

# **Selecciones del Reader's Digest. Forma y discurso como elementos centrales de las políticas estadounidenses hacia Latinoamérica en la conformación del.**

Maria Alejandra Sotelo.

Cita:

Maria Alejandra Sotelo (2013). *Selecciones del Reader's Digest. Forma y discurso como elementos centrales de las políticas estadounidenses hacia Latinoamérica en la conformación del. XIV Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia de la Facultad de Filosofía y Letras. Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-010/196>

## **XIV Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia 2 al 5 de octubre de 2013**

### **ORGANIZA:**

Departamento de Historia de la Facultad de Filosofía y Letras

Universidad Nacional de Cuyo

Número de la Mesa Temática: 23

Mesa Temática: “...y el resto del mundo” Reflejos y reflexiones, transiciones, transacciones e intercambios entre Europa y el mundo hispano-americano. Siglos XVI-XXI

Coordinadores/as:

Dra. Marcela Lucci (Universidad Autónoma de Barcelona)

Dr. Mariano Eloy Rodríguez Otero (UBA)

Dr. Arq. Fernando Martínez Nespral (UNTREF)

**Selecciones del Reader’s Digest. Forma y discurso como elementos centrales de las políticas estadounidenses hacia Latinoamérica en la conformación del mundo bipolar.**

*Florencia Tomasi (UBA) Florencia\_tomasi@hotmail.com*

*Maria Alejandra Sotelo(UBA) alu.2803@gmail.com*

<http://interescuelashistoria.org/>

**Palabras Claves:** Reader's Digest; Selecciones; Guerra Fría; American Way of Life; Política de bloques

Los espacios culturales son, y fueron siempre, lugares centrales en las luchas de poder. Quien logra hacerse de ellos, cuenta con una posición de privilegio a la hora de transmitir y hacer triunfar una determinada ideología.

En el caso del conflicto que sucedió al fin de la Segunda Guerra Mundial, las formas discursivas eran tanto o más importantes que el enfrentamiento armado propiamente dicho, y por ello, resulta de vital importancia analizar los aparatos de difusión ideológica que contribuyeron a consolidar ciertos estereotipos sociales, y más aún, aquellos que hicieron del espacio hogareño y cotidiano, un escenario más de la Guerra Fría.

Siguiendo la línea de la investigación iniciada junto al Doctor Mariano Eloy Rodríguez Otero, que dio origen a la ponencia presentada en las VIII Jornadas de Historia Moderna y Contemporánea, *¿La Guerra Fría leída en la mesita de casa? Selecciones del Reader's Digest y política de bloques Estados Unidos hacia América Latina y la "amenaza comunista"* proponemos adentrarnos en un tema a la vez familiar e ignoto.

En nuestro primer acercamiento, nos hemos topado con la llamativa escasez de datos duros sobre el *Reader's Digest* en América Latina, tanto a nivel institucional como académico. Hemos tenido acceso a material biográfico, en los que se aborda la historia de los fundadores de la revista<sup>1</sup>, ensayos sobre los aspectos socio y hasta geopolíticos<sup>2</sup> y la versión institucional de la historia de la fundación<sup>3</sup>, desprovista de contexto social, político, económico y cultural. De aquí que nos parezca relevante atender el discurso y la difusión de una revista que lleva 90 años en Estados Unidos y

---

<sup>1</sup>Obras como **Canning**, Peter. (1996) *American Dreamers. The Wallace and Reader's Digest: An Insider's Story*. New York, Ed. Simon & Schuster; **Heidenry**, John. (1993) *Their was the Kingdom, Lila and Dewitt Wallace and the Story of the Reader's Digest*, New York-London, Norton.; **Schreiner**, Samuel (1977) *The condensed world of Reader's Digest*, New York, Stein and Day

<sup>2</sup> Nos referimos a los trabajos de **Gomes Daniel Montero, Érica**; (2010) "Visualizando o advertising project na propaganda comercial da revista *Seleções do Reader's Digest (1942-1945)*" en *Tiempos Históricos*, núm. 14, 2do semestre 2010, pp. 154-173; o **Sharpe, Joanne P.** (1994) *Condensing the Cold War. Reader's Digest and American Identity*, University Minnesota Press, Minneapolis;

<sup>3</sup>Selecciones del Reader's Digest, Agosto 1941.

más de 70 en nuestro país, que entre sus apretadas 200 páginas y sus clásicas secciones, transportaba y difundía los valores del *American way of life*.

Debido a la escasez de material académico sobre el tema en nuestra región, nos parece relevante proseguir el análisis de las publicaciones poniéndolas en perspectiva histórica, siguiendo los alineamientos ideológicos de los editores, que, desde nuestra perspectiva, reflejan el clima de época, con sus alianzas y conflictos explícitos (y no tanto).

### **1. A propósito de Selecciones: Breves anécdotas introductorias seleccionadas**

*Camarero:* -Me encanta fumar.

*Donal Draper:* -“Me encanta fumar” eso es muy bueno.

