino expandido a círculos más y más amplios en los cuales nadie representaba a nadie sino a sí mismo.” Orozco, José Luis. El siglo del [...], *op. cit.*, p. 216.

subsidios a la inteligencia anticomunista mundial para que esta pudiera hacer mejor lo que de cualquier manera estaba haciendo [...] Que el gobierno de los Estados Unidos se hubiera colocado santurronamente aparte de este punto [...] me habría parecido mucho más vergonzoso [...] Mi percepción es que los desembolsos de la CIA estaban plenamente justificados en el momento que empezaron.⁸⁸

En la construcción de dicha hegemonía cultural e intelectual, el CLC fue clave en dos décadas determinantes en las que, por un lado, pudo alejar las ideologías comunistas y marxistas de la sociedad intelectual europea, mientras que, por otro lado, fijó las directrices intelectuales a seguir no sólo por el intelectual europeo sino por todo el mundo. Aún cuando las subvenciones por parte de la CIA y otras instituciones hacia el CLC expliquen en buena parte el éxito estadounidense en esta “guerra fría cultural”; no debe olvidarse que el verdadero motor de esta empresa siempre fue la estrategia bien estructurada -por parte de los intelectuales pragmáticos- que edificó las grandes redes de injerencia intelectual en Europa que no sólo sobrevivieron a la disolución del CLC sino que han llegado hasta la actualidad. Esa inteligencia pragmática conforma actualmente el complejo corporativo-cultural de las universidades y los *think tanks* estadounidenses, y se erigen como los principales impulsores de la cultura estadounidense.

Los años del CLC dan testimonio con sus simposios y publicaciones de “[...] las recomposiciones y reacomodos hegemónicos de la segunda mitad del siglo XX y no la continuación orgánica de las ideas de los siglos XVIII y XIX [...] el pragmatismo resume el papel de mecanismo intelectual arbitral, liberal de justo medio y supraideológico que se confiriera desde cerca de un siglo atrás [...]”.⁸⁹

El pragmatismo -definido como una *ciencia elástica*, “amoldable” según las circunstancias nacionales, mundiales y según los intereses en cuestión- se opone a todo tipo de fundamentalismos, ideologías estáticas y dogmas políticos o económicos; no obstante se reserva un espacio dogmático donde unas “reglas del juego” (*rules of*

⁸⁸ Orozco, José Luis. El siglo del [...], *op. cit.*, p. 216.

⁸⁹ Orozco, José Luis. El siglo del [...], *op. cit.*, p. 218.

the game) imponen límites que deben ser respetados. El pragmatismo terminó precisamente por amoldar las antiguas ideologías europeas a dichas reglas para poder instalarlas o desinstalarlas en el momento preciso sin causar oposición.

El pragmatismo llegó a Europa como la ideología expansionista de la cultura y pensamiento estadounidenses en contra de todo lo europeo y soviético, llegó a deconstruir los paradigmas reinantes para después construir uno nuevo y propiamente americano. Exaltador de las ciencias de la toma de decisiones (policy-making), de las ciencias exactas y de la tecnología, el pragmatismo se instaló en los círculos intelectuales europeos confinando a la antes reinante filosofía hacia la literatura y las “discusiones superficiales”, llegó asimismo a imponer, en contra de los viejos nacionalismos adoradores del Estado y la nación, un nacionalismo económico garante del libre mercado que se deja ver en todos los ámbitos, la cultura, la política y la religión.

Con *El Fin de la Historia*, Francis Fukuyama termina por otorgarle a la historia una característica evolucionista dentro de la cual toda nación debe desenvolverse; al mismo tiempo establece las pautas y modelos económicos, políticos, sociales y culturales que deben seguirse para llegar a la anhelada cúspide evolutiva. De esta forma el pragmatismo adquiere el estatus de “vía única ideológica”:

¿Qué mejor noticia para el nuevo pragmatismo que ratificar de una vez por todas que, ya en el mundo, no hay ahora ninguna ideología con pretensiones de universalidad que esté en posición de desafiar la democracia liberal y ningún otro principio universal de legitimidad que la soberanía del pueblo [...].⁹⁰

La actual homogeneidad en las ideas políticas, económicas, ideológicas y culturales, así como un estilo de vida mercabilista e individualista, venerador del ocio y el consumo, dan idea de la hegemonía mundial alcanzada por el pensamiento estadounidense ahora único, que se expresa como el fenómeno de la globalización.

⁹⁰ Orozco, José Luis. El siglo del [...], *op. cit.*, p. 263.

Capítulo 3.

El expansionismo cultural estadounidense en el siglo XXI.

Los límites de la hegemonía.

3.1. El monopolio de las empresas estadounidenses en la información.

La supremacía en el ámbito tecnológico es indispensable en la construcción de la hegemonía; contar con aquella garantiza -a sus poseedores- al mismo tiempo una superioridad militar, y la posibilidad de dinamizar la actividad productiva gracias a las innovaciones tecnológicas que pueden ser aplicadas a diferentes ámbitos del sector productivo. Inclusive la producción de tecnología militar beneficia e incentiva la producción y la economía gracias a las *tecnologías de uso dual*.

Por otro lado, el contar con la supremacía tecnológica debe ser un requisito imprescindible para la obtención del dominio de otro ámbito de la hegemonía: el ideológico-cultural. La supremacía en la tecnología permite a un país como Estados Unidos poseer el dominio -si no total sí mayoritario- de los *mass media* y del sector de la información a nivel planetario, lo cual a su vez facilita el dominio político-ideológico-cultural. “[el control de las comunicaciones] da el poder para controlar el comercio mundial y [...] facilita el tipo de actividades que interesan a los que tienen el poder.”⁹¹

Para Noam Chomsky, los *mass media* se han convertido en el mecanismo principal de la hegemonía cultural pues son un recurso para el control de las ideas que se encuentra en una estrecha relación con los principales sustentadores del poder. Según Chomsky las noticias dejan de ser parte de la realidad al ser transmitidas de forma que se adecuen a los intereses de aquellos, dejando a un lado todos los demás conocimientos que no favorecen a sus planes; lo hacen mediante la selección de los temas, anunciando los que más les interesan, ajustando los debates a ciertos límites a través de la filtración de la información. Los medios de comunicación, asociándose con otros grupos de la élite como las grandes empresas y el sector gubernamental, determinan, seleccionan, restringen y amoldan los hechos con el fin de servir a los sus intereses y para mantener la pasividad y la sumisión de las clases populares:

⁹¹ Schiller, Herbert. *La diplomacia de la dominación cultural y la libre circulación de la información*, [en línea], España, Universitat Autònoma de Barcelona, 1986, [actualización 25-06-2008], [citado 26-03-2011], *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, [núm. 10/11], p. 70 formato PDF, disponible en Internet: <http://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n10-11p67.pdf>, ISSN 0211-2175

Los gerentes culturales (editores, columnistas principales, etc.) comparten intereses de clase y asociaciones con dirigentes empresariales y del Estado y otros sectores privilegiados [...] El acceso a las autoridades estatales es importante para mantener una posición competitiva; las filtraciones de noticias, por ejemplo, son a menudo hechas y trampas producidas por las autoridades con la cooperación de los medios de comunicación [...] ⁹²

Por su parte, Walter Lippmann en su obra *La opinión pública*, habla de “fabricación del consentimiento”, que consiste en una técnica para el control de la población de gran utilidad para la democracia, ya que la mayoría de la población no cuenta con un nivel intelectual adecuado para darse cuenta de lo que en verdad es necesario e importante atender; en este sentido quienes “fabrican el consentimiento” son una minoría, la “clase especializada”, la cual está conformada por quienes se encuentran en la toma de decisiones y dirigen el sistema político, económico e ideológico de un país; éstos no sólo se sirven de los medios de comunicación para sus propósitos, sino que sus mismos dueños forman parte de esta clase.

Según Lippmann, dentro del proceso de la “fabricación del consentimiento”, la realidad es en ocasiones alterada de tal forma que favorezca a los intereses de la “clase especializada”; esta falsificación de la realidad no es generalmente percibida por la población pasiva, a la cual llama “el rebaño desconcertado”, por lo que éste termina por aceptar la realidad planteada por aquellos sin mayor cuestionamiento. Ante esto, Lippmann dice como diferenciar lo noticioso de lo verdadero, para ello señala que:

[...] verdades noticiosas no son la misma cosa [...] Las noticias tienen la misión de señalar sucesos, mientras que las verdades tienen la misión de sacar a la luz hechos ocultos, poner de manifiesto las relaciones que los vinculan entre sí y proporcionarnos una imagen de realidad en base a la cual podamos actuar. ⁹³

⁹² Chomsky, Noam. *Lo que realmente quiere el tío Sam*, Siglo XXI, México, 1999, p. 109.

⁹³ Lippmann, Walter. *La opinión pública*, Langre, Madrid, 2003, p. 289.

Lippmann habla también de la importancia de contar con el monopolio de las comunicaciones en general:

La monopolización de las telecomunicaciones, puertos, gasolineras, pasos de montaña, canales estrechos, cursos de ríos, terminales y mercados supone más que el enriquecimiento de un grupo de empresarios o el prestigio de un gobierno [...] supone una barrera para el intercambio de noticias y opiniones.⁹⁴

La prensa junto con las agencias de noticias, han sido de los medios de comunicación más importantes aún hasta la actualidad, pese al surgimiento de nuevas tecnologías de la información más complejas como el Internet. Basta decir que tan solo, a comienzos del presente siglo, las dos terceras partes de las noticias que se publican alrededor del mundo siguen siendo aportadas por las agencias de noticias. De hecho también gran parte de la información noticiosa que se publica en los medios electrónicos es de las agencias tradicionales -ya sea porque muchos de esos medios no tienen la capacidad de contar con sus propios reporteros y redactores en varias partes del mundo o porque los gastos que eso implicaría rebasarían por mucho los de acudir a las agencias.⁹⁵

A principios del siglo XX el cártel europeo de la británica Reuters, la francesa Agence France Presse (AFP) anteriormente France Presse (FP) y Havas, y la alemana Wolff, mantenían el monopolio de la información y las noticias a nivel mundial. Las agencias estadounidenses Associated Press (AP) y la United Press International (UPI), intentaron por años romper sin mucho éxito dicho cártel, una de las causas de su fracaso era el dominio que tenían los británicos sobre los cables transoceánicos. Aún cuando la AP llegó a penetrar en Europa lo hizo en condiciones de inferioridad. Sin embargo, en América Latina pudo entrar con mayor éxito en 1918 gracias a la firma de un acuerdo con Havas -agencia francesa que después creó la FP; aunque en general continuó teniendo una menor participación.

⁹⁴ Lippmann, Walter. La opinión [...], *op. cit.*, p. 162.

⁹⁵ Véase, Muro Benayas, Ignacio. *Globalización de la información y agencias de noticias: entre el negocio y el interés general*, Paidós, España, 2006 p. 21.

Resulta evidente que los Estados Unidos llegaron a preveer el inmenso poder que tendría de monopolizar el mercado de la información, así como lo ventajoso que resultaría para la construcción de su hegemonía ideológica-cultural. De hecho, uno de los motivos por el cual en la segunda mitad del siglo XX llegó a desarrollar y monopolizar con grandes subsidios gubernamentales la comunicación vía satelital, fue el haberse percatado de la importancia que tenía para Gran Bretaña el dominio de los cables transoceánicos que comunicaban a todo el imperio británico.

Al terminar la Primera Guerra Mundial, la agencia Wolff se debilitó, quedando la Reuters, la UPI, la AP y la Havas como las cuatro más importantes agencias a nivel mundial. Después de la Segunda Guerra Mundial y con el debilitamiento de Francia e Inglaterra, sólo la AP y la UPI quedaron como las principales agencias, por lo que Estados Unidos se posicionó como potencia en el ámbito de la información y la comunicación. Surgió a su vez la agencia de noticias de la ya desaparecida Unión Soviética, la TASS, la cual, según un estudio de la UNESCO en 1953 llamado *Les Agences Télégraphiques d'Information*, cubría una porción territorial en la que se encontraba el 30.9 % de la población. Entre la TASS, la AP, la UPI, Reuters y AFP, cubrían, según el mismo informe, el 98.7 de la población del mundo.⁹⁶

Desde antes que terminara la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos, con el objetivo de minar el cártel de las agencias europeas y competir en el mercado de la información, apoyó la doctrina del “Libre flujo de la información” (*free flow*), propuesta por las grandes asociaciones de prensa y sus editores; “[...] esta doctrina suponía, en el plano internacional, la supresión de todos los obstáculos político-jurídicos que la división entre Estados podría oponer al poder de las empresas de información para constituirse y funcionar según sus propios criterios, y para investigar y distribuir por doquier y sin trabas elementos de información (noticias y opiniones)”.⁹⁷

⁹⁶Véase, López-Escobar Fernández, Esteban. *Análisis del nuevo orden internacional de la información*, Pamplona, Universidad de Navarra 1978, p. 189.

⁹⁷ Terrou, Fernand. *Le droit de l'information: Étude comparée des, principaux systèmes de réglementation de la press, de la radio et du film*, UNESCO, París, 1951, p. 163; *cit. pos.* Román Portas, Mercedes. *Balace sobre la comunicación en la segunda mitad del siglo XX*, [en línea], España, Universidad Complutense de Madrid, 2002, [citado 28-03-2011], *Historia y Comunicación Social*, [núm. 7], p. 203, formato PDF, disponible en Internet: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=286122>, ISSN 1137-0734.

Los impulsores de dicha doctrina aseguraban que sería una forma de ayudar a los países en desarrollo utilizando los medios de comunicación de forma masiva, lo cual impulsaría la alfabetización en dichos países. Entre sus partidarios se encontraba Kent Cooper, un prestigiado periodista director de la AP, en su obra *Barriers down* (1942) acusaba a los cárteles europeos de excluir a otras agencias de noticias de la competencia y, con ello, de poder difundir las noticias de Estados Unidos de forma despectiva, contrario a lo que hacían con las noticias de sus propios países a los cuales favorecían y enaltecían como naciones civilizadas y con grandes progresos.

Esta acusación resultó cierta, pero a la vez irónica puesto que al ser aceptada la doctrina del *free flow* por la sociedad internacional -o al menos por el bloque occidental- resultó que sólo favoreció a la formación de un nuevo monopolio de la información, ahora comandado por la AP y la UPI, principalmente, seguidas por la International News Service -otra agencia estadounidense-, por la Reuters y la AFP, que se estaban apenas recuperando -sin olvidar a la soviética TASS dentro de su campo de influencia-.

En la práctica la doctrina del *free flow* continuó sirviendo a los intereses de unos cuantos principalmente de la dupla anglosajona* (Estados Unidos-Gran Bretaña), favoreciendo así la imposición de un nuevo colonialismo político-ideológico-cultural en el que los valores, principios y costumbres estadounidenses eran glorificados y considerados como los únicos válidos. Aún cuando las grandes agencias sean organizaciones globales, se encuentran inclinadas a favorecer los intereses de la élite en el poder y un sistema de principios y creencias, incluso por identidad y nacionalismo; esto hace que al momento de redactar una noticia ésta tome una posición singular desde la cual se narran los acontecimientos mundiales de forma que coincidan con una determinada área de influencia cultural, ideológica, política e incluso lingüística.

* La afinidad cultural y lingüística así como la afinidad en intereses económicos, políticos y estratégicos de Estados Unidos y Gran Bretaña, dan como resultado que sus agencias de noticias -AP, UPI, Reuters-, más que competir entre ellas, se apoyen y compartan una visión homogénea de lo noticioso.

[la doctrina del] libre flujo, tal como la aplican las trasnacionales es la consagración formal del laissez-faires en materia informativa [...] otorga carta blanca para orientar la información de la manera que más convenga o interese a una agencia de noticias [...] Se legitima así la visión unilateral de las agencias como la única verdadera [...] la defensa del “libre flujo” está ligada con la de los valores occidentales (es decir estadounidenses) [...] reconoce la primacía de los criterios comerciales (las agencias son empresas y las noticias su negocio) [...] la manera misma de transmitir (o dejar de publicar) una información está necesariamente marcada por algo de subjetividad [...] ⁹⁸

Y no sólo eso, con la doctrina del *free flow* se reconoce de igual forma el derecho de seleccionar -discriminar- los acontecimientos -nacionales o internacionales- que valen la pena ser mencionados según su relevancia, importancia o “noticiosidad”, dejando a un lado -censurando- otros acontecimientos, “*Las agencias de noticias se han transformado así en jueces de la realidad*”. ⁹⁹ Ya Walter Lippmann había percibido estas características de la prensa:

Los periódicos tal y como finalmente llegan a manos de los lectores, son el resultado de una serie de decisiones relativas a qué debe imprimirse, qué orden deben seguir las noticias, cuánto espacio deben ocupar y qué aspectos se deben enfatizar en cada caso. No hay ningún criterio objetivo que se pueda aplicar. Todo son convencionalismos [...]. ¹⁰⁰

Que la doctrina del *free flow* haya triunfado tras la Segunda Guerra Mundial no se debe tajantemente a una ilusa aceptación por parte de los demás países - desarrollados o subdesarrollados-, antes bien se debe a varias circunstancias. En primer lugar el momento en que los Estados Unidos impulsaron con mayor ahínco dicha doctrina, fue muy propicio; la propuesta de una libre circulación de la información claramente discernía de los totalitarismos fascistas que habían llevado a

⁹⁸ Trejo Delarbre, Raúl. *Las agencias de información en México*, Trillas, México, 1989, pp. 16-17.

⁹⁹ *Ibíd.*, p. 16.

¹⁰⁰ Lippmann, Walter, La opinión [...], *op. cit.*, pp. 285-286.

Europa a la destrucción, por lo que la idea “[...] se asociaba con la esperanza de paz compartida por todos los pueblos cansados por la guerra [...]”.¹⁰¹

Por otro lado, la doctrina del *free flow* funcionó también como un arma ideológica en contra del “totalitarismo” de la Unión Soviética, la cual ejercía una fuerte influencia ideológica anticapitalista entre los intelectuales y jóvenes europeos de la posguerra. Ante el temor de que el comunismo se expandiera en sus países, los líderes de las economías de mercado europeas optaron por apoyar el *free flow*, aún ante la posibilidad de que el poderío estadounidense en la industria de las comunicaciones terminara por hacer sombra a su industria nacional, la cual se encontraba en crisis. De esta forma la postura de que los medios de comunicación debían continuar en manos privadas triunfó en contra de la postura estatizadora de la Unión Soviética, la cual consideraban represora y censuradora.*

Se puede decir también que la aceptación del *free flow* correspondió al contexto histórico de posguerra en el que los Estados Unidos se habían convertido en el hegemón occidental indiscutible, por lo que también podría calificársele de imposición. De hecho, las Naciones Unidas -organismo creado por y con Estados Unidos como principal rector- así como sus instituciones afines -CS, UNESCO, OIT, etc.- y otras organizaciones internacionales de posguerra -OEA, OTAN, FMI, BM, etc.- fueron creadas al servicio de los intereses y política exterior estadounidenses, en la posguerra. Efectivamente, esta situación gerencial de Estados Unidos en las organizaciones internacionales se entiende mejor en aquel contexto:

¹⁰¹ Schiller, Herbert. La diplomacia de la [...], *op. cit.*, p.68.

