



**UNIVERSIDAD
TORCUATO DI TELLA**

DEPARTAMENTO DE HISTORIA

SELECCIONES DEL READER'S DIGEST
RELACIONES LABORALES Y "SUEÑO AMERICANO" FOR EXPORT
(1940-1950)

TESIS DE MAESTRÍA

GUSTAVO PASCUAL CRESTA

LEGAJO: 12T1539

GCRESTA@YAHOO.COM

DIRECTORA: DRA. M. GRACIELA ABARCA

RESUMEN

La revista *Selecciones del Reader's Digest*, siendo la versión castellana de su original editada en los EE.UU. siempre fue considerada una firme difusora y defensora de los intereses estadounidenses, enemiga acérrima de los regímenes populares en América Latina en general y del peronismo en particular. Sin duda el concepto sigue siendo válido si tomamos la revista como un todo en los más de setenta años que lleva editándose para Latinoamérica. Sin embargo, si efectuamos un recorte de objeto más acotado, y menos pretencioso en cuanto a extensión, podríamos encontrar matices sorprendentes que, seguramente no cambiarán de ninguna manera el concepto inicial sobre la revista pero nos permitirá efectuar una lectura menos sesgada sobre algunas de sus líneas editoriales.

La armonía de clases promovida a partir de actitudes tanto empresariales como sindicales, y la educación o el esfuerzo individual como vehículos para el desarrollo personal que surgen de las páginas de *Selecciones*, resultan ejes discursivos similares a aquellos vigentes en la Argentina de la década de 1940 y que fueran utilizados en nuestro país como imaginarios superadores para enfrentar tanto al capitalismo salvaje como al marxismo. En el presente trabajo se realiza un análisis de *Selecciones del Reader's Digest*, en lo que hace a la visión de las relaciones laborales puesta de manifiesto en sus artículos durante el periodo 1940-1950, y de cómo los mismos resonaban en nuestra sociedad a partir del imaginario de armonía social, modernidad y consumo que transmitían y su similitud con el discurso reinante en la Argentina durante esa década.

Palabras claves: *Reader's Digest*– Segunda Guerra Mundial – Guerra Fría – Sindicatos – Imperialismo – *New Deal* – Peronismo – Medios.

INDICE

AGRADECIMIENTOS	4
PREFACIO	5
INTRODUCCIÓN	6
CAPITULO I: <i>Selecciones del Reader's Digest</i> y la internacionalización de valores sociales y culturales <i>(Juntos pero no revueltos)</i>	18
CAPITULO II: De <i>Reader's Digest</i> a <i>Selecciones</i> <i>(Ahora sí que estoy informado)</i>	42
CAPITULO III: El <i>Reader's Digest</i> y la lucha de clases en EE.UU <i>(El patrón no es mi enemigo)</i>	70
CAPITULO IV: Un Imaginario laboral para América Latina <i>(Pelearse no vale la pena)</i>	93
CAPITULO V: La Argentina de <i>Selecciones</i> <i>(¿Y por casa cómo andamos?)</i>	133
EPÍLOGO <i>(El futuro nos espera)</i>	149
BIBLIOGRAFIA	153

AGRADECIMIENTOS

Para la confección de la presente tesis recibí la ayuda y la colaboración de distintas personas, empresas e instituciones, a las que creo necesario agradecer aún a riesgo de olvidarme algún nombre:

A la Dra. María Graciela Abarca, por haber aceptado dirigir mi investigación aun cuando ni yo sabía hacia donde se dirigía.

Al Dr. Andrés Reggiani, que me alentó a inscribirme en la Maestría cuando solo tenía dudas.

A Cecilia, del Departamento de Historia de la Universidad Torcuato Di Tella que, gracias a Dios, guarda TODO.

A Editorial *Selecciones del Reader's Digest* Argentina S.A., que puso a disposición su archivo en los EE.UU. para que pudiera relevar aquellos artículos publicados en la edición estadounidense de la revista desde 1922 a 1940.

Al Museo Eva Perón, sus empleados y bibliotecarios que me facilitaron la colección completa de la revista *Mundo Peronista* digitalizada.

A Graciela Buquet, por facilitarme el ingreso al archivo histórico de Editorial Atlántida S.A.

A mis compañeros de trabajo en la Agencia de Planificación: Manuel Abajas, Leandro Ayarza, Florencia Guijo, Paula Cresci, Guadalupe Fernández Maza y Jorge Moreno.

A mi familia: Mónica, Federico y Victoria que siempre creyeron que debía estudiar lo que me gustaba.

A Mónica por su paciencia, a José María por su insistencia, y a Tito.

PREFACIO

Mis padres tenían casa de veraneo. Ese dato, sin necesidad de mayores investigaciones y sin importar el criterio científico que utilicemos me ubica, de manera indiscutible, en algún lugar de ese colectivo que los sociólogos denominan “sectores medios”. El privilegio de esta pertenencia me permitió disfrutar, durante mi infancia y adolescencia, de grandiosos veraneos que se estiraban hasta entrado el mes de marzo, y me obligó a padecer crudos inviernos, en un Punta Mogotes despoblado, frío e inhóspito en el que solo contaba con la compañía de un motón de “best sellers” editados por EMECE, algunos libros de la serie “Robín Hood”, y una colección bastante completa de la revista *Selecciones del Reader’s Digest*.

Durante los quince o dieciséis años en que se mantuvo esa situación pude leer y releer infinidad de veces la historia del vendedor de jabones que terminó siendo propietario de Procter & Gamble, conocer las causas del mal aliento, enterarme de las heroicas acciones de un soldado de Wisconsin en la toma de Monte Cassino, o ilusionarme con que mi padre, para el cumpleaños de ese año, me regalara una “Parker 51”.

Selecciones forma parte de mis recuerdos juveniles, pobló mi cerebro de infinidad de datos inútiles, anécdotas improbables y chistes malos, pero aun así guardé esos fascículos, los preservé en cada mudanza y los tengo frente de mí mientras escribo esto. Seguramente *Selecciones* y yo vivimos un romance adolescente e invernal, fruto de la lluvia y el aburrimiento pero romance al fin. *Selecciones* fue esa novia que me esperaba el 9 de julio de cada año y de la que me despedía quince días después. Quién sabe, esa convivencia corta y esporádica es la que ayudó a que el romance fuera tan duradero.

INTRODUCCIÓN

Raymond Williams¹ define conceptualmente a la “tradición selectiva” como aquella que desde un presente pre-configurado elige intencionalmente qué elementos destacar y cuáles omitir de un pasado configurativo. De esa manera, la selección histórica se verifica en la práctica y justifica el orden establecido. Siguiendo esa selección, la versión latinoamericana del *Reader's Digest* ha sido estudiada por la historiografía a los efectos de corroborar dos roles fundamentales de la revista: en lo social, la intención que tuvo de influir en la construcción de la identidad de los sectores medios latinoamericanos y a partir de allí conformarles un imaginario de familia, vivienda y consumo; y en lo político, su pertinaz determinación para consolidar al sistema capitalista, la democracia liberal y el proyecto hegemónico de los EE.UU.

Sin duda el recorte de objeto seleccionado para este trabajo escapa a la “tradición selectiva” clásica utilizada por la academia en el análisis de *Selecciones*. No obstante lo cual se inserta indubitablemente dentro de los estudios que analizan a la revista como instrumento de penetración cultural de los Estados Unidos en su intención de fidelizar a parte de la sociedad y su dirigencia con un modelo político y de acumulación alejado de la utopía socialista.

El *Reader's Digest*, sumando la totalidad de sus versiones a lo largo del planeta, ha sido el éxito editorial más importante del siglo XX, sin embargo, el material académico existente sobre el tema, es decir, que tenga a la revista o sus artículos como objeto principal de estudio, no resulta proporcional con semejante fenómeno. En los EE.UU. el número de trabajos realizados apenas supera en número los dedos de una mano y solo algunos más si extendemos la mirada hacia el resto de América.

A partir de distintos recortes el *Reader's Digest* ha sido objeto de diversos estudios en su país de origen. Algunos de ellos incluyen la biografía de sus

¹Raymond Williams. *La larga revolución* (Buenos Aires: Ediciones Nueva Edición, 2003).

fundadores, su identificación con el concepto del “sueño americano” y su derrotero corporativo. Otros agregan a las peripecias personales de Lila y DeWitt Wallace un análisis de la publicación desde el punto de vista de su fuerza cultural e ideológica, como así también hay quienes estudiaron a la publicación como instrumento fundamental para la consolidación de la identidad estadounidense y de penetración cultural durante la guerra fría.

A fin de comprender la historia personal de los creadores de la publicación, el apogeo de su sistema paternalista de conducción empresarial, el ingreso de inversores institucionales, su “clímax” en la década de 1960 y su declinación editorial a partir de 1980, momento en que murió la pareja de DeWitt y Lila Wallace, resulta fundamental el libro *American Dreamers* de Peter Canning², este trabajo relata exhaustivamente la vida de los fundadores, desde los inicios de la revista en 1922, como típicos emprendedores estadounidenses, políticamente conservadores y religiosamente presbiterianos, hasta su transformación en “prisioneros”, según el autor, en su propio “castillo”, como se denominaba a la residencia de Pleasantville N.Y., donde los Wallace vivían y donde se encontraba la sede de la compañía.

Canning, en su calidad de ex empleado del *Reader's Digest*, idealiza tanto la personalidad de la pareja propietaria como su forma de llevar adelante la empresa, a tal punto que define a la altísima rentabilidad de la publicación como una cuestión menor ante la satisfacción de los consumidores y la seguridad y alegría que expresaban sus empleados. Sin perjuicio de la poca imparcialidad en el análisis, el libro de Canning resulta interesante ya que refleja la opinión sobre la revista que expresaba el estadounidense medio, que coincidía, de alguna manera, con la opinión que el autor tenía sobre sí mismo.

Esta coincidencia casi *naive* del autor con los ideales de la publicación y su función “civilizadora” en América Latina lo hacen relatar casi de forma orgullosa la relación de *Reader's Digest* con la C.I.A. y nos permitió utilizar esa

² Peter Canning, *American Dreamers: The Wallaces and the Reader's Digest. An Insider Story* (New York: Simon & Schuster, 1996).

información al momento de analizar *Selecciones* como un instrumento de penetración al servicio de los intereses del gobierno estadounidense.

Desde una visión de detrás de escena, John Heindenry, en su clásico *Theirs was the Kingdom*³, aborda la historia del *magazine*, desde la atmósfera de su redacción, condicionada por los valores conservadores de la pareja propietaria a partir de la información brindada por el personal que trabajaba en la misma, analizando la importancia que tuvo la publicación como trasmisora de valores culturales e ideológicos. La obra resulta fundamental, ya que ayuda a entender las formas y las razones por las cuales se tomó la decisión de lanzar una edición para Latinoamérica⁴ y la importancia que tuvo en esa toma de decisión la intervención del Departamento de Estado de los EE.UU. Dicho relato permite no solo sacar conclusiones sobre el inicio de la propaganda estadounidense en los países de la región, sino sobre la particularidad de la Argentina dentro del subcontinente que se desprende de los estudios de mercadeo efectuados por el *Reader's Digest*, antes de la toma de decisión.

Condensing the Cold War, Reader's Digest and The American Identity, escrito por Joanne P. Sharp⁵, desarrolla la incidencia del *Reader's Digest* en la construcción de la identidad estadounidense a partir de la identificación de la Unión Soviética como enemigo común. El libro de Sharp inserta a la revista como un producto editorial que emerge de la consolidación de los sectores medios durante el período entre guerras, y resulta el único dentro de los trabajos académicos relevados que aborda la línea editorial del *Reader's Digest* en lo que hace a las relaciones entre obreros y patronos. En el texto la autora hace un relato de las distintas posiciones adoptadas por la revista ante la política del *New Deal* implementada a mediados de la década del 1930, período durante el cual el *Digest* fue variando su línea editorial, desde una posición en donde lo considera una respuesta eficaz del capitalismo que

³ John Heindenry, *Theirs was the Kingdom. Lila and DeWitt Wallace and the Story of Reader's Digest* (New York: W.W. Norton & Company, 1996).

⁴ *Ibidem*, Capítulo 6º, 150.

⁵ Joanne P. Sharp, *Condensing the Cold War, Reader's Digest and the American Identity* (Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996).

operaría como barrera al ingreso de ideologías de izquierda al seno de la sociedad, hasta interpretar a las huelgas obreras de 1937/38, como el inicio de una revolución de características marxistas.

Sharp analiza además los períodos de la segunda posguerra, guerra fría, y *detente* durante los cuales el *Reader's Digest* se transformó en representante, si bien no de lo que todos los norteamericanos entendían por hegemonía cultural estadounidense, al menos sí de lo que entendía el consenso conservador que habitaba en sus fronteras. A partir de ese indiscutible hecho, la autora desarrolla el inicio de la construcción de una identidad occidental mediante la utilización de la Unión Soviética como un espacio donde proyectar todos aquellos valores negativos que se oponían a los identificados por la revista como valiosos que, en una simplificación, podrían resumirse en el concepto de *American way*, concepto aplicable tanto a la economía y a la política, como a la vida diaria.⁶

Como se ve, la historiografía estadounidense, excepción hecha de Joanne Sharp, no realiza un estudio específico sobre una determinada línea editorial. Los trabajos relevados se concentran más en la vida de sus fundadores y el fenómeno sociológico y comercial de la publicación. Sharp, desde la geografía social, presta alguna atención al derrotero editorial de la revista en lo que hace a los sindicatos durante el período posterior a la Gran Depresión, concluyendo que la posición del *Digest*, aun con una carga ideológica importante, resultó básicamente pragmática en cuanto al tema.

Específicamente sobre la construcción de los sectores medios en América Latina pero con preferencia sobre Ecuador y Argentina, Lisa Ubilaker Andrade elaboró su tesis *Américas Mapped: Mass Media and the Construction of "American" Geography, 1938-1948*⁷, en donde analiza el rol de la radio y el

⁶ Joanne P. Sharp, "Publishing American identity: popular geopolitics, myth and *The Reader's Digest*," *Political Geography*, 12, N° 6, noviembre, 1993: 491-502 (Department of Geography, Syracuse University, Syracuse, NY).

⁷ Lisa Ubelaker Andrade, *Americas Mapped: Mass Media and the Construction of "American" Geography, 1938-1948* (Tesis inédita, Universidad de Yale, 2014).

éxito de *Selecciones* en su inserción en las sociedades latinoamericanas. Ahondando en la misma temática la autora publica *La revista más leída del mundo, Selecciones del Reader's Digest y culturas de clase media, 1940-1960*⁸. Este artículo conecta la historia del uso de medios masivos como parte de una política internacional estadounidense con una historia de consumo de la clase media en la Argentina que ayuda a comprender la estrategia política de *Selecciones* y las representaciones de la clase media que promovía, así como el análisis de la conexión de la revista con la clase media a escala local.

Los primeros estudios sobre *Selecciones* realizados en América Latina poseen un sesgo marcadamente marxista. Ariel Dorfman, en su trabajo denominado *Reader's Nuestro que estás en la tierra. Ensayo sobre el imperialismo cultural*⁹, analiza específicamente el período de la denominada guerra fría y, aun cuando estos años quedan fuera del recorte temporal seleccionado, ofrece una interesante, aunque altamente ideologizada, visión de la revista a partir de la denominada teoría de la dependencia. Su crítica, desde la izquierda, al sesgo de los artículos que la publicación selecciona resulta aplicable al análisis de la línea editorial cuya investigación se aborda desde el presente trabajo.

Brasil ha sido, sin lugar a dudas, el país en donde *Selecciones* logró mayor penetración desde lo discursivo y también es en donde más trabajos académicos se han realizado sobre la revista. Mary Anne Junqueira, en su trabajo *Imaginando a América Latina Em Seleções, Oeste, Wilderness e Fronteira 1942-1970*, estudia la forma de representación que efectúa la revista de la amazonia brasileña, a la que consideraba como un reducto de salvajismo en comparación con la sociedad asentada en el litoral del país. El estudio demuestra que esta visión, maniquea y racista, coincidía con la que buena parte de la población brasileña tenía sobre los habitantes del interior amazónico. Esta conclusión, entre otras, demostraría, según la autora, lo

⁸ Lisa Ubelaker Andrade, "La revista más leída del mundo, *Selecciones del Reader's Digest* y culturas de clase media, 1940-1960", *Historia y problemas del siglo XX*. (Contemporánea, Año V, volumen V, 2014, ISSN 1688-7638).

⁹ Ariel Dorfman, *Reader's nuestro que estás en la tierra. Ensayo sobre el imperialismo cultural* (Editorial Nueva Imagen: México, 1980).

permeable que fue sociedad brasileña al discurso de la revista y cuán identificada estaba con el mismo¹⁰. Similares criterios fueron utilizados durante el presente trabajo para analizar el impacto de la revista en la sociedad argentina y el éxito de la misma.

Érica Gómez Daniel Monteiro, analiza a *Selecciones* desde punto de vista de la publicidad comercial que aparecía en la misma durante los años de la guerra. En su tesis titulada “A Guerra como Slogan. Visualizando o advertising Project na propaganda comercial da revista *Seleções do Reader’s Digest*”¹¹, estudia la manera como la OCIAA acordó con los anunciantes estadounidenses la forma en que los exportadores y la industria de los EE.UU. debían transmitir los mensajes publicitarios hacia América Latina en consonancia con la política de buena vecindad durante la Segunda Guerra Mundial. El trabajo demuestra la alianza entre los intereses del sector privado y el gobierno estadounidense, tanto en la búsqueda de nuevos mercados de consumo como en la construcción de una posición hegemónica de aquel país en América Latina.

Lorena Baghetto, también en Brasil, publicó “O Pesadelo comunista ameaça o Ocidente: O anticomunismo nas *Seleções do Reader’s Digest* (1946-1960)”¹². La tesis recorre los andariveles clásicos de las investigaciones sobre *Selecciones*, con un recorte temporal concentrado en el período más duro de la guerra fría. A los fines de nuestro trabajo la investigación resulta importante, ya que aborda en uno de sus capítulos la forma en que la cuestión sindical fue tratada por la publicación. Bajo el título “Patrões norte-americanos, uni-vos”, Baghetto analiza muchos de los artículos que son abordados en la presente investigación, aunque arriba a conclusiones diferentes a las nuestras, producto

¹⁰ Mary Anne Junqueira, *Ao Sul Do Rio Grande: Imaginando A America Latina Em Selecoes: Oeste, Wilderness E Fronteira, 1942-1970* (San Pablo: Braganca Paulista: EDUSF, 2000).

¹¹ Erica Gomes Daniel Monteiro, “A guerra como slogan. Visualizando o advertising Project na propaganda comercial da revista *Seleções do Reader’s Digest* (1942-1945)”, *Tempos Históricos*, N.º 14, 2.º Semestre 2010, 154/173.

¹² Lorena Baghetto, “O Pesadelo comunista ameaça o Ocidente: O anticomunismo nas revistas *Seleções do Reader’s Digest* (1946-1960)” (Tesis inédita Universidade Federal do Parana, Curitiba, 2004).

básicamente de dos cuestiones: el período estudiado y la diferente situación interna que se vivía en el Brasil para esa época.

El recorte temporal elegido por la investigadora brasileña no incluye los artículos que se publicaron durante la guerra ni tampoco analiza la posición que sobre el tema tuvo *Reader's Digest* durante las décadas de 1920 y 1930. El trabajo no realiza una lectura desde la sociedad receptora del mensaje, en este caso la brasileña, sino que concentra su análisis sobre la situación en los EE.UU. y la voluntad puesta de manifiesto por sus empresarios en recuperar aquellos beneficios perdidos a partir de la denominada Ley Wagner. Baghetto encuentra importantes similitudes en los reclamos empresariales estadounidenses con lo que pretendía la burguesía de Brasil en igual periodo. A partir de ese punto de apoyo concluye en que los artículos publicados intentaban, básicamente, demostrar lo innecesarios que resultaban los sindicatos para el logro de mejores salarios y condiciones de empleo en la clase trabajadora.

La investigadora argentina Mónica Sol Glik¹³ en “El Hogar de la Victoria. La promesa del *American way of life* para América Latina” analiza *Selecciones* a la luz de la política de Buena Vecindad y el concepto de Panamericanismo, investigando el impacto que tuvo esa ofensiva cultural y el arribo del “*American way of life*” sobre las sociedades de Brasil y Argentina. El aporte del trabajo al estudio de la revista es el cruce que realiza entre fuentes culturales, aquellas provenientes de la diplomacia y la documentación de inteligencia tanto de Argentina como de Brasil y los EE.UU. Esta tarea permitió a la autora encontrar intereses culturales, políticos, económicos y de comercio, con fuerte impacto en la asignación de roles de género, en las dos potencias latinoamericanas.