*Camarero:* -Mi esposa lo detesta. El **Reader’s Digest** dice que mata.

*Donal Draper:* -Sí, lo oí.

*Camarero:* A las mujeres les encantan sus revistas... (risas)

El diálogo extraído de la primera escena de la popular serie estadounidense *Mad Men* (Weiner;2007), transcurre en un típico bar neoyorquino los años 60. El publicista Donal Draper, se encuentra conflictuado a lo largo de todo el capítulo, que es el primero de la primera temporada en 2007, al no ocurrírsele un spot convincente para la firma tabacalera Lucky Strike. Al parecer, ha resultado efectivo el enérgico ataque realizado por el Reader’s Digest en ese momento al cigarrillo y los problemas de salud que ocasiona, para hacer preocupar a la industria tabacalera por el descenso del número de consumidores.

Esta breve referencia a un producto de ficción, sirve a modo ilustrativo para reflejar la influencia que logró tener en la sociedad estadounidense el proyecto editorial del matrimonio Wallance, que por otro lado no fue menor al sur del continente. Abordar la forma en la que esta se infiltraba en la vida cotidiana, para luego constituirse como la más llana expresión de la conciencia de sujetos particulares, constituye un importante desafío, no sólo por la notable falta de estudios académicos en torno a la revista Selecciones, versión para el público hispanoparlante del Reader’s Digest, sino por la siempre delicada labor de sumergirnos en el análisis de prácticas culturales, donde los datos “duros” muchas veces son inexistentes o inaccesibles.

Sin embargo, encontramos datos y referencias a la publicación en otros medios de comunicación, por ejemplo en el capítulo 3 de la 2º temporada de Los Simpson (Groening;1990) “*Lisa va a Washington*” en donde la niña participa en un concurso de ensayos patrióticos impulsados por el Reader’s Digest; incluso en películas como Good Morning Vietnam (Levinson;1987) pero también en referencias de académicos de todas las ramas como Santos Juliá (historiador español) quien admite haber leído Selecciones en su juventud (Juliá;2011); Bruno Winograd, psiquiatra que titula su escrito referido al profesor Félix Schuster como “*Mi personaje inolvidable*”(Hidalgo y Tozzi;2010), o Manuel Vázquez Montalban, que en su “*Informe Subnormal sobre un Fantasma Cultural*” (Vázquez Montalban;1971) identifica la lectura del Reader Digest’s con el “saber convencional” de una burguesía que se pretendía más de lo que era a nivel intelectual; por su parte, James Petras incluye entre sus influencias intelectuales a las críticas de la cultura de masas, en particular la revista “*Disent*” que formulaba profundos cuestionamientos a los medios de comunicación de masas como el “*Reader’s Digest*”(Giordano;1995); también encontramos alusión por parte de José María Laso Prieto (2004), en su artículo “*El exilio científico español*” en la que declara que fue un artículo del *Reader* obtenido de la Consulado norteamericano en Bilbao el que despertó su interés en la investigación del éxodo de científicos en España. Finalmente la masiva cantidad de revistas que aparecen en las librerías de usados así como en las bibliotecas familiares, nos da la pauta de que el público ha sido tan amplio como variopinto, y Selecciones no lo ignora: A menos de un año del lanzamiento de Selecciones, se evidencia un marcado interés por presentar a la misma como una publicación que gozaba de gran aceptación en toda Latinoamérica. Testimonios firmados con nombre y apellido provenientes de la región destacan la utilidad y la moralidad de la revista. Así mismo, entre los lectores no parece haber un tipo ideal: El gran público de Selecciones incluye abogados, escritores, profesores, académicos de la historia, médicos, periodistas, pero también secretarias, oficinistas, mecánicos, comerciantes, soldados y agricultores (Selecciones;Sep 41:contratapa).

Este tipo de relatos en primera persona no constituyen una rareza del número de Septiembre del 41. Por el contrario, la mayor parte de las ediciones, contenía cartas de fieles lectores, destacando las cualidades de la revista.

Varias preguntas guiaron la presente investigación tales como ¿Cuál era el interés de los editores de la revista en establecerla en el mercado latino, cuando la misma no significaba una ganancia substancial en términos monetarios? (Canning;1996) Si tal

como sostenemos, el objetivo de Selecciones, como el de varias de sus contemporáneas era difundir los valores del American Way of Life, ¿Cuáles fueron las estrategias discursivas desplegadas a fin de alcanzar dicha meta?

Este inicial esquema estaría sin embargo incompleto sino escarbáramos en el contexto histórico particular en el cual se inserta la publicación. Es por ello menester dar cuenta también de la buena recepción local de la revista entre un amplio público lector y las causas que explican esta situación.