* En su libro *Rebelión en la Granja*, el escritor George Orwell, partidario de la libertad de prensa y de la doctrina del *free flow* -que también formó parte del Congreso por la Libertad de la Cultura (CLC)- hace una crítica a la sociedad totalitaria de la Unión Soviética y a su líder; compara la revolución rusa con una revolución de animales en una granja, y a Stalin con el cerdo líder de ésta, “Napoleón”. Esta novela, narra como los cerdos que se hicieron con el poder en la granja se vuelven cada vez más totalitarios y represores, causando temor entre los animales y llevando a cabo una “guerra sucia” que coarta la libertad de expresión y de pensamiento. Si bien resulta ser una sátira que encaja muy bien con el modelo totalitario estalinista, también podemos encontrar gran semejanza con el sistema “occidental” impulsado por los estadounidenses. Los Estados Unidos también violaron la libertad de expresión en el momento en que el CLC llevó a cabo su proyecto de aculturación, apoyando y dando voz a sus miembros mientras que reprimía a comunistas o cualquiera que fuera de izquierda. De igual forma violaron la libertad de pensamiento mediante la persecución y hostigamiento de personas y grupos partidarios del comunismo y el socialismo; incluso utilizaron medios violentos contra países enteros, como lo demuestran los derrocamientos de gobiernos de izquierda auspiciados por la CIA (Chile 1973, Irán 1953, Guatemala 1954, entre otros).

Las estructuras internacionales para el mantenimiento de la paz se estaban construyendo, y los Estados Unidos se aseguraron de que las recién creadas Naciones Unidas y sus instituciones afines como la Organización de la Cultura, la Ciencia y la Educación (UNESCO), prestaran la atención debida al tema de la libre circulación.¹⁰²

La importancia estratégica de la doctrina del “libre flujo”, como un instrumento más para apuntalar la hegemonía de los Estados Unidos había sido entendida por el gobierno, los empresarios y los intelectuales estadounidenses. John Foster Dulles llegó a declarar “Si tuviera que decidirme por un único aspecto de la política exterior lo haría por el de la libre circulación de la información.”¹⁰³ La doctrina del *free flow* quedó plasmada en la resolución 59/1 de la Asamblea General el 14 de octubre de 1946, la cual establecía que:

“La libertad de información es un derecho humano fundamental y la piedra de toque de todas las libertades a las cuales están consagradas las Naciones Unidas [...] La libertad de información implica el derecho de reunir, transmitir y publicar noticias en cualquier parte y sin restricción alguna [...]”¹⁰⁴

De esta forma la aceptación-imposición de la doctrina del *free flow* terminó por establecer el monopolio de las agencias de noticias estadounidenses, la AP y la UPI, consiguiendo con ello una posición privilegiada en la construcción de la opinión pública internacional.

Desde que Estados Unidos y sus agencias de información -AP y UPI- comenzaron a dominar el mercado mundial de la información, a mediados del siglo XX, la información que se diseminaba se inclinaba a dar una imagen positiva de los Estados Unidos y una negativa de los países socialistas o de los países considerados enemigos.

¹⁰² *Ibíd.*, p. 74.

¹⁰³ *Ibíd.*, p. 72.

¹⁰⁴ Resolución 59/1 de la Asamblea General de la ONU referente a la libertad de la información.

En los años 70, época de crisis económica y social, comenzó una nueva actitud por parte de los países subdesarrollados hacia la doctrina del *free flow*; se quejaron de la existencia de un desequilibrio en el flujo informativo que se había vuelto unidireccional -de los países desarrollados hacia los desarrollados-, así como de un imperialismo cultural estadounidense y una creciente dependencia cultural y adoctrinamiento a raíz de la invasión de sus mercados por productos culturales estadounidenses.

Debido en gran parte a la presión de los Países del Tercer Mundo* -así como por el impacto de los nuevos medios de comunicación electrónicos como la TV, las primeras computadoras y los satélites- se llevó a cabo una reunión en Montreal, Canadá celebrada por la UNESCO en la que se discutió sobre el “Nuevo Orden de la Información y la Comunicación” (NOMIC); las conclusiones a las que se llegaron fueron que en efecto existía un flujo desigual de la información que afectaba el desarrollo de los países subdesarrollados así como una dependencia cultural:

[...] los países del Tercer Mundo consideraban que eran víctimas de una dominación en el campo de la información que atentaba contra sus [...] valores culturales [...] lo que querían era que cada nación pudiese hablar de sí mismas al resto del mundo sin tener que utilizar las grandes agencias de noticias, pero también querían [...] determinar lo que debía ser dicho de ellas en el mercado mundial [...] tener el control de los informadores extranjeros y nacionales por parte de cada gobierno.¹⁰⁵

Ante la propuesta del NOMIC hubo una contraofensiva por parte de los países occidentales respaldados por sus agencias, grupos de prensa y otras empresas vinculadas a los medios que estaban en contra de un “nuevo orden informativo”, esta

* Debe tenerse en cuenta que en esa época estos países cobraron un mayor peso dentro de la ONU y varias de sus instituciones como la UNESCO -a excepción del Consejo de Seguridad-, esto debido al aumento de países asociados a raíz de la descolonización del continente africano y otras partes de Asia. En varios puntos referentes al desarrollo, la mayor parte de los países subdesarrollados -o del Tercer Mundo- votaban al unísono, apoyados por países socialistas, por lo cual obtenían mayoría en asuntos de su interés; esto último afectó a los países desarrollados que ya no podían llevar plena dirección de los asuntos que debía tratar la ONU, principalmente Estados Unidos, quién acusaba a dicho organismo de politizarse y haberse vuelto “antidemocrático y totalitario”, lo que Tocqueville había llamado “la tiranía de las masas”.

¹⁰⁵ Román Portas, Mercedes. Balance sobre la [...], *op. cit.*, p. 209.

contraofensiva fue difundida por las grandes agencias, advirtiendo que de adoptar tendencias estatizadoras de la información se corría el peligro de caer en la censura.

En 1976, en una Conferencia de la UNESCO se encargó al político irlandés y ganador del premio Nobel de la paz y el premio Lenin de la paz Sean Mac Bride, una comisión que se encargara de generar un reporte en el que se examinaran e incluyeran todos los problemas mundiales referentes a la comunicación. En 1980 se presentó el informe bajo el nombre “Un solo mundo, voces múltiples”, abogaba por:

[...] la eliminación de los desequilibrios en los flujos informativos, en la comunicación y sus estructuras; por el desarrollo de políticas nacionales de comunicación vinculadas a objetivos de desarrollo económico, social y cultural; por el fortalecimiento de la identidad cultural de las naciones; y por la reducción de la comercialización de la información. Además consideró vital la existencia de agencias de noticias nacionales fuertes [...] y recomendó la creación de redes regionales [...] para incrementar los flujos noticiosos [...].¹⁰⁶

Los medios occidentales desaprobaron dicho informe y Estados Unidos lo consideró en contra de la libertad de prensa. La UNESCO creó una estrategia con el fin de seguir los señalamientos del informe Mc Bride, creó el Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación; sin embargo fracasó por diferendos ideológicos dentro del organismo. Estados Unidos se retiró de la UNESCO en 1984 y con ello su apoyo financiero, un año después se retiraron también Gran Bretaña y Singapur, lo cual afectó el financiamiento de la institución. El gobierno estadounidense había dejado claro que no apoyaría programas que pudieran minar su hegemonía en la información y las comunicaciones, “[el] secretario de estado para asuntos internacionales en un informe llegó a decir <la continuación de la participación de Estados Unidos en la Unesco, tal como está actualmente organizada, orientada y dirigida esta organización, no sirve para los intereses de Estados Unidos>”.¹⁰⁷

¹⁰⁶ González, Frank. *Las agencias de noticias internacionales: predominantes e influyentes*, [en línea], 2009, [citado 02-04-2011], Sala de Prensa [núm. 5], formato HTML, disponible en Internet: <http://www.saladeprensa.org/art837.htm>

¹⁰⁷ *Idem.*

Estados Unidos regresó a la UNESCO el año 2003, después de que desde 1987 durante la dirección de Federico Mayor Zaragoza, se retomó la doctrina del *free flow*, dejando en el olvido la propuesta del NOMIC.

Actualmente son cuatro grandes agencias internacionales de noticias quienes monopolizan la información de prensa en el mundo: AP, Reuters, FP y Efe, aunque esta última con una menor participación.* Estas agencias “[...] surten de materia prima a todos los periódicos del mundo, en idiomas ajenos al propio país que sirve de sede a esas grandes compañías [...]”.¹⁰⁸ La mayoría de los medios informativos, desde periódicos hasta los sitios web, consumen la información que generan estas compañías, llevando así a una uniformidad en la información, la cual generalmente se encuentra cargada de subjetividad e intereses particulares. Principalmente en cuanto a la información internacional, sucede que aún si se leen dos o tres periódicos distintos generalmente hablan de los mismos tópicos y desde una perspectiva similar o igual de los sucesos.**

Las grandes agencias de noticias no sólo surten de información a los periódicos de todo el mundo, también surten a otros medios de comunicación masiva como cadenas de radio y televisión, así como páginas de Internet y agencias de noticias más pequeñas -incluso tienen sus propios portales web-. La información que venden no sólo es escrita, también viene en forma de imágenes, que siempre han sido la forma más clara de expresar las ideas; una foto, por ejemplo, de un soldado estadounidense jugando con un niño iraquí puede ser un punto clave para formar la opinión pública mundial respecto a la ocupación estadounidense. Como Walter Lippmann afirmaba “los medios de comunicación son la fuente principal de creación de imágenes del mundo exterior en nuestras mentes”.

* AP, Reuters y AFP, son las que mayor presencia mundial tiene. AP cuenta con una red de más de 300 oficinas y alrededor de 3,700 empleados en más de 120 países; Reuters se encuentra en más de 200 ciudades de más de aproximadamente 100 países; la AFP, que se encuentra organizada según 5 grandes regiones, tiene presencia en 165 países con 2,900 colaboradores. Véase, Associated Press, *About AP*, [en línea], marzo de 2011 [citado 03-04-2011], formato HTML, disponible en Internet: <http://www.ap.org/pages/about/about.html>; Thomson Reuter, *About Thomson Reuters*, [en línea], [citado 03-04-2011], formato HTML, disponible en Internet: <http://thomsonreuters.com/about/#overview>; Agence France-Presse, *Agence France-Presse*, [en línea], [citado 03-04-2011], formato HTML, disponible en Internet: http://fondation.afp.com/?page_id=263

¹⁰⁸ Muro Benayas, Ignacio, Globalización de la [...], *op cit.*, p. 16

** Balzac escribía en la *Revue Parisienne* el 25 de agosto de 1840, criticando al monopolio informativo que ejercía la agencia Havas en ese entonces, “El público puede creer que hay varios periódicos, pero no hay, en definitivo, más que un solo periódico”.

La estadounidense Associated Press Television News (APTN), que es la división de videonoticias de la AP, es la mayor agencia en su tipo, surte de videos e imágenes a más de 500 canales de televisión y sitios web. Cuenta con 4,000 empleados en el mundo que trabajan las veinticuatro horas del día, sirven a más de 130 países, llegando así a millones de lectores, radioescuchas y televidentes, tiene oficinas en los puntos más importantes del mundo -además de que se apoyan de las agencias de AP- y fueron quienes mayor cobertura tuvieron en el ataque al WTC de Nueva York, la guerra en Irak y la de Afganistán, gracias a las facilidades brindadas por el gobierno de los Estados Unidos -fueron los primeros en tener una antena parabólica en esos dos países para sus transmisiones a todo el mundo.¹⁰⁹

A consecuencia de esta dependencia informativa, sucede que en muchas ocasiones los tópicos que son objeto de debate en una determinada sociedad en la realidad carece de importancia para la misma, esto se debe a que al momento de determinar lo que es “noticioso” intervienen diferentes intereses: los del país de origen de la agencia que genera y circula la información, los de diversos grupos de poder, los de la agencia e incluso las perspectivas y estereotipos del reportero que narra o describe la noticia.* De esta forma, se puede apreciar que, por ejemplo, los medios de comunicación latinoamericanos a veces parecen estar más interesados en informar sobre asuntos de Estados Unidos y de Europa en lugar de los problemas de su región o bien sobre importantes acontecimientos en otras partes del mundo:

¹⁰⁹ Véase, Associated Press Television News, *Company Overview*, [en línea], [citado 03-04-2011], formato HTML, disponible en Internet: [http://www.aptn.com/80256FEE0057BF4E/\(httpPages\)/43E6D3165367B78280256FF8004A1474?OpenDocument](http://www.aptn.com/80256FEE0057BF4E/(httpPages)/43E6D3165367B78280256FF8004A1474?OpenDocument)

* Los estereotipos, como señala Lippmann, juegan un papel muy importante en la forma en que la que cada persona percibe los acontecimientos; un reportero narra un acontecimiento desde una perspectiva cargada de los estereotipos que fue adoptando a lo largo de su vida según su status y núcleo social en el que se desarrolló, o incluso su nacionalidad. Mientras un reportero estadounidense describe la ocupación de Irak como la liberación de ese país de manos opresoras, un reportero iraní puede percibir el mismo acontecimiento como la invasión de un pueblo árabe por un país imperialista: “[...] los estereotipos portan la carga de nuestras preferencias, se contagian de nuestros sentimientos de agrado o desagrado y se asocian a nuestros temores, anhelos, deseos, amor propio o esperanzas [...] cada estereotipo será juzgado con el sentimiento que le corresponda.” en Lippman, Walter. *La Opinión [...]*, *op. cit.* p. 112.

Los países más dependientes [...] consumen información servida por las agencias y los medios audiovisuales de los países del Norte, ese consumo los arrastra a conocer lo más lejano que lo próximo.¹¹¹

En el continente americano, la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) reúne a los grandes dueños de periódicos de Estados Unidos y Latinoamérica; si bien dice ser una organización sin fines de lucro cuyo principal objetivo es defender la libertad de expresión en las Américas, lo cierto es que sólo los dueños estadounidenses de los más importantes periódicos son los que dominan dicha organización, sirviendo a los intereses de las empresas y gobiernos estadounidenses en la región -la SIP se creó al término de la Segunda Guerra Mundial y también fue auspiciada por la CIA.¹¹²

Bajo la bandera de la doctrina del “libre flujo de la información” (*free flow*), la SIP hace labor propagandística y critica fuertemente a los gobiernos de los países que intenten regular la prensa y los medios de comunicación en la región juzgándolos de represores. Apelando al principio de la libertad de expresión la SIP obliga a los gobiernos de dichos países a no intervenir en la forma en que operan los medios, aún cuando éstos actúen en contra de los intereses de aquellos.* Varios periodistas latinoamericanos se han formado con las teorías periodísticas defendidas y auspiciadas por la SIP, por lo que cada vez más los medios de comunicación de la región se asemejan a las grandes empresas estadounidenses de la información como CNN, New York Times, Fox News, Wall Street Journal, Herald Tribune, etc., tanto en el contenido como en la forma de presentar las noticias.

¹¹¹ Muro Benayas, Ignacio. Globalización de la [...], *op. cit.*, p. 26.

¹¹² Véase, Ajón, Alberto, Menchaca, Raúl y Del Río Rogelio, *La SIP y la CIA, una asociación imperialista*, [en línea], Cuaba, Notinet del Cubaweb, 2009, [citado 06-04-2011] disponible en Internet: <http://www.nnc.cubaweb.cu/mesas2009/mesa19-3-09.htm>; Ron, Yaifred, *Los amos de la SIP*, [en línea], Venezuela, Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información, 2008, [citado 06-04-2011], Colección Comunicación Responsable, Serie Textos Breves, formato PDF, disponible en Internet: <http://www.cta.org.ar/IMG/pdf/Los-Amos-de-La-SIP-Yaifred-Ron.pdf>

* Los argumentos de la SIP acerca de la violación de la libertad de prensa y de acciones anti-democráticas por parte de los países que desean regular los medios de comunicación carecen de validez. En primer lugar porque un país que no tiene control sobre sus propios medios de comunicación o que se encuentran dominados desde el exterior carece de soberanía e independencia política. En segundo lugar la doctrina del *free flow* tiende a favorecer a los grupos más poderosos que cuentan con más oportunidades que otros más débiles, esto origina oligopolios -quizá monopolios- y una uniformidad que tiende a favorecer la hegemonía y los intereses de los primeros. Por último es obvio que los oligopolios en los medios de comunicación son contrarios a la democracia pues reducen la participación y la competencia -aunque esto último no converja con la idea sobre democracia en Estados Unidos, en donde la concentración de la propiedad de los medios de comunicación es muy elevada.

[...] se han convertido en expertos practicantes de la autocensura [...] En la región abundan los expertos en ocultar noticias o en tergiversarlas dándoles una apariencia de imparcialidad, tal como la cadena de noticias CNN le saca brillo a sus informes sesgados, inconexos, a veces sin sentido, pero recargados de intencionalidad política des-informadora.¹¹⁴

La razón por la que son necesarios los medios de comunicación es que resulta imposible conocer todo lo que sucede en el mundo; mediante imágenes, letras y palabras los medios cuentan los hechos que tienen lugar en diferentes países a los que quizá nunca podrá acceder el espectador. En vista de esta imposibilidad individual para tener contacto directo con buena parte de esos acontecimientos, rara vez se considera poner en entredicho lo que los medios muestran como la verdad, al final resulta que las opiniones e imágenes del mundo que determinado individuo tiene son la construcción de lo que otros han narrado, escrito o mostrado.

La posesión de un periódico o cualquier otro medio de comunicación, implica también la posesión de un gran poder. Mediante la manipulación, exageración, exaltación e incluso invención de sucesos noticiosos, un grupo de individuos o bien uno solo, es capaz de cambiar posturas en la población, de crear consenso sobre algún asunto en particular; por ello, los medios de comunicación son los constructores de opinión pública por excelencia.

El magnate estadounidense Willam Randolph Hearts (1863-1951) siempre tuvo presente el poder que la prensa podía tener y la incidencia que podía ejercer en asuntos que le interesaban. Dueño de los periódicos *San Francisco Examiner* y el *New York Morning Journal*, ostentó uno de los monopolios de medios de comunicación más grandes en los Estados Unidos, llegó a tener en su poder 28 de los periódicos con más tiraje en el país, 18 revistas, cadenas de radio y productoras de cine.

William Hearts, junto con su rival Joseph Pulitzer, revolucionaron la prensa escrita mediante la explotación de recursos visuales como la fotografía y enormes titulares. Fueron también los creadores de la prensa sensacionalista, en particular

¹¹⁴ Carmona, Ernesto. *Los amos de la prensa*, [en línea], Chile, Red Voltaire, 2008 [citado 03-04-2011], formato HTML, disponible en Internet: <http://www.voltairenet.org/article156208.html>

Hearts la utilizaba como un medio para alcanzar sus intereses políticos y económicos, manipulaba, exageraba y llegaba a inventar sucesos noticiosos que nunca existieron (como el de un terremoto en Boston que nunca existió) con tal de alcanzar dichos objetivos o bien para aumentar sus ventas, de aquí su máxima de *"I make the news" (yo creo las noticias)*.

Partidario de la guerra contra España, mostraba siempre a los españoles como bárbaros y sádicos en sus periódicos; siempre instó a la población mediante sus artículos a que apoyaran la guerra, de hecho es considerado como un personaje importante para que dicho conflicto se desatara. Está documentado que tras recibir el telegrama de su corresponsal en Cuba, Fredrick Remington, en donde éste le explicaba que no existía un clima favorable en la isla para que se produjera la guerra, Hearts, respondió mediante otro telegrama donde le decía *"Usted facilite las ilustraciones que yo pondré la guerra"*. Después de la explosión del *Maine* el 25 de abril de 1898, Hearts hizo publicar en su diario como titular *"El Maine partido en dos en la Habana por infernal ataque del enemigo"*, en el reportaje se culpaba abiertamente de los hechos a los españoles, aún cuando no se sabía con certeza el origen de la explosión, este fue uno de los detonantes que hicieron estallar la guerra contra España con el apoyo de gran parte de la población estadounidense. Este acontecimiento demostró el poder que puede llegar a ejercer los medios. En una ocasión, Hearts publicó en un artículo del *Journal*: *"El poder de un periódico es la mayor fuerza dentro de cualquier civilización"*.