En cuanto al discurso de *Selecciones* en la construcción del mundo de la guerra fría, se encuentra trabajando un equipo de la Universidad Nacional de

¹³ Mónica Sol Glick, “El Hogar de la Victoria: La promesa del *American Way of Life* para América Latina.” (Tesis inédita presentada en el Programa de Posgrado en Historia de la Universidad Federal de Santa Catarina y el Programa de Posgrado en Historia Contemporánea de la Universidad Autónoma de Madrid. Florianópolis, 2015).

Cuyo, integrado por Florencia Tomasi y María Alejandra Sotelo, que presentaron una ponencia en la XIV Jornadas Interescuelas/Departamento de Historia realizada en Mendoza del año 2013¹⁴. Las autoras centran su investigación en la forma de trasmisión del mensaje utilizado por *Selecciones* que, a partir de licuar dentro de un formato amigable, plagado de consejos para la buena salud y curiosidades varias, construye un discurso duro desde lo político. Este sistema, entienden, fue el responsable del éxito editorial de la revista y transformaron a *Selecciones* en uno de los mejores embajadores para el modelo de vida estadounidense en Latinoamérica.

Nuestra investigación tiene puntos de contacto con la totalidad de los trabajos enumerados y seguramente abrevia en muchas de sus conclusiones, no obstante, las mismas se reinterpretaron a partir de las particularidades que, desde lo cultural, caracterizaban a los habitantes de los centros urbanos de Argentina y, básicamente, desde el discurso dominante en el período. El concepto de modernidad y la superación de la lucha de clase a partir de un modelo armonioso y colaborativo resultan categorías temáticas sobre cuyos ejes se intentará explicar el éxito y la facilidad de circulación que la revista tuvo en la Argentina dentro del recorte temporal elegido.

Durante la década de 1940 la línea editorial de *Selecciones*, en lo que hace a relaciones e interacciones obrero/patronales, se encuentra fuertemente influida por los acontecimientos políticos y sociales que se desarrollaron en EE.UU. y el mundo durante la década anterior, esto es: el crac de Wall Street, la Gran Depresión, el *New Deal*, el surgimiento del nazismo, la consolidación del comunismo y el inicio de la Segunda Guerra Mundial.

Sin embargo, y antes de intentar un acercamiento a las razones que sustentaron el sesgo adoptado por la revista en cuanto al tema específico, estamos obligados a transitar los orígenes del *Reader's Digest*, el contexto

¹⁴ Florencia Tomasi y María Alejandra Sotelo, "Selecciones del Reader's Digest. Forma y Discurso como elementos centrales de las políticas estadounidenses hacia Latinoamérica en la conformación del mundo bipolar", XIV Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia de la Facultad de Filosofía y Letras. Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, 2013.

socio cultural en el que surgió, la aparición de los medios de comunicación masivos, su papel en la construcción de imaginarios sociales y su relación con el poder.

El recorte temporal elegido exige no solo una aproximación a situaciones como las descritas, allí en donde se originó la publicación, sino que también nos obliga a un estudio de la realidad tanto político como social y económica de la Argentina en su carácter de país receptor de un discurso, para así poder entender de qué manera ese mensaje fue interpretado por la población y cuáles fueron las razones para esa lectura.

El relevamiento efectuado sobre la revista incluye la totalidad de la década de 1940 desde diciembre de dicho año, mes en que apareció la publicación por primera vez, hasta diciembre de 1950, por lo que el análisis comparativo lo es con los discursos que circulaban en nuestro país en dicho periodo, que incluye el último tramo de la denominada “década infame”, la revolución de 1943 y los años más exitosos del período denominado “Primer Peronismo”.

Asimismo, en la comparación que se efectúa, no se contraponen hechos entre sí. *Selecciones*, desde su aparición y hasta la actualidad, jamás ha publicado artículos en donde se haga referencia a la situación política interna de los países latinoamericanos mientras estas se desarrollan¹⁵. Su mensaje se caracteriza tanto por su simpleza como por su sencillez y se sustenta en el sentido común y la obviedad, apuntado más al sentimiento que a la cabeza, evitando de esta forma razonamientos complejos. En tal sentido, la comparación que se efectúa, salvo excepciones, lo es desde el discurso, orientando la búsqueda hacia imaginarios similares, especialmente en lo que hace a la resolución de conflicto social.

Todo trabajo de pretensiones académicas, aun modestas como las de éste, dialoga de alguna manera con otros, cuyos autores abordaron el mismo tema

¹⁵ La primera mención a Perón en *Selecciones* fue en diciembre de 1955: “Lo que le costó Perón a la Argentina”, después de su caída; y la segunda, en la edición de julio de 1975: “El Legendario Juan Domingo Perón”, un año después de su muerte.

desde distintas ópticas, concepciones o marcos teóricos. Dentro de ese diálogo, imaginario, podríamos decir que el presente, aun con diferencias, mantiene una amable conversación con Joanne Sharp en cuanto a la forma de analizar la relación de los medios con la sociedad a partir de la tácita la legitimación del mensaje por parte de los receptores del mismo. Como así también en cuanto a su forma de definir a la población como un colectivo pensante, sin desconocer la intencionalidad manifiesta de los medios en la construcción de un determinado discurso.

Asimismo y a partir de sus conclusiones, la investigación confronta, respetuosamente, con Lorena Baghetto, en cuanto la interpretación de los artículos de *Selecciones* referidos a la forma de dirimir el conflicto social. Mientras la investigadora brasileña analiza los mismos a partir del contexto histórico estadounidense, nuestro trabajo intenta poner el eje en la coincidencia de los mismos con el discurso de la década en la Argentina. Mas que confrontar podríamos decir que los dos trabajos analizan un mismo discurso aunque se paran frente al mismo desde distintos lugares.

El trabajo se encuentra estructurado en seis capítulos. En el primero de ellos se explicitan los parámetros teóricos que se utilizaran como vehículo de análisis, tanto desde la sociología como desde la historia, la geopolítica, y las relaciones internacionales. En tal sentido se analiza, en el capítulo, la irrupción de los medios de comunicación masivos en la década de 1920 y la lectura que efectuó la sociología de su capacidad tanto prescriptiva como de manipulación. Asimismo se enmarca la importancia de *Selecciones* dentro de los dispositivos surgidos en el marco del denominado imperialismo cultural, las características de la sociedad argentina al momento de su desembarco en el país, la política de medios existente y el imaginario que la revista intentó transmitir versus el discurso oficial del período.

El Capítulo II se divide en dos partes. En la primera se hace una descripción de la realidad estadounidense desde el punto de vista social, económico y político, poniendo en contexto la aparición de los medios de comunicación masivos que marcaron las ideas y sistemas de valores de la nueva sociedad que emergía en

aquel país a partir de en la década de 1920. En la segunda parte del Capítulo se abordan específicamente las cuestiones referidas al *Reader's Digest* a partir de aquellos trabajos que tienen a la revista como objeto específico de estudio.

El Capítulo III desarrolla la línea editorial de la revista en lo que hace a las relaciones obrero-patronales durante la década de 1930 en los EE.UU., y su correlato con los acontecimientos que se produjeron a partir del crac financiero de 1929. Este segmento intenta ofrecer una contextualización de los artículos publicados en el *Reader's Digest* en el marco de los profundos cambios, políticos y económicos que surgieron, no solo como consecuencia de la crisis, sino también por la consolidación del comunismo en la U.R.S.S. y el giro copernicano que tomó la política estadounidense a partir de la asunción como presidente de Franklin D. Roosevelt en 1933.

En el Capítulo IV se efectúa un análisis pormenorizado de los artículos identificados con la problemática obrero empresarial (relación/interacción) dentro de los 120 fascículos de *Selecciones* que se publicaron durante la década de 1940. Para dicho análisis se organizan los mismos temáticamente en grupos, teniendo en cuenta el abordaje de la relación desde el punto de vista individual, sindical, institucional, político o simbólico.

En el Capítulo V se efectúa una descripción de la situación del país y de los medios de comunicación masiva que en él circulaban al momento en que *Selecciones* hace su aparición, como así también de la inserción de los mismos dentro de la sociedad a partir del contrato de lectura existente con su industria editorial. Se realiza una descripción del momento que vivía la Argentina como consecuencia del conflicto bélico que se iniciaba el hemisferio norte y la batalla cultural que, a partir de dicho conflicto, se libraba en los medios gracias a las acciones directas que tanto Alemania como de EE.UU. llevaron a cabo para volcar a la opinión pública en un sentido o en otro.

Por último se intenta una primera aproximación al estudio de las similitudes que, desde el punto de vista discursivo, tuvo *Selecciones* con publicaciones que circularon en el país durante el período en estudio, dejando abierta la

posibilidad para una exploración más profunda del tema. En tal sentido se transcriben ejemplos que incluyen tanto el discurso político como los medios de comunicación, el cine y otros dispositivos culturales.

En el Epílogo se resumen los conceptos ya volcados en la investigación y, a partir de los mismos, arribar a una conclusión que permita explicar no solo el éxito de la revista, sino también identificar los discursos que, a nuestro entender, explican la escasa resistencia gubernamental hacia su circulación en un periodo caracterizado por manifestaciones oficiales hostiles hacia los EE.UU.

Cabe aclarar (a los efectos de evitar cualquier tipo de confusión) que cuando nos referimos a *Reader's Digest* o simplemente al *Digest* estamos hablando de la publicación en los EE.UU., mientras que cuando decimos *Selecciones del Reader's Digest* o solamente *Selecciones* estamos refiriéndonos a la edición de la revista para la América Latina.

CAPITULO I

Selecciones del Reader's Digest y la internacionalización de valores sociales y culturales (Juntos pero no revueltos)

Sin duda, escribir sobre la línea editorial de *Selecciones del Reader's Digest* implica sumergirnos en distintas disciplinas. En un primer término y casi en forma inevitable es necesario abordar la temática de los medios de comunicación y su capacidad prescriptiva en general, a partir del periodismo, la ciencia de la comunicación, la sociología y la lingüística. Siendo *Selecciones* uno de los primeros productos editoriales distribuidos a nivel global, será importante analizar a la publicación dentro del inicio de una nueva era en la historia de las comunicaciones, con la radio ya cómodamente consolidada y el inicio de la televisión como medio de comunicación masivo. Sin embargo, las características específicas de la revista, nos llevarán también por la geopolítica, la historia social, y dadas las particularidades de sus fundadores, deberemos incursionar en la historia biográfica, para poder entender algunas posiciones de la publicación.

El enfoque del trabajo se identifica con lo que se denomina historia cultural o historia social, y a partir de la división disciplinaria someramente expuesta anteriormente se agruparon tanto la bibliografía como los trabajos académicos que permitieron establecer el camino y los límites teóricos dentro los cuales el mismo se desarrolla, como así también definir los contextos históricos propios del recorte temporal seleccionado.

Cultura y comunicación (Todo padre sabe lo que es bueno para sus hijos)

Desde la historia cultural y de las comunicaciones, corresponde analizar el fenómeno de *Selecciones del Reader's Digest*, no solo como producto de comunicación masivo sino como primer y exitoso proyecto de un medio que abarque casi la totalidad del planeta. Hubo ediciones de la revista en habla hispana para América Latina y España, en portugués para Brasil, en italiano, en alemán, versiones para el sudeste asiático y versiones en inglés para Australia

y Nueva Zelanda, distintas a las que circulaban internamente en los EE.UU, lo que hizo de la edición internacional del *Reader's Digest*, la primera revista global editada en los Estados Unidos escrita específicamente en el idioma de los países a los cuales estaba dirigida.

El *Reader's Digest* fue concebida por Lila y DeWitt Wallace como una revista prescriptiva, tendiente a informar y promover una serie de valores en la sociedad, en sintonía con aquellos en los que se habían educado, y con la profunda convicción del carácter universal de los mismos. Si el logro de esa meta se midiera en cantidad de lectores, resulta evidente el éxito obtenido en alcanzar sus objetivos. Todos los meses, la revista era leída por 18.000.000 de estadounidenses que la recibían por suscripción, a los que hay que sumarle 12.000.000 de ejemplares que se vendían fuera de las fronteras de los EE.UU. en 39 ediciones separadas y 15 idiomas diferentes. En tal sentido, y tal como la manifiesta Peter Canning, no hubo en la historia de la humanidad otra publicación, ni siquiera La Biblia, que haya informado y, me atrevería a decir, “formado”, a tanta cantidad de seres humanos.¹

La imponente de los números citados y la necesidad de ir de lo general a lo particular torna necesario iniciar el análisis de la revista desde el costado sociológico de los medios de comunicación masivos a partir de su capacidad para la manipulación, esto es, su capacidad para imponer conceptos, costumbres e ideas por encima de cualquier tipo de reflexión crítica por parte del sujeto lector, no solo desde su línea editorial sino también en función de los bienes y servicios que promociona, y en el caso de *Selecciones*, las representaciones que surgen tanto de sus artículos como de su publicidad.

Lo “masivo”, en términos comunicacionales y culturales, ha sido un concepto que durante cierto período, muchos sociólogos, desde la denominada teoría crítica, o incluso historiadores, trataron de una manera sino despectiva, por lo menos peyorativa. Las masas, si no iban acompañadas del calificativo de

¹ Peter Canning, *American Dreamers. The Wallace's and the Reader's Digest. An Insider Story* (New York: Simon & Schuster, 1996), 14.

populares, aludían casi invariablemente a grandes muchedumbres indiferenciadas, sin rumbo, sólo cohesionadas por sentimientos fuertes, guiadas por pasiones, posibles presas de la demagogia y el engaño.

En ese sentido, la cultura masiva se correspondía con la cultura de la manipulación. Una cultura producida por grupos poderosos que era capaz de seducir entre sus redes a las incautas masas, a los pasivos receptores cuyas cabezas fueron, muchísimas veces, representadas gráficamente con la forma de embudos dentro de los cuales se vertían los productos adormecedores de conciencias. A partir de esta simplificación, los medios de comunicación masivos, en su carácter de ejes vertebrales de esa cultura, eran instrumentos de desinformación e incomunicación debido a su verticalidad, su unidireccionalidad, su deliberado diseño para mantener el *statu quo*, o para inducir comportamientos acordes a las necesidades del poder de turno.

Esta perspectiva que atribuye a los medios de masas la capacidad de manipular y suspender todo tipo de reflexión, crítica o resistencia de los sujetos receptores, y que presupone que el consumidor pasivo no participa de ninguna manera en la construcción del producto, es a grandes rasgos la sostenida y formulada por la llamada Escuela de Frankfurt: Max Horkheimer, Thodor Adorno, y ha sido expuesta en forma crítica por Walter Benjamin².

Mucho ha sido lo que se avanzó en el campo de las ciencias sociales en general y de los estudios de comunicación en particular, a fin de cuestionar esas ideas durante los últimos años. En general, ese avance fue producto de un cuestionamiento más global a un tipo de pensamiento que se caracterizó por simplificar los problemas, reduciéndolos a oposiciones frontales, muchas veces maniqueas y privilegiando la denuncia por sobre la comprensión, como si en el caso del *Reader's Digest*, la publicación operara sin ningún tipo de legitimación por parte del lector receptor del mensaje.

² Walter Benjamin, *Discursos Interrumpidos I* (Madrid: Taurus, 1973).

Esa revisión no significó pasar de una visión apocalíptica y condenatoria respecto de la cultura y los medios de masas a otra visión integrada y complaciente. Es decir, no significó que allí donde antes se denunciaba la manipulación, la desinformación, la imposición de ideas destinadas a favorecer la reproducción de un determinado orden social, empezaran a encontrarse virtudes, enormes posibilidades de uso alternativo o aspectos positivos. Por el contrario, significó un esfuerzo teórico que, asumiendo la cultura y la comunicación masiva como los modos característicos de la producción simbólica de nuestra época, trató de comprender su lógica y su sentido.

Uno de los aportes sustanciales en ese sentido, lo constituyó el hecho de comenzar a pensar la cultura masiva en términos “Gramscianos” de construcción de hegemonía más que en términos de dominación³. Ciertamente, en nuestras realidades existen sectores propietarios de los medios de producción y circulación de bienes culturales que, en estrecha interacción con los sectores predominantes a nivel económico, tienen en sus manos el poder de diseñar sus estrategias para el conjunto de la sociedad. Pero para lograr esos fines no pueden proceder a su total arbitrio o libremente, sino que requieren hacer aparecer esas estrategias, sus productos y los valores que ellos encarnan, como deseables, necesarios y valiosos para la mayoría.

Para entender la eficacia persuasiva de las acciones hegemónicas es necesario reconocer lo que en ellas existe de servicio hacia un grupo social, de no ser así estaríamos pensando a la sociedad como una masa sumisa que se deja ilusionar siempre sobre lo que quiere. En resumen, podríamos decir que la sociedad presta, de alguna manera, su consenso dándole a la hegemonía cultural un grado importante de legitimidad. En base a lo expresado, el éxito de *Selecciones de Reader's Digest* en la Latinoamérica en general y la Argentina en particular, no puede pensarse en términos unidireccionales de penetración sin atender al hecho de que la sociedad argentina legitimaba de alguna forma los valores expresados y defendidos por la revista y se presumía lo

³ Antonio Gramsci, *Cartas desde la cárcel. Madrid: Cuadernos para el diálogo* (Madrid: 1975).

suficientemente sofisticada como para aspirar a los bienes que la revista promocionaba.

Para la comprensión del concepto de hegemonía cultural resulta fundamental, tal como lo expresa Jackson Lears⁴, citando a Antonio Gramsci, partir de la pregunta *¿quién tiene el poder?*, y a partir de ella analizar el primer y último término de la misma. El “quién” que incluye desde padres hasta celebridades pasando por sacerdotes, maestros, periodistas, literatos, publicitarios, músicos populares, etc. y el “poder” que incluye, tanto poder cultural, como político y económico, siendo el poder el que define los límites de lo correcto a partir de ignorar la visión de afuera de esos límites o etiquetándola como irresponsable o de mal gusto. En base a este esquema, en donde las publicaciones juegan un rol prevalente, Eugene Genovese⁵ concluye que la fuente del éxito que tuvieron las clases dirigentes para evitar la confrontación, opresor/oprimido, proviene de la estrategia utilizada en lo que podríamos denominar como “reino de la cultura”.

Al tratarse de hegemonía y no de dominación, el vínculo entre los medios y la sociedad se apoya en una especie de contrato: una alianza en la que los hegemónicos y los subalternos pactan prestaciones recíprocas. La importancia objetiva y subjetiva de este intercambio explica por qué la explotación o la relación opresor-oprimido no aparecen todo el tiempo como el aspecto central de sus relaciones. Explica también el éxito del populismo en lo político y comunicacional, no ya por su calidad de manipulador sino por su capacidad de comprender este enlace, esta necesidad recíproca, entre clases opuestas.

Desde esa perspectiva, el citado Antonio Gramsci, en la obra referenciada, nos pone en camino de pensar la cultura y la comunicación masivas como espacios claves para la producción de los sentidos predominantes del orden social, en tanto emisores y receptores, productores y consumidores negociarán allí esos

⁴ Jackson Lears, "The Concept of Cultural Hegemony: Problems and Possibilities", *The American Historical Review*, volumen 3, junio 1985, 567-593.

⁵ Eugene Genovese, *In Red and Black: Marxian Explorations in Southern and Afro-American History* (New York: 1971), 369.

sentidos. Cabe aclarar, aunque suponga una obviedad, que la negociación se realiza en términos desiguales, ya que mientras unos actúan desde situaciones de poder, otros lo hacen desde posiciones subalternas.

Este reconocimiento, tanto de la ambigüedad de la cultura y la comunicación masivas como de la lógica en la construcción de la hegemonía con que operan, no significa considerarlas “inocentes” o negarles poder. Pero en tanto ese poder se basa más en el convencimiento, la seducción o la utilidad que en la imposición, corresponde realizar otra lectura de lo que esa cultura ofrece, de los niveles de adhesión o rechazo que suscitan sus propuestas en diferentes sectores sociales y de las razones que existen para ello. Una lectura que donde antes se vio sólo imposición permita ahora ver por qué algo se impone. Es decir, una lectura que detrás de las intenciones hegemónicas nos permita ver la contracara: las necesidades, expectativas, fantasías, y deseos de un sector social.

Un discurso hegemónico tiene que poder, de alguna manera, estar presente en las formas y prácticas de las personas reales, ya que no puede circunscribirse a un sistema de valores y creencias dentro del cuerpo social, sino estaríamos hablando de ideología. La hegemonía debe incluir la vida de relación, la experiencia cotidiana y las aspiraciones e ilusiones⁶. En tal sentido se expresa Raymond Willams cuando define la hegemonía afirmando que:

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 recíprocamente⁷.