## **2. Perspectiva de análisis: los espacios culturales como centros de lucha de poderes**

La euforia que despertó el fin de la Segunda Guerra Mundial y el triunfo sobre el nazismo, reabrió también las puertas al problema comunista. Si bien este no era una novedad<sup>4</sup>, como bien reflejan varios artículos de Selecciones previos a 1945, una vez finalizado el conflicto bélico, la amenaza soviética se tornó inminente. Dos formas de vida, radicalmente antagónicas, luchaban por conquistar (en términos tanto ideológicos como político económicos) a todos aquellos países que hasta entonces habían resultado insignificantes o al menos periféricos<sup>5</sup>. Por otro lado, si se parte de la base de que la llamada Guerra Fría no consistió en un enfrentamiento armado propiamente dicho, cabe preguntarse acerca de cuáles fueron los espacios en donde la disputa tuvo lugar.

Nuestra propuesta consiste en analizar las formas discursivas del conflicto tomando como caso Selecciones del *Reader's Digest* y su sutil despliegue de ideología anticomunista que se filtraba casi inadvertidamente en las bibliotecas familiares, incluso en aquellas que no eran fervientes enemigas del socialismo. Ahondar en la problematización de cómo Selecciones logró penetrar tan eficazmente en la vida cotidiana de los sujetos requiere escapar a cualquier tipo de explicación esquemática, y poner en juego múltiples variables.

---

<sup>4</sup>Incluso en la prensa francesa/Belga ya por el 30 vemos las aventuras de Tin Tin en la URSS mostrando lo calamitoso del régimen comunista. *Tintin au Pays des Soviets*, Le Petit Vingtième, 10 de Enero de 1929 – 8 de Mayo de 1930.

<sup>5</sup> La importancia de difundir los valores tradicionales de la sociedad estadounidense hacia el resto del mundo, partiendo primero de la amenaza del nacional socialismo y luego del comunismo, queda ejemplificada en el hecho de la masiva traducción del Reader's Digest hacia otros idiomas a partir de la década del '40. Los posibles vínculos de los editores de la revista con el gobierno norteamericano, fueron desarrollados en *¿La Guerra Fría leída en la mesita de casa? Selecciones del Reader's Digest y política de bloques Estados Unidos hacia América Latina y la "amenaza comunista"*

El discurso hegemónico es aquel que es capaz de entrelazarse con las prácticas de individuos reales. Es por ello que el análisis de Raymond Williams (Williams;2009) aporta una perspectiva histórica muy enriquecedora a nuestro objeto, ya que no reduce la hegemonía al sistema de valores y creencias de un cuerpo social, es decir a la ideología, sino que amplía los márgenes comprendiendo la totalidad de la vida en relación a los espacios de experiencias y horizontes de expectativas. En palabras del autor:

La hegemonía no es solamente el nivel articulado superior de la “ideología”, ni sus formas de control consideradas habitualmente como “manipulación” o “adoctrinamiento”. Es todo un cuerpo de prácticas y expectativas en relación con la totalidad de la vida: nuestros sentidos y dosis de energía, las percepciones definidas que tenemos de nosotros mismos y de nuestro mundo. Es un sistema vívido de significados y valores –constituyentes y constituidos- que en la medida en que son experimentados como prácticas parecen confirmarse recíprocamente (Williams,R:145-146)

La revista Selecciones operaba como un canal de difusión del *American Way of Life* en oposición a otros estilos de vida que podían ser tanto aquellos de tipo fascista, como a los promocionados desde la URSS y los partidos comunistas locales. Desde esta perspectiva, en la competencia por acaparar la mayor cantidad de seguidores en las sociedades latinoamericanas, el modo de vida impulsado desde los Estados Unidos debía ser continuamente reforzado, hecho que se evidencia en el permanente, aunque sutil despliegue de propaganda. Esta situación responde a que la hegemonía que se pretende construir, no es en lo absoluto estática, sino que es un proceso activo, dadas las variadas alternativas posibles sobre las que busca alzarse triunfadora. Para Williams toda hegemonía política o cultural jamás es dominante en forma exclusiva, por lo tanto “*debe ser continuamente renovada, recreada, definida y modificada*” (Williams, R:149). Esta definición nos ayuda a pensar el discurso hegemónico como una configuración de relaciones en constante movimiento.

### **3. El *American Way of Life* como parámetro de normalidad**

El interés por popularizar el estilo de vida estadounidense, basado principalmente en la defensa del sistema democrático-republicano y la sociedad de consumo, viene acompañado como es de suponer, por la utilidad económica que conlleva la instalación

de productos de origen norteamericano en los mercados latinos. Esta situación se verifica especialmente en la proliferación de artículos para el hogar, como los electrodomésticos, comestibles, y productos para la higiene personal a partir de la segunda mitad del siglo XX, que garantizan un nuevo nivel de vida en las sociedades capitalistas. Entre los ejemplos posibles que sirven para ilustrar este escenario encontramos el análisis de Érica Gomes Daniel Montero (2010) sobre las publicidades gráficas en Seleções<sup>6</sup> de Coca-Cola, en donde identifica como a través de la publicación se refuerza la estereotipización de los latinoamericanos mediante la introducción de una bebida que llega a los mercados brasileros (y, podríamos agregar, mundiales) (Ver Anexo 1)

Atenderemos en esta oportunidad a los valores transmitidos por el *American Way of Life* que son significativos por recurrentes en las publicaciones que analizamos. La difusión de los mismos apunta a la consolidación, exposición y representación de los ideales que las clases medias adoptaban como parte misma de su idiosincrasia, entendiéndolas no en términos económicos, sino en tanto grupos que comparten determinados hábitos culturales.