3.2. Los *mass media* como formadores de la opinión pública y herramientas de exportación cultural.

El monopolio de la información no es exclusivo de las agencias de prensa, se extiende también a los *mass media*. Medios electrónicos como la radio, la televisión y ahora el Internet, se encuentran monopolizados por no más de diez grandes conglomerados de origen esencialmente estadounidense:

Cientos de millones de estadounidenses, latinoamericanos y ciudadanos de todo el planeta consumen a diario -directa o indirectamente- los productos informativos y culturales de los Holdings AOL/Times Warner, Gannett Company Inc., General Electric, The McClatchy Company/Knight-Ridder, News Corporation, The New York Times, The Washington Post, Viacom, Vivendi Universal y Walt Disney Company, propietarios de los medios más influyentes.¹¹⁵

Entre los diez conglomerados dominan diarios de mayor circulación en Estados Unidos y en el mundo como el *Washington Post*, el *New York Times* y el *USA Today*, así como cadenas de televisión como la CNN, Fox News y ABC. Dotados de un enorme poder comunicacional a nivel mundial, se encargan de esparcir el discurso hegemónico estadounidense, de crear opinión pública a favor de la ideología dominante y de presentar a su país como la democracia ejemplar. Tienen vínculos con otras grandes corporaciones y dirigentes políticos de Estados Unidos como la petrolera Hallyburton Company -que de hecho pertenece al exvicepresidente Dick Cheney-, Boeing Company, Ford Company, entre otras.

Time-Warner Inc., propiedad de Ted Turner, es propietaria de cadenas de televisión con alcance mundial como la TNT y la CNN¹¹⁶, principal portavoz mediático de los intereses imperialistas¹¹⁷ estadounidenses; * es propietaria de revistas famosas internacionalmente como *Time* y *Life*; además de poseer la inmensa industria cultural Warner Brothers, creadora de películas y programas de televisión, así como

¹¹⁵ Carmona, Ernesto. *Los amos de la prensa*, [en línea], Argentina, Instituto Argentino para el Desarrollo Económico, 2007, [citado 05-04-2011], formato PDF, disponible en Internet: <http://www.iade.org.ar/modules/noticias/makepdf.php?storyid=1740>

¹¹⁶ “[...] más de 1,500 canales de todo el mundo actúan simultáneamente como contribuidores, distribuidores o usuarios de su contenido.” Muro, Benayas, Ignacio. *Globalización de la [...]*, *op. cit.*, p. 128.

¹¹⁷ Para fines del presente trabajo, se entiende por imperialismo “[...] cualquier tipo de dominación que imponga un sujeto de la sociedad internacional a otros, por medio de una política abierta o encubierta, desarrollada por medios pacíficos o por la fuerza.”, Hernández-Vela Salgado, Edmundo, *Diccionario de Política Internacional*, Tomo I Porrúa, México, 2002, p. 549.

* Debido a que las cadenas de televisión como CNN, la BBC World o Al Jazira cuentan con una capacidad y presencia informativa inmensa, tienen mayor facilidad para generar opinión pública no sólo en sus países de origen sino mundialmente; esto las vuelve un instrumento codiciado entre los gobiernos, clases políticas y grupos empresariales que no tienen inconveniente en financiar sus grandes presupuestos con tal de ser apoyados mediáticamente en sus intereses, “El presupuesto exterior de CNN es de 800 millones de dólares, el de BBC World, de 600 millones y el de Al Jazira supera ya los 200 millones [...]” Muro Benayas, Ignacio. *Globalización de la [...]*, *op. cit.*, p. 47.

propietaria de salas de cine en más de 10 países. La revista “*Fortune*” ubicó a la empresa en su índice *Fortune 500* -que publica las 500 mayores empresas estadounidenses de capital abierto- del 2010 en el lugar 82.

General Electric Company controla o participa en varios medios de alcance mundial como las cadenas NBC News y la hispana Telemundo. News Corporation, por su parte posee el canal de noticias Fox News y la cadena de televisión *Fox*, además del servicio de televisión satelital Sky; diarios como el estadounidense *New York Post* y el británico *The Times*, entre otros, ocuparon los lugares 4° y 76 en *Fortune 500* respectivamente.

New York Times Company, que declara haber tenido ingresos superiores a los 2 mil millones de dólares, es dueña del periódico *New York Times*, el *International Herald Tribune*, *The Boston Globe*, 15 diarios más y 50 sitios web entre los que destacan el NYTimes.com, Boston.com y About.com. La Washington Post Company, otro de los grandes conglomerados, dirige *The Washington Post*, *Newsweek Magazine*, *Foreign Policy*, *Los Angeles Times*, *El Tiempo Latino*, entre otros, así como los portales Washingtonpost.com y Newsweek.com.

El conglomerado Viacom Inc., posee cadenas como la CBS, canales de televisión como MTV y Nickelodeon, así como las compañías productoras de películas Paramount Pictures y Dream Works. Walt Disney Company ocupó el lugar 57 en *Fortune 500*, controla la cadena de televisión ABC y más de cincuenta canales de televisión, como ESPN, Disney Channel; participa en la industria editorial con Miramax Books, Walt Disney Company Book Publishing, ABC Publishing Group, Disney Publishing Inc.; participa en la industria cinematográfica con Hollywood Pictures, Miramax Films, Walt Disney Pictures, Buena Vista International, Buena Vista Home Video, entre otras; también participa en el negocio de los parques temáticos -de los que fue pionera la compañía- con Disneylandia y Disney World; tiene negocios en la industria de la música con Walt Disney Records, Buena Vista Music Group, Hollywood Records y otras compañías; en la industria teatral con Walt Disney Theatrical Productions; así como en la industria de software al producir juegos de video, programas “educativos”, etc. Estos dos últimos conglomerados, si bien no se dedican a

la “comercialización de las noticias” como los otros, si son dos ejemplos de poderosas *industrias culturales*¹¹⁸ exportadoras de la cultura estadounidense hacia el mundo.

Dentro de los 20 sitios web informativos¹¹⁹ más visitados en Internet, predominan los que son de origen estadounidense, sólo tres son británicos y uno de la India; esto demuestra también que los periódicos más consultados mundialmente, al menos en la web, son estadounidenses¹²⁰:

¹¹⁸ “ [...] existe una industria cultural cuando los bienes y servicios culturales son producidos, reproducidos, almacenados o distribuidos de acuerdo a patrones industriales y comerciales; es decir, a gran escala y de acuerdo a una estrategia basada en consideraciones económicas, más que en una preocupación por el desarrollo cultural”. en Schiller, Herbert. *Cultura S.A. La apropiación corporativa de la expresión pública*, Universidad de Guadalajara-Centro de Estudios de la Información y la Comunicación, México, 1993, p. 45

¹¹⁹ Alexa the Web Information Company, *Top Sites. The top ranked sites in each category*, [en línea], [citado 25-03-2011], disponible en Internet: <http://www.alexa.com/topsites/category/Top/News>

¹²⁰ “Los Sitios Web de los diarios estadounidenses atrajeron un promedio de 73.3 millones de visitantes por mes en el primer trimestre del año, un salto del 10,5 respecto del mismo periodo del año anterior, de acuerdo con Nielsen Online” en, s/a, “*Crece audiencia para los periódicos web*”, [en línea], República Dominicana, panoramadiario.com, 24-abril-2009, [citado 10-04-2011], formato HTML, disponible en Internet: <http://www.constanzanews.com/constanza/diarios-estadounidenses-con-mas-visitas-en-la-web.html>

Tabla 1. Sitios web informativos más visitados por Internet.

1	 Yahoo News	11	 NBC News and MSNBC News
2	 BBC Online	12	 Reuter Group
3	 CNN Interactive	13	 Fox News.com
4	 BBC News	14	 The Guardian
5	 The New York Times	15	 Wall Street Journal
6	 Google News	16	 The Times of India
7	 The Weather Channel	17	 Los Angeles Times
8	 The Huffington Post	18	 Washington Post
9	 My Yahoo	19	 CNN/Money
10	 Reddit.com	20	 Druge Report

En Internet, Estados Unidos tiene gran predominio. Las empresas más importantes creadoras de software, hardware, y microprocesadores con tecnología de punta son estadounidenses, entre ellas se encuentran Apple, Hewlett Packard-Compaq, IBM, Microsoft, Intel y AMD. Por otro lado, en el campo de la infraestructura en servicios de telecomunicaciones, se encuentran AT&T, Verizon y AOL, también del mismo origen.

Con base en datos de de la empresa *Telegeography*, en el año 2009, entre las cinco empresas de telecomunicaciones más grandes del mundo, por volumen de ventas, se encontraba AT&T en primer lugar con 123 mdd, seguida de Verizon con un total de 108 mdd. Los siguientes tres lugares los ocuparon la japonesa NTT con 104 mdd, la Alemana Deutsche Telekom con 64.600 millones de Euros y la española Telefónica con 56,731 millones de Euros. Estados Unidos es también el principal origen de redes de Internet en el mundo; según estadísticas de la OECD, los países miembros de esta organización representan el 74% del total de las redes del mundo en el 2007, Estados Unidos representaba al final de ese año un 43% del total mundial.¹²¹

Según estadísticas del portal *Internet World Stats*, China ocupa el primer lugar en número de usuarios para el año 2010 con 420,000,000, mientras que Estados Unidos ocupó el segundo lugar con 239,893,600 usuarios, no obstante si se compara el tamaño de la población en el mismo año, 1,330,141,295 hab. y 310,232,863 hab. respectivamente, es posible apreciar que la penetración del Internet en la población estadounidense es mucho más alta, del 77.3%, mientras que China sólo alcanza el 31.6%.¹²²

Ahora bien, en cuanto al porcentaje de penetración del Internet por países, Estados Unidos ocupa el lugar 16 con su porcentaje del 77.3%, mientras que el territorio de las Islas Falkland ocupan un sorprendente primer lugar con un 100% de penetración. Lo anterior deja de sorprender si se considera que estas islas sólo cuentan con una población de 2,546 hab. En todo caso merecen una mayor atención países como Islandia (308,910 hab.), Noruega (4,676,305 hab.) y Suecia (9,074,055 hab.) los cuales, teniendo una mayor población, ocupan 2°, 3° y 4° lugar con

¹²¹ Véase, OCDE, *Perspectives des Communications de l'OCDE 2009*, 2010, [citado 15-04-2011], formato PDF, disponible en Internet: <http://www.oecd.org/dataoecd/24/43/43476026.pdf>

¹²² Véase anexo No. 1.

porcentajes de 97.6%, 94.8% y 92.5% respectivamente. A pesar de ello, Estados Unidos sigue teniendo el liderazgo al momento de tomar en cuenta el tamaño de su población; tiene el segundo lugar en cuanto a porcentaje de usuarios del total mundial con un 12.2%, sólo rebasado por China con un 21.4%.¹²³

Regionalmente las estadísticas dejan a Norteamérica como la región con el mayor índice de penetración de Internet con el 77.4%, lo cual destaca nuevamente la importancia de Estados Unidos; mientras que en número de usuarios ocupa el tercer lugar regional, después de Asia y Europa.¹²⁴

El predominio de empresas estadounidenses en los *mass media* se traduce en una constante propaganda¹²⁵ y adoctrinamiento en favor de los intereses de los Estados Unidos y sus grandes corporaciones.* Las grandes empresas de comunicaciones, al ser las que tienen la capacidad de llegar a un público considerable, se encuentran siempre estrechamente vinculadas a los grupos de poder e incluso forman parte de este; la condición de competidores entre dos diferentes empresas dedicadas a los medios de comunicación, como el caso de Fox News y CNN, por ejemplo, es en muchas ocasiones sólo aparente, pues podrían actuar en conjunto o manejarse en la misma dirección si sus intereses en conjunto con los de otros grupos de poder así lo exigieran:

Imaginen que la administración Bush necesita llevar a la opinión pública el mensaje de que es necesario invertir más medios y dinero en la guerra de Iraq [...]
Desde la administración se contactaría con General Electric, que fabrica armas

¹²³ Véase anexo No. 2.

¹²⁴ Véase anexo No. 3.

¹²⁵ “[La propaganda] Consiste en que un grupo de hombres, capaces de evitar que la gente conozca los hechos de manera directa, manipulan las noticias relacionadas con ellos para adaptarlos a sus propósitos” en Lippmann, Walter. *La Opinión[...], op. cit.*, p. 51.

* Noam Chomsky, por ejemplo, nos habla acerca del conflicto de Timor Oriental en 1975, en el cual Indonesia bajo la dirección del dictador Suharto -respaldado por los Estados Unidos y otros países como Australia y Japón- se anexó de forma violenta el territorio de Timor Oriental. Según Chomsky, la cobertura por parte de la prensa estadounidense acerca de la masacre cometida por el ejército indonesio en contra de la población timorese, fue prácticamente nula; en una de sus investigaciones encontró que el periódico *London Times* había sacado un artículo que hacía alusión al tema, éste fue reproducido posteriormente por el *New York Times* pero con un enfoque totalmente distinto, omitiendo el detalle de la masacre y dejando el artículo totalmente “blanqueado”, éste fue reproducido posteriormente y con el mismo enfoque por el *Newsweek*. Véase, Noam, Chomsky. *Manufacturing consent: Noam Chomsky and the media*, [DVD], Australia, 1992.

para el Pentágono, y se diría que más dinero para Iraq sería también más dinero para su empresa. Desde la dirección de General Electric llamarían a los directores de la cadena de televisión más importante del país, la NBC, de la que son dueños, y les transmitirían que es importante apoyar el llamamiento del presidente. Después Bush o el vicepresidente Cheney telefonarían a su amigo Richard Parsons, presidente de Time Warner, el mayor grupo de comunicación del mundo. Éste podría decidir echar una mano a sus colegas republicanos, y sus televisiones, sus más de 150 revistas y el mayor proveedor de Internet de Estados Unidos, AOL, canalizarían positivamente las palabras de Bush hasta millones de personas [...].¹²⁶

Tanto al interior del país como al exterior, las grandes empresas de comunicaciones, a la par con los intereses de los otros grupos de poder estadounidenses, se encargan de fabricar consenso entre las masas creando “necesidades innecesarias” y “realidades ilusorias” mediante la explotación de recursos como el patriotismo, el terror, el deseo; apelando a los sentimientos de caridad y bondad; o bien, mediante la exaltación de símbolos* comunes como la justicia, el progreso, la democracia o la libertad, los cuales pueden unir opiniones y tendencias separadas; “[...] los símbolos son a la vez un mecanismo de solidaridad y de explotación [...] permiten que el pueblo trabaje codo con codo para lograr un fin común [...]”.¹²⁷

Al no tener acceso inmediato a los diferentes hechos que ocurren en el mundo, pocas veces un individuo se encuentra en la necesidad de tomar una decisión u opinión acerca de ellos; en consecuencia, los medios de comunicación se envisten de una autoridad casi dogmática que es reconocida por gran parte de las personas, y que les da la posibilidad de enajenar, censurar o falsificar la información de acuerdo con

¹²⁶ Rosmorgar, *Política, dinero y medios de comunicación*, [en línea], España, Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla, 2010 [citado 20-04-2011], formato HTML, disponible en Internet: <http://fcom.us.es/fcomblogs/empresainformativa7/tag/conglomerados-de-comunicacion/>

* Los símbolos evocan lealtad, y el ser humano está compuesto de diferentes lealtades con diferentes símbolos. Si la población de un país, por ejemplo, se encuentra dividida respecto a si deben o no hacer la guerra a otro país, la exaltación de un símbolo como el de patriotismo puede disolver las diferencias y unir las dos facciones a favor de la guerra sólo por lealtad a la patria. Ese es el objetivo de los símbolos, eliminar opiniones e intereses personales a favor de algo supuestamente más importante. Valiéndose de esta estrategia John Dewey y su círculo de discípulos pragmáticos llevaron en 1917 a una población pacifista a la guerra; todas las campañas electorales en todo el mundo utilizan la misma estrategia para unificar votos.

¹²⁷ Lippmann, Walter. *La Opinión [...]*, *op. cit.*, p. 198.

sus intereses sin que ésta sea juzgada por el público, el cual le otorga una veracidad anticipada. Lippmann llamó a esto “sugestión”, la cual indica al público la forma en que deben actuar y sentirse respecto a un acontecimiento o noticia. De aquí deriva el poder de los medios de comunicación, de la capacidad para alterar la realidad; formar opinión pública y de influir en los votos y decisiones de las masas:

[...] la masa está constantemente expuesta al poder de la sugestión: no lee noticias, sino noticias acompañadas de un aura de sugestión que indica que línea de acción debe adoptarse, como tampoco escucha informes tan objetivos como los hechos, sino informes ya estereotipados con arreglo a un patrón determinado de comportamiento.¹²⁸

De esta forma, mediante la manipulación de la información, medios de comunicación como la CNN, el *New York Times*, la cadena Fox, *Wall Street*, entre otros, sirvieron al gobierno estadounidense para crear un nuevo enemigo externo (los terroristas musulmanes) y para justificar la guerra a Afganistán y a Irak. Estos acontecimientos dejaron entrever la falta de neutralidad de los medios de comunicación en sus mensajes y reportajes, así como un alineamiento con los intereses de su gobierno. En todo momento hicieron un uso selectivo de la información, ocultando lo que se deseaba ocultar -como el trato inhumano de los soldados estadounidenses a la población iraquí.

La distorsión de la información se presenta de formas diferentes, con la falsedad de los hechos o su manipulación; con la omisión de información importante; exaltación de información carente de importancia dentro de un acontecimiento; por la jerarquización y selección de temas considerados como lo “más destacado o verdaderamente importante” en determinado momento; por el uso, por parte del periodista o reportero, de juicios de valor, o de adjetivos despectivos que lleven al espectador a tomar cierta postura; al presentar un acontecimiento de tal forma que favorezca a una interpretación equivocada, o bien a través del uso de estereotipos.

¹²⁸ Lippmann, Walter. La Opinión [...], *op. cit.*, p. 203.

Debido a la gran cantidad de acontecimientos que suceden a diario las agencias de noticias y los demás medios de comunicación llevan a cabo un proceso de selección de la información, de la cual eligen lo que consideran noticioso, importante, o públicamente relevante. Según Lippmann, durante este proceso intervienen aspectos psicosociales, ideológicos e incluso morales del individuo o el grupo de individuos que se encargan de la selección y publicación de la información. En el momento en que un periodista elige o publica un acontecimiento por considerarlo “relevante”, está haciendo uso de su subjetividad y por lo tanto intervienen estereotipos, la moral, lo políticamente correcto, prejuicios, valores, estatus social, y todos los demás principios, costumbres e intereses que la sociedad en la que se ha desenvuelto le ha transmitido.

La sociedad y los contactos con los cuales interactúa un individuo determinan en gran medida la forma de pensar y el juicio acerca de lo que debe pensar, oír, leer, ver y conocer; es por esta razón que aún el periodista o reportero más ético y profesional, es subjetivo en su trabajo.

No obstante, en el establecimiento de la agenda de noticias no sólo interviene la subjetividad de los reporteros y periodistas, también intervienen los intereses económicos y políticos de las empresas de la información y dado que las más importantes se encuentran en manos de las grandes corporaciones del mundo está claro que intervienen muchos otros intereses; entre ellos los de las élites del poder y las minorías ricas; incluso frecuentemente los dueños de dichos medios o altos funcionarios de las corporaciones se encuentran dentro de aquellos grupos minoritarios:

[...] al parecer los medios de comunicación se han puesto del lado de los poderosos. Existe evidencia creciente que indica que, de este modo, los medios han contribuido a la producción y reproducción del dominio económico de los mercados neoliberales, blancos, occidentales y del norte [...].¹²⁹

¹²⁹ Dijk, Teun Adrianus van. *Racismo y análisis crítico de los medios*, Paidós, Barcelona, 1997, p. 130.