⁶ María Alejandra Sotelo, “Selecciones del Reader’s Digest. Forma y discurso como elementos centrales de las políticas estadounidenses hacia Latinoamérica”, 5-6.

⁷ Raymond Williams, *Marxismo y literatura* (Buenos Aires: Las Cuarenta, 2009), 145-146.

Sin duda *Selecciones de Reader's Digest* fue un instrumento para consolidar la dominación cultural estadounidense, pero su éxito debe ser analizado desde el concepto de hegemonía y en los términos de negociación expuestos, poniendo de un lado las necesidades, los imaginarios de vida y consumo de la sociedad, y por otro la oferta de la publicación en base a la utilidad de lo que propone, como convence al lector de la propuesta y la seducción aplicada en el intento.

En lo que hace a la Argentina, en su calidad de sociedad receptora de un discurso, resulta fundamental analizar cuán predispuesta se encontraba su población ante la nueva propuesta. *Selecciones* fue un producto editorial pensado para los sectores medios, por lo que desde la perspectiva sociológica resulta necesario establecer cuán consolidados se encontraban dichos sectores al momento del desembarco de la revista, a partir de las políticas de consolidación y ampliación del proceso de democratización del bienestar, llevado a cabo por el primer peronismo. En tal sentido, la cantidad de ejemplares que circularon desde su aparición, en diciembre de 1940, demostraría la existencia de un colectivo importante que pareciera percibirse a sí mismo como integrante de la denominada clase media. La aparición o no de sectores medios consolidados⁸, el momento en que estos surgen y si tuvieron o no existencia previa a la aplicación de políticas sociales del primer peronismo⁹, si bien excede el recorte de objeto seleccionado, resulta fundamental para entender la construcción de imaginarios tanto dentro de *Selecciones* como al interior de los discursos que existieron en nuestro país durante el período¹⁰.

Sin lugar a dudas, la política de bienestar social aplicada e implementada durante los años cuarenta tuvo rasgos profundamente innovadores a partir de

⁸ Gino Germani, *Política y sociedad en una época de transición. De la sociedad tradicional a la sociedad de masas* (Buenos Aires: Editorial Paidós, 1962).

⁹ Ezequiel Adamovsky, *Historia de la clase media argentina. Apogeo y decadencia de una ilusión, 1919/2003* (Planeta, 3ª edición, 2012).

¹⁰ Para ver un excelente resumen de cómo se identifica este actor social, cómo obtiene reconocimiento, cuáles son las actitudes, las vestimentas, los lugares de residencia, quiénes pertenecen a esta franja social, cómo se realiza la distinción y, lo más importante, cómo personas o individuos tan distintos se pueden sentir parte de una misma clase o colectivo, se recomienda Sergio, Visacovsky y Enrique Garguin (compiladores); *Moralidades, económicas e identidades de la clase media. Estudios históricos y etnográficos* (Editorial Antropofagia, 2009).

la llegada a la Secretaria de Trabajo del Gral. Juan Domingo Perón, aun partiendo del hecho de que algunas de ellas, habitualmente identificadas con el peronismo, venían gestándose con anterioridad a su aparición en la vida política¹¹. Muchas de esas políticas y sus construcciones discursivas, al igual que la educación como vehículo de ascenso social, la política sanitaria para la clase trabajadora y el derecho al disfrute a partir de políticas de turismo sindical, aparecen reflejadas en muchos de los artículos de *Selecciones del Reader's Digest* aparecidos en la década.

Geopolítica y Relaciones Internacionales (*Habla el mapa de Juan*)

En términos de geopolítica e historia de las relaciones internacionales, el fenómeno de *Selecciones del Reader's Digest* necesita una lectura a partir de los conceptos de imperialismo e imperialismo cultural. Solo desde allí se puede explicar el papel jugado por la revista como un instrumento del que los Estados Unidos se valieron, tanto en su lucha contra el nazismo durante la primera mitad de la década como así también en su conflicto con la Unión Soviética durante de la Guerra Fría que se inicia a partir de 1945.

Sin lugar a dudas, desde que el término “imperialismo” apareciera en la escena histórica hacia fines de Siglo XIX para definir las pretensiones hegemónicas y personales de Napoleón III y sus seguidores (imperialistas), la definición del mismo ha ido variando a través del tiempo en la medida en que se fueron introduciendo nuevos elementos al concepto, y básicamente a partir del análisis que del mismo realizó la ciencia política moderna haciendo hincapié en las nociones de dominación, desigualdad e intereses económicos y financieros que de alguna manera enmarcaban la relación de la potencia imperial con sus colonias¹², tomando como ejemplo el Imperio inglés de fines del siglo XIX.

¹¹ Elisa Pastoriza Juan Carlos Torres, *Nueva Historia de la Argentina. Tomo VIII, La democratización del bienestar* (Buenos Aires: Sudamericana, 1988), 282.

¹² Renato Ortiz “Revisitando la noción de imperialismo cultural” en Salvatore (comp.) *Culturas Imperiales Experiencia y Representación en América Latina, Asia y África*, (Buenos Aires: Beatriz Viterbo Editorial, 2005), 41.

En tal sentido, pareciera ser que a comienzos del siglo XX, con su obra *Estudios del imperialismo*, John A. Hobson es el que de alguna manera inicia un debate académico que provoca una reacción intelectual de la izquierda europea. Aparecen algunos trabajos clásicos sobre el tema como *El capital financiero* (1909), de Rudolf Hilferding; *La acumulación del capital* (1913), de Rosa Luxemburgo; y *El imperialismo etapa superior del capitalismo* (1916), en donde Lenin, desarrolla su teoría de la expansión del capital en nuevos mercados en su imperiosa necesidad de reproducción.¹³

Para Hobson, el imperialismo posee una dimensión económica por la existencia de intereses de este tipo que fomentan el expansionismo de las naciones centrales, cuestión a la que adhieren los autores marxistas cuando explican la necesidad del capitalismo de expandirse territorialmente para generar una reproducción del capital que permita contener el ciclo de crisis internas del sistema y de tal forma facilitar el ingreso a una nueva fase de reproducción. No obstante no es esta la única dimensión del imperialismo destacada por Hobson, sino que el concepto de nación, para el autor, está estrechamente ligado a la noción de imperialismo desde su origen, ya que es a partir de dicho concepto que un país o varios (de los denominados centrales) compiten por el ámbito de influencia de cada uno y la limitación del ámbito de influencia de los otros.

Sin lugar a dudas este análisis supone la existencia de un centro (geográfico) imperial y pone a la periferia fuera de ese límite geográfico, por lo que las relaciones entre el centro y la periferia resultaban para Hobson relaciones de alteridad, esto es, todos los que estaban dentro del límite geográfico de los países capitalistas consolidados pertenecían al centro, mientras los que estaban fuera de dichos límites pertenecían a la periferia, y de alguna manera eran “los otros”.

Si bien esta relación centro-periferia todavía seguía teniendo algún tipo de vigencia dentro del recorte temporal elegido para nuestro trabajo, hacia

¹³ *Ibidem*.

mediados de la década de 1940, y con la consolidación en los Estados Unidos del capitalismo corporativo, el concepto comienza a modificarse. Desde fines de los años cuarenta la cuestión empieza a no ser tan clara, ya que aparecen situaciones en donde conviven dentro de límites geográficos comunes situaciones de centro y de periferia, por lo que las relaciones comienzan a ser relaciones de subordinación y no de alteridad. Desde esta nueva óptica, el “imperio” no se encuentra en un país, territorio o nación determinada sino que se encuentra en lo que Hardt y Negri denominan “no lugar”¹⁴.

Dentro de estas nuevas formas que toma el imperialismo a partir de la Segunda Guerra Mundial, *Selecciones del Reader's Digest*, se transformará en uno de los primeros productos que operará dentro de la nueva lógica imperial que desarrollan Hardt y Negri en su libro *Imperio*¹⁵, es decir, fuera del concepto tradicional de identificar al centro con un estado nación, ya que si bien Estados Unidos es el lugar de origen del proyecto editorial, sus intereses y los que la revista defiende exceden sus límites territoriales y se encuentran representados en distintas partes del mundo. El intento de la revista por generar una especie de homogeneización de las costumbres y gustos forma parte de una nueva forma de dominación. El concepto expresado no implica de ninguna manera un declive de la soberanía política como tal, sino el nacimiento de una nueva forma de ejercer control sobre la periferia, de la cual *Selecciones* forma parte.

Ahora bien, contrariamente a lo que sucede con la noción de imperialismo que provocó estudios científicos desde principio del siglo XX, la noción de imperialismo cultural aparecerá en el universo académico casi cincuenta y cinco años después de la primera edición del libro de Hobson, y de la mano de los estudios de comunicación y la expansión de la cultura de masas sobre la vida cotidiana en América del Sur.¹⁶

¹⁴ Walter Mignolo, “Colonialidad global, capitalismo y hegemonía epistémica” en Salvatore (Comp.) *Culturas Imperiales Experiencia y Representación en América Latina, Asia y África* (Buenos Aires: Beatriz Viterbo Editora, 2005), 68.

¹⁵ Antonio Negri y Michael Hardt, *Imperio* (Barcelona: Paidós, 2000).

¹⁶ Ricardo Salvatore, “Repensar el imperialismo en la era de la globalización”, en Salvatore (Comp.) *Culturas Imperiales Experiencia y Representación en América Latina, Asia y África*, en Ricardo, (Buenos Aires: Beatriz Viterbo Editora, 2005), 14.

La aparición del concepto hacia fines de la década del cincuenta no implica que situaciones o hechos de imperialismo cultural no se hayan desarrollado, en décadas anteriores, tal como lo expresa Jackson Lears¹⁷. La utilización de los medios masivos de comunicación como instrumento de la propaganda ideológica norteamericana, primero ante la aparición del nazismo y después de la Segunda Guerra Mundial, como instrumento de lucha frente al enemigo comunista, resultan ejemplos claros de su existencia. Es en este marco en el que toma importancia *Selecciones del Reader's Digest*, tanto en su misión propagandística tendiente a instalar la superioridad tecnológica y militar de los EE.UU. en el período previo y durante el desarrollo de la Segunda Guerra Mundial, como en su intención de fijar las aspiraciones de culturales y de consumo de lo que podríamos denominar una “clase media global”.

Sin lugar a dudas, el imperialismo cultural opera tanto en el plano público, en términos de la denominada diplomacia cultural, como en el privado, a partir de la publicidad de las empresas imponiendo pautas de consumo. En dicho sentido, la edición latinoamericana de *Selecciones del Reader's Digest* operó en ambos planos con extraordinaria eficacia a partir de una estructura institucional y política de respaldo, clara y visible, con un nombre específico: *Oficina del Coordinador de Asuntos Interamericanos* (OCIAA por sus siglas en inglés), y un apellido reconocible: Nelson Rockefeller.

Para el mes de agosto de 1940 existía en los EE.UU. una serie de iniciativas tanto gubernamentales como no gubernamentales tendientes a mantener al continente americano como “una gran familia”. El presidente Franklin D. Roosevelt decidió que esa dispersión de acciones, algunas de ellas coordinadas y otras meras iniciativas individuales, necesitaban ser reforzadas mediante la creación de una agencia específica, que pasaría a integrar el grupo de las denominadas Agencias de Guerra, destinada, en el caso que nos ocupa, a conquistar la mente y los corazones latinoamericanos para la causa aliada y

¹⁷ Jackson Lears, "A Matter of Taste: Corporate Hegemony in a Mass-Consumption Society," en Larry May (Ed.) *Recasting America Culture and Politics in the Age of Cold War* (Chicago: University of Chicago Press, 1989), 39-57.

contrarrestar la influencia nazi en aquellos países con fuerte inmigración europea como lo eran Argentina y Brasil, fomentada institucionalmente desde hacía bastante tiempo por el Instituto Iberoamericano de Berlín.

Las acciones de la OCIAA se concentraron en influir sobre la población de Latinoamérica a partir de tres instrumentos que por otro lado eran las tres secciones en que se dividía la agencia, esto es: cinematografía, radio, y prensa escrita. A esta nueva forma de manejar las relaciones con otros países se la denominó diplomacia pública o *soft power*. Nacida a la sombra de la política de la buena vecindad y el conflicto bélico, la OCIAA transmitió mediante su accionar la idea del Panamericanismo, por la cual las naciones del continente se encontraban unidas por una fuerza combinada de espacio geográfico e historia común, compartiendo intereses que, de alguna manera, las obligaban a trabajar en forma mancomunada, bajo la benigna guía de los Estados Unidos.

La técnica comunicacional elegida para conquistar audiencias masivas que habitaban al sur del Río Grande fue denominada "*sympathetic understanding*", lo que podría traducirse como entendimiento amigable, e intentó imponer como concepto, no el de naciones aliadas sino el más fraternal de repúblicas "hermanas". El proceso de la creación, desarrollo y desaparición de la OCIAA ha sido estudiado de manera exhaustiva por la obra colectiva, dirigida por Gisela Cramer y Úrsula Prutsch¹⁸, en donde distintos autores desarrollan el tema y los sistemas de castigos y recompensas que utilizaba la agencia a los efectos de influir tanto en las decisiones de los gobiernos como en la opinión de la sociedad. El tratamiento dado por la obra citada al fracaso de la agencia en evitar el ascenso de Juan D. Perón al poder, y la trabas que puso el gobierno estadounidense a la provisión tanto de papel como de celuloide para impedir el desarrollo de la industria editorial y cinematográfica argentina es una de las cuestiones que nos lleva a preguntarnos cómo en ese contexto *Selecciones del Reader's Digest*, que podría considerarse como el órgano oficial de OCIAA, tuvo en nuestro país tantas facilidades para su circulación, no habiendo sido

¹⁸ Ursula Prutsch. Gisela Cramer, *Américas Unidas. Nelson A. Rockefeller's Office of Inter-American Affairs and the Quest for Pan-American Unity 1940-1946* (Frankfurt - Madrid: Vervuert, 2012).

jamás afectada por las rigurosas políticas de medios aplicadas desde el ascenso de Perón a la Secretaría de Trabajo en 1943.

La ofensiva diplomático cultural desatada sobre nuestra región con el inicio de la Segunda Guerra Mundial tuvo distintos grados de permeabilidad, dependiendo de las características de las sociedades de cada uno de los países y la posición diplomática de cada uno de los gobiernos. En tal sentido, si tomamos los dos países más relevantes de la región, *Selecciones* parecería haber tenido un menor grado de resistencia, tanto en lo cultural como en lo político, en Brasil que el que tuvo en Argentina.¹⁹

No obstante sería ingenuo pensar que los Estados Unidos dejaron únicamente en manos de la OCIAA la tarea de penetrar las mentes de los sectores medios y dirigenciales de América Latina. El análisis de los documentos oficiales del Departamento de Estado demuestra de forma contundente que la política de diplomacia cultural formó parte importantísima dentro de la política exterior de los EE.UU. durante el período²⁰. De igual modo, resulta obvio que el tema no se redujo a una tarea diplomática sino que contó con un importante apoyo por parte de las agencias de inteligencia²¹ que, de la misma forma que el Departamento de Estado, se ocuparon de implementar acciones de diplomacia cultural sobre los países de la periferia.²²

Sin embargo, como ya se anticipara, el análisis unidireccional de la revista resulta erróneo y sesgado, ya que para que el discurso que se desprendía de la

¹⁹ Mary Anne Junqueira, *Ao Sul Do Rio Grande: Imaginando A America Latina Em Selecoes: Oeste, Wilderness E Fronteira, 1942-1970* (San Pablo: Bragança Paulista: EDUSF, 2000).

²⁰ Jose Manuel Espinosa, *Inter-American Beginnings of U.S. Cultural Diplomacy: 1936-1948*, (Washington: Bureau of Educational and Cultural Affairs, U.S. Department of State, 1977).

²¹ Frances Stonor Saunders, *Who Paid the Piper: The CIA and the Cultural Cold War* (Londres, Granta Books).

²² Sin duda, en materia de imperialismo cultural, hegemonía cultural y política imperial de los Estados Unidos existe innumerable cantidad de trabajos académicos. No obstante, en mérito a la especificidad del objeto y el recorte temporal elegido se relevaron aquellas obras que se dedicaron a la política internacional aplicada con respecto a Latinoamérica durante la década de 1940 y a la *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs*, en particular, dada la injerencia que tuvo en los contenidos de *Selecciones de Reader's Digest*.

misma fuera exitoso necesitaba de una sociedad dispuesta, no solo a recepcionarlo, sino a entenderlo y verlo positivamente. Ninguna acción diplomática o de inteligencia por sí sola hubiera logrado un éxito de la envergadura que tuvo la revista en una sociedad poco empática al discurso que se transmitía.

Argentina desde lo cultural (*Donde los gauchos bailan el tango*)

Para entender el especial éxito que tuvo la revista en la República Argentina, que se vio expresado en los 155.000 ejemplares de circulación mensual al año de su lanzamiento²³ en diciembre de 1940²⁴, es necesario conocer el tamaño del mercado editorial del período, como así también cuán consolidado se encontraba el público lector, básicamente el que se correspondía con los sectores medios urbanos. En otras palabras, resulta fundamental analizar el grado de desarrollo, tanto de las industrias culturales como de los sectores receptores, como partes integrantes del denominado “contrato de lectura”.²⁵

El éxito de *Selecciones del Reader's Digest* en su desembarco en el país a inicios de la década de 1940 supera la media lograda en el resto de América Latina²⁶. En ese sentido, Argentina contaba con particularidades que permiten entender las razones por las cuales la revista tuvo una aceptación más temprana que en el resto del subcontinente. El fenómeno periodístico en la Argentina mereció estudios en trabajos pioneros como los de Carlos Galván²⁷ y

²³ Lisa Ubilaker Andrade, “Selecciones del *Reader's Digest*, Transnational U.S. Mass Media and the idea of a Global Middle Class”.1940-1960”, en *Historia y problemas del siglo XX* (Contemporánea: año V, volumen V, 2014, ISSN 1688-7638).

²⁴ El dato no pudo ser corroborado por la revista en el país ya que no cuentan con registros. Según Lisa Ubilaker Andrade, se llegó a ese número después de un año en el mercado argentino, esto es en diciembre de 1941.

²⁵ Carlos Ulanovsky, *Parén las rotativas. Una historia de los grandes diarios, revistas y periodistas argentinos* (Buenos Aires: Espasa Calpe, 1997).

²⁶ En Argentina se vendieron más ejemplares que en México, no obstante la enorme diferencia poblacional entre los dos países. En Brasil, el lanzamiento en lengua portuguesa de la publicación se produjo un año después, con lo que la comparación no es posible.

²⁷ Carlos Galván Moreno, *El periodismo argentino. Amplia y documentada historia desde sus orígenes hasta el presente*, (Buenos Aires: Claridad, 1944).

Juan Fernández²⁸, que dan cuenta de la evolución de los periodistas profesionales y de la industria. No obstante, investigaciones más cercanas en el tiempo concluyen que, para el momento del desembarco editorial de *Selecciones*, el país contaba con un complejo editorial consolidado, un mercado interno popular con cuadros profesionales propios y con una tendencia clara a desplazar inversiones extranjeras²⁹.

La construcción de un público lector de calidad que nos permita entender el fenómeno de *Selecciones* debe buscarse en el importante desarrollo que tuvo en el período de entreguerras la publicación de folletines, textos baratos y obras de calidad dirigidas a un público lector que se ampliaba en forma sistemática. Resulta claro que en el período señalado hubo una voluntad de parte de la industria editorial de incorporar e integrar a los sectores populares en la sociedad y hacerlos participar de su patrimonio cultural consagrado, a partir de los mensajes transmitidos sobre el “deber ser” del hombre culto e informado.³⁰

Argentina desde lo político (*No es tan malo el Tío Sam*)

Sin duda, la situación política en la Argentina durante el período que va de 1940 a 1950, debe ser de las más estudiadas y sobre la que más se ha escrito en los últimos veinte años. Si bien la misma cuenta con Juan Domingo Perón como común denominador, también tiene variantes políticas y de discurso en función de los cambios económicos producidos a partir del año 1949 y, aunque fuera del recorte temporal elegido para este trabajo, la nueva política en la relación con los Estados Unidos que se implementa en la primera mitad de la década de 1950.

²⁸ Juan Rómulo Fernández, *Historia del periodismo argentino* (Buenos Aires: Librería Perlado, 1943).

²⁹ Jorge Rivera, y Aníbal Ford, “Los medios de comunicación masiva en la Argentina” en Ford, Aníbal; Rivera Jorge, y Romano, Eduardo *Medios de comunicación y cultura popular* (Buenos Aires: Legasa, 1990).