Estos arquetipos desplegados a través de las publicidades, de la prensa, y otros medios de comunicación, apuntan a constituir un modelo de felicidad moderado apoyado básicamente en dos convicciones. Por un lado, se pone el énfasis en que el ser feliz es una posibilidad para todo aquel que concrete un matrimonio y forme una familia, y por el otro lado, “*que el mundo no necesariamente debe ser cambiado para que los hombres y las mujeres sean felices*” (Sarlo;1985)<sup>7</sup>.

Del mismo modo, en relación la cotidianeidad de los sujetos, desde Selecciones se promovieron conductas que realzaran los lazos familiares y tendieran a generar intimidad en el grupo primario. En el número de Agosto de 1951, en un artículo titulado *¿Matrimonio sin hijos? La familia numerosa afianza el hogar*, se exponen toda una serie de argumentos sobre las ventajas de la prolongación del árbol genealógico a través

---

<sup>6</sup> Versión en portugués del Reader's Digest

<sup>7</sup> Beatriz Sarlo, realiza este análisis en relación al “cuento ilustrado” o “la novela del día” que circulaban en ámbitos urbanos en las primeras décadas del siglo XX entre un público popular masivo. A pesar de ello, consideramos que la observación que la autora realiza vale al contexto analizado en el presente trabajo.

de la descendencia. La forma de presentar las mismas es a través de explicaciones tanto morales, *“lleva a los padres a constantes y muy diversos actos de abnegación, acaso hasta el sacrificio de la inmediata seguridad económica”*, como biológicas, *“el fin propio del sexo y del matrimonio son los hijos. Es ley de la naturaleza que no se burla con impunidad”*, en las que no faltan testimonios en primera persona y alusiones a especialistas. Postulados tales como *“podrán sobrevenir guerras, épocas de desempleo, escaseces y falta de recursos; pero un hogar en el que los padres e hijos permanecen unidos, la esperanza y la dicha sobrevivirán”* apuntan a reforzar la idea de que la felicidad sólo puede ser alcanzada individualmente, anulando cualquier posibilidad de cambio social.

Durante la Guerra Fría, uno de los argumentos centrales que contra la forma de vivir en los países comunistas estaba relacionado precisamente con la conformación de la familia nuclear. En el *American Way of Life*, se promueve la configuración de estereotipos hogareños en los cuales la vida privada de los sujetos se haya bien distanciada y al resguardo de la esfera pública. En el condensado libro de Joseph Novak, en la edición de Selecciones de Diciembre de 1960, titulado *“El porvenir es nuestro camarada”*, se describe la vida cotidiana de los rusos. Allí, se alerta al lector sobre los problemas de vivienda que atraviesa la Unión Soviética que ha devenido en la colectivización del espacio hogareño. Un ingeniero civil, por ejemplo *“vivía en un apartamento de cuatro habitaciones con tres familias. Ya eran 14 inquilinos (cinco de ellos niños) cuando él llegó a completar los 15”* (Selecciones, Dic. 1960, p. 152). Esta situación, relata el autor, era terriblemente perjudicial para la vida familiar y la unión de sus miembros, *“los padres aprovechan cualquier coyuntura para enviar a sus hijos fuera de casa”*. Los ancianos tampoco permanecen mucho tiempo en las viviendas colectivas ya que *“una persona de edad entorpece con su sola presencia el orden establecido en la vida cooperativa”* con lo cual es probable que sea enviado a un asilo.

Además, no se pierde oportunidad de deslizar que la familia es el seno en donde se inculcan los primeros valores que no se enseñan en la escuela, como en el artículo *“El hogar forma al hijo”* (Selecciones; Sep 41:46) escrito *“por un Padre”* que da una serie de consejos para criar bien a un hijo, aludiendo a los valores como el ahorro, la responsabilidad, la habilidad manual diferenciada de la intelectual, con el fin de dotarlo de herramientas para que progrese en la competencia con sus pares, fomentando la idea de superación posible mediante el trabajo: *“Muchos de sus compañeros de clase, mejor*

*dotados intelectualmente, tropiezan con mayores dificultades para la vida. La habilidad manual ha dado a Juan (el hijo) habilidad intelectual”* (Selecciones, Sep 41:47)