Así, el proceso de selección de la información se transforma en un acto de discriminación y censura. La teoría de la *Agenda Setting* analiza este fenómeno; estudia la forma en que los medios tienen influencia en su audiencia a través de los tópicos que consideran de mayor relevancia; habla de la existencia de un mundo real que sólo se llega a conocer a través de las imágenes y las experiencias y anécdotas ajenas que muestran los medios de comunicación. Al respecto Lippmann señala que los medios de comunicación son como ventanas que tan sólo permiten conocer una parte de la realidad a la cual llama *pseudoentorno*.

En el *pseudoentorno* de Lippmann, la realidad es percibida como un *collage* en el que cada imagen, sólo es parte de un todo más complejo. En un *collage*, se puede leer, por ejemplo, un extracto de alguna lectura, pero muy difícilmente se podrá describirla cabalmente, mucho menos será posible enterarse del tópico del que trata con tan sólo tener a la mano ese extracto, lo mismo sucede con las imágenes e incluso con el sonido.

Estando presentes la subjetividad del reportero y los múltiples intereses de los grupos de poder, el *pseudoentorno* que los medios de comunicación ofrecen corresponde con una visión favorable a la élite del poder y a los grupos empresariales. Así, una huelga de trabajadores que piden un aumento de salarios o mayor seguridad laboral, puede ser omitida por los medios de comunicación por ir en contra de los intereses de un empresario, o bien darle un sentido negativo a la noticia presentándola como un “asalto a una empresa por un grupo de revoltosos y holgazanes”. En su libro *The Press and Foreign Policy*, Cohen, escribe “[...] the press is significantly more than a purveyor of information and opinion. It may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think about.”¹³⁰

[...] los acontecimientos dominantes son, simplemente, los que interesan al poder dominante en cada momento. La opacidad puede instalarse sobre los grandes

¹³⁰ “[...] la prensa es significativamente más que un abastecedor de información y opinión. Quizá no se muy exitosa en decir a la gente qué tiene que pensar, pero es increíblemente exitosa en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar” en Cohen, Bernard. *The press and foreign policy*, Princeton University Press, United States of America, 1965, p. 13.

problemas de la humanidad mientras que los medios ponen el foco en cualquier otro suceso que produzca brillo y en el que estén interesados.¹³¹

Ahora bien, retomando el concepto de “sugestión” de Lippmann, los medios de comunicación masiva no sólo imponen la agenda acerca de los temas que consideran más relevantes y prioritarios sobre los cuales la audiencia tiene que pensar, sino que también transmiten de cierta forma, el énfasis y la importancia que se le tiene que dar a cada asunto. Por su capacidad para generar efectos en la población pueden dar prestigio, por ejemplo, al gobierno de los Estados Unidos por su lucha contra el terrorismo, pueden ser decisivos en cuestiones políticas como las campañas electorales, pueden construir la imagen de un candidato o partido, o bien mediante un discurso mediático pueden cambiar la intención de voto de los ciudadanos. Son, en otras palabras, formadores de opinión pública. Las editoriales, las columnas o secciones de opinión, así como simples comentarios, tonos de voz, el uso de símbolos, la repetitividad sobre una misma noticia o el uso de palabras negativas o tendenciosas son herramientas de las que se valen los medios en la construcción de la opinión pública. Con los *mass media*, la opinión pública deja de ser una respuesta ante el contenido de los medios para convertirse en una mera reacción.

Según Chomsky el *Newspeak** occidental se transmite en tres niveles diferentes. El primero y más elemental es el que implica el adoctrinamiento de las masas, y es llevado por revistas y periódicos como *Reader's Digest*, *Washington Times*, así como gran parte de los programas de radio y televisión. El segundo nivel no se encarga de adoctrinamiento, sino de hacer converger a los diferentes sectores de la élite del poder, después de llegar al entendimiento se estructura como un discurso dominante hacia las clases dominantes; este papel lo cumplen medios como el *New York Times*, *Washington Post*, CNN, Fox News y los programas de televisión sobre política y debate. Finalmente en el tercer nivel se discute todo en términos de intereses nacionales, estrategias y poder, sin que sea transmitido a las masas, esta

¹³¹ Muro Benayas, Ignacio. Globalización de la [...], *op. cit.*, p. 27.

* La palabra *newspeak* significa discurso propagandístico, fue acuñada por George Orwell en su libro 1984.

función la cumplen los *think tanks*, la administración, el Departamento de Estado, el Ejército, entre otras oficinas administrativas.

Para Chomsky el propósito social de los medios de comunicación masiva dejó de tener su aspecto positivo, como una herramienta para esparcir la democracia y la libertad, para adoptar uno negativo, el de defender y establecer la agenda económica, política y social de las élites del poder y del Estado “mediante la selección de temas, la distribución de intereses, la articulación de las cuestiones, el filtrado de información, el énfasis y el tono; así como manteniendo el debate dentro de los límites de las premisas aceptables”.¹³²

Si los principales -o más poderosos- medios de comunicación se encuentran en el poder de unos cuantos conglomerados estadounidenses entonces el discurso que se reproduce a nivel internacional por parte de otros medios más pequeños de otras naciones es el que corresponde a los intereses hegemónicos estadounidense. Después de los atentados del 11 de septiembre de 2001, por ejemplo, medios de comunicación masiva como la CNN, Fox News, New York Times, AP, entre otros, se alinearon junto con el gobierno estadounidense para llevar a cabo toda una campaña mediática dirigida a la sociedad estadounidense y a la sociedad internacional con el objetivo de crear un ambiente favorable a la guerra contra el terrorismo -que se tradujo en las ocupaciones militares de Irak y Afganistán, en un nuevo impulso a la industria bélica y en una nueva política exterior estadounidense sustentada en el concepto de guerra preventiva (*preventive war*).

Encuestas realizadas por la CNN a ciudadanos estadounidenses contenían información errónea o tendenciosa¹³³; junto con otras cadenas de noticias como Fox News así como diarios y agencias de noticias estadounidenses enfocaron todos sus recursos y tiempos en televisión para hablar primero sobre los atentados al WTC y después sobre las ocupaciones a los países catalogados como “terroristas”, las imágenes que pasaban por televisión hacían ver negativamente a la sociedad iraquí y

¹³² Chomsky, Noam. *Los guardianes de la libertad*”, Grijalbo-Mondadori, España, 1995, p. 341.

¹³³ Véase, Martínez Vizcarrondo, Doris. *El mundo CNN: ¿Cuál es el próximo país que Estados Unidos debe invadir? La percepción del consumidor estadounidense y el triunfo de la propaganda*, [en línea], Brasil, Escola Superior de Propaganda e Marketing, 2006, [citado 25-04-2011], *Comunicacao, Mídia e Consumo* [núm. 8], pp. 129-145, formato PDF, disponible en Internet: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/viewFile/92/90>, ISSN 1983-7070

afgana, mientras que favorecía a los soldados estadounidenses, se ha demostrado que mucha información arrojada durante esa campaña mediática fue falsa, censurada o tergiversada:

Fairness Accuracy in Reporting, por ejemplo, ha registrado puntualmente cómo grandes cadenas y medios (ABC, NBC, AP, Los Angeles Times...) informaron en 1998 sobre cómo la ONU pidió a sus inspectores que abandonaran Irak, mientras que en 2002 informaron esos mismos medios que en 1998 el régimen de Bagdad había expulsado a los inspectores [...] El caso da testimonio de los avances indudables de la Oficina de Influencia Estratégica, la “sala de guerra” creada por el Departamento de Estado estadounidense inmediatamente después del 11-S con la misión de “cambiar los corazones y las mentes de la opinión pública internacional.”¹³⁴

Otra forma en que los medios masivos de comunicación contribuyeron a forjar una opinión pública favorable a los intereses imperialistas bélicos del gobierno estadounidense fue mediante un constante bombardeo fílmico en la programación de cadenas de televisión como la CNN y Fox, que hacían referencia a la guerra y al terrorismo, y que transmitían una visión estereotipada del *otro* incivilizado y violento -principalmente de la población musulmana-, mientras que, al mismo tiempo, fomentaban el patriotismo y el miedo-odio-rechazo al *otro*, legitimando las acciones bélicas estadounidenses contra otros pueblos. La industria fílmica *hollywoodense* contribuyó de igual forma mediante la creación de películas sobre el atentado al WTC, y sobre campañas bélicas en Afganistán e Irak, cargadas de un fuerte patriotismo; entre ellas se encuentran *United 93* (2006), *World Trade Center* (2006), *American Soldiers: un día en Irak* (2005), *Regreso al infierno* (2006), entre otras.*

¹³⁴ Méndez Rubio, Antonio. *La guerra más allá de la guerra (y los medios de distracción masiva)*, [en línea], España, Universidad de Sevilla, 2003-2004, [citado 25-04-2011], *Comunicación. Revista Internacional de comunicación audiovisual, publicidad y estudios culturales* [núm. 2], p. 107, formato PDF, disponible en Internet: http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n2/articulos/la_guerra_mas_alla_de_la_guerra_y_los_medios_de_distraccion_masiva.pdf, ISSN 1989-600X

* De hecho la industria fílmica de Hollywood siempre ha jugado un importante papel en el ámbito político nacional e internacional de los Estados Unidos como formador de opinión pública: “[...] el ataque

Los *mass media*, además de ser los constructores de la *agenda* de noticias tanto nacionales como internacionales, cumplen otro importante objetivo. Como parte de la industria cultural se encargan de la exportación de la cultura de su propia nación hacia el extranjero. Ya que los más importantes medios de comunicación -y los que mayor cobertura mundial tienen- se encuentran en manos de conglomerados estadounidenses, la visión del mundo y la cultura más globalmente difundida por estos medios son los propios de esa misma sociedad. Aún cuando se pueda argumentar que la industria cinematográfica, por ejemplo, de la India es más grande que la de Estados Unidos -en cuanto a películas realizadas por año-, o que otros países cuentan con industrias culturales de gran alcance -como Gran Bretaña, Francia, España, etc.- la industria cultural más globalizada ha sido y sigue siendo la estadounidense.*

[...] los productores privados de comunicación de Norteamérica, y las redes de información de Estados Unidos han dominado el mundo. La cinematografía ha sido un área especialmente notable [...] la exportación de programas comerciales para la televisión, la distribución internacional de revistas y publicaciones norteamericanas como Reader's Digest, Time, Newsweek, Play Boy, así como las producciones de Walt Disney, han conseguido millones de teleespectadores y lectores fuera de los Estados Unidos. Además, las empresas editoriales extranjeras han desaparecido para convertirse en conglomerados estadounidenses dedicados al ocio.¹³⁵

japonés a Pearl Harbor [...] terminó con cualquier duda de si Hollywood debía o no seguir involucrado en contra de los [...] enemigos de Estados Unidos. Abundaron los filmes sobre nazis sádicos o japoneses de sangre fría, estos últimos frecuentemente a punto de violar a alguna mujer blanca, pero derrotados por "chicos blancos", "americanos" [...] En la segunda posguerra, Hollywood estaba llamado a seguir teniendo un papel político e ideológico importante, pues comenzó la "Guerra Fría", Sánchez Ruiz, Enrique. *Hollywood y su hegemonía planetaria: una aproximación histórico-estructural*. [en línea], México, Universidad de Guadalajara, 2003, [citado 39-05-2011], Colección de Babel de la Revista Universidad de Guadalajara [núm.28], pp. 28-29, formato PDF, disponible en Internet: <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug28/babel28.pdf>, ISBN 970-93769-0-X

* En un estudio del Instituto de Estadística de la UNESCO (IEU) publicado en 2005, India ocupa el primer lugar como productor de películas con 1,091 largometrajes; Nigeria ocupó el segundo lugar con 872 películas y Estados Unidos el tercero con 485; por detrás se encontraban Japón (417), China (330), Francia (203) y Alemania (174). No obstante en cuanto a difusión y presencia mundial Hollywood mantiene el liderazgo. Véase, UNESCOPRESS, "*Nollywood rivaliza con Bollywood*", UNESCO, 2009, [citado 09-04-2011] formato HTML, disponible en Internet: http://www.unesco.org/new/es/media-services/single-view/news/nollywood_rivals_bollywood_in_filmvideo_production/browse/5/back/18276/

¹³⁵ Schiller, Herbert. La diplomacia de la [...], *op. cit.*, p. 80.

Mediante la exportación de los programas de televisión, las obras cinematográficas, la literatura y la música, las empresas de comunicación estadounidenses imponen al mismo tiempo estilos de vida, costumbres, gustos, creencias, opiniones, modas, tendencias y formas de pensar entre los habitantes de los países donde llegan sus productos culturales. Esta supremacía que los Estados Unidos ejercen dentro de la industria cultural a nivel mundial atenta contra la identidad cultural de los países donde incursiona, tiende a una homogenización de la cultura estadounidense en detrimento de la variedad cultural. Para Helge Ronning, teórico noruego sobre medios de comunicación, la cultura popular global es en gran medida la estadounidense, incluso a afirmado que se encuentra en proceso de convertirse en nuestra segunda cultura, o quizá ya lo ha hecho -de la misma forma que el inglés es adoptado como segunda lengua por gran parte de la población mundial.

Desde mediados del siglo XX los programas televisivos estadounidenses fueron y han sido los más conocidos y vistos en todo el mundo, y los programas de creación nacional tienden a seguir las mismas pautas y estilos con el ánimo de generar mayores ganancias; reproducen los mismos tópicos, conflictos e inclusive personajes; transmiten los mismos valores y creencias, favoreciendo así el *status quo*. Los espectáculos deportivos, siguen el modelo del *Superbowl* de Estados Unidos; hacen de un evento deportivo un enorme espectáculo donde participan también otras grandes empresas de diversa índole que obtienen enormes ganancias gracias a que su producto, comercial o slogan fue difundido a miles de espectadores. En la industria fílmica ocurre lo mismo; debido a que los éxitos más taquilleros y las películas más vistas en el mundo siguen siendo de Estados Unidos, las industrias fílmicas locales, así como los directores de cine -que en ocasiones tienen toda la escuela *hollywoodense*- optan por imitar los estilos y temáticas del cine estadounidense; aún así no logran competir con la difusión y liderazgo que tiene Hollywood en el mundo.

Debido a que Internet incluye otros medios de comunicación masiva como la prensa escrita, la radio, la televisión y el cine, resulta estratégico en la disputa por la hegemonía mundial. En la competencia por el liderazgo económico mundial es un campo determinante pues crea nuevos mecanismos y relaciones de producción mediante la reducción de costos y tiempos para el intercambio comercial y financiero,

conexión de sitios de fabricación, ampliación del mercado, etc. No obstante, el Internet es también un importantísimo vehículo diseminador de las industrias culturales y por lo tanto una herramienta de exportación cultural:

[...] podemos observar también una exportación cultural permitida por la red, que si bien significa una apertura hacia las culturas de todo el mundo, es claro que tiene como eje la difusión de la cultura anglosajona, basada en la universalización del idioma inglés y en la transmisión de valores culturales como la competencia y el consumo.¹³⁶

Internet resulta ser una más de las industrias culturales en las que Estados Unidos tiene fuerte presencia, todas las empresas de entretenimiento por televisión, revistas o cine cuentan con portales en Internet, los cuales sobresalen entre los más visitados. De hecho el idioma predominante en este medio, así como en la industria cinematográfica -un 36% en 2006 según la UNESCO- continúa siendo el inglés.¹³⁷

3.3. La exportación del *American way of life* como expresión del expansionismo cultural estadounidense.

Al terminar la Segunda Guerra Mundial y desde el ascenso de los Estados Unidos como hegemon indiscutible, el *American way of life* (estilo de vida estadounidense) ha sido adoptado y seguido por gran parte de las sociedades del mundo. Mucho tuvo que ver en esto el gran aparato productivo e industrial estadounidense que, al generar el periodo de abundancia de posguerra, aumentó la calidad de vida de sus ciudadanos de tal forma que les permitió contar con un mayor tiempo libre y tener acceso a una mayor cantidad de bienes de lujo -gracias al aumento salarial- sin tener que preocuparse por cubrir las necesidades primarias.

¹³⁶ Crovi Druetta, Delia (Coord.). *Sociedad de la información y el conocimiento. Entre lo falaz y lo posible*, La Crujía-UNAM, México, 2004, p. 237.

¹³⁷ Véase, anexo 4.

Esta vida materialista de superficialidad, “comodidad” y consumo resultó muy atractiva para la sociedad mundial en general. Rápidamente, el *American way of life* fue extendiéndose y asimilándose hasta que en la actualidad se encuentra presente tanto físicamente como dentro del imaginario de todo el mundo -con sus contadas excepciones- como el estilo de vida ideal y más globalizado. A consecuencia de esto, el mundo ha devenido en uno más homogeneizado, menos plural, al menos culturalmente hablando, la prueba más fehaciente de ello es la estandarización de los productos culturales estadounidenses en el mundo:

Si hay una aldea [haciendo referencia a la aldea global de Marshall Mc Luhan] habla inglés, viste de jeans, bebe Coca Cola, come bajo los arcos dorados, camina sobre las suelas de Nike, toca guitarras eléctricas, reconoce a Mickey Mouse, a Bart Simpson, a E.T., a Pamela Anderson y a Steven Spielberg.¹³⁸

La “cultura pop” estadounidense es compartida ya por todo el mundo sin distinción de posiciones sociales.* Tanto las clases dominantes como otras menos favorecidas, rurales y urbanas pueden ver el último éxito fílmico de Hollywood, leer el último libro *best seller* estadounidense, comer una Big Mac acompañada de una Coca-Cola, o bien escuchar el último éxito del grupo más famoso en los Estados Unidos. La cultura estadounidense junto con el inglés** se ha convertido en la *lingua franca* del siglo XX y probablemente también del XXI; “La principal exportación de los Estados

¹³⁸ Todd, Gitlin, *La tersa utopía de Disney*, [en línea], México, Ed. Vuelta, 2001, [citado 07-05-2011], Letras Libres [núm. 28], p. 12, formato PDF, disponible en Internet: <http://www.letraslibres.com/index.php?art=6765>, ISSN 1405-7840

* El término “cultura pop” o “arte pop” fue acuñado por Lawrence Alloway, “[...] refleja la estética de la abundancia. La iconografía del arte pop proviene del mundo cotidiano: objetos domésticos, imágenes de las películas y los medios masivos de comunicación (historietas y carteleras), alimentos (hamburguesas y botellas de Coca-Cola) y vestimenta.” Véase, Bell, Daniel. *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Alianza, 2006, p. 79.

** El idioma inglés es el segundo más hablado en el mundo según datos de la UNESCO, el más usado en el comercio internacional, en el ámbito científico y académico; así como el idioma común para comunicarse en casi todas partes del mundo, “[...] se escriben en inglés más de dos terceras partes de los textos científicos del mundo y tres cuartas partes de la correspondencia mundial, [...] de toda la información de los sistemas de recuperación electrónica del mundo, 80% se almacena en ese idioma” (Crystal, 1987, 358) *Globalización y cultura*. Tomlson Mexico Oxford University Press 2001.

Unidos no son las manufacturas, la agricultura, los productos farmacéuticos o la alta tecnología, sino la cultura popular.”¹³⁹

Al entrar en contacto una determinada población o cultura, con toda esa gama de productos portavoces del *American way of life*, su cosmovisión, costumbres y tradiciones también se ven afectados en favor de una homogeneización cultural. Aún cuando diversos autores como Anthony Giddens (*Un mundo desbocado*, 2000), Todd Gitlin (*Enfermos de información*, 2005), Mario Vargas Llosa (*Las culturas y la globalización*, 2000), y otros partidarios de la globalización, afirmen que, este proceso, antes de sustituir o destruir las culturas locales, las retroalimenta y refuerza, lo cierto es que muchas culturas vernáculas ya han desaparecido o han cambiado de tal forma que no se asemejan ya en nada a lo que eran inicialmente. De igual forma, costumbres, tradiciones y modos de vida han ido desapareciendo o perdiendo su esencia y sentido a consecuencia de esta homogeneización cultural derivada de la exportación del *American way of life*.