³⁰ Luis Alberto Romero, “Una empresa cultural: los libros baratos”, en Gutiérrez, Leandro y Romero, Luis Alberto: *Sectores populares. Cultura y política. Buenos Aires en la entreguerras* (Buenos Aires: Sudamericana, 1995).

Si bien el intervencionismo estadounidense en Centroamérica, la presencia de los EE.UU. en los sectores económicos estratégicos y su actitud hostil frente a ciertos gobiernos argentinos ocuparon importantes espacios en la prensa desde 1930 a 1943, en el debate político argentino el tema nunca dejó de jugar un rol secundario, siempre supeditado a cuestiones de política interior. Frente a cierta imagen de inmovilismo político del período, carencia absoluta de libertades y de estancamiento ideológico, tanto en los partidos políticos como en la prensa, el estudio efectuado por Laura Ruiz Jiménez³¹ afirma que del análisis de las secciones políticas de los diarios de la época se desprende una constante actividad política de los partidos tendiente a acabar con el fraude.

Hacia finales de la década de 1930, con el advenimiento a la presidencia de Roberto María Ortiz, y el presumible llamado a elecciones sin proscripciones, fueron imponiéndose aquellos partidos políticos que decididamente consideraban indispensable dar a la democracia argentina un contenido económico y social del que había carecido durante casi la totalidad de la década³². En tal sentido, tanto radicales como socialistas debatieron cómo hacer realidad un sistema más igualitario en el que el bienestar fuera alcanzando a todos los grupos sociales. En este esquema, la figura del Presidente Franklin D. Roosevelt, un líder eminentemente democrático y comprometido con los sectores más desfavorecidos de la población, se convirtió en un modelo deseable para la dirigencia política y la ciudadanía en general.

Siguiendo con el análisis efectuado, la muerte de Ortiz y el golpe de estado perpetrado en 1943 pusieron en duda el inicio de un período de normalización institucional, aunque desde la aparición de Perón en el escenario político, y con el anuncio de elecciones en 1946, lo que se puso en discusión fue quién sería el grupo capaz de hacer realidad una democracia comprometida socialmente. A

³¹ Laura Ruiz Jiménez, *La Argentina con porvenir. Los debates sobre la democracia y el modelo de desarrollo en los partidos y la prensa (1926-1946)* (Madrid: Biblioteca Nueva, 2006).

³² Laura Ruiz Jiménez, "Peronismo y Anti-Imperialismo en la prensa Argentina: "Braden o Perón" también fue "Perón es Roosevelt", *Journal of Latin American Studies*, Cambridge University Press, N° 30, octubre 1998).

partir de esta afirmación, tanto desde el Justicialismo como de la Unión Democrática se rescataba la figura de Roosevelt y se utilizaba al *New Deal* como ejemplo y modelo a seguir para lograr una democracia que terminara por integrar a las masas al circuito de consumo y bienestar.

El discurso anti-imperialista del peronismo individualizando al embajador de los EE.UU. Spruille Braden como contrapartida de su propio proyecto durante la campaña electoral de 1946, nunca ocultó la admiración por Roosevelt y su política de intervención económica y distribución de ingresos. En este orden de ideas, Félix Luna, en *El 45*³³, cita editoriales del diario *La Época*, de tendencia justicialista, en donde se compara a Perón con Roosevelt, identificación que, obviamente, es puesta en cuestión por la oposición.

Historia Social (*Defendiendo al capital*)

El tratamiento editorial que la revista dio a las relaciones entre el capital y el trabajo y al marco que imaginó en oposición a la lucha de clases encuentra sustento en la historia social y de las luchas sociales. Los acontecimientos y reivindicaciones de la clase obrera estadounidense en el período, el cambio de paradigma en los sistemas de producción³⁴ y el modo en que dichas luchas se fueron resolviendo, obligó al *Reader's Digest* a tomar distintas posiciones a partir de los acontecimientos que marcaron el período. El *New Deal*, la Segunda Guerra Mundial, el fordismo y la Guerra Fría se transforman para el *Digest* en categorías políticas a partir de los cuales fue ajustando su línea editorial.

Las modificaciones introducidas por el *New Deal* en la situación de los obreros estadounidenses hasta arribar a las grandes huelgas de 1937 consolidaron la situación social hasta el ingreso de los EE.UU en la Segunda Guerra Mundial.

³³ Félix Luna, *El 45*, (Buenos Aires: Sudamericana, 1971).

³⁴ La superación tanto del Taylorismo como del Fordismo y los experimentos efectuados por Elton Mayo en la ciudad de Hawthorne, que sustentan la teoría humanística como sistema que permita aumentar la producción desde un esquema menos alienante, es tratado por *Selecciones* en un extenso artículo.

El establecimiento de la paz patriótica instalada durante el conflicto y el resurgimiento de la conflictividad social desde el fin del mismo, que culminaron con el acuerdo de los obreros de la industria automotriz con las grandes empresas de Chicago de 1950, son hechos que indudablemente determinan la elección de los artículos que sobre el tema, tanto el *Digest* como *Selecciones* fueron publicando³⁵.

La identificación del sindicalismo con el Peronismo a partir de la revolución de 1943 desde la asunción de Juan D. Perón en la Secretaria de Trabajo y su posterior mandato como Presidente de la Nación a partir de 1946, visto de alguna manera como continuidad, resulta claramente comparable a la situación de identificación de los obreros y sindicatos estadounidenses con el Partido Demócrata y la figura de Franklin D. Roosevelt. Pero no solo es similar la identificación partido/sindicato/obrero/líder, sino que resultan similares en el curso de los mandatos de ambos presidentes las tensiones políticas que dicha identificación generó dentro de cada una de las fuerzas políticas y las maneras que condicionaron la gestión de gobierno³⁶.

La Política de medios (*Mejor que hacer es decir*)

El presente trabajo aborda una publicación, *Selecciones*, y específicamente una línea editorial que se refiere a las relaciones del trabajo. Por esta razón, la política de medios aplicada en la época debe ser necesariamente analizada desde el discurso, especialmente en un período como el de 1940/1950, en donde el partido de gobierno, a partir de autodefinirse como fundacional, proponía una construcción simbólica que necesitaba de los medios como

³⁵ Para la relación del *New Deal* con el surgimiento de un sindicalismo consolidado, producto de las grandes huelgas de 1933, 1934 y 1937, el ingreso en forma masiva de las mujeres al mercado de trabajo en 1941, el aumento de la sindicalización hacia el inicio de la década del cuarenta, la creación de los Comités de Producción de Guerra y de Trabajo de Guerra, y el compromiso de paz social a partir de 1941, resultan fundamentales los trabajos de Howard Zinn y de James Green, citados por Roberto Elisalde en su trabajo "El sindicalismo norteamericano y argentino. Una historia de Cooperación y Conflictos (1939-1945)", Revista *De Sur a Norte*, N° 1, 1999, en el cual se analizan, además, las similitudes y diferencias entre el sindicalismo de los EE.UU. y el argentino durante el período en estudio.

³⁶ Para la Argentina, ver Juan Carlos Torre, *Ensayos sobre movimiento obrero y peronismo*, (Buenos Aires: Siglo XXI, 2012) y *La Vieja guardia sindical y Perón. Sobre los orígenes del peronismo* (Buenos Aires: Ed. R y R, 2010).

vehículo de circulación.

La relación del peronismo con los medios de comunicación es un capítulo clave si lo que se analiza es la relación de los medios de comunicación con la política y la cultura en la Argentina. Los lugares comunes acerca del modo en que los gobiernos autoritarios y los estados populistas han convertido a los medios de comunicación en un pilar de gobierno han impedido, a mi entender, un análisis de los matices históricos específicos, especialmente del primer ciclo peronista³⁷.

La expropiación de periódicos, la concentración política y económica de la radiodifusión y la presencia permanente de las figuras de Perón y Evita en los medios de comunicación son algunos rasgos que permiten hacer una lectura rápida del uso autoritario de los medios de comunicación durante esa etapa. El lugar asignado por Perón al periodismo ha sido interpretado tanto como una política “de hecho” en respuesta a la coyuntura³⁸, como un rasgo coherente y programático dentro de la “doctrina peronista” que propiciaba la construcción de una “comunidad organizada”³⁹, pero, aun en los dos extremos del pensamiento político, siempre resultó atractiva la particular manera de utilizar los medios durante el período que va desde la Revolución del 1943 hasta el final de la década peronista.

La utilización de medios existentes y la creación de nuevos medios como vehículos discursivos es una característica típica del primer peronismo. La expropiación del diario *La Prensa*, la adquisición de Editorial Haynes y la creación de la revista de formación doctrinaria *Mundo Peronista* son algunos de los ejemplos más claros de la utilización política de los medios que se hizo en la época. Las formas de transmisión del mensaje peronista no fueron

³⁷ Nos referimos al período de ascenso de J. D. Perón, ya que durante 1940/43 no existieron restricciones a la prensa.

³⁸ Pablo Sirven, *Perón y los medios de comunicación 1943/1955*, (Biblioteca Política Argentina, Centro Editor de América Latina, Edición 1984).

³⁹ Mirta Varela, “Peronismo y medios: control político, industria nacional y gusto popular.” www.rehime.com.ar/escritos/documentos/idexalfa/v/varelam.php.

estrictamente originales y tienen similitudes, en lo iconográfico, con las formas del *New Deal*⁴⁰ y, como se verá, con el *Reader's Digest*, si analizamos algunos contenidos en cuanto a la simplificación del mensaje, la utilización del relato en primera persona y la valoración del esfuerzo personal y la educación como vehículo de progreso personal.⁴¹

Desde el imaginario (*There is no way like the American way*)

La relación entre la lucha sindical y el concepto del “sueño americano” resulta inseparable y propia de la característica de tierra prometida que identificaba a los EE.UU. Para los obreros estadounidenses, lo duro no fue la visualización de la meta sino el camino a transitar para alcanzarla, y ese camino de luchas tiene estrecha vinculación con el imaginario de progreso que perseguía⁴². Los imaginarios nunca son estáticos, evolucionan, se modifican a medida que se superan sus niveles iniciales y se proyectan hacia el futuro indefinidamente.

El “sueño americano”, que podríamos denominar básico, constituido por: un trabajo estable, una vivienda propia y un auto para trasladarse de la vivienda al trabajo de los obreros pertenecientes a la segunda revolución industrial en los EE.UU., evolucionó hacia el sueño distributivo de la década de 1930, a la expectativa de la movilidad ascendente de la década de 1940, la casa en los suburbios que caracterizó la ilusión en los años cincuenta, la migración a la costa oeste de las décadas del sesenta y setenta, hasta llegar al altamente sofisticado imaginario actual de consumo dentro de un mercado laboral dominado por el sector de los servicios⁴³.

⁴⁰ Marcela Gené, *Un mundo feliz, imágenes de los trabajadores en el primer peronismo 1946-1955* (Fondo de Cultura Económica, Universidad de San Andrés, 2008).

⁴¹ Sobre el primer peronismo y los medios de comunicación la bibliografía es extensísima, especialmente en la última década. La mayoría de ellos se encuentran agregados al listado de bibliografía que integra la presente tesis, sin embargo ninguna explora la relación entre los artículos de *Selecciones* y su libertad de circulación.

⁴² Randi Storch, *Working Hard for the American Dream. Workers and their Unions World War I to Present* (New York: John Wiley, 2013).

⁴³ Jim Cullen, *The American Dream. A Short History of an Idea that Shaped a Nation* (New York: Oxford University Press, 1988).

El “sueño americano” sin lugar a dudas operó para los obreros estadounidenses como una fantasía, como una ilusión, como una meta que se iba alejando a medida que parecía acercarse. El camino elegido hacia ese destino pudo ser individual (*self-made man*) o colectivo (*unions*), pero el vehículo para ir en busca de la meta siempre fue el capitalismo. Mike Davis en su libro *Prisoners of the American Dream*⁴⁴ analiza, como ya lo había hecho Werner Sombart⁴⁵, esta atípica convergencia, en cuanto al sistema, de lo que en términos marxistas serían “el opresor y el oprimido”.

Cómo el país más industrializado del mundo nunca generó, a diferencia de la mayoría de los países europeos, un partido de clase que pusiera en discusión el sistema de acumulación, resulta fundamental, no solo para entender la posición del *Reader's Digest*, sino también para comprender por qué la lucha de los sindicatos en los EE.UU. siempre fue contra las empresas y no contra el estado. Nunca estuvo dentro de las exigencias de los trabajadores un cambio de sistema productivo, y mucho menos una discusión sobre la propiedad sobre los medios de producción. El *Reader's Digest*, jamás tuvo dudas al respecto.

Sin embargo, no debemos perder de vista que los sindicatos, aun a partir de la aceptación del sistema, lograron grandes mejoras en el nivel de vida de los trabajadores y seguridad en el empleo. Estos logros no fueron producto de un sentimiento de culpa por parte de los empresarios ni tampoco obedeció únicamente a la acción estatal, sino que fueron producto de una larga lucha que, a partir de su éxito, permitió la subordinación del movimiento sindical y de las masas trabajadoras al sistema político y productivo existente⁴⁶.

Se dijo en reiteradas oportunidades que el ideal que transmitía *Selecciones del Reader's Digest* era, desde el punto de vista político, aquel que de la mano del

⁴⁴ Mike Davis, *Prisoners of the American Dream. Politics and Economy in the History of U.S. Working Class*, (Nueva York: Verso ED, 1999).

⁴⁵ Werner Sombart, *Why Is There No Socialism in the United States* (Nueva York: M.E. Sharp Inc., 1976).

⁴⁶ José Miguel Insulza, "Notas sobre la formación de la clase obrera y el movimiento sindical en los Estados Unidos", *Cuadernos Semestrales EE.UU. Perspectiva Latinoamericana*, 1er. semestre (1982): 17-63.

capitalismo y el alineamiento con los Estados Unidos conduciría a cualquier país inexorablemente al desarrollo, y desde el punto de vista individual aquel que a partir del estudio, el esfuerzo y el tesón permitiría a cualquier individuo, independientemente de las desventajas y condicionamientos económicos o sociales desde donde partiera, hacer realidad sus sueños de consumo. Sin duda el concepto expuesto, especie de derivado para consumo latino del “sueño americano” tuvo, tanto en nuestro país como en Brasil, una encarnadura especial en razón de carácter aluvional de su población y las características de tierra prometida que tuvieron en general todos los países del denominado “nuevo asentamiento”.

El “sueño americano” significó distintas cosas en el curso de la historia de los Estados Unidos. Para entenderlo resulta revelador el trabajo de Jim Cullen, *The American Dream*⁴⁷, del cual surge que para el recorte temporal de nuestro trabajo el concepto ya había dejado de identificarse con el sueño de libertad religiosa de los puritanos de mediados del siglo XVII, y tampoco era para ese momento identificable con el sueño de libertad política de los padres fundadores de finales del siglo XVIII. El sueño, en las primera décadas del siglo pasado, se identificaba con la movilidad social ascendente y se encaminaba a ser el sueño del consumo masivo del que habla Lizabeth Cohen en *Consumer's Republic*⁴⁸.

Sin embargo, el “sueño americano” no es solamente un lugar al cual llegar, ya que incluye una manera de llegar que se identifica con otros dos conceptos fundamentales, el del “*American way*” y el del “*self-made man*”. En lo que se refiere a las relaciones laborales, los dos conceptos van a ser de vital importancia, ya que ambos operan de manera conjunta, tanto en la manera de posicionarse ante la emergencia revolucionaria como en la forma de encontrar soluciones ante la inevitable aparición de conflictos sociales.

⁴⁷ Jim Cullen, *The American Dream. A Short History of an Idea That Shaped a Nation* (Nueva York: Oxford University Press, 1998).

⁴⁸ Lizabeth Cohen, *A Consumer's Republic. The Politics of Mass Consumption in Postwar America*. (Nueva York: Vintage Books a Division of Random House Inc., 2003).

Para la década del cuarenta, el obrero estadounidense había tomado conciencia, a partir de sus luchas y de la legislación surgida del *New Deal*, que el “sueño americano” también lo incluía⁴⁹, y que si bien sus reclamos no pondrían en discusión el sistema, sí incluirían su participación en el reparto de los excedentes que éste generara. Durante toda la década del cuarenta, (en su edición latinoamericana) el *Reader's Digest* da cuenta de esta nueva realidad, como así también de un modo de llevar adelante las relaciones laborales y de resolver los conflictos que sea superador de la lucha de clases.

“*La Comunidad Organizada*”⁵⁰, siendo como lo fue un discurso para cerrar el Primer Congreso Nacional de Filosofía, no está escrita en un idioma coloquial ni tampoco resulta fácilmente interpretable, pero prefigura, desde lo aspiracional, el tipo de sociedad y “el sueño” que el primer peronismo intentaba establecer para su ideal de país. El Capítulo XIII del documento se titula “Superación de la lucha de clase por la colaboración social y la dignificación humana” y plantea que:

(...)La llamada lucha de clases, como tal, se encuentra en trance de superación. Esto, en parte, era un hecho presumible. La situación de lucha es inestable, vive de su propio calor, consumiéndose hasta obtener una decisión. Las llamadas clases dirigentes de épocas anteriores no podían sustraerse al hecho poco dudoso de sus crisis. La humanidad tenía que evolucionar forzosamente hacia nuevas convenciones vitales y lo ha hecho.

¿Cuáles eran esas “nuevas convenciones” hacia donde la humanidad tenía forzosamente que evolucionar y de las cuales no podían excluirse a sus clases dirigentes? Sin dudas, esos pactos superadores de la lucha de clase deberían incluir tanto a los sindicatos como a los empresarios, a los efectos de garantizar un funcionamiento armonioso de la sociedad. La manera de lograr esos nuevos acuerdos encuentra respuesta en el mismo texto. A partir de la acción estatal “(...) persuadiendo a ceder a quienes pueden hacerlo y estimulando el

⁴⁹ Lizabeth Cohen, *Making a New Deal: Industrial Workers in Chicago, 1919 -1939* (New York: Cambridge University Press, 2008).

⁵⁰ Juan Domingo Perón, “La comunidad organizada”, discurso de cierre del Primer Congreso Nacional de Filosofía (Mendoza, 9 de abril de 1949). Texto publicado el día 3 de febrero de 1951 en el diario *Democracia*.

progreso de los rezagados⁵¹”, y desde la acción individual a partir “(...) del conocimiento de sí mismo e, inmediatamente, de la comprensión y la aceptación de los motivos ajenos”.⁵²

En el curso del presente trabajo se citarán y se analizarán diversos artículos de *Selecciones* en donde los conceptos de superación de la lucha de clases y armonía social serán esenciales dentro del eje discursivo de la revista. La forma de expresarlos no será la misma, ni tampoco estarán expuestos de manera abstracta sino a partir de un sinnúmero de relatos de experiencias personales pero, aun así, buena parte de ellos intentan fijar un imaginario similar.

⁵¹ *Ibidem*. Capítulo IX.

⁵² *Ibidem*, Capítulo XXII.

CAPITULO II

De Reader's Digest a Selecciones

(Ahora sí que estoy informado)

Las razones por las cuales una publicación doméstica nacida en un pequeño pueblo del medio oeste norteamericano, conformada por artículos resumidos de otras publicaciones y que se adquiría por suscripción, se transformara rápidamente en la de mayor tirada de los Estados Unidos es una cuestión que debe analizarse desde la óptica del desarrollo de los medios de comunicación de masas en la primera mitad el siglo XX. Ahora bien, para comprender la forma en que *Selecciones* se convirtió en un fenómeno global con lectores en más de diecisiete idiomas, convirtiéndose en una especie de carnet de identidad de los sectores medios a nivel global que además funcionaba como una transmisora altamente eficaz de los valores defendidos por los distintos gobiernos de los EE.UU., dicha óptica resulta insuficiente. Entender a la revista en su totalidad nos obliga a acudir a conceptos sociológicos como el de hegemonía cultural; geopolíticos, como el imperialismo o la diplomacia cultural; e históricos, que incluyen la Segunda Guerra, el Nazismo, la Política de Buena Vecindad y la Guerra Fría.

Sin duda, referirse a los medios de comunicación desde lo histórico no es, y no debe ser, la mera enumeración erudita de diarios y revistas en un país determinado y en un determinado período. Tampoco puede ser, como se acostumbra, el estudio del periodismo como un factor más de la vida política de un país, de la manera que muchas veces sucede. El fenómeno de la comunicación de masas tiene una vida propia y leyes de desarrollo interno propias. Está claramente relacionado con el mundo de la política, con el desarrollo social y con los avances técnicos, pero es también un fenómeno en sí mismo.