Conjuntamente con la defensa del tipo ideal de familia, otro punto nodal del discurso al servicio del modo de vida estadounidense capitalista es el aumento constante de los niveles de vida. El bienestar derivado del consumismo se alza así como un valor fundamental a partir del cual se juzgan los diferentes sistemas de gobierno, en especial aquellos vinculados a la URSS. En la misma edición de Agosto del ‘51 en la cual se promovía la formación de una familia numerosa como forma de alcanzar la felicidad, se divulgan las ventajas del capitalismo cuya única finalidad es “*producir más bienes económicos y más bienes para más gente*”. El artículo enumera 8 puntos en los cuales el capitalismo se ha perfeccionado a sí mismo, trasluciéndose en beneficios para el conjunto de la sociedad. Lo que es aún de mayor importancia es que

en los Estados Unidos la mayoría de las personas comprenden lo que este *nuevo capitalismo* está haciendo por ellas y lo que podría producir *en cualquier parte*, si se le diera una justa oportunidad. Pero existen en el mundo centenares de millones de personas que no lo saben <sup>8</sup>.

En estas breves líneas se sintetizan no sólo la superioridad de la forma de vida estadounidense, sino que lo que resulta verdaderamente medular es la capacidad del sistema para expandirse hacia otros lugares que estén dispuestos a recibir las bondades del mismo.

(Ver Anexo 2, Anexo 3 y Anexo 4)

#### **4. Perspectiva histórica: la irrupción de la revista Selecciones en el mercado editorial argentino y su relación con las pretensiones hegemónicas estadounidenses**

En las últimas décadas del siglo XIX hay una oleada de publicaciones en Estados Unidos que Schneirov engloba bajo el título de Revistas *Fin de Cicle*, que tienen en común la característica de crear un público (o mercado) nuevo: un lector de “clase media”, entendiendo a la categoría en su sentido amplio, vinculado a un conjunto de valores comunes que no se circunscriben necesariamente a la posición social o económica del consumidor (Chartier;1996). Esta “clase media” a la que apuntan estas

---

<sup>8</sup>Destacado en el original

publicaciones es un lugar de referencia al que pertenecer. Este concepto es en sí mismo un cúmulo de valores que identificaremos también en el “*American Way of Life*”. No discutiremos aquí si fue primero la aparición de esta masa lectora o de las revistas en cuestión, sino que lo entenderemos como un proceso simultáneo y dialéctico.

El *Reader's Digest* aparece en la cola de esta oleada de nuevas revistas en el mercado estadounidense, pero montándose en la formación del lector de “clase media”. Acompañada por un contexto de aumento de las posibilidades de compra y lectura, vinculado al abaratamiento de los costos de producción y al aumento en los niveles de alfabetización, crea su propio público lector, con esta forma de leer o de presentar los artículos condensados para leer de una manera “ágil, moderna y divertida”. En Argentina, existía un mercado bien armado de revistas literarias y si bien *Selecciones* no es una revista literaria propiamente dicha, podríamos considerar que arriba al país en un contexto receptivo en cuanto a contenido y a su forma (nos referimos aquí a las revistas del mismo estilo “seleccionador de artículos” que la precedieron y sucedieron como *Selecciones Prácticas*, de Editorial Hispano-Americana. *Selecciones Literarias*, *Digesto Católico* o *Magazine* de Editorial Atlántida)

Mientras el *Reader's Digest* irrumpía en el mercado estadounidense, en Argentina durante la década del '20 aparece la figura del “editor popular” complementario al lector popular (De Diego;2006:). “Popular” en el sentido de amplitud y masificación, en un contexto en el que la ciudad es un espacio de mezclas y se debe responder a la necesidad de sectores que no pertenecen a la cultura alta para los cuales aparecen “colecciones y revistas que van desde la literatura de “placer y consolución” hasta la intención propagandística, social y pedagógica” (De Diego;2006:73) En estas publicaciones identificamos *Caras y Caretas*, *El Gladiador*, *Martin Fierro*, *Claridad*, *Sur*, entre las más importantes que incluían entre sus páginas escritores que pertenecían a la “alta cultura”, que encontraban una salida periodística a los apuros económicos.

##### **5. El fin de la Segunda Guerra Mundial y la Guerra Fría: la condensación de los enemigos.**

Para analizar el rol de la revista en el período que nos convoca, es importante tomar como referencia que en el momento en que la misma lanza su edición en español, la

principal amenaza identificada explícitamente para los valores de la democracia norteamericana, eran los totalitarismos europeos: el nazismo y fascismo <sup>9</sup>.

En tanto paladines de la democracia y libertad, los valores expuestos por estos regímenes y la factible recepción de los mismos en América Latina encendieron las alarmas de los estadounidenses, es decir, del Gobierno Federal: la avanzada de Alemania sobre Francia no es solo un problema europeo, ya que Francia posee territorios ultramarinos, por ejemplo, la Guayana Francesa en Sudamérica, que fue finalmente puesto bajo protectorado inglés mientras duró la ocupación. Pero el peligro no era la invasión, sino la importación de la ideología. Que en América Latina haya partidarios (posibles o efectivos) de estos regímenes es tan o más peligroso que las pretensiones expansionistas de Alemania.