Un primer argumento, por ejemplo, dice que hablar de una homogeneización - o estadounidense- cultural a partir de la presencia de determinados productos, franquicias, mercancías, estilos o modas en gran parte del mundo es una postura reduccionista y errónea. Quienes apoyan este argumento dicen que sólo se trata de simples mercancías que han encontrado oportunidad de expandir su mercado gracias a las “bondades de la globalización” y el libre mercado. Sin embargo, lo que no se toma en consideración es que no sólo se trata de mercancías, se trata de productos culturales que van cargados de valores, ideología, posturas políticas y principios propios de su país de origen.

La industria cultural estadounidense es la que mayor presencia tiene en el mundo, por ello los valores y principios que se están homogeneizando son los de ese país, cómo la igualdad de circunstancias, la libertad de elección, el individualismo, el modelo de libre mercado, la sociedad de consumo y, con ello, la esencia del *American way of life*. Por esta razón, este tipo de bienes de consumo se convierten también en símbolos y herramientas de adoctrinamiento ideológico.

¹³⁹ US INformation Agency, *Cultura pop: imágenes y temas*, [en línea], Washington, 1993, [citado 07-05-2011], Facetas [núm. 99], formato HTML, disponible en Internet: <http://www.mty.itesm.mx/dhcs/deptos/ri/ri-802/lecturas/lecvmx347.html>

Volviendo al tema de los símbolos como constructores de identidades y unificadores, se puede ver que los *mass media* predominantemente estadounidenses han introducido de forma impresionante dentro de la sociedad internacional sus símbolos culturales, los cuales, generalmente, nada tienen que ver con los de las sociedades en las que han ingresado. Si existe un himno nacional conocido por la mayor parte del mundo -o quizá por todo el mundo- ese es el estadounidense, de igual forma su bandera y su escudo; se han convertido en símbolos universales de libertad y democracia gracias a los *mass media* y la industria cultural del cine y la televisión estadounidenses que así los presentan. Sucede lo mismo con otros íconos como, Arnold Schwarzenegger, Nike, Mc Donald's, Calvin Klein, Microsoft, IBM, CNN, Michael Jackson, Coca-Cola, Santa Claus -con su significado consumista de la Navidad-, Disney, etc. La violencia simbólica en todo su esplendor.* De esta forma la identidad que se está construyendo mundialmente a través de estos símbolos es en gran medida estadounidense; en palabras de Todd Gitlin:

Pase Ud. a Disney & Co. Qué raro, pero ineludible, que tanto que hoy existen símbolos unificadores, lo sean los que exigen menos: Mickey Mouse, Arnold Schwarzenegger, Bruce Willis. No la cruz ni la bandera, sino los arcos dorados, Nike y la Coca-Cola.¹⁴⁰

Un segundo argumento que niega la existencia de una estadounidense cultural es el que dice que se trata más bien de un proceso de *criollización*,** que

* El término de “violencia simbólica” fue adoptado por Pierre Bourdieu en su obra *La reproducción*, en la cual dice que “La violencia simbólica es la imposición de sistemas de símbolos y de significados sobre grupos o clases de modo que tal imposición se concibe como legítima. La legitimidad oscurece las relaciones de poder, lo que permite que la imposición tenga éxito. En la medida en que es aceptada como legítima, la cultura añade su propia fuerza a las relaciones de poder, contribuyendo a su reproducción sistémica”. s/a, *Teorías sociológicas de la educación: Pierre Bourdieu*, [en línea], Argentina, robertexto.com, [citado 07-05-2011], formato HTML, disponible en Internet: http://www.robertexto.com/archivo3/teor_socol_educac_4.html

¹⁴⁰ Todd, Gitlin. La tersa utopía [...], *op. cit.*, p. 16.

** El término *criollización* fue acuñado por el escritor antillano Édouard Glissant (1928-2011), pensaba que el concepto de *globalización* estaba cargado de un sentido negativo por caer en la estandarización, mientras que el de *criollización* era positivo pues se refería a un mestizaje conciente de sí mismo. La *criollización* es definida como “[...] el conjunto de procesos mediante los cuales las culturas se ponen en contacto y se intercambian a través de choques irremisibles, de guerras sin piedad, pero también de avances de conciencia y esperanza (Glissant, 1996, pág. 15), *cit. pos.* Mattelart, Armand. *Diversidad cultural y globalización*, Paidós, Barcelona, 2006, p. 109.

consiste en que una población adquiere rasgos culturales de otra asimilándolos y añadiendo rasgos de su propia cultura, sin que esto signifique su destrucción o alienación. Sin embargo el intercambio que se debería dar en la *criollización* es desigual o, más bien, nulo; el flujo cultural-informacional va casi siempre desde centro-periferia, ocupando Estados Unidos el centro. Este proceso, que más parece acercarse al de aculturación, se desarrolla generalmente a expensas de la cultura receptora y muchas veces en contra de su voluntad.

Ha quedado demostrado, por ejemplo, que la introducción del festejo del *Halloween* estadounidense en Latinoamérica* ha puesto en peligro de extinción varias tradiciones y costumbres propias de la región con las cuales se celebra a los muertos. Por otro lado, aprender inglés es muchas veces necesario para incorporarse a la vida académica y comercial. Los pueblos indígenas corren con peor suerte, no sólo necesitan aprender un idioma ajeno al suyo lo cual muchas veces significa su extinción, sino también deben cambiar sus modos de producción para incorporarse al sistema de intercambio comercial y de producción en masa lo que tiene como consecuencia la pérdida de costumbres, tradiciones, desintegración comunal e incluso el fin de su cultura.

Aún cuando determinada población adopte uno de estos productos culturales, adecuándolo a sus propias tradiciones y costumbres, la carga ideológica contenida en aquellos no varía. La llegada de la compañía Coca-Cola y otros productos estadounidenses a Rusia después de la caída de la Unión Soviética, fue más significativamente ideológica que comercial, reproducía simbólicamente la victoria de la democracia liberal y de libre mercado estadounidense sobre el ideal socialista soviético; lo que después Francis Fukuyama llamaría *El fin de la historia*.

Un Mc Donald's, aún encontrándose en países tan diferentes y distantes como China, India, México, Sudáfrica o Francia, sigue produciendo el mismo paquete de hamburguesa con papas y refresco e incluso del mismo tamaño y sabor -imponiendo a su vez un patrón de alimentación y consumo-; de hecho, conservan el mismo concepto

* Aunque mundialmente se suele identificar el Día de Muertos con México, lo cierto es que también se celebra en otros países latinoamericanos como Guatemala, Perú, Venezuela, El Salvador, Honduras, Costa Rica, Colombia, Ecuador, Argentina e incluso en Brasil, en donde se le conoce como Día de los Finados. Aunque la celebración varía de un país a otro, comparten el origen mesoamericano.

de atención a clientes -mismas frases, sólo cambia el idioma- y de comercialización - franquicias de autoservicio-, el cual es imitado a su vez por los dueños de restaurantes de comida nativa de otros países e incluso dentro de otros ámbitos sociales, llevando a una cada vez mayor homogeneización de la sociedad mundial dentro del *American way of life*:

[...] la McDonalización* afecta no solamente al negocio de los restaurantes, sino también a la educación, al trabajo, al sistema judicial, a la atención médica, a los viajes, el ocio, la dieta, la política, la familia, la religión, y potencialmente cualquier otro aspecto de la sociedad.¹⁴¹

Un último argumento que niega la existencia de una homogeneización al *American way of life*, dice que la industria cultural estadounidense no es la única en el mundo sino que existen otras igual de importantes como la china, la francesa, la inglesa, la india, etc., que juegan un papel de gran importancia en la variedad cultural mundial. Si bien no se puede negar la importancia de estas grandes culturas -en el caso de China, milenaria-, resulta que la más grande y la de mayor alcance es la de los Estados Unidos.

En cuanto a establecimientos de comida rápida en el mundo, por ejemplo, ningún país iguala a la industria estadounidense, se pueden encontrar Mc Donald's, Burger King, Domino's Pizza y Kentucky Fried Chicken, por todo el mundo, de igual forma que otros productos culturales como Coca-Cola, Pepsi, Marlboro, Levis, Nike, figuras de Barbie, The Simpsons, Mickey Mouse, etc.

El extravagante espectáculo futbolístico del *superbowl*, así como el *All star* de la NBA y los constantes *pay per view* de la WWE, son eventos que tienen alcance mundial y por medio de los cuales se generan grandes sumas de dinero; probablemente ninguna asociación deportiva de otro país tiene un alcance mediático

* El término *McDonalización* se refiere al “[...] proceso mediante el cual los principios del restaurante de comida rápida están invadiendo y llegando a regir un número creciente de sectores de la sociedad americana así como del resto del mundo.” en Ritzer, George. *La McDonalización de la Sociedad*, Editorial Popular, Madrid, 2006, p. 20

¹⁴¹ Ritzer, George. *La McDonalización de la Sociedad*, Editorial Popular, Madrid, 2006, p. 20

parecido -a excepción quizá del fútbol europeo. Los juegos olímpicos y el mundial de fútbol se llevan a cabo bajo el mismo concepto espectacular y comercial de los eventos deportivos estadounidenses.

Las compañías estadounidenses de parques de diversiones, Six Flags y Disney World, son de las más importantes en el mundo, la primera tiene sedes en Estados Unidos, México, Francia y Canadá, mientras que la segunda las tiene en Estados Unidos, Tokyo, Hong Kong y Francia; si bien no tienen sedes en todo el mundo son las que mayor presencia mundial tienen, además de que han servido de modelo para los demás parques temáticos en el mundo, que son copia fiel del *American way of life*, en donde todo lo que importa es divertirse, y consumir. Estas dos empresas cumplen además un importante papel al llevar a otros países símbolos y productos culturales tan representativos de la cultura pop estadounidense como son Mickey Mouse y el Pato Donald, o Bugs Bunny y Daffy Duck.

Por otro lado, no cabe duda de que dentro de la industria cultural estadounidense los *mass media* ocupan un papel muy importante. El casi monopolio estadounidense sobre los medios de comunicación permiten una mayor facilidad para exportar sus productos culturales a todo el mundo. En general toda la industria cultural producida por los *mass media* obliga a adoptar el *American way of life* en cualquier lugar donde esté presente; las cadenas de televisión CNN, FOX, Sony Entertainment, Nickelodeon, MTV, Disney Channel, Discovery Channel, entre otras, se encargan de ello mediante la transmisión de sus programas noticiosos, de entretenimiento, culturales, deportivos e infantiles con un alcance mundial.

En cuanto a la industria cinematográfica, aún cuando recientemente la nigeriana Nollywood y la india Bollywood hayan desplazado a Hollywood en producción anual de películas, ésta última sigue teniendo un mayor mercado llegando a las salas de cine de todo el mundo -lo cual sus grandes competidoras no han podido hacer-, no sólo en América Latina, como suele pensarse. En cambio resulta más difícil ver en cartelera una película india, nigeriana, china o francesa, a menos que sea en sus respectivos países -como sucede con la industria cinematográfica mexicana-, o bien en cines más culturales y plurales, pero menos comerciales. Sin duda Hollywood sigue siendo la capital cultural global:

[...] la procedencia y el eje del poder de gran parte de la avalancha de imágenes están definidas: las producciones de Hollywood significan el 85% del mercado cinematográfico mundial; y el 77% de las programaciones televisivas de América latina provienen de conglomerados norteamericanos:¹⁴²

Tanto en la televisión como en el cine, los diferentes países del mundo siguen las pautas establecidas por los Estados Unidos en cada rubro, de no hacerlo así el público que captarían sería menor y perderían su ya de por sí escasa competitividad ante la inmensa industria cultural estadounidense, por ello cada vez más puede verse que los filmes internacionales, por ejemplo, poco se diferencian ya de los hollywoodenses. De igual forma sucede con el arte y los patrones artísticos -Estados Unidos se ha convertido en el centro internacional del arte desde los años 50-, la literatura, la música, las modas y estilos, etc.

La industria cultural estadounidense se encuentra muy transnacionalizada, muchas de las grandes corporaciones de entretenimiento de Estados Unidos han sido absorbidas por otras de origen extranjero; Fox Entertainment Group, por ejemplo, fue absorbida por News Corp., una firma australiana de la que es dueño Rupert Murdoch; Universal Studios fue adquirida en un 80% por Vivendi de Francia; mientras que Sony Entertainment, Columbia Picture y Tri-Star Pictures pertenecen a la japonesa Sony Corporation. No obstante, estas compañías aún siguen las pautas estadounidenses al momento de desarrollar sus programas y películas, rindiéndole tributo al *American way of life*. En el caso de Sony, parece ser que se ha “americanizado” completamente¹⁴³.

Hollywood es la capital cultural global [...] Puede ser que empresas multinacionales estadounidenses, canadienses, europeas o japonesas distribuyan los productos, pero su propiedad está más dispersa que los estilos, los temas e

¹⁴² De Moraes, Denis. *La tiranía de lo fugaz: mercantilización cultural y saturación mediática*. en De Moraes, Denis (coord.) *Sociedad mediatizada*, Gedisa, Barcelona, 2007, p. 36.

¹⁴³ Véase, Joe, Flower, *The Americanization of Sony*, [en línea], Estados Unidos, On News Stand Now, 1994, [citado 10-05-2011], Wired [núm. 2.06], formato HTML, disponible en Internet: <http://www.wired.com/wired/archive/2.06/sony.html>

imágenes que ponen en circulación elementos que no sufren transformaciones apreciables al cambiar de propietario.¹⁴⁴

Sin duda la gran industria cultural estadounidense ha tenido gran maestría en la producción de un inmenso banco de símbolos ideológicos que atraviesan todas las fronteras. La cultura estadounidense, está convirtiéndose en una cultura mundial que pasa a ser, por decirlo así, una especie de segunda cultura para otras sociedades del mundo, quizá la primera en algunos casos, eliminando todas las otras opciones culturales vernáculas existentes a favor de la estandarización del *American way of life*.*

Las personas desde Australia hasta Zimbawe adquieren una especie de segunda pertenencia cultural, y pasan con facilidad de las noticias locales a las ceremonias de entrega del Oscar de los EE.UU., de una telenovela a una caricatura de Disney, y viceversa.¹⁴⁵

Si lo analizamos desde una perspectiva gramsciana, la emulación del modelo político, económico y cultural del *American way of life* por parte de tanta gente en el extranjero, no hace sino evidenciar el éxito que han tenido los Estados Unidos en la obtención de la hegemonía cultural global. ¿A qué se debe este éxito?

En primer lugar debe destacarse el desarrollo histórico que tuvo la industria cultural estadounidense durante el siglo XX. En la primera mitad de este siglo, mientras que en Europa se llevaba a cabo un fuerte desarrollo de la “alta cultura”, en los Estados Unidos se presencié un auge de la cultura popular, desde la música, la publicidad, un estilo de teatro más popular -el estilo de Broadway-, un mayor desarrollo y gusto por la prensa y los periodistas -en lugar de la literatura, como en el caso de Europa-, y sobre todo en el cine.

¹⁴⁴ Todd Gitlin. La tersa utopía [...], *op. cit.*, p. 12.

* La primera cultura sería en todo caso la que corresponde a cada país en particular, por ejemplo, la cultura mexicana, la cultura china, la cultura española, etc.

¹⁴⁵ *Ibid.*, p. 16.

El caso de la industria cinematográfica es de gran relevancia. Aunque el cinematógrafo fue inventado en Francia en 1895, fue en Estados Unidos donde se desarrolló a plenitud y de una forma más acelerada. Al ser explotada como una forma de entretenimiento popular a la que, a diferencia del teatro, la mayor parte de la población podía acceder, la industria cinematográfica encontró rápidamente un gran mercado. El cine no sólo fue visto como negocio, debido a su gran éxito como medio de comunicación y de entretenimiento público, resultaba ser también un excelente aparato propagandístico, por ello durante los años 20 la industria cinematográfica estuvo fuertemente apoyada por instancias gubernamentales como el Departamento de Estado y El Departamento de Comercio de los Estados Unidos; desde ese momento Hollywood fue considerado una instancia estratégica más, para apoyar los objetivos de la política exterior estadounidense y promover las exportaciones hacia otros países, así como el *American way of life*.

Durante la Primera y Segunda Guerras Mundiales la industria cinematográfica fue de gran ayuda para lograr que la población estadounidense apoyara el que Estados Unidos entrara a la guerra. Los filmes y propaganda elaborados en estos años exaltaban el patriotismo y mostraban al enemigo como un ser terriblemente inhumano. Durante la Guerra Fría Hollywood continuó contribuyendo a los objetivos bélicos, propagandísticos, ideológicos y de política exterior estadounidense.

En la Europa de posguerra, por ejemplo, habiendo sido eliminada la competencia cinematográfica a consecuencia de la guerra, la industria estadounidense tuvo un amplio mercado que abastecer; el Congreso por la Libertad de la Cultura y el Plan Marshall fomentaron la penetración de películas estadounidenses y demás productos culturales en el continente europeo. Una de los principales objetivos del cine estadounidense era erradicar los vestigios del nazismo y desterrar la ideología comunista que inundaba las mentes de los europeos, mediante una "limpieza cultural" que ensalzara las bondades del sistema de libre mercado y lo atractivo de la cultura estadounidense y el estilo de vida americano.

Los vínculos entre las instancias gubernamentales, y la industria cinematográfica y televisiva estadounidense continúan en la actualidad, así lo ha demostrado la gran propaganda mediática favorable a la guerra en Irak, la invasión a

Afganistán y la lucha contra el terrorismo. En una entrevista de la BBC al escritor y periodista australiano Philip Knightley acerca del trabajo del corresponsal de guerra en enero de 2003, mencionaba que los medios de comunicación de Estados Unidos y Gran Bretaña señalaban el asunto de Irak como si la guerra fuera inminente en lugar de hablar sobre una posible salida al conflicto. A la oferta que Saddam Hussein hizo a los Estados Unidos de permitir a la CIA inspeccionar los sitios donde supuestamente se desarrollaban armas nucleares se les dio una cobertura muy pobre. En la entrevista, el periodista australiano mencionó que “en los dos países que están más ansiosos de entrar en guerra con Irak, Estados Unidos y el Reino Unido, los medios están actuando como portavoces, armas de propaganda de los dos gobiernos.”¹⁴⁶

La llegada de la televisión no hizo más que consolidar la hegemonía audiovisual y cultural de los Estados Unidos, más que representar un obstáculo para la industria cinematográfica, la complementó. Actualmente las grandes compañías productoras de películas se encuentran dentro de grandes conglomerados que vinculan toda la industria del entretenimiento, el cine, la televisión satelital, disqueras, parques temáticos, compañías teatrales, portales de Internet, etc., teniendo su principal mercado en el exterior.

Siendo los *mass media* los principales instrumentos encargados de exportar el *American way of life* al mundo, definen al mismo tiempo el concepto de “desarrollo” que deben seguir los demás países. Por medio del lenguaje simbólico imponen los estereotipos de lo que debe ser un hombre y una mujer; un joven, un adulto y un anciano; dictan la forma en que debe ser interpretada la vida; implantan modas y estilos; e incluso establecen la forma en que deben ser entendidos conceptos como modernidad, democracia, libertad, igualdad y justicia.