Para comprender la aparición en los EE.UU. del *Reader's Digest* resulta necesario comprender las circunstancias tanto políticas como económicas y sociales que se estaban viviendo en ese país desde el fin de la Gran Guerra. Es el momento en que una cultura atada a estructuras de tipo victoriano

caracterizada, en lo que hace a los medios de comunicación escritos, por publicaciones de tipo literario o revistas políticas, más propias del siglo XIX, comenzó a perder espacio ante el surgimiento de revistas que resultaban emergentes de los nuevos sectores medios aparecidos en los EE.UU. en la década de 1920. Estas nuevas publicaciones, escritas ya no por intelectuales sino por integrantes de la nueva clase media, estaban destinadas a una audiencia que, a diferencia de las anteriores, se encontraba diseminada en la totalidad de territorio estadounidense y no circunscripta a una ciudad o región geográfica específica. La aparición de este tipo de medios no se dio en forma aislada sino que resultó una tendencia generalizada en la cultura norteamericana de ese período.

A criterio de Joanne Sharp¹, en los EE.UU. la aparición de estos nuevos medios de comunicación es inseparable del ascenso al poder de la clase media y de los valores que facilitaron la emergencia de este sector social. La aparición de un nuevo esquema axiológico, sustentado en la creencia en una sociedad democrática en donde el prestigio y la distinción eran metas a las cuales se podía acceder mediante el consumo, tanto de mercaderías como de conocimiento, estableció nuevas pautas de conducta en la sociedad. A partir de dicho concepto, la autora concluye que las publicaciones periódicas, aparecidas en la segunda década del siglo XX en los Estados Unidos, estaban dirigidas a los sectores medios, y no sólo encarnaban sino que también reproducían el “credo” consumista de dicho sector social. Como manifestara Richard Ohmann, se produjo la necesidad de generar consumidores a partir de una alianza entre el gran capital y la industria editorial².

Resulta necesario reconocer que las publicaciones aparecidas previamente, entre los estertores del siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX, si bien estaban embebidas aún de las particularidades propias del periodo victoriano seguramente no tuvieron la intencionalidad explícita de excluir a la población de

¹ Joanne P. Sharp, *Condensing the Cold War, Reader's Digest and the American Identity* (Minneapolis University of Minnesota Press, 1996), 2.

² Richard Ohmann, *Selling Culture: Magazine, Markets, and Class at the Turn of the Century* (London & New York: Verso, 1996).

la posibilidad de acceder en forma masiva a la lectura y, por ende, a la cultura, sino que básicamente los costos de producción de aquel momento excluían *per se* a grandes sectores de la población del acceso a las publicaciones.

Para el momento que estamos analizando, el desarrollo tecnológico trajo consigo una impresión más rápida y eficiente, lo que, sumado a la expansión de la publicidad, permitió reducir sensiblemente los precios de tapa de las revistas³. En cuanto a la logística distributiva, el desarrollo de la red ferroviaria y la denominada *Postal Act* (1885), que fijó el costo de la tarifa postal en un centavo, permitió, además, que el precio de la entrega domiciliaria de las revistas disminuyera sensiblemente y tuviera un menor impacto en su costo⁴.

Mientras que las publicaciones de fines del siglo XIX largo al que alude Eric Hobsbawm⁵ fueron, de alguna forma en cuanto a sus artículos, línea editorial y estética, espejo de una sociedad marcada por los privilegios, aquellas surgidas después de la Gran Guerra emergieron de la mano de dos fenómenos claros, esto es, la inclusión ciudadana en los Estados Unidos de los grandes contingentes inmigratorios del este y el sur de Europa, y la aparición de los nuevos sistemas productivos -fordismo y taylorismo- que dieron inicio a la llamada producción en masa. Estos dos fenómenos operaron en forma complementaria, ya que mientras la revolución fordista facilitaba, mediante el abaratamiento, el acceso a la lectura de publicaciones periódicas, las revistas operaban en la población como verdaderas “máquinas” de ciudadanía, permitiendo la identificación de la población lectora, no ya en función de etnias, pertenencias políticas o afinidad laboral, sino como ciudadanos consumidores o ciudadanos contribuyentes.

Es importante destacar el rol político que tuvieron estas publicaciones, ya que fue la visión que ofrecían las revistas de la realidad del país lo que facilitaba la

³ Matthew Scheneirov, *The Dream of a New Social Order. Popular Magazines in America, 1893-1914*(New York: Columbia University Press, 1994), 91-92.

⁴ *Ibidem*, 71.

⁵ Eric Hobsbawm, *La Era del Imperio 1875-1914* (Buenos Aires, Crítica, Grupo Editorial Planeta, 2010), 14-15.

diseminación en forma razonable, tanto de información como de opinión a los ciudadanos. Es a partir de su aparición que la población comenzó a relacionarse, no solo por compartir una misma comunidad territorial, laboral o de procedencia, sino por compartir un conocimiento y una información común. Esto es, las revistas proveían, desde el punto de vista informativo, lo que cada individuo necesitaba para poder participar en política a través del voto.

La democratización de la información y del conocimiento que se produjo en el período fue inseparable de una comercialización del mismo. Por esa época se decía que la revista *Time* comercializaba el conocimiento a partir de compartimentarlo, interpretarlo y ordenarlo, facilitando su comprensión y rápida lectura. Sin lugar a dudas, esta nueva forma de cultura, nacida a partir de la popularización de las revistas periódicas, cambió el paradigma de la lectura existente. En este sentido, se pasó de un estilo editorial, donde la literatura o la ciencia eran puestas a disposición del lector tal cual su redacción o explicación original (propia del siglo XIX), a uno en donde tanto las noticias, los hechos o la literatura se ofrecían en términos sencillos y, en la mayoría de los casos, analizados e interpretados de manera que el lector no sólo accedía a los hechos y novedades sino que éstos se les brindaban analizados e interpretados para “facilitar” de esa forma la toma de decisiones.

Esta posición, según la cual los hechos y el contexto eran procesados para el lector de manera tal que no exigía ningún esfuerzo interpretativo, podría resumirse en la siguiente afirmación de Christopher Wilson: “los productores de contenidos cuentan a los lectores cómo son los eventos, qué quieren decir los mismos y cómo deben reaccionar ante ellos”. Desde este análisis, el citado autor interpreta que en vez de promover la participación, lo que las revistas ofrecían era una mirada general de los acontecimientos⁶, tamizados según el criterio editorial de cada una de ellas.

Sin embargo, la posición académica no es uniforme. Desde una perspectiva

⁶ Christopher Wilson, “The Rhetoric of Consumption: Mass Market Magazines and the Demise of the Gentle Reader, 1880-1920”, en Richard Fox y Jackson Lears, *The Culture of Consumption: Critical Essays: American History 1880-1980* (New York: Pantheon, 1983) 61.

diferente, Richard Fox y T.J. Lears⁷ enfocan la cuestión de la aparición de revistas periódicas de circulación masiva como producto del cambio en la historia cultural estadounidense, que deja atrás el concepto protestante de la “salvación en la próxima vida”, por lo que ellos denominan cultura “terapéutica” de autorrealización en esta existencia. Estos discursos terapéuticos fueron, según los autores, la llave para disciplinar a la sociedad estadounidense, concentrando su atención en una cultura del yo y del consumo que la alejara de las fuentes sociales de su insatisfacción y, por ende, de la necesidad de una acción colectiva para la solución de los problemas. Las revistas, tal como lo describen Fox y Lears, fueron fundamentales para consolidar el sistema de valores culturales que rigió en la sociedad estadounidense durante el siglo XX y que, a grandes rasgos, aún se encuentra vigente.

No obstante, y aun existiendo diferentes opiniones sobre el tema, resulta evidente que las nuevas revistas de circulación masiva formaron parte de los cambios que se operaron en la cultura norteamericana de principio del siglo XX, y sin duda fueron tanto resultado de esos cambios como agentes de los mismos. Si bien esta característica de agentes de los cambios sociales transformaba a los medios masivos en instrumentos de dominación ideológica, Scheneirov sostiene que dicha dominación no tuvo una concepción conspirativa. La misma obedeció, según el criterio del autor, a la necesidad propia del sistema obligado a retener la mayor cantidad de lectores para la publicidad, lo que funcionó de alguna forma como un límite condicionante, invisible a las ideas que se volcaban en las publicaciones⁸.

El éxito y posterior popularización de estos “nuevos medios” produjo, como era de esperar, resistencias y críticas por parte de aquellos sectores pertenecientes a un esquema cultural más elitista, y esta crítica no solo obedecía a la competencia comercial por publicidad que los nuevos medios generaban. Para el pensamiento intelectual ligado a conceptos decimonónicos, las revistas

⁷ *Ibidem*, "Introduction", 14.

⁸ Matthew Scheneirov, *The Dream of New Social Order: Popular Magazines in America 1893-1914* (New York: Columbia University Press, 1994) 7.

periódicas, como emergentes de los sectores medios, eran construcciones culturales mediocres. Según Virginia Woolf, citada por Joanne Sharp, los sectores medios no construían verdadero arte o literatura, cosa reservada a los sectores cultos (hegemónicos) tradicionales, ni tampoco “vida real”, que era lo que podían ofrecer desde su incultura los sectores populares, sino un híbrido comercial entre los dos⁹.

Este desprecio por los sectores medios y la identificación de los mismos con la mediocridad era propio de las élites intelectuales de la época. Convencidos de su superioridad, este sector social mantenía un lazo de unión, desde el punto de vista romántico, con los sectores subalternos o populares de la sociedad, cuyas desgracias, penurias y sufrimientos resultaban materia prima utilizada frecuentemente en sus producciones culturales. Los sectores medios, utilizando a las revistas como vehículos culturales, amenazaban su propio y sofisticado territorio en su pretendida intensión de educar a las masas. Se preguntaba Virginia Woolf: “¿Cómo se atreven los mediocres a enseñar cómo es la forma en que debe leerse a Shakespeare, por ejemplo?...Todo lo que hay que hacer es leerlo”¹⁰.

Sin duda, las revistas aparecidas a partir de la década de 1920 llegaron para desafiar la cultura reinante y representaron una transgresión al pensamiento binario de la intelectualidad de la época. Fueron el producto de una nueva sociedad mucho más dinámica, que estaba convencida de que el esfuerzo y el conocimiento eran instrumentos fundamentales para el crecimiento personal, tanto cultural como económico.

Estos profundos conflictos sociales y culturales que marcaron la década de 1920, se tradujeron también en nuevas actitudes. Temas raciales y migratorios evolucionaron junto con los cambios que se producían en el tejido social, y que alumbraron, en la ya emergente potencia, una cultura cosmopolita y moderna que se enfrentó a otra tradicional y conservadora. Estos cambios sociales

⁹ Sharp, *ibídem*, 7.

¹⁰ *Ibídem*, 8.

incluyeron el nacimiento de la cultura del consumo y del entretenimiento masivo, como así también un cambio en las costumbres sexuales, los roles de género y, obviamente, de los hábitos de lectura. Estas nuevas tendencias marcaron una ruptura frente a lo que podríamos denominar como “pasado victoriano”.

Como fruto de esa sociedad dinámica, democrática y rupturista, convencida de su excepcionalidad y su destino hegemónico, nacieron entre 1922 y 1936 las publicaciones que junto con el *Reader's Digest*, de febrero de 1922, marcaron desde sus páginas la impronta estadounidense del siglo XX. En 1923 aparece por primera vez la revista *Time*, considerada el primer magazine de noticias de los EE.UU.; en 1925 se inicia la publicación de *The New Yorker*; 1933 es el año de aparición de *Newsweek* y *Esquire*; y en 1936 se publica el primer número de la revista *Life*¹¹.

Un lugar llamado Pleasantville (*No hay como trabajar en casa*)

El *Reader's Digest* fue, sin lugar a dudas, un producto editorial propio de su época, al cual se le aplican la totalidad de los conceptos expuestos anteriormente. Fue una publicación destinada a satisfacer la necesidad de información y conocimiento de los sectores medios, privilegiaba la utilidad y la experimentación a la teoría, identificaba al esfuerzo y la iniciativa personal como instrumentos del progreso social, y promovía la popularización del conocimiento. Sin embargo, tenía dos características que la diferenciaban de manera importante del resto de las revistas citadas, esto es, no poseía publicidad en sus páginas¹², ya que se vendía por suscripción, y no producía contenidos propios sino que reproducía condensados y resumidos contenidos de otros medios, ya sea revistas diarios o libros¹³.

Sin lugar a dudas, la ausencia de publicidad y la utilización de material de otros

¹¹ Timothy Penning, "First Impression: U.S. Media Portrayals Relations in 1920s" (Paper, School of Communications, Grand Valley State University, Allendale, Michigan, USA).

¹² En los EE.UU. *Reader's Digest* incluyó publicidad en sus páginas recién a partir de 1958.

¹³ La revista comenzó a introducir algunos contenidos propios recién a partir de 1929.

medios resultaban dos caras de una misma moneda. Esto es así ya que el costo de reproducción de los artículos pertenecientes a otras publicaciones hubiera sido muy alto si el medio que los utilizaba, además, competía en el reparto de la denominada “torta” publicitaria. Tener publicidad hubiera obligado al *Reader's Digest* a pagar un derecho de autor que trasladado a sus costos hubiera encarecido la revista hasta niveles que podrían haberla dejado fuera del mercado.

No obstante lo dicho, estas dos características diferenciadoras fueron también producto de la historia personal y laboral de su fundador. William Roy DeWitt Wallace, oriundo de St. Paul Minnesota, no logró vender su proyecto a ningún miembro de la industria editorial, por lo que la suscripción como sistema de distribución fue producto de la necesidad. El sello de identidad de la publicación serán la condensación de artículos y la falta de publicidad, junto con su formato de libro de bolsillo y sus treinta y un artículos por edición a los efectos que los lectores puedan leer uno por día hasta la llegada del próximo número.

El surgimiento de *Reader's Digest* se asemeja, como no podía ser de otra manera, a los relatos que caracterizaban la revista, esto es, un muchacho “humilde”, ajeno a la industria editorial, que logra edificar un imperio a partir de su capacidad para resumir artículos y libros a su mínima expresión sin sacrificar su esencia. Con sustento en estos criterios, Charles Ferguson, en el número de febrero de 1987, y que se replica en marzo del mismo año en la edición Latinoamericana, escribe un panegírico sobre el fundador, titulado “Inolvidable DeWitt Wallace” con motivo del sexagésimo quinto aniversario de la revista.

Este artículo, especie de historia oficial de la revista, nos da cuenta de las peripecias en que se vio envuelto el fundador de la misma desde su nacimiento en St. Paul Minnesota, en el seno de una familia de clase media (padre profesor universitario de griego en una pequeña universidad de Minnesota, y madre ama de casa), hasta convertirse en el director de la revista de mayor tirada en los EE.UU. y en el mundo. En el copete del artículo que resumía en pocas páginas la parábola del “sueño americano” según *Reader's Digest*,

Ferguson expresaba:

Era (DeWitt Wallace) un hombre callado que hablaba poco en público; en cambio se expresó por medio del *Reader's Digest*, que llegó a ser la revista internacional más importante y la publicación más leída en la historia del periodismo. En sus páginas difundió más narraciones y transmitió más información y risas a los lectores del mundo entero, quizá, que cualquier otro ser humano hasta ahora...¹⁴.

A partir de la citada introducción, el artículo nos da cuenta de los inicios de DeWitt Wallace en el mundo editorial a partir de que consolidara su idea de condensar y resumir artículos y libros mientras estuvo internado por una herida de metralla padecida durante la ofensiva del Mosa a Argona en octubre de 1918 que lo mantuvo convaleciente en un hospital militar por varios meses. Si bien con anterioridad DeWitt había intuido que sus apuntes de artículos podían servir de base para condensaciones de interés general, estando ocioso tanto tiempo y con innumerables revistas a su disposición, se concentró en la idea y comenzó a leer, seleccionar y resumir todo lo que le parecía útil para su proyecto.¹⁵

Según Ferguson, una vez de regreso en su ciudad natal, DeWitt trabajó en una biblioteca por seis meses a los efectos de poder acumular la mayor cantidad de material para su futura revista, de la que en 1920 pudo imprimir unos cientos de copias, a partir de un préstamo de U\$S 300 que le había dado su hermano Benjamín. Este primer intento de plasmar la idea del resumen y la condensación de artículos en una revista fue un verdadero fracaso. Las grandes casas editoriales de Nueva York a las que les llevó la muestra del primer número no se mostraron interesadas, consideraron la idea algo ingenua, o demasiado seria y educativa. Sólo William Hearst se mostró interesado por el proyecto, pero según su criterio no era el momento adecuado y había que esperar unos años para lanzarlo.

La falta de interés de las grandes editoriales a las cuales intentó venderles la

¹⁴ Charles Ferguson, "Inolvidable DeWitt Wallace," *Selecciones Del Reader's Digest*, (marzo de 1987), 10.

¹⁵ *Ibidem*, 4.

idea obligó a Wallace a buscar un atajo al sistema de distribución y venta tradicional. El camino que encontró fue la venta por suscripción y el envío de la revista por correo al domicilio del lector. Desde un pequeño departamento del Greenwich Village, en Manhattan, con el dinero que había pedido prestado a parientes y amigos, y con la ayuda de su esposa Lila Bell Acheson, logra publicar una primera edición de 1.500 revistas en febrero de 1922. La suscripción anual tenía un costo de U\$S 2.97, bastante más caro que el de las revistas de la época, mientras que una copia individual de la publicación costaba U\$S 0.25¹⁶.

Sin embargo, para que la historia personal de los Wallace resultara la sublimación de los valores defendidos por la revista, era necesario algo más. El éxito que el muchachito humilde junto con su abnegada esposa había logrado, en contra de todo lo que pensaban las grandes compañías, era importante pero no suficiente. Para que el círculo cerrara, desde lo simbólico, era necesario una identificación más directa entre la revista, los valores fundacionales de los Estados Unidos y la zona geográfica donde éstos estaban mejor representados. Por tal razón, en setiembre de 1922, el matrimonio abandona Manhattan y alquila un departamento con garaje en el pueblo de Pleasantville, estado de New York¹⁷, donde establecen la sede de la compañía.

El “sueño americano” se había cumplido.

Una idea, un formato, una sociedad (*Only in the U.S.A.*)

La revista se estructuró a partir de una serie de contenidos que se repetían en cada número y que, con pequeñas variantes, se mantuvieron hasta la actualidad. Cada edición estaba integrada por artículos condados de otras revistas, resúmenes de libros, bromas, chistes y anécdotas personales, una enumeración de citas pronunciadas por personajes más o menos conocidos que abarcaban desde consejos para la vida diaria hasta postulados filosóficos

¹⁶ John Heindry, *Theirs Was the Kingdom* (New York: W.W. Norton Company, 2013), 46.

¹⁷ Ferguson, *Ibidem*, 130.

y, a partir del año 1929, trabajos periodísticos originales. Los artículos tendían a ser cortos, lo que permitía que los lectores se mantuvieran informados sobre una gran variedad de tópicos sin necesidad de invertir en la tarea demasiado tiempo.

La temática de la edición norteamericana, que al igual que sus contenidos, se mantuvo por más de setenta años con mínimas modificaciones estaba integrada por historias reales, noticias de interés nacional, salud, juegos, humor y lo que podríamos denominar “vida diaria”, que incluía comida, familia, hogar, jardinería y negocios. A estos tópicos que se repetían se agregaban las secciones fijas como “El poder de la palabra”¹⁸, integrada por juegos sobre ortografía y lenguaje, “Vivir en los EE.UU.”¹⁹, donde se publicaban anécdotas de personajes conocidos, y “La risa, el mejor remedio”²⁰ constituida por chistes y anécdotas remitidas por los lectores.

De la mera lectura de la revista aparece en forma evidente un cuidadoso procedimiento de edición. La selección de los artículos incluidos se realizaba a partir de un sistema de jerarquía editorial que garantizaba un producto final integrado en un discurso homogéneo, articulado a partir un conjunto de valores conservadores que la revista estimaba como representativos de la sociedad estadounidense y de sus habitantes en forma individual. En este sentido, los artículos referidos a la actuación del gobierno resaltaban la ineficiencia y la corrupción, mientras que aquellos que relataban historias personales hacían hincapié en la valentía frente a situaciones peligrosas. La filosofía de la revista oponía la laboriosidad al desinterés, o la perseverancia a la desesperanza²¹, evidenciando la intención de privilegiar la actitud individual como camino de realización personal siendo, en este esquema, la acción gubernamental un obstáculo más que una ayuda.

¹⁸ En la edición latinoamericana la sección se denomina “Enriquezca su vocabulario”.

¹⁹ “Y ríase la gente” en Latinoamérica.

²⁰ “La risa, remedio infalible” en América Latina.

²¹ Sharp, *Ibidem*, 10.