En nuestro país, la situación no escapaba al problema mundial. A pesar de la proclamada neutralidad oficial, podemos rastrear posturas asumidas (y no tanto), partidarias de ambos lados de las potencias beligerantes en espacios de publicación y difusión. Así mismo, las dudas que pesaban sobre el carácter filofascista de Perón, el GOU y el gobierno del '43 en general, nunca fueron demostradas aunque puede desprenderse un discurso anti-imperialista, es decir anti norteamericano y una postura abiertamente nacionalista. No es casual que en marzo de 1945 Argentina declarara la guerra al Eje y meses después, el eslogan de campaña presidencial justicialista fuese “Braden o Perón”.

En sintonía a la catalogación fascistoide de Perón, Selecciones publica en diciembre de 1955 “*Lo que le costó Perón a la Argentina*” en donde identifican otro de los valores del *American Way of Life* atacado: la religión

En ocho años, un millón de pequeños argentinos habían sido condicionados de manera tal que muchos de ellos no sabían bien si Perón era Dios o Dios era Perón. Fue la creciente confusión de Perón en ese punto lo que lo llevó a su guerra con la Iglesia Católica y a su caída. Tanto Mussolini como Hitler demostraron que la megalomanía es a menudo una fatal enfermedad crónica de

---

<sup>9</sup>En relación a Alemania y Japón, no aparecen demasiadas referencias al caso de España casi nada contra Franco, que si bien no participa de la contienda mundial, se autoproclama como régimen totalitario. Sin embargo, durante la Guerra Civil Española (1936-39) la izquierda norteamericana manifiesta abiertamente su apoyo a la República atacada por Franco. De todos modos, durante el Mcartismo los simpatizantes con la II República son tildados de “rojos” e incluidos en las listas negras.

un dictador totalitario. Pero ni Mussolini ni Hitler llevaron su locura al punto de tratar públicamente de usurpar el lugar de Dios (Selecciones; Dic 55)

De nuevo, este extracto nos da la pauta de la necesidad de renovar constantemente la hegemonía del discurso que habían iniciado 15 años antes, retomando el fantasma de los totalitarismos europeos.

Siguiendo análisis hechos por Potlash (1986), Peterson (1985), Rouquie (1986) y Lanus (1984), se infiere de estos que la alineación de la Argentina con los Aliados no fue una tarea sencilla, en cuanto desde el gobierno se mantiene una postura nacionalista y anti-imperialista frente a la avanzada de los Estados Unidos sobre América Latina, que ya desde la Doctrina Monroe (1823) insinuaba el interés de mantener el sur del continente en (o, mejor dicho, bajo) su esfera de influencia, siendo Argentina un punto de particular interés, dado el lugar de potencia económica que tenía el país a principios del siglo XX. El golpe de estado de 1943 que había llevado al Gral. Farrell al gobierno, había sido catalogado por Estados Unidos como “totalitario” y “hostil a la política norteamericana” (Lanus;1984:74) Tanto es así, que la República Argentina se vio aislada diplomáticamente después de que los gobiernos de la región retiren sus embajadores de Buenos Aires, condicionados por la Secretaría de Estados norteamericana. La medida llega a un punto insostenible para el gobierno de Farrell cuando México convoca a la “Conferencia Interamericana sobre Problemas de la Guerra y la Paz” o Conferencia de Chapultepec, llevada a cabo entre el 21 de febrero y el 8 de marzo de 1945, y Argentina no participa hasta tanto no declare la guerra al Eje, medida que se hace efectiva por el decreto n° 6945/45 del Poder Ejecutivo, con fecha 27 de febrero. El decreto adhería el país al Acta Final de la conferencia y declaraba la guerra al Eje, en pos de regularizar la situación diplomática nacional.

Retomando el concepto de hegemonía de Williams, desde nuestra perspectiva, la aparición de Selecciones y su llegada al país adquiere una dimensión política e histórica en dos niveles. Por un lado, como publicación en sí: el formato de condensación, aparición en un mercado existente junto con la creación de un público propio, y la satisfacción de las necesidades de información y entretenimiento, creadas desde la misma revista; el discurso pretendidamente apolítico. Por el otro, puesto en evidencia juego de intereses entre aliadófilos-germanófilos a nivel mundial y nacionalistas-imperialistas a nivel local, la revista no solo se convierte en un medio de difusión del

*American Way of Life*, sino que es el signo que da cuenta de la preocupación de Estados Unidos por la amenaza que representan los regímenes totalitarios imperialistas.

Además, después de finalizado el conflicto y adquirido Estados Unidos su lugar como potencia mundial dominante, el discurso hegemónico corre el objetivo y se adapta al nuevo escenario: desaparecidos el nacionalsocialismo y el fascismo, se avoca a combatir y prevenir el peligro rojo. Pero el escenario había cambiado, y los seis años de guerra no habían pasado en vano: el final de la guerra y la utilización de la bomba atómica cambia la perspectiva y los códigos de la guerra, y esto no pasa desapercibido por la sociedad civil.