La industria cultural en general, ya sea estadounidense o “estadounidizada” reafirma y justifica en todo momento este *status quo* tendiente a la homogeneización, llevando a cabo un dominio cultural que ya no es reconocido como tal, pues la mayor parte de la población mundial ya considera a la cultura del *American way of life* como natural y agradable, no con recelo u oposición. Conceptos como el de dominio, neo-

¹⁴⁶ Véase, s/a, *Medios/Irak: “actúan como portavoces”*, [en línea], Reino Unido, BBCMundo.com, 02 de enero de 2003, [citado 11-05-2011], disponible en Internet: http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/news/newsid_2621000/2621931.stm

colonización o imperialismo cultural, casi han desaparecido, siendo sustituidos por los de globalización, multiculturalidad y asimilación cultural:

La noción de “cultura norteamericana” se asume sin disimulo como un “operador de universalización”, so pretexto de que cada cultura puede orientarse perfectamente y redefinirse sin perder su alma al hacerla suya. ¡El imperialismo cultural ha muerto, viva la globalización! [...] ha muerto la interrogación sobre las nuevas modalidades de hegemonía cultural y de ejercicio de la violencia simbólica.¹⁴⁷

Si bien la “omnipresencia” de la industria cultural estadounidense y sus productos-símbolos culturales, han sido en gran medida la base del éxito del *American way of life* en el mundo, existe una segunda razón por la cual ha tenido gran aceptación: el que su principal razón de ser gire entorno a la diversión, al placer y a la comodidad; es decir, a su alto “valor de entretenimiento”; en palabras de Armand Mattelart:

Si los Estados Unidos pueden prevalecerse de esta posición de faro de una nueva civilización mundial, es gracias a la “atractividad cultural” que ejercen sobre el mundo sus modos, sus modas, sus programas de televisión, sus películas sus informaciones, sus hazañas científicas, su modo de gestionar las empresas, etc.¹⁴⁸

Pero junto con ese “valor de entretenimiento”, es también aceptada una cultura donde abunda y sólo importa el placer inmediato, lo superfluo, lo efímero, la estandarización de contenidos y de estereotipos,^{*} así como la imposición de jerarquías

¹⁴⁷ Mattelart, Armand. Diversidad cultural [...], *op. cit.*, p. 114.

¹⁴⁸ *Ibid.*, p. 100.

* ¹⁴⁹ Dentro de la industria cultural en general, se recurre a los mismos clichés, estereotipos y estilos, donde lo importante es la rapidez, lo excitante, un bombardeo de imágenes y una narrativa simple y accesible sin que implique una mayor reflexión al contenido y un ejercicio mental mayor. El resultado es un producto cultural hueco que fomenta su aceptación sin objeción alguna so pretexto de ofrecer sensaciones excitantes y diversión garantizada. Esto lleva a la creación de una sociedad igualmente hueca y hedonista; “*Impide la formación de individuos autónomos independientes, capaces de juzgar y decidir*

y de poder; una cultura que fomenta una individualización paradójica pues el sujeto dentro de su propia individualidad se pierde dentro de la homogeneidad social y cultural. Es una cultura que no exige mayor arraigo, entendimiento, conocimiento ni erudición pues lo reproduce es superficial y fácil de digerir; es una cultura que de hecho es hostil a lo intelectual y lo reflexivo; y que prefiere lo pragmático y lo empírico. Sobre todo es una cultura en donde la razón de ser gira en torno al consumo y donde el valor del individuo es proporcional a su capacidad como consumidor.

3.4. El consumismo como la más alta expresión del *American way of life*.

El consumo ha existido desde el principio de la humanidad y a lo largo de la historia, resulta inherente e imprescindible al ser humano y a cualquier sociedad. El consumo de bienes de primera necesidad como alimentos, agua y otros recursos resulta indispensable para la supervivencia, tanto para los animales como para las personas. Estas afirmaciones llevan a la conclusión de que el consumo no es más que un medio, mientras que la satisfacción de las necesidades constituye el fin deseado. No obstante, el rol que juega el consumo en la sociedad ha cambiado en la actualidad, convirtiéndose en un fin por sí mismo. En el momento en que la actividad de consumir pasa a ser una actividad central en la vida, o bien el único propósito de la existencia humana, surge lo que se conoce como *consumismo*.

Dentro de la lógica del *consumismo*, la adquisición de bienes de consumo no se detiene en el momento de haber satisfecho las necesidades primarias como la alimentación, la salud o el vestido, sino que continúa, lo importante es no dejar de consumir; de hecho los bienes indispensables no se encuentran dentro de su principal objetivo, más bien lo son los bienes de lujo, superfluos, banales; bienes de los cuales sí se puede prescindir. Pero no se queda ahí, el *consumismo* interviene en todos los aspectos de la sociedad, como la política, el poder, la jerarquía y el estatus, la valoración de un ser humano, la identidad individual y colectiva, la definición de sí mismo de un individuo y el desarrollo de su personalidad:

concientemente [...]” Dorfman, Ariel. Imperialismo y medios masivos de comunicación, Ediciones Quinto Sol, México, 1975, p. 78.

Se puede decir que el “consumismo” es un tipo de acuerdo social que resulta de la reconversión de los deseos, ganas o anhelos humanos [...] en la principal fuerza de impulso y de operaciones de la sociedad, una fuerza que coordina la reproducción sistémica, la integración social, la estratificación social y la formación del individuo humano [...] desempeña un papel preponderante en los procesos individuales y grupales de autoidentificación, y en la selección y consecución de políticas de vida individuales.¹⁵⁰

El fenómeno del consumismo es apenas reciente, sus raíces se remontan al capitalismo industrial del siglo XX que dio origen a la “sociedad de los productores” en la cual el trabajo y la producción en gran escala jugaban el rol principal, por lo que un individuo ante todo debía ser un productor.

Los sistemas administrativos de producción y trabajo *fordista* y *taylorista*, ambos originados en Estados Unidos, trajeron consigo un gran incremento en la productividad y con ello masificaron el consumo, es este el punto de quiebre en el que la etapa industrial de la modernidad y su “sociedad de los productores” pasa a una segunda modernidad, la de la masificación de la producción, o etapa postindustrial, y su “sociedad del consumo”, en la cual una vez satisfechas las necesidades primarias, el único objetivo es seguir consumiendo bienes banales sin importar el que sean necesarios o útiles; donde lo más importante, incluso obligatorio, para un individuo es ser un consumidor, de no ser así se encuentra condenado al rechazo.

[...] la “sociedad de consumidores” implica un tipo de sociedad que promueve, alienta o refuerza la elección de un estilo y una estrategia de vida consumista; y que desaprueba toda opción cultural alternativa.¹⁵¹

Si el *American way of life* fue el principal portavoz de la “sociedad de los productores” en la primera mitad del siglo XX, desde el final de la Segunda Guerra Mundial hasta la actualidad ha sido también el representante por excelencia de la

¹⁵⁰ Bauman, Zygmunt. *Vida de consumo*, FCE, México, 2009, p. 47.

¹⁵¹ *Ibíd.*, p. 78.

“sociedad del consumo”. Promete una vida plena y de felicidad a la que sólo se puede acceder mediante la adquisición constante de productos; cada uno de ellos, aseguran al consumidor experimentar nuevas y cada vez más intensas sensaciones que satisfagan sus deseos, otorgándoles al mismo tiempo pequeñas dosis de felicidad.

Daniel Bell explica este cambio en el *American way of life* ocurrido en la transición de la “sociedad de productores” a la “sociedad de consumidores”. En su obra *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Bell afirma que fue en el mercado donde se desarrolló dicho cambio, siendo el mercado el lugar en donde la cultura se convierte en producto o mercancía, es también donde la estructura social y la cultura se cruzan. Pero lo que generó la transición fue el surgimiento de nuevos patrones y hábitos de consumo. Bell explica que esto dio como resultado una erosión en dos de los principales pilares del sistema valorativo estadounidense: la ética protestante y el temperamento puritano; los cuales asignaban al trabajo una posición central dentro de la sociedad, exaltaban al ahorro y ponían un tope al modo de vida suntuario al calificarlo de inmoral. En el momento en que estos dos pilares se devaluaron el capitalismo perdió su ética central dejando al hedonismo en su lugar.

En la “sociedad del consumo” aún el estatus puede ser adquirido; no obstante, para que la felicidad y el estatus perduren es necesario tener mucho dinero, para algunos esto no representa mayor problema, pero para una gran mayoría sí. He aquí una gran contradicción, en una sociedad en la que mediante el consumismo se promete la felicidad eterna, lo que más abunda es la infelicidad y la frustración.

Todo mundo está obligado a seguir las pautas impuestas por la clase dominante, es decir una vida consumista. Las clases sociales no importan en “la sociedad del consumo”; bajo el ideal liberal de igualdad de circunstancias y de oportunidades se asume que tanto pobres como ricos se encuentran en posibilidad de cambiar su situación, por lo que cualquier sujeto tiene la oportunidad de convertirse en un consumidor potencial y por lo tanto de obtener la felicidad.

Bajo el régimen consumista, el estatus, la identidad y el valor de una persona se encuentran condicionados en cuanto a su capacidad como consumidores. Es verdad que no todos pueden anhelar a convertirse en grandes consumidores, pues eso equivaldría a la existencia de una igualdad social o de condiciones, lo cual va en contra

de la sociedad capitalista en la que la jerarquización y el estatus juegan un rol indispensable. No obstante, lo importante en este régimen es consumir; puede ser que una persona no tenga acceso a ciertos productos de lujo como un auto *Lamborghini* o un *Ferrari*, o bien, una casa en la zona más acaudalada de su ciudad; pero seguramente sí podrá acceder a un auto más barato, un departamento pequeño y otros artículos de menor calidad. En la “sociedad del consumo” no se exige -al menos no a todos- consumir los productos más lujosos del mercado; lo que reprocha es no hacer del consumo el centro articulador de su existencia.

El sujeto que no puede seguir las pautas del consumismo, es rechazado y humillado. De aquí que impere tanta infelicidad y frustración dentro de la “sociedad de consumo”. En un mundo en donde el desempleo y la pobreza abundan, y la brecha entre ricos y pobres aumenta cada año no podría ser de otra forma. Quienes tienen empleos con salarios bajos se ven obligados a trabajar jornadas más largas, generando falta de autoestima, depresión, estrés, frustración e incluso el deterioro de los vínculos familiares y sociales. Para quienes viven en situación de pobreza es aún más difícil, pues del poco dinero que tienen para cubrir sus necesidades básicas (alimentación, salud, educación y vivienda), tienen que gastar más en mercancías que si bien resultan inútiles, son necesarios si no quieren ser señalados y humillados por la sociedad.

El consumismo tampoco distingue edades ni género; se elaboran diversos campos publicitarios; unos van dirigidos al género masculino, indican cómo debe ser un hombre y con qué productos puede llegar a serlo; otros se dirigen hacia el género femenino indicando el estereotipo de mujer a seguir, cómo vestirse y con qué artículos, dónde ir a comprar, etc.; para los infantes también existe un campo especial, son bombardeados constantemente por publicidad llamativa inculcándoles desde pequeños el hábito consumista; “*Ni bien aprenden a leer, o quizás incluso desde antes, se pone en marcha la adicción a las compras*”¹⁵². Incluso existen juguetes que exaltan y las bondades del *shopping*.

¹⁵² *Ibíd.*, p. 80.

Aquellos sujetos que se niegan a caer en la ética consumista y que sólo compran lo que en verdad necesitan, sin buscar nuevas necesidades o productos que puedan otorgarles nuevas sensaciones y satisfacciones son también relegados por la “sociedad del consumo” por considerarlos “consumidores fallidos”. No sucede así con aquellos “rebeldes” que por ir en contra del sistema se dirigen hacia otras mercancías alternativas, pues éstas continúan siendo “mercancías fetiche”, siguen construyendo personalidad, estatus y, por supuesto, continúan cumpliendo su función dentro del sistema consumista. Incluso los movimientos sociales de rebeldía y antisistémicos que surgieron a lo largo de la segunda mitad del siglo XX, han terminado siendo absorbidos por la “sociedad del consumo” después de encontrar un lugar para cada uno de ellos dentro del mercado. En la actualidad se pueden ver camisetas y todo tipo de artículos con la imagen del Che Guevara, Bob Marley, The Rolling Stones, símbolos hippies, etc., dentro de las tiendas de los centros comerciales:

El movimiento hippie de los años 60 del pasado siglo aunque representaba un honesto movimiento anti consumo y de cuestionamiento a los desequilibrios e injusticias sociales, el sistema finalmente terminó devorándolo [...] las drogas, el rock and roll acabaron siendo otras tantas mercaderías de consumo masivo, generadoras de pingües ganancias (no para los hippies precisamente).¹⁵³

Para Zygmunt Bauman, el gran atractivo de la “sociedad del consumo” es la promesa de la satisfacción rápida y constante de los deseos humanos como ninguna otra sociedad en la historia lo había hecho antes; no obstante, para que el modelo consumista continúe seduciendo a la población, el sentimiento de insatisfacción debe ser constante, así como la creencia de que cada mercancía siempre puede ser mejorada para una mayor satisfacción y felicidad del consumidor. Según Bauman la forma en la que se logra volver permanente este sentimiento de insatisfacción en la población es mediante la constante devaluación de las mercancías, aún cuando estas apenas hayan salido al mercado (como en el caso de los teléfonos celulares o las

¹⁵³ Colussi, Marcelo. *El consumismo ¿es una enfermedad?*, [en línea], Red Voltaire, 2005 [citado 15-05-2011], formato HTML, disponible en Internet: <http://www.voltairenet.org/article129192.html>

computadoras personales, que son declarados obsoletos en menos de un año de su lanzamiento).*

Las promesas de satisfacción hechas por los productos anteriores deben ser rotas por otras nuevas, y las esperanzas y el sentimiento de estar cada vez más cerca de la felicidad deben ser frustrados. Esta es la razón por la cual Bauman dice que la “sociedad del consumo” es también una sociedad del engaño, ya que la tan anhelada felicidad nunca es alcanzada a plenitud, aunque eso sea precisamente lo que el consumismo promete.

Pero no sólo eso, es también una sociedad del despilfarro y el exceso, pues en ella se incita al individuo a adoptar una actitud en la cual el adquirir y acumular productos se convierte en el principal motivo de su existencia, lo que implica también acelerar la vida útil de las mercancías y su camino de la tienda a los depósitos de basura.

Si en la “sociedad de los productores” lo más importante de los productos radicaba en su utilidad y durabilidad; en la “sociedad del consumo” su importancia es proporcional al grado en que sea capaz de satisfacer los deseos del individuo y al estatus que pueda otorgarle como consumidor y como “mercancía vendible” al mismo tiempo.** Lo duradero se vuelve sinónimo de inútil, pasado de moda y desecho,

* Jean Baudrillard también se refiere a este proceso como el “régimen de la mortandad de los objetos”, en el cual la obsolescencia y la caducidad de los bienes de consumo ocurre de forma más rápida: “El dispositivo que activa este sistema de “obsolescencia acelerada” -que impera a consumir compulsivamente- consiste en convencer al consumidor que necesita un producto nuevo antes que el que ya tiene agote su vida útil y funcionalidades [...] porque está “pasado de moda”. Ya no debe esperarse que las cosas se acaben lentamente. Las sustituimos por otras que si bien no son [...] más efectivas, son más atractivas.” Vásquez Roca, Adolfo. *Baudrillard; Cultura, simulacro y régimen de mortandad en el sistema de los objetos*, [en línea], España, Universidad Complutense de Madrid, 2007, [citado 15-05-2011], *Eikasía. Revista de Filosofía* [núm. 9], pp 84-85, formato PDF, disponible en Internet: <http://www.revistadefilosofia.com/94.pdf>, ISSN 1885-5679

Baudrillard señala el automóvil como un caso paradigmático de la obsolescencia acelerada, no sólo por la masificación de su producción y porque sea un producto que año con año, modelo tras modelo se vuelve obsoleto, sino también porque se encuentra asociado a la imagen de prestigio y de estatus.

** En la “sociedad del consumo” una persona adquiere también la calidad de mercancía y sus relaciones interpersonales se encuentran determinadas por su “vendibilidad”. Mediante la adquisición de nuevos productos como automóviles, ropa, teléfonos celulares, entre otros; el sujeto va construyendo una personalidad que sea “vendible” a otros sujetos o grupos de sujetos. Es decir, si quiere formar parte de cierto estatus o grupo social, las mercancías por él adquiridas -que son las que conforman la personalidad del individuo- deben hablar por el demostrando el potencial necesario para formar parte de determinado grupo. Lo mismo sucede con sus relaciones amorosas en la actualidad, un individuo busca en una pareja una fuente de satisfacción de sus deseos, poco tiene que ver ya el proceso de enamoramiento; cuando el deseo y lo novedoso se termina, llega nuevamente el aburrimiento y es hora de buscar a alguien más, lo cual muestra a su vez el carácter sumamente egocéntrico, narcisista y, por lo tanto, individualista del

mientras que la utilidad se convierte en un atributo efímero. Existe un constante cambio entre lo nuevo y lo viejo.

Para un consumidor ideal, nunca se pueden considerar satisfechas las necesidades y los deseos, pues estos se encuentran en constante construcción; no se aferra a las cosas ni se compromete con nada pues siempre habrá más productos que prometan nuevas y más placenteras sensaciones, así como nuevas promesas de satisfacción y felicidad; bajo el régimen consumista todo debe olvidarse velozmente. La aceleración de la obsolescencia de los objetos, así como la incitación hacia el consumo masivo de las mercancías, como la panacea para el aburrimiento, y el medio para conservar el estatus y encontrar la verdadera felicidad hacen que surja dentro del sujeto una compulsión por las compras, lo que Bauman llama el “síndrome consumista”:

[el síndrome consumista][...] implica más [...] que la fascinación con los deleites de ingerir y digerir [...] divertirse o pasar un rato agradable. Es verdaderamente un síndrome, un cúmulo de actitudes y estrategias, disposiciones cognitivas, juicios de valor y prejuicios, supuestos explícitos y tácitos sobre los caminos del mundo y los modos de andarlos, visiones de felicidad y modos de perseguirlas [...]¹⁵⁴

El “síndrome consumista” no tiene límite para los excesos, nunca nada es excesivo si se trata de la adquisición de nuevas mercancías, lo verdaderamente importante es la velocidad en que los objetos deseados dejen de serlo para convertirse en desechos y volver a comenzar de nuevo; es todo un círculo vicioso para la sociedad pero virtuoso para el sistema de libre mercado.

Aquí los *mass media* vuelven a ocupar un rol de gran importancia; son los principales promotores del consumo, por todas partes la gente es asediada por el marketing. Las empresas y grandes corporaciones invaden las 24 horas del día medios

consumismo. “Para Jonathan Keane, la conducta de los clientes que navegan por Internet en busca de la combinación exacta en una misma persona es una actividad “despojada de toda emoción”, como si las personas fueran pedazos de carne colgadas en la carnicería.” Véase, Keane, Jonathan. *Late capitalism nights*, en Soundings, verano de 2006, pp. 66-75. *cit. pos.* Zygmunt, Bauman, Vida de [...], *op. cit.*, pp. 141-142.

¹⁵⁴ Bauman, Zygmunt. *El consumismo*, Revista Criterios, No. 35, La Habana, 2006, p. 8.

como la televisión, la radio, el Internet, el cine, las revistas y los periódicos; son los *mass media* los encargados de educar y llevar por el camino del consumismo a las nuevas generaciones; dictan las pautas a seguir en el mundo de la moda, se encargan de mostrar los productos de última generación que pueden mantener al espectador a la delantera y por, lo tanto en la modernidad; venden y promueven el estilo de vida consumista y con ello el *American way of life*.