No obstante la validez de lo expresado en el párrafo anterior, el individualismo sustentado por el *Digest*, no estaba exento de solidaridad, sino que funcionaba a partir de ella como valor intrínseco de la sociedad. El individualismo defendido por la publicación no era un individualismo de tipo fisiocrático ni predicaba en favor de un hombre “*hecho a sí mismo*” sin principios morales que lo contuvieran en su ascenso social.

Herbert Hoover, en su ensayo “American Individualism”²², publicado en 1922, establece una profunda diferencia entre el individualismo propio del siglo XVIII en los EE.UU., al cual identifica con el concepto de “cada hombre por sí mismo y que el diablo cargue con el último”²³ con el individualismo adoptado a partir de la presidencia de Abraham Lincoln y el fin de Guerra de Secesión, que se sustenta en el ideal de igualdad de oportunidades. En esta lógica, el futuro presidente expresa en forma meridianamente clara que el siglo XX exige del individualismo un mayor y más abarcador sentido del servicio y una mayor responsabilidad por los demás, “siendo este el único camino seguro hacia un futuro de progreso”.²⁴

A partir de su adhesión plena al concepto de individualismo explicitado en el párrafo anterior, el *Reader’s Digest* construyó un discurso basado en cuatro pilares:

- **La superación personal:** Los personajes de *Reader’s Digest* siempre se encontraban peleando, ya sea contra la mala suerte, el sistema y sus regulaciones, o las enfermedades, y sus únicas armas para enfrentarlos eran su propio coraje, la cooperación que le podían brindar otros individuos y, ocasionalmente, la ayuda de Dios.
- **El optimismo:** Las historias de la revista casi siempre tenían finales felices, y aquellas que advertían sobre la existencia de dificultades

²² “American Individualism”. Acceso 25 de marzo de 2015.

http://www.hooverassociation.org/hoover/americanindv/american_individualismchapter..ph

²³ Traducción del autor.

²⁴ Traducción del autor.

aconsejaban sobre las precauciones que debían tomarse para evitar los riesgos.

- **La moral conservadora:** Si bien el *Reader's Digest* tuvo un discurso abierto sobre la sexualidad (en la edición estadounidense), siempre fue muy enfático a favor del matrimonio tradicional, la lealtad hacia los EE.UU. y la necesidad de ejercer la caridad, oponiéndose generalmente al feminismo y el amor libre.
- **El libre mercado:** En casi todos los números la revista se oponía a los impuestos, las regulaciones gubernamentales, los aumentos de presupuesto, inicialmente a los sindicatos, y durante muchas décadas al comunismo como sistema político y de producción.

La característica distintiva de la revista, esto es la condensación de artículos y libros, resulta un ejemplo claro de oferta de conocimiento con interpretación previa. Cada artículo es un producto manufacturado que se presenta a sí mismo como evidente, incuestionable y por ende de innecesaria interpretación, solo cabe su aceptación. Si bien esta técnica fue utilizada por muchas de las revistas de la época, el *Reader's Digest* hizo de la simplificación y el maniqueísmo un sinónimo del sentido común, entendido éste como aquel pensamiento, idea o decisión que se pueda encuadrar dentro del discurso sustentado por la revista. A tal efecto, todos aquellos elementos que compliquen una identificación clara del bien y del mal debían ser disciplinados a los efectos de que respondan al concepto binario de bueno/malo, verdadero/falso, o hecho/ficción. Resulta claro que el sentido común de la revista se estructura alrededor de un forzado uso de los hechos, la retórica y la descripción. Cualquier punto de vista opuesto era interpretado como falso, ideológico o ficticio. El encanto conceptual del procedimiento aplicado por el *Digest* resulta del hecho de que el sentido común opera a través de la obviedad, por lo que tiene el atractivo de hacer al mundo más comprensible, simple y manejable.

Sin lugar a dudas, y como ya se expuso anteriormente, la década de 1920 fue

una década de consumo, tanto de mercaderías como de conocimiento, y en ese sentido el conocimiento ofrecido por el *Digest* puede ser definido como una mercancía cuya adquisición facilitaría en los lectores el incremento de su capital intelectual, el *Digest* vendía sabiduría. El deseo de auto-superación generado por la revista provocaba en el lector/consumidor la búsqueda de más información con la cual mantenerse actualizado. DeWitt Wallace, como buen admirador de Henry Ford aplica a la industria cultural el concepto de Fordismo, esto es, poner a disposición de la familia promedio un automóvil. Wallace, según su convencimiento, proveía a su público de un bien aún máspreciado, un regalo inaccesible, ponía al alcance de cualquier familia de cualquier lugar de los EE.UU. educación y cultura.²⁵

La concepción descrita era un acto muy en línea con la filosofía de la revista de democratizar el acceso al conocimiento, asimilando el concepto de democracia al de igualdad de oportunidades. De esta manera, el *Digest*, facilitando el acceso al saber y poniéndolo a disposición de cualquier persona, entendía que las diferencias sólo se manifestarían a partir del talento, el esfuerzo o la motivación personal, pero de ninguna manera por una desigualdad en el punto de partida. El esquema despojaba al éxito de cualquier cuestión estructural que lo condicionara.

La democratización del saber por medio de su traducción al idioma del hombre común era entendida por la revista como puente entre la élite tecnológica o intelectual y las grandes mayorías. En este sentido, el *Reader's Digest* plantea una tesis implícita sobre la forma en que se reparte el conocimiento en el mundo real. Siendo que la revista informa igualitariamente a sus lectores, en la práctica el conocimiento se distribuiría también en forma equitativa. Cada lector puede recomenzar su carrera hacia el éxito al renovársele la democracia del saber. La lectura opera como niveladora, dando una base mínima y suficiente para seguir ganando o perdiendo en la batalla por el ascenso social, económico o personal. Todos quedan al mismo nivel, todos saben lo mismo y han tenido idénticas oportunidades por medio de la lectura. Lo que ocurra después

²⁵ Heindery, *ibídem*, 83.

dependerá del talento de cada cual.

Resumiendo, todo aquello positivo o negativo que una determinada pertenencia social o étnica haya aportado o no a cada uno, desaparece para que podamos todos competir en igualdad de condiciones y cada uno pueda demostrar su valor individual o su capacidad, después el *Reader's Digest* volverá a nivelar. En este esquema, como ya se dijo, el saber ya no sería un privilegio ni podría entenderse como consecuencia de la situación que se ocupa en la escala social.

Dentro de este marco conceptual/ideológico, establecida la agenda de temas a incluir en la revista que, como se dijera, se mantuvo invariable por más de siete décadas y, una vez consolidada su filosofía editorial, el *Reader's Digest* sólo se guio en cuanto a la selección de artículos por los denominados “Tres Mandamientos”, establecidos por DeWitt Wallace:

1. ¿Es citable? ¿El artículo va a ser recordado, ponderado y discutido por el lector?
2. ¿Es aplicable? ¿El artículo se encuentra dentro del marco de los intereses y temas de conversación de la mayoría de las personas?
¿Toca temas de importancia en forma individual?
3. ¿Es de interés permanente? ¿Puede aún ser interesante dentro de uno o dos años?²⁶

El éxito editorial de la revista superó las expectativas de los fundadores y resultó sorprendente para el resto de industria editorial de los EE. UU. El *Reader's Digest* duplicó año tras año la cantidad de suscriptores a partir de 1926, llegando a los 290.000 en 1929. La Gran Depresión encontró a la publicación fuertemente consolidada agregando a sus casi 300.000 suscriptores, 100.000 ejemplares de venta anual en kioscos, sistema que se

²⁶ *Ibidem.* 81.

puso en práctica recién en 1929²⁷.

Pero el verdadero milagro editorial se produjo en la década de 1930, ya que la circulación, que se había amesetado en 401.134 ejemplares en 1932, pasó a 852.254 ejemplares en 1934, y en 1936, año en que la revista *Fortune* reveló al mundo de los negocios que “algo estaba sucediendo en Pleasantville N.Y”, la tirada mensual de la revista, incluyendo suscripciones y ventas callejeras, había alcanzado la fenomenal cifra de 1.801.393.²⁸

Ante la exorbitancia de estos números, corresponde a nuestro criterio algún tipo de reflexión. Existe una tendencia en la historiografía de los medios de comunicación de masas, y en buena parte de la sociología, a interpretar el fenómeno de este tipo de producción cultural en términos maniqueos, casi similares a los que el *Reader's Digest* utiliza en su interpretación de la realidad. En este sentido se identifica a las publicaciones como verdaderas formadoras o deformadoras de mentes y a los lectores como víctimas pasivas e indefensas de una industria cultural, menospreciando su capacidad de comprensión o su inteligencia para actuar con criterios propios o legitimar conceptos o temáticas por encima de las imposiciones que surjan de los medios masivos.

Desde esta visión académica, cínica y arrogante²⁹, se supuso a las masas como recipientes vacíos dentro de los cuales los medios masivos podían volcar los conceptos formadores que les vinieran en gana. En esta línea de pensamiento, Ariel Dorfman³⁰, por tomar un ejemplo, aplanó el debate sociológico de la producción cultural y lo resume en una batalla por las mentes de las masas entre los intelectuales bien intencionados, justos y buenos y los medios de comunicación masivos malintencionados, injustos y perversos.

²⁷ Peter Canning, *American Dreamer, The Wallaces and the Reader's Digest: An Insider's Story* (New York: Simon & Shuster, 1996), 65.

²⁸ *Ibidem*, 66.

²⁹ Sharp, 23.

³⁰ Ariel Dorfman, *Reader's nuestro que estás en la tierra. Estudios sobre el imperialismo cultural* (México: Nueva Imagen 1980).

Pareciera ser que al interpretar y articular los "intereses superiores" de las masas no intelectuales, Dorfman no hace otra cosa que silenciarlas.

En lo que se refiere a este tema, a nuestro entender, resulta necesario interpretar la recepción y apropiación de los mensajes de los medios de comunicación masiva en el marco del contexto socio-histórico en que se producen, poniendo atención en las maneras en que los diferentes individuos o grupos interpretan los mensajes y los integran a diversos aspectos de su vida cotidiana y a su manera de visualizar la realidad que los rodea.³¹

Nuestra óptica sobre la revista, en el periodo hasta aquí relatado, sin entrar en el tema de manera profunda ya que no es el objeto principal de la investigación, es que se la debe interpretar tanto en su carácter de producto propio de su tiempo histórico como en su rol de "constructora" de ese tiempo histórico. El *Reader's Digest*, tal como lo expresa Joanne Sharp³², no es de ninguna manera una voz inocente, pero tampoco sus editores son personas que trascendieran o hayan intentado trascender el dominio discursivo en que estuvieron situados. Quién sabe, y tal como lo expresara el *New York Times* en una nota publicada una semana después de la muerte de Wallace titulada "*American Digest*", tanto él como Luis B. Mayer, director de la Metro Goldwing Mayer, o Henry Luce, fundador de la revista Time,"..... han sido de manera inadvertida, responsables de la imagen de los EE.UU. Tratando de reflejarla, también han formado parte de su construcción."³³

Sin duda, los mitos fundadores de la sociedad estadounidense, que *Reader's Digest* defendía enfáticamente, se encontraban directa o indirectamente presentes en todos los bienes culturales, especialmente en los medios de comunicación de masas. Los medios, que además contribuyeron de manera significativa en la construcción de la identidad de los individuos dentro de un

³¹ John B. Thompson, "La comunicación masiva y la cultura moderna. Contribución a una teoría crítica de la ideología." *Revista Versión. Estudios de comunicación y política*, Nro. 1 (Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, México), octubre de 1991.

³² Sharp, *ibídem*, 23.

³³ Heindery, *ibídem*, 547.

grupo, dieron significado a la organización de la sociedad en su calidad de formadores y emisores de imaginarios sociales.

En la revista *Reader's Digest* se oye una voz inequívocamente estadounidense diciendo en oraciones cortas y simples que uno puede mejorar su propia vida, mejorar su salud y, de hecho, mejorar el mundo. Sólo le hace falta la información adecuada. Esta información ha ido variando con el correr de los años, pero la voz que la difundió y que convenció a millones de los estadounidenses de que no hay problema que no tenga solución, o mejor dicho, que no hay problema que el hombre no pueda solucionar, se mantuvo inalterable. A partir de esta lógica casi "naive" no es de extrañar que, aun reconociendo la intencionalidad política que se desprende de muchos de sus artículos, millones de estadounidenses y buena parte de la sociedad global hayan optado por reconocer en esa voz su propia voz. Este reconocimiento hacia el *Reader's Digest* por parte de la población difuma cualquier límite y subsume en un mismo mensaje el rol de difusor y constructor de una identidad social.

Los lectores no fueron ni serán nunca una masa de incapaces que aceptan mansamente lo que se les trasmite a través de los medios de comunicación. De la misma manera consideramos que no existe una intención "malvada" por parte de los medios. Resulta necesario aceptar, según nuestro criterio, que los medios de comunicación masivos son producto de nuestras sociedades modernas y que por lo tanto se constituyen en partícipes de la construcción de imaginarios sociales. De esta forma, su estudio, aplicando el criterio teórico y metodológico expuesto, puede ser revelador del imaginario social de épocas pasadas y resultará una herramienta importante en la comprensión de nuestro presente.

La expansión (*El mundo es un pañuelo*)

Instalada cómodamente como la revista de mayor tirada (3.250.000 ejemplares

en 1938)³⁴ dentro de los Estados Unidos, y con un éxito significativo en Canadá y otros países de habla inglesa, el paso que se imponía para su crecimiento era publicar una edición para los lectores de Gran Bretaña. El *Digest* experimenta con la edición inglesa, lo que después aplicaría para todas las ediciones de fuera de los EE.UU, esto es, adapta su contenido a los que presupone son los gustos y exigencias del lector inglés, mucho más exigente y sofisticado que el estadounidense.

Contrariamente a lo que sucedería un año después con la edición en español, la edición inglesa conservó el nombre tal cual y no tuvo producción propia. Su aparición pública, prevista para el mes de septiembre de 1939, sufrió un retraso por la invasión a Polonia y la declaración de guerra que se produjo el 3 de septiembre de ese año, por lo que recién en noviembre de 1939 el *Reader's Digest* publica la primera edición impresa, fuera del territorio de los Estados Unidos, de la exitosa franquicia a un precio de un chelín el ejemplar, con un formato que replica el de los EE.UU. y casi con los mismos artículos³⁵.

El ingreso al mercado inglés resultó casi una decantación lógica del desarrollo comercial y empresarial de la revista y ofreció pocos inconvenientes desde el punto de vista editorial. La edición inglesa incluía en su totalidad reimpressiones de artículos ya editados en los EE.UU. sin necesidad de traducción y obligaba solamente a una selección más ajustada de los mismos, a los efectos de satisfacer el gusto del lector británico. Para dicha tarea se tenía a disposición la totalidad del archivo del *Digest*, por lo que la misma era relativamente sencilla.

Contrariamente a la experiencia inglesa, el ingreso al mercado latinoamericano resultaba un desafío distinto. Desde 1938, la idea de una edición en castellano comenzó a tomar fuerza en la editorial, pero fue dejada de lado ya que la misma resultaba demasiado costosa. Entre los factores negativos que tanto Wallace como el Gerente General Albert D. Cole vieron en esta iniciativa estaban el costo de traducción de los artículos, las pocas facilidades de

³⁴ *Ibidem*, 150.

³⁵ *Ibidem*, 151.

impresión que había en Latinoamérica, el alto costo de los fletes, y lo que consideraban el mayor inconveniente: la inexistencia de una clase media lectora lo suficientemente desarrollada, salvo en la República Argentina³⁶.

Evidentemente, la expansión hacia el sur del continente no fue, inicialmente, una decisión tomada en mérito a las excelentes posibilidades de ventas que la América Hispana ofrecía. Según Al Cole, no existía en América Latina suficiente cantidad de gente con la posibilidad de gastar veinticinco centavos de dólares en una revista. A su criterio, la única posibilidad era vender la revista a diez centavos de dólar y permitir el ingreso de publicidad en sus páginas. Aun así, según los cálculos efectuados, la experiencia en castellano sería deficitaria en aproximadamente U\$S 50.000 anuales³⁷.

No obstante los inconvenientes tanto desde lo logístico como desde lo socio-cultural que el proyecto enfrentaba, Paul Palmer (1900-1983)³⁸ insistió en el mismo, toda vez que Sudamérica en su totalidad se había transformado para esa época en el blanco más importante de la propaganda del Eje alemán-italiano, y algunas revistas de izquierda, si bien de escasa circulación, tenían una importante influencia en la intelectualidad y los sindicatos³⁹. Seguramente la afirmación efectuada por John Heindery en la obra referenciada toma a Latinoamérica como una unidad, sin atender a las particularidades que cada uno de los países que la integraban ofrecían, por lo que se le puede perdonar la simplificación.

La edición latinoamericana no resultaba una idea atractiva para Wallace, ya que si bien el déficit de U\$S 50.000 anuales era despreciable dentro de las finanzas de la revista, la necesidad de agregar publicidad a la misma era

³⁶ *Ibidem*, 152.

³⁷ Peter Canning, *American Dreamer: The Wallaces and the Reader's Digest: An Insider's Story* (New York: Simon & Shuster, 1996), 92.

³⁸ Paul Palmer fue periodista Editor de *The American Mercury* entre 1935 y 1939, columnista del *Reader's Digest* entre 1939 y 1941, corresponsal en Washington del *McClure Newspaper Syndicate* durante 1940 y desde 1942 fue editor en jefe del *Reader's Digest*.

³⁹ Heindery, *ibidem*, 153.

interpretada por Wallace como una renuncia o una traición a los principios básicos de la publicación. Si a ello le agregamos los inconvenientes que provocaba la traducción y la inexistencia de una sociedad con los hábitos de lectura lo suficientemente desarrollados, salvo en la Argentina, la aventura lo seducía muy poco.

El lanzamiento de la edición latinoamericana no fue producto del impulso empresarial de Wallace, aunque al poco tiempo se transformaría en un excelente y redituable proyecto, sino que obedeció a un pedido especial del Departamento de Estado de los EE. UU. John Heindery⁴⁰ se refiere a una carta remitida por el Dr. Ben M. Cherrington⁴¹, en aquel entonces Jefe de Relaciones Culturales del Departamento de Estado, dirigida a De Witt Wallace, por la cual le hace saber que el gobierno federal vería con mucho interés cualquier iniciativa que tendiera a promover un más efectivo entendimiento entre las Américas.

Sin duda el interés por una edición latinoamericana de la revista de parte del Departamento de Estado fue fundamental para que Wallace tomara la decisión de su lanzamiento, a tal punto que se le respondió al pedido de Cherrington, mediante una misiva estrictamente confidencial en donde se resaltaba que el Sr. DeWitt Wallace estaba dispuesto a perder U\$S 50.000, ya que consideraba a la revista "... más que como una publicación, como una institución pública dedicada al trabajo patriótico y no al beneficio privado"⁴².

Es por este sentimiento patriótico expresado por DeWitt Wallace que no debemos pensar -al menos en este momento a *Selecciones* sólo como un instrumento de manipulación o pura ideología. Debemos verla desde la lógica

⁴⁰ *Ibidem.* 153.

⁴¹ Benjamin Mark Cherrington fue el encargado de institucionalizar dentro del Departamento de Estado la denominada "diplomacia pública", vehículo para la aplicación de la política de Buena Vecindad, del F.D. Roosevelt, en Latinoamérica. Estuvo a cargo de la División Cultural del Departamento de Estado a partir de 1938 hasta 1943. En 1945 fue uno de los redactores de la Carta de las Naciones Unidas.

⁴² Textual de la nota remitida por Paul Palmer editor del *Reader's Digest*, a Ben Cherrington, citada por John Heindry en la obra referenciada ut-supra, 154.

de su fundador, una persona que se encontraba por convicción atrapado en el mito del Destino Manifiesto y el Excepcionalísimo de los EE.UU. como nación. Wallace, desde esa lógica, midió el éxito de la revista más que por las ganancias que podría generar, por su capacidad de influir desde sus convicciones en la sociedad y por la posibilidad de aumentar el número de personas que suscribieran sus valores.

Esto fue distinto a lo sucedido a posteriori con el lanzamiento de otras ediciones internacionales, como es el caso de la edición italiana, cuya decisión de lanzarla tuvo en inicio la intención básica de influir decididamente en las elecciones nacionales de 1948⁴³ para evitar el posible triunfo del Partido Comunista Italiano. En este sentido, el lanzamiento de la edición latinoamericana fue menos evidente en su intención política, y aunque fue el producto de una petición “formal” del Departamento de Estado, tuvo algo del ingenuo espíritu puritano que albergaba su fundador cuando lanzó la revista en 1922.