Al respecto, Franklin (2010) analiza como la posibilidad de destrucción total a la que se había llegado con el desarrollo armamentístico en ambos bandos durante la Segunda Guerra, repercute directamente en la sociedad norteamericana, que se termina plasmando en sus ficciones. Además, la preocupación de la amenaza nuclear durante la década del '60 había permeado no de manera inocente, sino como parte de la propaganda oficial del Gobierno Federal de los Estados Unidos. Pero no todo iba sobre el terreno ideológico: el gasto militar de los Estados Unidos aumento fehacientemente a partir de 1950, *“pasando de 10.900 millones de dólares en 1948 a 49.600 millones de dólares en 1953, con lo que se ponían los cimientos de un nuevo Estado de seguridad nacional, entre promesas de prosperidad militarizada”* (Engelhardt, T.; 1997:100) Estos datos nos hacen pensar que durante la primera parte de la Guerra Fría, en la inmediata posguerra, el enfrentamiento estaba latente y Estados Unidos no solo tenía un arsenal platónico. Nuevamente, la hegemonía estatal se condice con la credibilidad alcanzada por el discurso constante y prácticamente invisible, que fue asumido como propio por la sociedad.

Si bien la Guerra fue fría y no llegó a consumarse un enfrentamiento armado, hubo campos de batalla: la introducción de mensajes propagandísticos o ideológicos en contra de la URSS (o de la izquierda en general) en el espacio hogareño por medio de publicaciones complementarias (en el sentido de que no son propaganda oficial) como la que nos convoca fue eficiente, ya que el lenguaje pretendidamente apolitizado y la baja cantidad de artículos sobre este tema que traía cada número, logró que la incorporación del discurso fuese lenta pero constante.

Por ejemplo en Mayo de 1952, Selecciones publica “*El verdadero poderío humano de Rusia y China*” (Condensado de “*The Yale Review*”) Por Katbleen Thayer. A casi 7 años del fin de la Segunda Guerra Mundial, la alarma ante el crecimiento en términos demográficos de los países más grandes del globo no está disimulada, aunque si relativizada con una volanta como “*Las cifras de población no prueban nada por si solas*” y hace alarde de la ventaja estadounidense diciendo:

Sin embargo, hoy en día lo que más importa en las rivalidades internacionales no es el número total de habitantes, ni aun el número de varones en la edad de máximo vigor. Lo que más importa es la capacidad de una nación de sustraer trabajadores a la producción civil sin que el nivel de vida baje más allá del nivel de supervivencia. En tal respecto, la de las naciones occidentales casi no tiene límite (Selecciones, May 52:31)

Destacamos que citando una publicación de una de las más reconocidas universidades de Estados Unidos, informan sobre la necesidad de hacer análisis cualitativos más que cuantitativos con respecto a la información circulante en el clima de pos-guerra, es otra de las formas que la revista adoptaba para legitimarse.

Pero el delineamiento del enemigo seguía en artículos como “*La voz hostil de Rusia*” (Selecciones; Ago 48:99) en donde Estados Unidos asume la posición de víctima, convirtiendo los futuros ataques en legítima defensa: “*Los ataques de la propaganda del Soviet contra los Estados Unidos llegan hoy a un grado de hostilidad no imaginado por el público*” (Ibídem)

## **6. Consideraciones finales.**

La única forma de comprender estas operaciones de construcción de sentido es insertándolas en las prácticas concretas de los individuos de un cuerpo social. El American Way of Life, no constituye una mera abstracción defendida desde los sectores de poder, sino que se entreteje con formas previas de entender el mundo en el conjunto de la sociedad. Es por ello que su éxito radica en reforzar hábitos ya presentes formas tradicionales y religiosas, en la buena recepción del público al que va dirigido el mensaje.

En el caso de la publicación que nos convoca, reconocemos un fenómeno mucho más complejo que la presentación de artículos condensados en 200 páginas para el

entretenimiento y educación: la revista *Selecciones* es transmisora de un discurso hegemónico, que por su formato amigable y contexto histórico propicio, se convirtió en una experiencia para millones de lectores en todo el mundo.

Manifestamos que fue precisamente este formato amigable, en el que los lineamientos político de hallaban licuados entre consejos para la buena salud y curiosidades varias, el responsable del éxito editorial de la revista. Muchas otras de sus contemporáneas de carácter más agresivo no enraizaron con la profundidad con que lo hizo *Selecciones*, que habiéndose convertido en un fenómeno de masas en su versión original, fue vista como uno de los mejores embajadores para el modelo de vida americano en Latinoamérica.

En este trabajo, nos propusimos colocar el fenómeno en una perspectiva histórica, social y cultural; nuestra sed por analizar el campo cultural abierto desde publicaciones como *Selecciones*, no se ha agotado; En el camino emprendido junto al Dr. Mariano Eloy Rodríguez Otero hemos espigado en un mar de artículos ricos en guiños al lector contemporáneo a la publicación, por lo que la selección y discriminación no ha sido fácil y lejos está de ser abarcada en su totalidad, ya que los interrogantes que se abren con cada tomo de *Selecciones* nos empujan a seguir investigando.