En los grandes espectáculos deportivos, artísticos y culturales, las compañías de seguros, de artículos deportivos, de automóviles, de telefonía e incluso los partidos políticos, acaparan los espacios comerciales obligando al espectador a ver su producto, generando grandes sumas de dinero. De igual forma, casi la totalidad de los espacios urbanos se encuentran repletos de anuncios publicitarios: en los taxis, autobuses, el aeropuerto, en los vagones y pasillos del metro, los estadios y otros espacios deportivos, salas de cine, universidades, etc. Prácticamente ya no hay lugar en donde el consumismo no tenga impacto, el mercado ha incursionado en todas las áreas de la vida, incluso en las relaciones interpersonales; libros, revistas y programas de televisión dicen a la gente cómo vivir [gran parte de los *best sellers* tienen que ver con la autosuperación y cómo vivir bien], cómo educar a sus hijos, cómo comportarse, cómo vestir, cómo cocinar, de qué forma amueblar nuestra casa, etc. En palabras de Baudrillard:

[...] la publicidad en su nueva dimensión lo invade todo, al tiempo que desaparece el espacio público (la calle, el monumento, el mercado, la escena) [...] monopoliza la vida pública [...] organiza la arquitectura y realización de superobjetos, [...] monumentos [...] a la publicidad [...]¹⁵⁵

Un último aspecto de gran importancia es el cómo dentro de la “sociedad del consumo” el sistema de libre mercado es tomado e inculcado, mediante los *mass media*, como sinónimo de democracia y libertad; los mitos neoliberales como el de la libre competencia y el de soberanía absoluta del consumidor terminan por reforzar

¹⁵⁵ Baudrillard, Jean. *El éxtasis de la comunicación*, en Foster, Hal et al, *La postmodernidad*. Kairos, Barcelona, 1985, p. 192.

esta equiparación, y las personas, ya inmersas dentro del consumismo, aceptan tal dogma sin objeción alguna.

Y no tienen por qué no creerlo. Dentro de la “sociedad del consumo” los individuos están todo el tiempo tomando elecciones, lo que le da la apariencia de gozar de absoluta libertad de decisión: qué película ver, qué automóvil comprar, qué canal de televisión ver, qué libro leer, a qué escuela ir, en fin; siempre está presente una gran variedad de sensaciones, oportunidades y experiencias placenteras entre las cuales escoger. Lo cierto es que la libertad que el consumidor tiene es solamente de elección en cuanto a qué consumir.

La tan repetida aseveración de que ‘este es un país libre’ significa lo siguiente: el tipo de vida que uno desea vivir, cómo decide vivirla y qué elecciones hace para lograrlo, depende de uno, y es uno el único culpable si todo eso no conduce a la tan añorada felicidad.¹⁵⁶

El sujeto tiene la sensación de tener libertad de decisión, elección y de pensamiento, sin darse cuenta de que el mercado y las grandes corporaciones son quiénes lo dirigen hacia ciertos comportamientos, gustos, formas de pensar y estilos de vida mediante la saturación de publicidad, ya no sólo en los *mass media*, sino también en el espacio público, ahora ya privatizado por las grandes corporaciones que lo inundan de publicidad que al mismo tiempo actúa como propaganda a favor de la ideología consumista y con ello del *American way of life*.

¹⁵⁶ Bauman, Zygmunt. Vida de [...], *op. cit.*, p. 121.

Conclusiones.

A lo largo de esta investigación se ha pretendido encontrar pautas para estructurar coherentemente y dar inteligibilidad al proceso expansionista que los Estados Unidos han llevado a cabo desde sus primeros días como nación hasta la actualidad. Para poder realizar esta empresa, se ha apelado a aspectos teóricos, históricos, empíricos, económicos, estadísticos, políticos, sociales, lo cual da muestra de lo complejo que puede llegar a ser este tema. Las conclusiones a las que se han llegado son las siguientes.

La hegemonía debe ser analizada desde una perspectiva multidimensional, el liderazgo en una sola de sus dimensiones no da como resultado una posición hegemónica por ello para que un país aspire a su obtención debe buscar y mantener el liderazgo en cada una de sus dimensiones, en la económica, política, tecnológica-militar e ideológica cultural.

Una ideología expansionista bañada de un sentimiento de superioridad y predestinación celestial, así como una situación geopolítica favorable en el continente americano y una lejanía considerable respecto de las potencias europeas dieron como resultado una situación propicia para que Estados Unidos comenzara con una primera etapa expansionista: la territorial, gracias a la cual pudo también gozar de un gran desarrollo industrial, económico y comercial que lo posicionaron a finales del siglo XIX como una potencia a nivel mundial y un importante aspirante a la obtención de la hegemonía.

Las dos Guerras Mundiales fueron un factor decisivo para que Estados Unidos obtuviera a mediados del siglo XX una posición hegemónica dentro del bloque occidental, ya que contribuyeron a que surgiera un vacío de poder a nivel mundial debido al debilitamiento y destrucción de las potencias Europeas que detentaban entonces la hegemonía.

A mediados del siglo XX Estados Unidos ya contaba con el liderazgo en cada una de las dimensiones de la hegemonía mundial. En el ámbito económico y financiero fue el arquitecto del nuevo paradigma liberal y de libre mercado que impera hasta la

actualidad. Instituciones como el FMI y BM, así como la posición del dólar como moneda internacional de cambio dejan ver su situación hegemónica en el mundo.

Su posición como líder dentro de instituciones políticas internacionales como la ONU, la OEA, la OTAN, entre otras, es muestra del liderazgo estadounidense en la dimensión política.

En la dimensión militar, Estados Unidos también detenta el liderazgo desde el final de la Segunda Guerra Mundial hasta la actualidad. Si bien la URSS tuvo también un fuerte peso militar, difícilmente podemos decir que puso en entredicho la superioridad tecnológica-militar estadounidense. La economía soviética no pudo soportar la carrera armamentista. Actualmente es Rusia quién asume la posición de más importante competidor de Estados Unidos en esta dimensión, no obstante la fuerte crisis sufrida a raíz de la disolución de la URSS ha impedido que exista en Rusia un desarrollo militar comparable al estadounidense.

La tecnología de uso dual enfatiza la hegemonía estadounidense no sólo en el ámbito tecnológico-militar, sino también en el económico al dinamizar la actividad productiva gracias a sus innovaciones tecnológicas. Es por esto que la hegemonía militar y económica, se encuentran a su vez ancladas al ámbito tecnológico, del cual Estados Unidos sigue siendo garante en la actualidad.

Cultural e ideológicamente Estados Unidos cuenta con una hegemonía a que se le podría catalogar de absoluta. Sus símbolos patrios, culturales e incluso metapolíticos (como los conceptos de democracia, libertad, igualdad y libre mercado), se encuentran ya muy arraigados dentro del imaginario de gran parte del mundo, incluso son considerados ya como algo natural o necesario para la sociedad mundial. El *American way of life* y su conducta consumista son seguidos por la mayoría de las sociedades del orbe.

Sólo unos cuantos grandes conglomerados estadounidenses son los propietarios de la mayor parte de los medios de comunicación más influyentes e importantes, en el mundo; lo cual facilita la expansión de su cosmovisión, ideología, cultura y estilo de vida mediante un mayor alcance de sus industrias culturales.

El monopolio que Estados Unidos ejerce en la información y sobre los *mass media*, favorece a una mayor expansión ideológica-cultural y por lo tanto el mantenimiento del liderazgo en esta dimensión; gracias a esta situación monopólica, le es posible tener una mayor diseminación y aceptación de su discurso hegemónico mediante la imposición de la agenda de noticias y la fabricación de una opinión pública favorable a sus intereses.

Los *mass media*, al formar parte de la industria cultural se encargan también de exportar, ya sea directa o indirectamente, la cultura de sus países de origen, y con ello su visión del mundo, tendencias, costumbres, gustos, estilos de vida y formas de pensar. Ya que los Estados Unidos ejercen un liderazgo dentro de los medios de comunicación en el mundo, también lo hacen dentro de la industria cultural, por lo que la cultura estadounidense tiende a ser la más globalizada.

Ante semejante desventaja, las industrias culturales de otros países optan por seguir las pautas de la estadounidense, reproduciendo sus tópicos, humor, gustos, etc., contribuyendo al mismo tiempo a una mayor homogenización cultural.

El liderazgo ejercido por los Estados Unidos en las industrias culturales ha favorecido de igual forma a la promoción y aceptación del estilo de vida estadounidense. El cine, la televisión, el Internet y demás medios de comunicación dan por hecho diariamente la superioridad del *American way of life* resaltando sus virtudes y equiparándolo como el punto más alto del desarrollo, modernidad, confort e incluso felicidad. Comenzando el siglo XXI, no existe otro estilo de vida cuya aceptación y alcance se pueda comparar con el ejercido por el *American way of life*.

Una prueba de que el *American way of life* es el estilo de vida más globalizado en la actualidad la encontramos en una cada vez mayor estandarización y presencia de los productos-símbolos culturales estadounidenses alrededor del mundo.

Al presentar las industrias culturales esta gran variedad de símbolos como los portavoces de la democracia, igualdad, libertad y el libre mercado, inducen a los espectadores a asociar la cultura estadounidense y sus símbolos con el más elevado, desarrollado y benigno estilo de vida a seguir. Esto contribuye al mantenimiento de la hegemonía ideológica-cultural estadounidense.

El predominio del idioma inglés y su posición como la *lingua franca* del siglo XXI es una prueba más de homogenización-estadounidización cultural de la que se ha hablado. No sólo es el segundo más hablado, es el que más se adopta como segunda lengua a nivel mundial y el más utilizado en el comercio, en el ámbito académico, científico y político. La gran divulgación que le dan las industrias culturales estadounidenses (en el cine, televisión, libros, música, etc.) a nivel global ha contribuido en gran medida en esto.

Uno de los motivos que han contribuido al éxito del *American way of life* y la cultura estadounidense ha sido la capacidad que han tenido las industrias culturales de los Estados Unidos para hacer llegar a todas partes del mundo los productos-símbolos culturales que éstas mismas han creado, convirtiendo a su cultura en una de carácter global. Pero a esto también ha contribuido el alcance propagandístico que han hecho del discurso hegemónico a favor de la globalización y el libre mercado, gracias a ello la estadounidización de la cultura mundial ha dejado de ser considerada por gran parte de la población como una forma de dominio cultural, ahora es más bien pensada como natural, benigna y agradable, así como un sinónimo de desarrollo y modernidad, que es la forma como ha sido expuesta por las industrias culturales estadounidenses. Conceptos “negativos” como el de neocolonización, o imperialismo cultural han sido sustituidos por otros más “amables” como el de asimilación cultural y globalización.

El consumismo es la máxima expresión del *American way of life*, coloca al consumo como principal articulador de la existencia y con ello muestra su imperativo mercantilista, rasgo fundamental de la ideología estadounidense.

La característica más importante que da muestra de la hegemonía ideológica-cultural estadounidense es el predominio de la conducta consumista en las sociedades más grandes del mundo.

Actualmente, a pesar del surgimiento de un nuevo orden multipolar y el deterioro de la economía estadounidense, Estados Unidos continúa ejerciendo el dominio en las diferentes dimensiones de la hegemonía, por lo que no es probable que deje de detentarla al menos en un corto o mediano plazo. Si bien desde la perspectiva económica es posible hablar de multipolaridad, está claro que los Estados Unidos mantienen su liderazgo en los demás ámbitos, el militar-tecnológico (sin dejar de lado

a Rusia por supuesto), político y geopolítico (por sus enclaves geoestratégicos en diferentes partes del mundo), y más aún en el ideológico-cultural.

La crisis del presente siglo, más que haber sido una crisis de su hegemonía, debe catalogarse como una crisis de paradigma, lo cual se ha presenciado en diversas ocasiones a lo largo de la historia. En los años ochentas del pasado siglo, por ejemplo, pudo presenciarse como Estados Unidos y sus principales aliados renovaron el sistema capitalista con el surgimiento de un nuevo paradigma, el de la globalización, que vino una vez más a revivir la esperanza de un mundo más justo, igualitario, democrático, más feliz, bajo el cobijo del neoliberalismo. No sería sorpresa que nuevamente llegara un nuevo paradigma a renovar el *status quo*, pero el fin de un paradigma no significa necesariamente el fin de la hegemonía estadounidense.

De todos los tipos de expansionismo que los Estados Unidos desarrollaron en su búsqueda de la hegemonía mundial, el ideológico-cultural ha demostrado ser el más sutil y eficaz de todos, es con el que terminó cerrando el famoso “siglo americano” y es con el que ha apuntalado su hegemonía en el presente siglo. En este sentido y retomando a Jackson Turner, es posible afirmar que el expansionismo ideológico y cultural estadounidense ha sido el último peldaño evolutivo alcanzado por la *frontier*, pero con ello también va mostrando sus límites.

Este proceso expansionista sólo tendrá continuidad en la medida en que se vaya renovando, creando un nuevo y más eficaz expansionismo, o bien hasta el surgimiento de una nueva potencia con atributos comparables a los de Estados Unidos, que llegue a arrebatarse su hegemonía e imponga una nueva cosmovisión y modo de vida, pero eso resultaría en extremo laborioso. No obstante, queda claro que el expansionismo estadounidense es en la actualidad el paradigma a seguir en la búsqueda de la hegemonía mundial, no existe otro modelo expansionista que haya tenido éxito semejante.

Fuentes de Consulta.

Bibliografía y hemerografía

Bauman, Zygmunt, *Vida de consumo*, FCE, México, 2009, 205 pp.

_____, *El consumismo*, en Revista Criterios, No. 35, La Habana, 2006, pp. 5-16.

Baudrillard, Jean, *El éxtasis de la comunicación*, en Foster, Hal et al, *La postmodernidad*. Ed. Kairos, Barcelona, 1985, pág. 192.

Bell, Daniel, *El fin de las ideologías*, Ed. Tecnos, Madrid, 1964, 570 pp.

_____, *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Ed. Tecnos, Madrid 1977, 264 pp.

Brzezinski, Zbigniew K, *El gran tablero mundial. La primacía americana y sus imperativos geoestratégicos*, Ed. Paidós, España, 1998.

Ceceña, Ana Esther, "Estrategias de dominación y planos de la construcción de la hegemonía mundial." en Julio Gambina (coord.) *La globalización económica-financiera y el impacto en América Latina, estrategias de regulación y respuestas sociales y políticas del movimiento popular*. CLACSO, Buenos Aires, 2002

Chomsky, Noam, *Los guardianes de la libertad*, Ed. Grijalbo-Mondadori, España, 1995, 372 pp.

Cohen, Bernard, *The press and foreign policy*, Princeton University Press, United States of America, 1965, 288 pp.

Coleman, John, *La economía norteamericana contemporánea dinámica y transformación*, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1967, 283 pp.

Cox, Robert, *Gramsci, hegemony and International relations an essay in method*, En Robert Cox y Timothy Sinclair, *Approaches to World Order*, Cambridge University Press, 1996, 552 pp.

Crovi, Delia (Coord.), *Sociedad de la información y el conocimiento. Entre lo falaz y lo posible*, Ed. La Cruzía-UNAM, México, 2004, 391 pp.

Davis, Harold Eugene, *Los Estados Unidos en la historia: desarrollo histórico de su pueblo y su significado*, Ed. Uteha, México, 1967, 150 pp.

De Moraes, Denis (coord.), *Sociedad mediatizada*, Ed. Gedisa, Barcelona, 2007, 197 pp.

Dijk, Teun Adrianus van, *Racismo y análisis crítico de los medios*, Ed. Paidós, Barcelona, 1997, 318 pp.

Dorfman, Ariel, *Imperialismo y medios de comunicación*, Ediciones Quinto Sol, México, 1975, 299 pp.

Erreguerena, María Josefa, *Los medios masivos de comunicación como los actualizadores de los mitos*, UAM-Xochimilco, México, 2002, 159 pp.

Fukuyama, Francis, *El fin de la historia y el último hombre*, Ed. Planeta, México, 1992, 474 pp.

Foster, Hal, et al, *La postmodernidad*, Ed. Kairos, México, 1988, 240 pp.

Halliday, Fred, *Las Relaciones Internacionales en un mundo en transformación*, Ed. Catarata, Madrid, 2002, 286 pp.

Herbert George, Nelson Austin, *Fundamentos ideológicos de las intervenciones de EE.UU. en Panamá*, Vol. 1 y 2, Centro de investigación y docencia de Panamá, Panamá, 1999.

Hernández-Vela Salgado, Edmundo, *Diccionario de Política Internacional*, Tomo I y II, Ed. Porrúa, México, 2002.

Huntington, Samuel, *El choque de civilizaciones y la reconfiguración del orden mundial*, Ed. Paidós, México, 1998, 422 pp.

_____, *¿Quiénes somos? Los desafíos a la identidad nacional estadounidense*, Ed. Paidós, Barcelona, 2004

_____, *El soldado y el estado*, Grupo Editor Latinoamericano, Buenos Aires, 1995, 274 pp.

Jackson Turner, Frederick, *El significado de la frontera en la historia americana*, en "Secuencia" num. 7, ene-abr. 1987

Kennedy, Paul, *Auge y caída de las grandes potencias*, Ed. Mandadori, México, 2007, 1021 pp.

Lipset, Seymour, *El excepcionalismo norteamericano Una espada de dos filos*, FCE, México, 2000, 447 pp.

Lippmann, Walter, *La opinión pública*, Ed. Langre, Madrid, 2003, 334 pp.

López-Escobar Fernández, Esteban, *Análisis del nuevo orden internacional de la información*, Pamplona, Universidad de Navarra, 1978, 480 pp.

Mahan, Alfred Thayer, *The influence of sea power upon history, 1660-1783*, Ed. Hill and Wang, New York, 1957, 495 pp.

Mattelart, Armand, *Diversidad cultural y globalización*, Ed. Paidós, Barcelona, 2006, 175 pp.

Muro Benayas, Ignacio, *Globalización de la información y agencias de noticias: entre el negocio y el interés general*, Ed. Paidós, España, 2006, 228 pp.

José Luís Orozco y Consuelo Dávila (coord.), *Breviario político de la globalización*, Ed. Fontamara-UNAM-FCPyS, México 1997, 479 pp.

José Luis Orozco y Consuelo Dávila [comp.], *Globalismo e inteligencia política*, Ed. Gedisa, Barcelona, 2001, 221 pp.

Orozco José Luis y Pérez Espinosa César (coord.), *El pensamiento político y geopolítico norteamericano*, UNAM-Fontamara, México, 2005, 369 pp.

Orozco, José Luis, *El Estado Pragmático*. México, UNAM-Fontamara, 1997

_____, *El siglo del pragmatismo político*, UNAM-Fontamara, México, 2004, 321 pp.

_____, *Las primicias del imperio: testimonios norteamericanos 1898-1903*, Ed. Premia, México, 1984, 128 pp.

_____, *De teólogos, pragmáticos y geopolíticos*, UNAM-Gedisa, México, 2001, 254 pp.

_____, *Sobre la filosofía norteamericana del poder*, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México, 1995, 166 pp.

_____, *Razón de Estado y Razón de Mercado: Teoría y pragma de la política exterior norteamericana*, FCE, México, 1992, 312 pp.

_____, *¿Hacia una globalización totalitaria?*, UNAM-Fontamara, México, 2007, 359 pp.

Spengler, Oswald, *La decadencia de occidente: bosquejo de una morfología de la historia universal*, Ed. Espasa Calpe, Madrid, 1934, Tomo I 533 pp, Tomo II 630 pp.

Panitch Leo y Gindin Sam, *Capitalismo global e imperio norteamericano*, en Socialist Register 2004. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina, 73 pp.

Raymond, Aron, *La república imperial. Los Estados Unidos en el mundo (1945-1972)*, Ed. Alianza, Madrid, 1976, 389 pp.

Rodríguez Díaz, María del Rosario, *El Destino Manifiesto. El pensamiento expansionista de Alfred Thayer Mahan 1890-1914*, Porrúa-Instituto de Investigaciones Históricas, México, 2003.

Ramentol, Santiago, *Teorías del desconcierto: viaje al fondo de la incertidumbre: los pensadores que diseñan un futuro global*, Ediciones Urano, Barcelona, 2004, 348 pp.

Saunders, Frances Stonor, *La CIA y la guerra fría cultural*, Ed. Debate, Madrid, 2001, 639 pp.

Schiller, Herbert, *Cultura S.A. La apropiación corporativa de la expresión pública*, Universidad de Guadalajara-Centro de Estudios de la Información y la Comunicación, México, 1993, 232 pp.