Esta actitud de compromiso patriótico de Wallace fue recompensada en un primer momento por el gobierno federal con la posibilidad de desgravar el déficit inicial previsto para la edición latinoamericana (US\$ 50.000 por año), de su declaración anual ante el organismo recaudador norteamericano (*Internal Revenue Service*, IRS), de manera tal que la actitud colaborativa del empresario no implicara riesgo económico alguno.

Efectuando una interpretación jurídica de lo acontecido podríamos, sin lugar a equivocarnos, caracterizar a la edición latinoamericana como producto de un contrato entre el *Reader's Digest* y la administración Roosevelt, con todos sus términos claramente visibles, esto es, una propuesta (la carta de Cherrington), una aceptación de la propuesta (la contestación de Palmer), la posibilidad de desgravar las pérdidas que formaría parte de las condiciones económicas, y el resultado terminaría siendo lo que en la Facultad de Derecho de la Universidad

⁴³ Joanne Sharp, "Hegemony, Popular Culture and Geopolitics: The Reader's Digest and the Construction of Danger." *Political Geography* 15, N° 6, julio 1996: 557/570.: <http://ac.els-cdn.com/0962629896000315>

de Harvard denominarían un “*win win deal*”.

Esta concepción patriótica que su propio fundador tenía acerca de la revista, sin lugar a dudas resultó altamente funcional a la política de Buena Vecindad, iniciada por el F.D. Roosevelt a mediados de la década de 1930 y que tuvo la intención de dejar atrás la interpretación imperialista que siempre se efectuó de la denominada Doctrina Monroe. Para 1940, la política de Buena Vecindad resultaba un instrumento ideal en la intención de garantizar la pertenencia de América latina al bloque aliado, en el cual se encontraban los EE.UU., más allá de su, por entonces, formal posición neutral en el conflicto.

El surgimiento del comunismo en Europa como sistema de acumulación antagónico y la aparición de distintas formas de fascismo político obligó a los EE.UU. a instrumentar una acción diplomática tendiente a reafirmar los valores “occidentales” a partir de un complejo de representaciones que posicionara tanto al capitalismo como a la democracia liberal, en su carácter de sistemas superadores, tanto del comunismo como del fascismo. Dentro de este marco corresponde incluir a *Selecciones del Reader’s Digest* como parte del conglomerado de instrumentos utilizados por la denominada “diplomacia pública”, y, dentro de esta política, como una representante de la diplomacia cultural.⁴⁴

A lo largo de la historia, tanto las personas como los países, naciones o imperios han utilizado la cultura como instrumento para presentarse a sí mismas, para afirmar su poder y entender a los demás. La administración Roosevelt tuvo clara conciencia de este concepto, estableciendo programas gubernamentales patrocinados, cuyo objetivo era informar o influir en la opinión pública de otros países mediante instrumentos como publicaciones, películas y radio. A tal efecto creó la División de Relaciones Culturales, dentro del

⁴⁴ Diplomacia Pública y Diplomacia Cultural forman parte de lo definido por Joseph Nye como “soft power”, esto es la habilidad para conseguir lo que uno pretende por medio de la seducción y no por medio de la coerción o el pago. Surgen del carácter atractivo que tienen la cultura, la política o los ideales políticos de un país cuando su política es vista como legítima a los ojos de los demás.

Departamento de Estado, en 1938⁴⁵, cuyas acciones fueron suplementadas, en lo que hace a la América latina, a partir de 1940, con la creación de la Oficina del Coordinador de Asuntos Interamericanos (*Office of the Coordinator of Inter-American Affairs*, OCIAA, por sus siglas en inglés) a cargo de Nelson Rockefeller.

Hans Morgenthau distingue tres métodos de acción en lo que define como imperialismo, entendiendo éste como la acción de un poder político orientada a asentar la hegemonía de alguna potencia en una región del mundo. El primero y más obvio, como también el de más larga data de estos métodos, es el de la conquista militar. En segundo lugar se refiere al imperialismo económico, el que tiene que ver con modificar el *status quo* del escenario internacional utilizando bienes o recursos como método de expansión. El tercer método es el imperialismo cultural, al cual Morgenthau caracteriza como la vía imperialista “más sutil y, en caso de llegar a triunfar por sí sola, la más exitosa de las políticas imperialistas”. No pretende la conquista de un territorio o el control de la vida económica sino el control de las mentes de los hombres como herramienta para la modificación de la relaciones de poder entre dos naciones. De ser exitoso, puede llegar a ser más sólido que cualquier victoria militar.⁴⁶

Selecciones del Reader's Digest resultaría una herramienta clásica del imperialismo cultural, tendiente a consolidar el proyecto hegemónico de los EE.UU. en la región. Sin perjuicio de que el dominio material que detentaba sobre Latinoamérica le permitía ejercer la dominación espiritual sobre su población⁴⁷, era fundamental no solo la transmisión de un sistema consciente de creencias, significados y valores, sino, además, la organización práctica de los mismos para que dicha transmisión resultara eficiente. En ese sentido, *Selecciones del Reader's Digest* resultó ser un verdadero manual de

⁴⁵ La División de Relaciones Culturales del Departamento de Estado fue la oficina que solicitó a DeWitt Wallace el lanzamiento de la edición latinoamericana del *Reader's Digest*.

⁴⁶ Hans Morgenthau, *La política entre las naciones*, (Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano, 1986), 86.

⁴⁷ Raymond Williams, *Palabras Clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*, 1ª ed. (Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión, 2003).

instrucciones.

El proyecto hegemónico de la nueva potencia no era de ninguna manera un proyecto de dominación o subordinación clásico basado en la coerción, propio de la relaciones entre estados, de aquellos que se expresan en formas directamente políticas. El mismo implicó un entramado de instrumentos en donde la cultura operó en combinación con la política y las fuerzas sociales⁴⁸ para, utilizando nuevamente el razonamiento jurídico, “negociar” en términos contractuales, esto es, “oferta y aceptación de dicha oferta”, el establecimiento de pautas culturales, políticas y de consumo para toda la región.

Sin lugar a dudas no fue un contrato entre pares, ya que la combinación de esfuerzos públicos y privados puestos a disposición del proyecto hegemónico de los EE.UU eran de tal magnitud que no se puede hablar de paridad, pero resulta evidente que, al menos para el caso de nuestro país, al momento de la aparición de la revista, las pautas tanto culturales como de consumo que sostenía la publicación tenían un consenso social importante que facilitaron su rápida legitimación.

La intensificación de las relaciones entre EE.UU. y América Latina se inició a partir del diálogo con los líderes políticos de varias naciones, incluyendo una visita a la Argentina del Presidente Roosevelt en el año 1936. Sin embargo, hubo otras medidas que posibilitaron el proceso. Una de ellas, y seguramente para la década en estudio una de las más importantes, fue, como ya anticipáramos, la creación en 1940, de una “agencia” específica para cuidar los asuntos relativos a las “otras Américas”, la Oficina del Coordinador de Comercio y Relaciones Culturales entre las Américas⁴⁹; un año más tarde se rebautizó como Oficina del Coordinador de Asuntos Interamericanos⁵⁰ (OCIAA, por sus siglas en inglés). La dirección de la nueva organización estuvo a cargo

⁴⁸ Antonio Gramsci, *Los intelectuales y la organización de la cultura* (Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión, 2003).

⁴⁹ Office of the Coordinator of Commercial and Cultural Relations between the Americas.

⁵⁰ Office of the Coordinator of Inter- American Affairs.

de Nelson Rockefeller, uno de los herederos de la Standard Oil Company, con importantes negocios en América latina, pero además un hombre con importantes conocimientos acerca de la exploración y explotación de los recursos naturales localizados en la región debido al ámbito de los negocios en que se desempeñaba.

La OCIAA, como organización, contaba no sólo con Rockefeller, sino que entre los miembros de su estructura directiva se encontraban relevantes profesionales del ámbito empresarial de los EE.UU. A los asesores del grupo financiero Rockefeller, que el Coordinador había llevado por una cuestión de confianza y conocimiento, corresponde agregar ocupando tareas directivas dentro de la OCIAA a verdaderos capitanes de la industria, tal el caso de John Hay Whitney, importante financista y productor de Hollywood, Will Clayton, conocido como el “Rey del Algodón, el Gerente de Exportación de Otis Elevators Corp” que trabajaba en la División Mercaderías, y Percy Douglas, entre otros⁵¹.

La importancia de la agencia liderada por Rockefeller en la resignificación de la imagen negativa que los latinoamericanos tenían de los EE.UU. fue decisiva para la política de Buena Vecindad. En tal sentido, las acciones de la Oficina del Coordinador para Asuntos Interamericanos surtirán efecto tanto en el campo económico como en el cultural. En el campo cultural, que es el que nos interesa, la OCIAA fue realmente superadora de todo lo conocido, intensificando los contactos culturales entre los Estados Unidos y las repúblicas latinoamericanas. La OCIAA resultó fundamental para la representación de los EE.UU. a través de “formas simbólicas” mediadas para la América Latina, utilizando para dicha tarea distintos medios técnicos, como el cine, la radio, y los periódicos. La revista *Selecciones* es un ejemplo claro de la importancia de los aspectos culturales en dicho proceso de representación.

⁵¹ Gerard Colby & Charlotte Dennett, “Hágase tu Voluntad: La Conquista del la Amazonia, Néilson Rockefeller el evangelismo en la era del Petróleo”. Rio de Janeiro: RECORD, 1998, 144. Citado por Charles Scherer Junior en “A disseminação da cultura e da ideología norteamericana no Brasil no contexto da Segunda Guerra Mundial e o caso da Revista *Seleções do Reader’s Digest*” *Revista Latinoamericana de Historia* Volumen 10 N°3, agosto de 2014.

En esta concepción, la propaganda en las revistas latinoamericanas de productos o servicios de las empresas de los EE.UU. resultó una herramienta invaluable para la conquista de los mercados de la región. Rockefeller realizó una gran tarea no solo convenciendo a empresarios amigos y al gobierno de los EE.UU. para que aumentasen la cantidad de anuncios en las revistas, sino que también en el rediseño de estos anuncios, de manera tal que en sus *slogans* incentivaran la Buena Vecindad y el Panamericanismo como instrumento de defensa de la democracia⁵².

Sin perjuicio de la voluntad expresa de Wallace de formar parte del incipiente proyecto de hegemonía cultural mediante la expansión de los valores sustentados por EE.UU. y seguramente a los efectos de expiar algún tipo de culpa por resignar la independencia editorial y económica a cambio de beneficios impositivos y aceptación de publicidad en sus páginas, el primer número de la edición latinoamericana advierte a sus lectores de manera enfática:

La sección de anuncios de *Selecciones del Reader's Digest* no ocupará en ningún número más de una cuarta parte del total de páginas de la revista ...El producto de los anuncios servirá para mejorar y ensanchar la revista *Selecciones* a fin de que haya de resultar en todo momento de máximo interés y utilidad para el lector. Al contratar anticipadamente el espacio que deseaban ocupar en la sección anuncios, las casas anunciantes nos han capacitado para ofrecer *Selecciones del Reader's Digest* a un precio extraordinariamente reducido, lo cual le asegura a la revista muy extensa circulación desde este, su primer número.⁵³

Sin duda, la traducción efectuada de lo que fue redactado evidentemente en inglés, resulta bastante pobre, pero la advertencia resulta eficaz en transmitir la idea de que la inclusión de publicidad fue producto de la necesidad y no una decisión editorial. Además, subliminalmente, instala la percepción de que la revista no perseguía fines de lucro y que sólo aceptaba publicidad para llegar a mayor cantidad de personas al menor precio. Estos conceptos se encuentran

⁵² La visita a la Argentina de personalidades como Walt Disney y Orson Welles también formaron parte de la política de acercamiento cultural implementada por la O.C.I.A.A.

⁵³ *Selecciones del Reader's Digest*, diciembre de 1940, 106.

reafirmados en la decisión de concentrar los avisos publicitarios después del último artículo de la revista y no intercalarlos en distintas páginas del cuerpo de la misma. Este criterio de edición deja en manos del lector la decisión de leerlos o no, sin estar obligado a posar sus ojos en ellos mientras lee cualquier artículo de la revista. Casi se podría afirmar que el formato de compaginación elegido es el de la anti publicidad.

A pesar de todos los prejuicios que, en cuanto a sus posibilidades de venta, generó el lanzamiento de la edición en español, el éxito de la misma fue casi instantáneo y sorprendió a sus propios editores. La tirada prevista por la empresa ascendía a 50.000 ejemplares anuales, por lo que la sorpresa resultó mayúscula cuando se vendieron 148.000 revistas del primer número únicamente⁵⁴ y en cuatro meses la circulación alcanzó los 250.000 ejemplares.

⁵⁴ Heindery, *Theirs Was the Kingdom: Lila and DeWitt Wallace and The Story of Reader's Digest* (New York: Norton, 1993), 153.

CAPITULO III

El *Reader's Digest* y la lucha de clases en EE.UU.

(*El patrón no es mi enemigo*)

Sin bien el presente trabajo aborda la revista *Selecciones del Reader's Digest* en su función de instrumento cultural tendiente a influir tanto sobre las elites gobernantes como sobre los sectores medios y medios altos de la sociedad, el análisis se centra en dicha influencia a partir de un tema específico de los tantos tratados por la revista en sus páginas. El tema de investigación es la cobertura de las relaciones laborales, incluyendo el tratamiento que le dedicara a la conducta de los actores de la relación -obreros y empresarios-, las responsabilidades de cada uno de ellos; los sistemas de resolución de los conflictos que pudieran plantearse; los sindicatos como entidades representativas, las formas de colaboración obrero/patronal; el mejoramiento de las condiciones de trabajo como incentivo a la productividad y la situación de los obreros en otros sistemas de producción no capitalistas, durante la década de 1940.

Previo a sumergirnos en el tratamiento dado en la edición latinoamericana de la revista a las relaciones entre patronos y obreros, resulta necesario tener un somero panorama del escenario socioeconómico existente en los EE.UU. al momento de la aparición del *Reader's Digest*, y a partir de allí analizar la línea editorial que la revista tuvo respecto de cuestión obrera. Aun así, y sin perjuicio de lo expresado, parecería importante desarrollar en forma previa los principios sociológicos y filosóficos en los cuales se sustentó la línea editorial de la revista para, a partir de allí, avocarnos a un análisis de la misma, su desarrollo en el tiempo y la forma en que fue variando a medida que se modificaba el contexto socioeconómico de los Estados Unidos.

El *Digest* veía a los Estados Unidos dando cuerpo a una forma de organización social mucho más natural que la aristocrática de Europa o la socialista de la URSS. En contraste con la riqueza heredada y la diferencia de status, que el *Reader's Digest* veía en las viejas naciones europeas, o el dogmatismo político

que percibía en la Unión Soviética, la democracia estadounidense era presentada, sino como el ideal, como un sistema bastante práctico y simple que se sostenía sobre dos grandes pilares: 1) la autoestima, de alguna manera institucionalizada, de la persona a nivel individual, y 2) un considerable respeto por el “hombre promedio”¹.

Es posible que la atención puesta por el *Reader's Digest* en la democracia estadounidense desde sus inicios se deba a que ésta resulta la particular forma de gobierno que mejor se adaptara a la emergencia de una cultura consumista. El cambio de siglo en la sociedad norteamericana coincidió con la desaparición de las viejas formas de prestigio que fueron remplazadas por la aquellas distinciones que se podían adquirir a partir del consumo. Siguiendo esta línea de pensamiento, *Reader's Digest*, como se verá, aun con alguna persistencia en la defensa de los valores puritanos y hasta milenaristas en muchos de sus artículos, abrazaba fervientemente esta democracia basada en el mercado, que comenzaba a instalarse.

La confianza en los valores fundacionales de la democracia estadounidense y en su sociedad hizo que el *Reader's Digest* nunca temiera por la instalación de un sistema socialista en territorio estadounidense, ni tampoco lo tuviera en cuenta como una amenaza a la cultura y sociedad de los EE.UU. Esta posición fue puesta en evidencia al condesar un artículo de la revista *The Christian Century*², que culmina con la siguiente reflexión:

El relato del “sueño americano” donde al muchacho pobre le va bien en la vida, lleva incluso el esclavo peor pagado a considerarse a sí mismo un millonario potencial. Esto hace que sea difícil despertarlo a una conciencia marxista.³

A partir de la afirmación expuesta, y con la Unión Soviética firmemente

¹ E. Reed, “Going to School in Russia”, *Reader's Digest*, mayo de 1931, 75. Traducción del autor.

² Artículo condesado de la revista *The Christian Century* “Is the New Deal Socialism”, *Reader's Digest*, junio de 1934, 34.

³ Traducción del autor.

consolidada luego de la definición de la guerra civil (1918-1921), la respuesta a la emergencia del socialismo real por parte del *Reader's Digest* se va a sustentar en lo que Dana Polan⁴ ha denominado el "discurso del hombre medio, común o promedio", que expresa con bastante claridad el andamiaje político del denominado "sueño americano". Para esta concepción, los EE.UU. poseen una estructura social que logra evitar tanto las jerarquías aristocráticas que la revista percibía en la conformación de la sociedad europea de la época, como la implacable homogeneidad que, en la visión del *Digest*, traía aparejada el sistema aplicado en la Unión Soviética.

El denominado discurso del hombre común o promedio se sostiene en la idea de que todo ciudadano es un individuo distinto de otros porque es único en su calidad individual. Esta definición de individualidad se encuentra arraigada dentro de la sociedad estadounidense y se sostiene en el criterio de la igualdad de oportunidades para todos. Así, el hecho de que algunas personas lo hagan mejor que otros no será de ninguna manera atribuible a una falla del orden social sino que será producto de los talentos que la naturaleza ha distribuido de manera desigual. Según la teoría, es esta diferenciación del producto final lo que supuestamente hizo tan dinámica a la sociedad estadounidense. Todas las personas empiezan con iguales oportunidades para hacer lo mejor de sus talentos y, de la misma forma, sus esfuerzos serán justamente recompensados.⁵

Partiendo de lo expuesto, el concepto de "sueño americano" aplicado a la clase trabajadora por el *Digest* intenta, sino esfumar, al menos poner límites al establecimiento de lo que en términos marxistas sería una conciencia de clase. A tal efecto construye a través de sus páginas tres grandes ilusiones, una de orden económico, otra de orden social y una última de orden político.

- En lo económico, sus artículos resaltan, dentro de una lógica productivista, el éxito de las empresas familiares o de las pequeñas

⁴ Dana Polan, *Power and Paranoia* (New York: Columbia University Press, 1986), 68-69.

⁵ *Ibidem*, 70.

fábricas, como el de agricultores con pequeñas propiedades, lo que acorta las distancias, haciendo más permeables las fronteras de clase existentes entre un trabajador y un pequeño empresario.

- En lo social, la revista identifica a trabajadores y medios de producción como integrantes de una misma comunidad de intereses.
- En lo político, sustenta la percepción de que el sufragio universal establecido desde la Constitución de los EE.UU.⁶ como nación independiente, hizo del estado una agencia democratizadora que evitó cualquier sistema de dominación, formal o informal, de una clase sobre otra, contrariamente a lo sucedido en Europa, en donde el estado operó consolidando un sistema de dominación. Por esta razón, los trabajadores norteamericanos no tuvieron necesidad de luchar por fuera del sistema político como sí lo tuvieron que hacer los europeos.

Werner Sombart en su ya clásico ensayo “Por qué no hay Socialismo en los EE.UU.”, reconoce como una de las causales sociológicas que da respuesta al interrogante la ausencia en la historia de los Estados Unidos de las rígidas estructuras jerárquicas y aristocráticas propias de la sociedad feudal europea, que habrían hecho de la estadounidense una sociedad eminentemente burguesa y propensa, al menos desde el punto de vista formal y legal, a un igualitarismo democratizante que tiene como base primera e irrenunciable el principio del individualismo. Nobleza, clero o campesinado son categorías de análisis inviables según Sombart para el contexto estadounidense, un contexto en donde existe mayor movilidad social y en el que lo individual siempre se privilegia por sobre lo colectivo. El trabajador estadounidense, haciendo gala de un optimismo ilimitado y un patriotismo acrítico y casi mesiánico, se convierte en el análisis de Sombart en un cómplice incomprensible del régimen capitalista, hasta el punto de que se le considera la propia base del sistema, su fuerza motriz. En este contexto, concluye Sombart, cualquier apelación al

⁶ Cuando nos referimos a universal lo hacemos por la ausencia de diferenciaciones horizontales, esto es, votaban en su totalidad el universo de varones libres mayores de 18 años, las mujeres fueron incluidas en dicho universo a partir de la 19° enmienda en el año 1920.

sentimiento de clase se torna estéril, como así también cualquier referencia a la misión revolucionaria del proletariado carece de sentido.⁷

El *Reader's Digest* sustenta la imposibilidad de un desarrollo del socialismo en EE.UU. de manera muy simplificada y básica, pero esa forma simplificada, despojada de terminología académica, en algún sentido ramplona y totalmente comprensible para el hombre "promedio", que la revista utiliza para justificar el comportamiento socio-político de la sociedad norteamericana, no parecería estar muy alejada de los argumentos utilizados por el sociólogo alemán en su intento de dar respuesta a un interrogante histórico.