## 7. **Bibliografía**

- Alain Rouquié (1986) *Poder militar y sociedad política en la Argentina* Tomo I, Bs. As.: Hyspamerica
- Beatriz Sarlo *El imperio de los sentimientos* (1985) Bs. As.: Catálogos
- Eduardo Giordano *Conversaciones con James Petras* (1995) Barcelona: Editorial Hacer
- Eric Hobsbawm (2011) *Historia del Siglo XX* Bs. As.: Ed. Paidós SAICF/Crítica
- Florencia Tomasi, María Alejandra Sotelo y Mariano Eloy Rodríguez Otero *¿La Guerra Fría leída en la mesita de casa? Selecciones del Reader's Digest y política de bloques. Estados Unidos hacia América Latina y la "amenaza comunista"* (2012) Bs. As.: Jornadas de Historia Moderna y Contemporánea
- H. Bruce Franklin, (2010) *WAR STARS. Guerra, ciencia ficción y hegemonía imperial*, Bs. As.: ed. final abierto

- Harold F. Peterson (1985) *La Argentina y los Estados Unidos tomo II 1914-1960*, Bs. As: Hyspamerica
- José Luis de Diego (2006) *Director Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000* Bs. As.: Fondo de Cultura Económica
- José María Lazo Prieto *El exilio científico español* (2004) El Catoblepas N° 26
- Juan Archibaldo Lanús (1984) *De Chapultepec al Beagle; política exterior argentina 1945-1980*, Bs. As: Emece,
- Matthew Schneirov (1994) *The Dream of a New Social Order. Popular magazines in America 1893-1914* NY Chichester, West Sussex: Columbia University Press
- Raymond Williams *Marxismo y Literatura* (2009) Bs. As.: Las Cuarenta
- Robert A. Potash (1986) *El ejército y la política en la Argentina- Tomo I: 1928-1945. De Yrigoyen a Perón* Bs. As.: Hyspamerica
- Roger Chartier *El mundo como representación. Historia cultural: entre práctica y representación* (1996) Barcelona: Gedisa
- Santos Juliá *Elogio de Historia en tiempo de Memoria* (2001) Madrid: Fundación Alfonso Martín Escudero
- Tom Engelhardt (1997) *El fin de la cultura de la victoria. Estados Unidos, la guerra fría y el desencanto de una generación* Bs. As. - Barcelona: Paidós Ibérica



Selecciones;Oct 46.

### "Invito Yo..."

En cualquier parte, a cualquier hora,  
cualquier pausa con COCA-COLA bien fría  
es *la pausa que refresca.*

COCA-COLA es la predilecta de todos,  
por lo deliciosa y refrescante que es.

¡Tome COCA-COLA!



COPYRIGHT 1946. THE COCA-COLA COMPANY  
PROPIEDAD LITERARIA Y ARTISTICA RESERVADA

Selecciones; Nov 57

**mejores artículos para un mayor confort**

**ABESA**  
S.A.I.C.I. y F.  
Cp. 1445. 41800.000  
AV. COPACABANA 724  
T.E. 32-305 Bs. As.

An advertisement for ABESA, a company based in Buenos Aires, Argentina. The central graphic is a stylized rocket ship flying upwards against a dark, starry background. The rocket is labeled 'ABESA' and includes the company's full name and contact information: 'S.A.I.C.I. y F.', 'Cp. 1445. 41800.000', 'AV. COPACABANA 724', and 'T.E. 32-305 Bs. As.'. Surrounding the rocket are four circular spotlights, each highlighting a different household appliance: a vacuum cleaner in the top left, a four-burner gas stove in the middle right, a floor lamp in the bottom right, and a small rectangular appliance, possibly a toaster or coffee maker, in the bottom left. The overall theme is 'mejores artículos para un mayor confort' (best articles for greater comfort).

Selecciones; Dic 60

21-TAL-195-U

**...FELICES FIESTAS DE VERDAD,  
CON PHILIPS EN EL HOGAR!**

Philips crea constantemente para que usted disfrute, cada vez más, del confort de la vida hogareña. Por eso, en estas fiestas... cante... baile... diviértase... de la mano de Philips!

**Modelo 21-CAL-196-U  
PARA ADORNAR  
EL AMBIENTE...**

Ultradelgado Consola. El mismo extraordinario televisor, en un mueble tipo consola. Parlante al frente.

**Modelo 21-TAL-195-U  
UN OBSEQUIO  
INAPRECIABLE:**

Ultradelgado Philips! Sintoniza cualquier estación. Tubo de 110° de deflexión. Comando a botonera exclusivo. Fino gabinete de madera.



Selecciones; May 51

*Aumente su bienestar  
con un lavarropas  
Martirco*

**Martirco**  
S. A. COMERCIAL E INDUSTRIAL  
FLORIDA 350 - BUENOS AIRES - PARANA 840