Siegfried, Andre, *Panorama de los Estados Unidos*, Ed. Aguilar, Madrid, 1956, 428 pp.

Theodor W. Adorno y Max Horkheimer, "La industria cultural", en *Dialectica de la ilustración*, Ed. Trotta, Madrid, 2006, pp. 165-191.

Terrou, Fernand, *Le droit de l'information: Étude comparée des principaux systèmes de réglementation de la press, de la radio et du film*, UNESCO, París, 1951, 440 pp.

Trejo Delarbre, Raúl, *Las agencias de información en México*, Ed. Trillas, México, 1989, 70 pp.

Tomlinson, John, *Globalización y cultura*, México, Oxford University Press, México, 2001, 264 pp.

Torres, Joan, *Consumo luego existo*, Ed. Icaria, Barcelona, 2005, 124 pp.

Torres Pares, Javier, *Jackson Turner Frederick: frontera, mitos y violencia en la identidad nacional estadounidense* en Coloquio Paul Kirchhoff. *Desierto y Fronteras: el norte de México y otros contextos culturales*, UNAM-Instituto de Investigaciones Antropológicas-Plaza y Valdés, México, 2004, pp.421-427.

Veraza, Jorge, *El siglo de la hegemonía mundial de Estados Unidos: guía para comprender el historia del siglo XX, muy útil para el XXI*, Ed. Itaca, México, 2004, 330 pp.

Weber, Max, *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, Ed. FCE, México, 1989

Zinn, Howard, *La otra historia de los Estados Unidos*, Ed. Siglo XXI, México, 2005, 519 pp.

Fuentes electrónicas

Correa Burrows, María Paulina, *Proyecto para un nuevo siglo americano y la ideologización de la Diplomacia estadounidense*, en *Revista Historia y Comunicación Social*, No. 10, Universidad Complutense de Madrid, España, 2005, pp. 73-90. Disponible en Internet:

<http://revistas.ucm.es/inf/11370734/articulos/HICS0505110073A.PDF>

Cypher, James, *El militarismo keynesiano y la economía estadounidense*, en *Realidad Económica* No. 217, 1° de enero/15 de febrero de 2006. Disponible en Internet: <http://www.iade.org.ar/uploads/c9fe1572-38d2-d2ec.pdf>

Gudynas, Eduardo, *El nuevo consumismo*, en "Relaciones. Revista al tema del hombre." No. 202, Montevideo, Marzo, 2001. Disponible en Internet: <http://www.chasque.net/frontpage/relacion/0103/index.htm>

Jackson Turner, Frederick, *El significado de la frontera en la historia americana*, en "Secuencia" num. 7, ene-abr. 1987, pp.187-189. Disponible en Internet: <http://es.scribd.com/doc/6577987/050394Jackson-TurnerEl-Significado-de-La-Frontera-en-La-Historia-Americana>

Martínez Vizcarrondo, Doris, *El mundo CNN: ¿Cuál es el próximo país que Estados Unidos debe invadir? La percepción del consumidor estadounidense y el triunfo de la propaganda*, en revista *Comunicacao, Mídia e Consumo*, Vol. 3, No. 8, año 2006, Escola Superior de Propaganda e Marketing, Sao Paulo, Brasil, 129-145 pp. Disponible en Internet: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/viewFile/92/90>

Méndez Rubio, Antonio, *La guerra más allá de la guerra (y los medios de distracción masiva)*, en revista *Comunicación*, No. 2, año 2003-2004, Universidad de Sevilla, España, 101-113 pp. Disponible en Internet: http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n2/articulos/la_guerra_mas_alla_de_la_guerra_y_los_medios_de_distraccion_masiva.pdf

Román Portas, Mercedes, *Balance sobre la comunicación en la segunda mitad del siglo XX*, en *Historia y Comunicación Social*, No. 7, 2002, 201-216 pp. Disponible en Internet: <http://revistas.ucm.es/inf/11370734/articulos/HICS0202110201A.PDF>

s/a, *Cultura pop: imágenes y temas*, Facetas No. 99, enero 1993, Washington, US Information Agency. Disponible en Internet:

<http://www.mty.itesm.mx/dhcs/deptos/ri/ri-802/lecturas/lecvmx347.html>

Sánchez Hernández, Carlos, *El Pentagon System y el complejo militar-industrial estadounidense: una aproximación*, en "Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas" No. 23, Universidad Complutense de Madrid, 2009. Disponible en Internet: <http://www.ucm.es/info/nomadas/>

Sánchez Ruiz, Enrique, *Hollywood y su hegemonía planetaria: una aproximación histórico-estructural*. Revista Universidad de Guadalajara, México, 2003, 36 pp. Disponible en Internet: <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug28/babel28.pdf>

Schiller, Herbert, *La diplomacia de la dominación cultural y la libre circulación de la información*, en Revista Análisi, 10/11, 1986. pp. 67-85. Disponible en Internet: <http://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n10-11p67.pdf>

Torres Pares, Javier, *El pueblo elegido, mitos, memoria e historia*, en *Anuario del Colegio de Estudios Latinoamericanos*, Vol. 1, 2006, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México, pp. 33-48. Disponible en Internet:

<http://ru.ffyl.unam.mx:8080/xmlui/handle/10391/767>

Vásquez Roca, Adolfo, *Baudrillard; Cultura, simulacro y régimen de mortandad en el sistema de los objetos*, en *Eikasia. Revista de Filosofía*, No. 9, marzo de 2007. pp 84-85. Disponible en Internet: <http://www.revistadefilosofia.com/94.pdf>

Tesis

Celestino Martínez, Erika, (2006) *Estructura y desarrollo tecno-económico y tecno-militar de la hegemonía estadounidense en los siglos XX y XXI*, Tesis Maestría (Maestría en Estudios en Relaciones Internacionales)-UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Fuentes audiovisuales

Chomsky, Noam, *Manufacturing consent: Noam Chomsky and the media*, [DVD] Australia,1992.

ANEXOS

ANEXO 1

TOP 20 COUNTRIES WITH HIGHEST NUMBER OF INTERNET USERS

#	Country or Region	Population, 2010 Est	Users Latest Data	% Population (Penetration)	Growth 2000-2010	% of World Users
1	China	1,330,141,295	420,000,000	31.6 %	1,766.7 %	21.4 %
2	United States	310,232,863	239,893,600	77.3 %	151.6 %	12.2 %
3	Japan	126,804,433	99,143,700	78.2 %	110.6 %	5.0 %
4	India	1,173,108,018	81,000,000	6.9 %	1,520.0 %	4.1 %
5	Brazil	201,103,330	75,943,600	37.8 %	1,418.9 %	3.9 %
6	Germany	82,282,988	65,123,800	79.1 %	171.3 %	3.3 %
7	Russia	139,390,205	59,700,000	42.8 %	1,825.8 %	3.0 %
8	United Kingdom	62,348,447	51,442,100	82.5 %	234.0 %	2.6 %
9	France	64,768,389	44,625,300	68.9 %	425.0 %	2.3 %
10	Nigeria	152,217,341	43,982,200	28.9 %	21,891.1 %	2.2 %
11	Korea South	48,636,068	39,440,000	81.1 %	107.1 %	2.0 %
12	Turkey	77,804,122	35,000,000	45.0 %	1,650.0 %	1.8 %
13	Iran	76,923,300	33,200,000	43.2 %	13,180.0 %	1.7 %
14	Mexico	112,468,855	30,600,000	27.2 %	1,028.2 %	1.6 %
15	Italy	58,090,681	30,026,400	51.7 %	127.5 %	1.5 %
16	Indonesia	242,968,342	30,000,000	12.3 %	1,400.0 %	1.5 %
17	Philippines	99,900,177	29,700,000	29.7 %	1,385.0 %	1.5 %
18	Spain	46,505,963	29,093,984	62.6 %	440.0 %	1.5 %
19	Argentina	41,343,201	26,614,813	64.4 %	964.6 %	1.4 %
20	Canada	33,759,742	26,224,900	77.7 %	106.5 %	1.3 %
TOP 20 Countries		4,480,797,760	1,490,754,397	33.3 %	417.8 %	75.8 %
Rest of the World		2,364,812,200	475,760,419	20.1 %	551.2 %	24.2 %
Total World - Users		6,845,609,960	1,966,514,816	28.7 %	444.8 %	100.0 %

NOTES: (1) World Internet User Statistics were updated for June 30, 2010. (2) Additional data for individual countries and regions may be found by clicking each country name. (3) The most recent user information comes from data published by [Nielsen Online](#), [International Telecommunications Union](#), Official country reports, and other trustworthy research sources. (6) Data from this site may be cited, giving due credit and establishing an active link back to [Internet World Stats](#). Copyright © 2000 - 2011, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved.

ANEXO 2

TOP 58 COUNTRIES WITH THE HIGHEST INTERNET PENETRATION RATE

#	Country or Region	Penetration (% Population)	Internet Users Latest Data	Population (2010 Est.)	Source and Date of Latest Data
1	Falkland Islands	100.0 %	2,546	2,546	ITU - June/10
2	Iceland	97.6 %	301,600	308,910	ITU - June/10
3	Norway	94.8 %	4,431,100	4,676,305	ITU - June/10
4	Greenland	90.2 %	52,000	57,637	ITU - Mar/08
5	Sweden	92.5 %	8,397,900	9,074,055	ITU - June/10
6	Saint Kitts and Nevis	34.1 %	49,898	17,000	ITU - June/10
7	Netherlands	88.6 %	14,872,200	16,783,092	ITU - June/10
8	Denmark	86.1 %	4,750,500	5,515,575	ITU - June/10
9	Finland	85.3 %	4,480,900	5,255,695	ITU - June/10
10	New Zealand	85.4 %	3,600,000	4,213,418	ITU - June/10
11	Australia	80.1 %	17,033,826	21,262,641	N-O - AUG/09
12	Luxembourg	85.3 %	424,500	497,538	ITU - June/10
13	Korea	81.1 %	39,440,000	48,636,068	ITU - June/10
14	Faroe Islands	76.4 %	37,500	49,057	ITU - Nov/08
15	United Kingdom	82.5 %	51,442,100	62,348,447	ITU - June/10
16	United States	77.3 %	239,893,600	310,232,863	ITU - June/10
17	Antigua & Barbuda	74.9 %	65,000	86,754	ITU - June/09
18	Switzerland	75.3 %	5,739,300	7,623,438	ITU - Sept/09
19	Japan	78.2 %	99,143,700	126,804,433	ITU - June/10
20	Germany	79.1 %	65,123,800	82,282,988	ITU - June/10
21	Bermuda	79.1 %	54,000	68,265	ITU - June/10
22	Canada	77.7 %	26,224,900	33,759,742	ITU - June/10
23	United Arab Emirates	75.9 %	3,777,900	4,975,593	TRA - June/10
24	Israel	71.6 %	5,263,146	7,353,985	TNS - May/08
25	Singapore	77.8 %	3,653,400	4,701,069	ITU - June/10
26	Austria	74.8 %	6,143,600	8,214,160	ITU - June/10
27	Spain	62.6 %	29,093,984	46,505,963	N-O - AUG/09
28	Andorra	79.5 %	67,200	84,525	ITU - June/10
29	Guernsey & Alderney	74.6 %	48,300	64,775	ITU - June/10
30	Belgium	70.0 %	8,113,200	10,423,493	ITU - June/10
31	France	68.9 %	44,625,300	64,768,389	ITU - June/10
32	Hong Kong	68.8 %	4,878,713	7,089,705	N-O - Feb/05
33	Saint Lucia	88.8 %	142,900	160,922	ITU - June/10
34	Estonia	75.1 %	969,700	1,291,170	ITU - June/10

35	Ireland	65.8 %	3,042,600	4,622,917	ITU - June/10
36	Monaco	75.2 %	23,000	30,586	ITU - June/10
37	Liechtenstein	65.7 %	23,000	35,002	ITU - Mar/08
38	Barbados	49.7 %	142,000	285,653	ITU - June/10
39	Taiwan	70.1 %	16,130,000	23,024,956	ITU - June/10
40	Malaysia	64.6 %	16,902,600	26,160,256	ITU - June/09
41	Slovak Republic	74.3 %	4,063,600	5,470,306	ITU - June/10
42	Slovenia	64.8 %	1,298,500	2,003,136	ITU - June/10
43	St Vincent & the G	72.9 %	76,000	104,217	ITU - June/10
44	Niue	68.8 %	1,000	1,598	ITU - June/10
45	Latvia	67.8 %	1,503,400	2,217,969	ITU - June/10
46	Hungary	61.8 %	6,176,400	9,992,339	ITU - June/10
47	Lithuania	59.3 %	2,103,471	3,545,319	GfK - Mar/08
48	Czeck Republic	65.5 %	6,680,800	10,201,707	ITU - June/10
49	Tokelau	58.4 %	800	1,371	Teletok - May/07
50	San Marino	54.0 %	17,000	31,477	ITU - Sept/09
51	Brunei Darussulam	80.7 %	318,900	395,027	ITU - June/10
52	Bahrain	88.0 %	649,300	738,004	ITU - June/10
53	Jamaica	55.5 %	1,581,100	2,847,232	ITU - June/10
54	Qatar	51.8 %	436,000	840,826	ITU - June/09
55	Poland	58.4 %	22,450,600	38,463,689	GfK - June/10
56	Italy	51.7 %	30,026,400	58,090,681	N-O - AUG/09
57	Chile	50.0 %	8,369,036	16,746,491	IWS - Dec/09
58	Croatia	50.0 %	2,244,400	4,486,881	ITU - June/09
TOP 58 in Penetration		73.9 %	816,570,322	1,105,560,854	IWS - June/10
Rest of the World		20.0 %	1,149,944,494	5,740,049,106	IWS - June/10
World Total Users		28.7 %	1,966,514,816	6,845,609,960	IWS - June/10

NOTES: (1) Only countries with a Penetration Rate (p.r.) **higher than 50%** qualify for this list. At present only 58 countries or territories meet this condition, out of the 273 countries and territories logged by Internet World Stats. (2) The Internet Penetration Statistics were updated for June 30, 2010. (3) The Population numbers are based on the data contained at the [U.S. Census Bureau](#) . (4) The most recent Internet usage information comes from data published by [Nielsen Online](#) , [ITU](#) , [GfK](#) , local government regulators and other trustworthy sources. For definitions please refer to the [surfing guide](#). (5) Data in this table is copyrighted. It may be cited, giving due credit and establishing an active link back to [Internet World Stats](#). © Copyright 2010, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved worldwide.

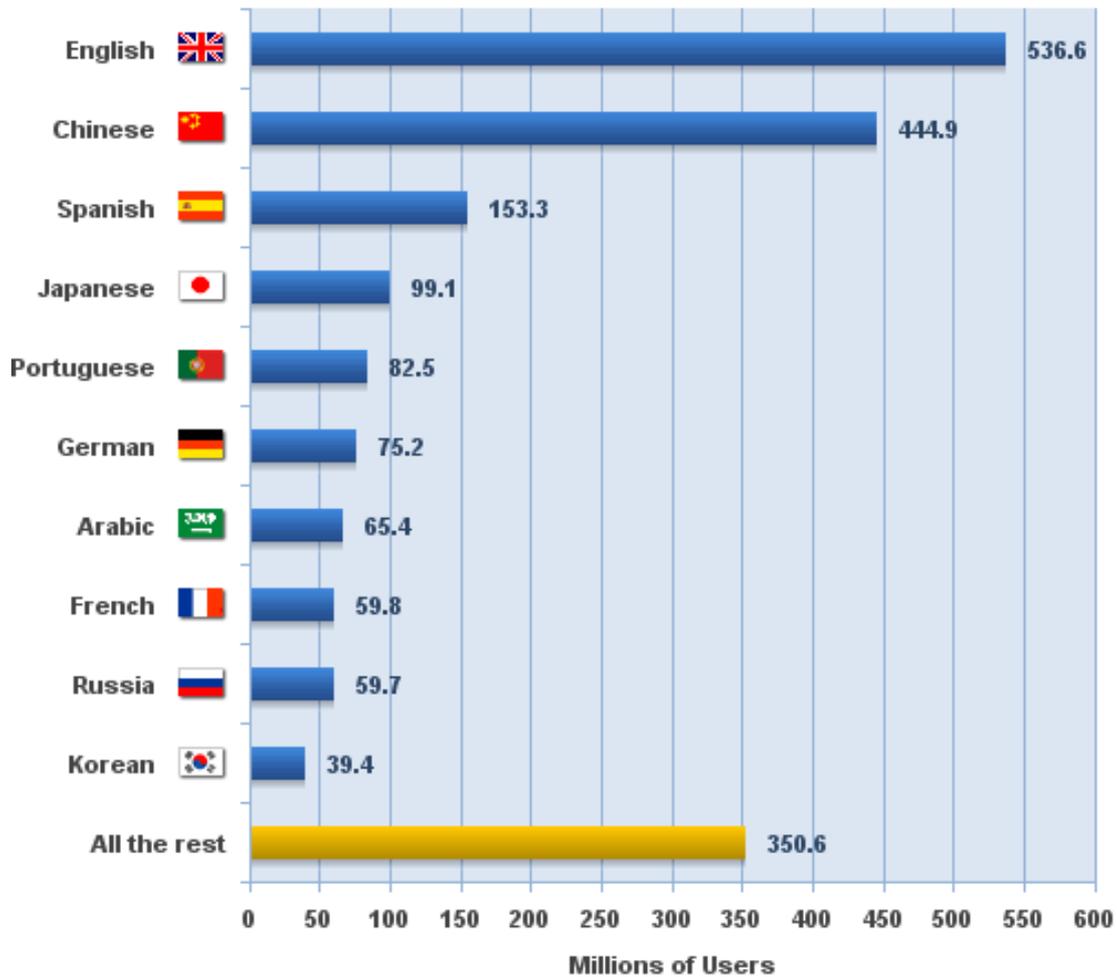
ANEXO 3

WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS						
World Regions	Population (2010 Est.)	Internet Users Dec. 31, 2000	Internet Users Latest Data	Penetration (% Population)	Growth 2000-2010	Users % of Table
Africa	1,013,779,050	4,514,400	110,931,700	10.9 %	2,357.3 %	5.6 %
Asia	3,834,792,852	114,304,000	825,094,396	21.5 %	621.8 %	42.0 %
Europe	813,319,511	105,096,093	475,069,448	58.4 %	352.0 %	24.2 %
Middle East	212,336,924	3,284,800	63,240,946	29.8 %	1,825.3 %	3.2 %
North America	344,124,450	108,096,800	266,224,500	77.4 %	146.3 %	13.5 %
Latin America/Caribbean	592,556,972	18,068,919	204,689,836	34.5 %	1,032.8 %	10.4 %
Oceania / Australia	34,700,201	7,620,480	21,263,990	61.3 %	179.0 %	1.1 %
WORLD TOTAL	6,845,609,960	360,985,492	1,966,514,816	28.7 %	444.8 %	100.0 %

NOTES: (1) Internet Usage and World Population Statistics are for June 30, 2010. (2) CLICK on each world region name for detailed regional usage information. (3) Demographic (Population) numbers are based on data from the [US Census Bureau](#) . (4) Internet usage information comes from data published by [Nielsen Online](#), by the [International Telecommunications Union](#), by [GfK](#), local Regulators and other reliable sources. (5) For definitions, disclaimer, and navigation help, please refer to the [Site Surfing Guide](#). (6) Information in this site may be cited, giving the due credit to www.internetworldstats.com. Copyright © 2000 - 2010, Miniwatts Marketing Group. All rights reserved worldwide.

ANEXO 4

Top Ten Languages in the Internet 2010 - in millions of users



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats7.htm
Estimated Internet users are 1,966,514,816 on June 30, 2010
Copyright © 2000 - 2010, Miniwatts Marketing Group