Mucho menos sostenible resulta la explicación dada para sostener la ausencia de lucha de clases en la sociedad estadounidense que desarrolla el artículo publicado en enero de 1925, titulado "*Every Worker a Capitalist*"⁸, escrito por David Houston, ex Secretario del Tesoro de Woodrow Wilson entre 1920 y 1921, del cual transcribiremos una parte:

La política de invitar cada vez a más personas comunes a suscribir acciones de corporaciones va a persistir y crecer. El único límite que puedo sugerir está dado por la voluntad del obrero para trabajar, para ejercer su voluntad, para ahorrar y para invertir con prudencia.....En América, dado que la riqueza se expande rápidamente, el número de acciones en manos de los trabajadores en las industrias es muy grande. En esto descansa la solución fundamental al problema de las relaciones entre el trabajo y el capital. La verdadera solución a la problemática de la sociedad entre trabajo y capital está dada por la inteligencia del trabajador en saber que si bien puede haber defectos en el capitalismo, no puede haber disputas sobre el capitalismo como sistema.....Se está llegando a percibir que la necesidad primordial es aumentar la producción mundial para incrementar el nivel de vida de los trabajadores, mejorar su educación y aumentar su capacidad de hacer uso de las oportunidades, induciéndolos a la práctica de la abnegación y el ahorro.....Es cada vez más evidente que **el ideal de todo trabajador es transformarse en capitalista, uno pequeño de ser necesario o uno grande si se tiene la voluntad y el carácter**⁹.

⁷ Werner Sombart, *¿Por qué no hay Socialismo en los Estados Unidos?* (Madrid: Capitán Swing Libros, 2009).

⁸ David F. Houston, "Every Worker a Capitalist" *Reader's Digest*, enero de 1925, 589.

⁹ La traducción y el resaltado son del autor.

El artículo se inscribe en la filosofía sobre la cual sustenta la revista el concepto de “sueño americano” aplicado a la clase trabajadora. Esto es, construye la ilusión de que la distancia entre el trabajo y el capital es relativamente corta, y para transitarla sólo hace falta educarse, ahorrar y aprovechar las posibilidades que el sistema le brinda. Como se ve, el artículo no hace ninguna mención a causales estructurales que determinen la imposibilidad de ascenso social e incluso que impidan que un trabajador pueda transformarse en capitalista. De esta manera la publicación intentaba eliminar el concepto de conciencia de clase, describiendo a la sociedad estadounidense como una en la que la pertenencia a la burguesía o a la clase trabajadora era producto de la existencia o no, en cada individuo, de voluntad, empeño y cultura del ahorro. Tampoco surge de la lectura de la publicación ninguna obligación o esfuerzo por parte de la parte patronal, para generar las condiciones que permitan alcanzar la meta anhelada.

La larga década de 1920. El regreso a la normalidad ***(Ahora sí puedo gastar)***

La década de 1920, en términos históricos y socioeconómicos, no se ajusta exactamente en los Estados Unidos a los diez años calendarios que se inician cuando culmina el año 1919. La década a la que nos referimos incluye decididamente los dos años siguientes a la firma de Tratado de Versalles que pone fin a la Gran Guerra, y los tres posteriores al crac financiero de 1929 hasta la asunción como presidente de los EE.UU por parte de Franklin Delano Roosevelt.

Este concepto ampliado de la década no es caprichoso ni tampoco obedece a una interpretación forzada a partir de una necesidad metodológica, sino que encuentra un sustento en tres razones: a) desde lo político, en la manifiesta hegemonía que ejerció durante el período el Partido Republicano; b) desde lo económico, en la consolidación de un sistema basado en un aumento constante del consumo, donde el estado era totalmente prescindente, dejando la economía en manos de la industria concentrada y el capital financiero, en donde la cuestión social se dirimía en términos de oferta y demanda, y c) desde

lo sociológico, como ya se explicara en el Capítulo II, por la aparición de lo que se denomina cultura de masas.

El *Reader's Digest*, como ya hemos visto, es un producto de su época, y la mayoría de los conceptos que la revista desarrollará a partir de su lanzamiento y hasta bien entrada la segunda mitad del siglo XX son producto del contexto político y socioeconómico en el que nació. En este sentido, el fin de la Gran Guerra, y el denominado regreso a la “normalidad”, trajo consigo importantes cambios tanto en lo político como en lo social y lo económico, y son estos cambios los que nos permitirán comprender muchas de las posiciones sustentadas por la revista en el tema que nos ocupa durante el período aludido.

Para los Estados Unidos la guerra no tuvo las mismas consecuencias que para Europa. Decididamente, el país no se empobreció, ni tampoco su paisaje era uno de muerte y destrucción. No obstante, los efectos de conflicto iban a influir de manera sustancial en su vida social, cultural y política. Estos efectos, que se manifestaron durante el último tramo de la presidencia de Woodrow Wilson, iban a ser claves en el rumbo político que adoptaría la nueva potencia en el curso de la década de 1920 y en la consolidación del imaginario social que los medios que emergerían durante dicho período ayudarían a construir.

El *Digest* nace casi en forma simultánea al inicio de ciclo de trece años de hegemonía en el gobierno del Partido Republicano, que abarcó los gobiernos de Warren Harding (1921/1923), Calvin Coolidge (1924/1928) y Herbert Hoover (1928/1932). Como bien lo expresa Arthur Schlesinger, la política de Estados Unidos ingresa durante esa década en lo que el autor denomina un “ciclo del interés privado”¹⁰. Desde la conclusión de la Primera Guerra Mundial, que puso fin a la amenaza alemana, las urgencias estratégicas se apaciguaron, iniciando a partir de dicho momento un nuevo período que tuvo como principales características el regreso a un aislacionismo propio del siglo XIX y

¹⁰ Arthur M. Schlesinger, *Los Ciclos de la Historia Americana*, (Buenos Aires: Editorial R.E.I. Argentina SA. 1990), 41 y ss.

un control de la política por parte de las corporaciones¹¹. De esta manera, los Estados Unidos ponen fin al “ciclo de interés público” que caracterizara a las administraciones de Theodore Roosevelt, Willam Taft y Woodrow Wilson durante las primeras dos décadas del siglo XX.

En términos de consumo, entre 1923 y 1929 Estados Unidos conoció uno de sus períodos más brillantes. El surgimiento de la producción en masa a partir de la aplicación en la industria del Fordismo y el Taylorismo como sistemas de fabricación provocó un enorme crecimiento en la industria, que aumentó la oferta de bienes al mercado en un 64% entre los años 1923-1929. Esto, sumado a la expansión del crédito y el auge de la publicidad permitió, tanto a los sectores subalternos urbanos como a los sectores rurales, el acceso a bienes durables de los que se encontraban impedidos hasta ese momento. Los medios también formaron parte de esta nueva realidad como vehículos, a través de la publicidad y sus contenidos del festival de consumo de la década.

El *Reader's Digest* en la década de 1920 (*Aquellos años locos*)

Para 1922, año de aparición de la revista en los EE.UU., y luego del triunfo bolchevique en la Guerra Civil, la Revolución Rusa ya se encontraba consolidada. Ante lo inmodificable de dicha situación resulta interesante el tratamiento que fue dando la publicación al nuevo sistema político emergente, teniendo en cuenta la importancia otorgada por el *Digest* al ciudadano como sujeto individual en la sociedad norteamericana y al capitalismo como sistema de producción.

Desde lo político. “Democracia vs. Socialismo” (*No Todos somos iguales*)

Durante la década de 1920, y siguiendo su acostumbrado criterio anti académico y eminentemente práctico, la revista se explayó sobre las diferencias existentes entre lo que denominaba “sociedad democrática” y la “sociedad socialista”, pero no desde un punto de vista abstracto sino poniendo blanco sobre negro los cambios que el socialismo podía introducir en la vida

¹¹ *Ibidem*, 163-164.

diaria de cada lector.¹²

En estos artículos se ponía de manifiesto la imposibilidad de que el socialismo real tuviera alguna posibilidad de éxito en los EE.UU, asumiendo que el nuevo sistema no reflejaba el natural orden de una sociedad civilizada, ya que en el mismo, a criterio del *Reader's Digest*, todos los individuos son vistos como iguales y deben ser provistos por la sociedad, criterios que estaban totalmente alejados de la filosofía del esfuerzo personal como vehículo de ascenso social que predicaba desde sus páginas.

No obstante, el *Digest* de la década de 1920 no trataba de presentar a EE.UU. como una sociedad igualitaria en términos de consumo, acceso a la salud o recursos. La revista, en su clásica defensa de valores de la igualdad individual, interpretaba que la desigualdad nacía de las diferencias naturales que tienen los individuos. Este mensaje quedó explícitamente expuesto en un artículo publicado en julio de 1922¹³ titulado “La Ley inexorable de la naturaleza – Desigualdad”, que se expresa en el siguiente sentido:

La gran dificultad para realizar el socialismo surge del hecho que no sólo es la riqueza distribuida de manera desigual, pero la mentalidad también es distribuida en forma desigual. Hasta que el socialismo no pueda encontrar una manera de igualar la mentalidad de las personas, sus otros intentos de igualar serán inútiles. Igual, dicha semejanza no sólo sería el camino más corto hacia el aburrimiento, sino también un instrumento formidable para empobrecer a una nación o raza¹⁴.

Lo manifestado en los párrafos anteriores de ninguna manera elimina los matices. Hacia fines de la década, y en plena depresión económica, la revista advertía a la sociedad sobre la capacidad del “enemigo”. En el artículo denominado “Going to School in Russia”¹⁵, publicado en el mes de diciembre

¹² Joanne Sharp, *Condensing the Cold War. Reader's Digest and the American Identity* (Minneapolis-Londres: University of Minnesota Press, 2001), 72.

¹³ *Ibidem*, 76.

¹⁴ Traducción del autor.

¹⁵ Ferdinanda W. Reed, “Going to school in Russia” *Reader's Digest*, diciembre de 1930, 73.

de 1930, la autora realiza una comparación entre el sistema educativo de los dos países partiendo, como era su costumbre, de una experiencia determinada que se estaba aplicando en una escuela de la localidad de Kaluga, en las afueras de Moscú¹⁶. En el artículo se llama la atención sobre algunos temas que en el futuro serán ejes de discusión política a nivel global.

“Going to school in Russia” realiza un extraño panegírico sobre la manera en que la enseñanza soviética en la escuela primaria tendía puentes entre los alumnos y la realidad económica, social y productiva de la localidad en donde se encontraban, y de qué forma desde el aula se alentaba la participación ciudadana de los alumnos en la problemática general del lugar. Tal es así que el artículo concluye, casi podríamos decir en forma profética, con el siguiente párrafo: “Puede ser que el capitalismo tenga más que temer a la capacidad rusa para apelar al idealismo de la juventud que a su posibilidad de competir en el terreno económico”¹⁷.

Como se ve, la revista mantiene firmemente su convicción acerca de la imposibilidad de que el socialismo real pueda imponerse al capitalismo como sistema de acumulación y producción pero anticipa, con casi veinticinco años de adelanto, el posible éxito del nuevo sistema en el imaginario de las jóvenes generaciones, a partir de la tarea educativa que se estaba realizando.

Desde lo sindical: “Huelgas vs. Cooperación”

(Por un pacto de caballeros)

En el plano sindical, y como ya adelantáramos en el inicio del presente Capítulo, el final de la primera década del siglo XX y el inicio de la segunda resultó ser un período de gran agitación social en la historia de los Estados Unidos. En 1919 las huelgas afectaron a más del 20% de la masa de trabajadores industriales¹⁸, un porcentaje nunca superado en la historia de ese

¹⁶ La revista nunca desarrollaba un tema en abstracto sino a partir de una experiencia, personal o institucional determinada.

¹⁷ Traducción del autor.

¹⁸ José Miguel Insulza, “Notas sobre la formación de la clase obrera y el movimiento sindical en

país. Aun así, la agitación social del período no pudo ser aprovechada ni política ni sindicalmente.

Asimismo, el fin de la inmigración masiva que se produjo a partir de 1914 con el inicio de la Gran Guerra fue haciendo desaparecer al ejército social de reserva que ésta alimentaba. La nueva situación poblacional hizo disminuir drásticamente la desocupación que en 1918 alcanzó una tasa histórica de apenas 1,4%, obligando a los industriales a realizar importantes concesiones a los efectos de poder mantener los niveles de producción. Entre estas concesiones o conquistas, según el lugar desde donde uno se posicione, se destacan el establecimiento de las 48 horas semanales de trabajo que alcanzó a casi el 50% de los trabajadores para el período, la creación de procedimientos arbitrales para dirimir los conflictos y el aumento de salarios.¹⁹

El período se caracteriza por una acción conjunta del poder político con el gran capital, que alcanzó durante la década una cuota de poder importantísima tanto en lo interno como en lo internacional. Este poder combinado se usó para que toda identidad primaria que pudiera tener la población se redujera a la de ciudadano consumidor²⁰. Esta lógica resultaba altamente favorable a los medios y, dentro de esta concepción, la Federación Americana del Trabajo (AFL por sus siglas en inglés) resultaba el tipo de sindicalismo ideal, que actuaba como contrapeso del sistema pero de ninguna manera tenía intenciones de modificarlo y, mucho menos, de cambiarlo por otro.

Como resultado de este contexto, la década de 1920 resultó la de menor sindicalización de la historia de los EE.UU., si bien el consumismo incentivado a partir del Fordismo resultó un mejoramiento importante en el nivel de acceso a bienes durables para parte de la clase obrera y el salario comenzó a ser medido no ya en relación con la cantidad de bienes producidos sino en relación

Estados Unidos”, *Cuadernos Semestrales. Estados Unidos: Perspectiva Latinoamericana* (CIDE) 1er. Semestre N° 11, 1982, 42.

¹⁹ *Ibidem*, 41.

²⁰ Randi Storch, *ibidem*, 5.

con la cantidad de bienes que era posible adquirir con él en el mercado²¹, sólo el 12% de la fuerza laboral se encontraba afiliada a algún sindicato.

La visión favorable del rol de los sindicatos que el *Reader's Digest* mantuvo desde sus artículos es fácilmente entendible a partir de la coincidencia de posturas entre la ideología de la revista y la posición sustentada desde los sindicatos en cuanto a:

- La defensa de un Estados Unidos blanco y protestante que se manifestó en los sindicatos a través del apoyo a Ley Johnson de establecimiento de cupos de inmigración por colectividad.
- La filosofía de la AFL en cuanto a limitar el accionar sindical a la discusión salarial sin participación política activa, y el reconocimiento explícito del sistema capitalista como sistema de acumulación para los EE.UU.

Los conflictos que se pudieran suscitar entre trabajadores y empresarios eran, para el *Reader's Digest*, solucionables a partir de la cooperación entre las dos partes, en una línea editorial que va a mantener hasta el inicio de la década de 1950. La ideología de la revista partía de la certeza de que los intereses de empresarios y trabajadores eran exactamente los mismos.

Artículos como "Where Workmen are Capitalist"²² pedían a los lectores practicar la cooperación entre las empresas y los trabajadores, de manera tal que los sindicatos se mantuvieran focalizados en el mejoramiento de las condiciones económicas de sus afiliados y no intervinieran en cuestiones políticas. La cooperación obrero empresarial era, para el *Reader's Digest*, uno de los pilares del capitalismo en los EE.UU.:

²¹ Insulza, *ibídem*, 44.

²² W. Saunders, "Where Workmen are Capitalist", *Reader's Digest*, diciembre de 1925, 499-500.

En este sentido, los dos últimos párrafos del artículo arriba citado, en donde se da cuenta de la política llevada adelante por la empresa *Procter & Gamble*, resultan claramente ejemplificadores:

El principal problema que tienen hoy las grandes empresas”, dice el Coronel Procter, “es ajustar sus políticas de manera tal que cada trabajador, ya sea en la oficina o en la fábrica, se sienta una parte vital de la compañía, con una responsabilidad personal en el éxito de la misma y con posibilidades de estar asociados a dicho éxito”. No pienso que la problemática entre trabajadores y capitalistas pueda instalarse en este país si suficiente cantidad de empleadores hacen lo que el Coronel Procter y unos pocos empresarios más ya hicieron. Cómo puede un trabajador odiar a su jefe o cómo un jefe puede desconfiar de un trabajador si cada uno de ellos sabe que el otro está jugando limpio y que sus intereses son idénticos²³.

La corta década de 1930. El *New Deal* (Se acabó la fiesta)

Con un criterio similar al que utilizamos al referirnos a la década de 1920, corresponde decir que la década de 1930 no puede medirse de manera estrictamente cronológica. Sin lugar a dudas, en términos históricos, para los Estados Unidos la década tiene límites muy claros: se inicia con el ascenso del Partido Demócrata y su líder Franklin Delano Roosevelt a la presidencia en 1933 y concluye en 1941 con el ingreso de los EE.UU. en la Segunda Guerra Mundial como beligerante activo.

La asunción de Roosevelt como presidente en 1933 y el lanzamiento del programa del *New Deal* tendiente a atender las elevadas tasas de desempleo producidas por la crisis económica posterior al crac de 1929 resultaron en un hito fundacional. Una importante intervención de Estado en la economía y una menor libertad de los mercados resultaron un giro copernicano en la política históricamente defendida y aplicada por los gobiernos estadounidenses hasta entonces.

Por medio de la Ley Nacional de Recuperación Industrial del 16 de junio de 1933, la Ley Nacional de Relaciones Laborales del 18 de julio de 1935 y la Ley

²³ Traducción del autor.

de Seguridad Social aprobada el 14 de agosto de 1935, el gobierno norteamericano, por primera vez en su historia, inició una importante política intervencionista. Se regularon fundamentalmente la economía y las relaciones laborales, dando forma a un incipiente estado de bienestar en los términos en que actualmente lo conocemos.

El *Reader's Digest* en la década de 1930 (*Patronos del mundo, uníos*)

Como ya hemos expuesto, el *Reader's Digest* tenía la seguridad conceptual de que los EE.UU. eran una sociedad ajena a la lucha de clases, al menos en los términos en que el marxismo definía el concepto, en donde el socialismo, tanto en lo político como en lo económico, resultaba imposible de instaurar. El golpe de timón histórico que significó el *New Deal* para una organización social como la estadounidense hizo que el *Reader's Digest* se preguntara de manera directa si estas políticas no eran el inicio de un camino hacia el socialismo en los EE.UU.

Ante el reto planteado por el *New Deal*, la respuesta de la revista apunta a confirmar los conceptos que a su criterio alejan a la sociedad estadounidense del fantasma socialista, utilizando básicamente dos vías de interpretación para sustentar la línea editorial.

Desde lo político: “Un capitalismo responsable” (*Hay que dar para recibir*)

La primera de las líneas conceptuales utilizada por el *Digest* es que el *New Deal* representaba una nueva, o quizás última, oportunidad del sistema capitalista para combinar su indiscutible eficiencia con la necesaria responsabilidad social que debe tener el empresariado. Así lo expresa el artículo titulado “¿Es el New Deal Socialismo?”²⁴, donde el autor se refiere al tema de la siguiente forma:

Las amplias políticas del Nuevo Trato inyectan en el marco del capitalismo ciertos principios de responsabilidad social que el “hombre

²⁴ “Is he New Deal Socialism?”, artículo condesando del semanario *Christian Century*, sin identificación de autor, (*Reader's Digest*, junio de 1934), 34.

económico” del capitalismo tradicional nunca reconoció²⁵.

El segundo de los razonamientos utilizados por la revista apela más a conceptos sociológicos e históricos de la sociedad estadounidense. En tal sentido, M. Sullivan entiende que, si bien resulta evidente que el objetivo final del *New Deal* es la instauración del socialismo, la historia estadounidense enseña que este cambio social será interrumpido antes de que llegue demasiado lejos, por lo cual habría que permanecer optimista²⁶. En la misma línea argumental de Williams, John Adams²⁷ pone de manifiesto que el control y la planificación a gran escala requerida por el *New Deal* se oponía al individualismo propio de carácter del habitante de los Estados Unidos. Agregando, incluso en un artículo posterior²⁸, que el capitalismo es una característica innata de la condición humana, para concluir que: “...los conceptos de propiedad privada, lucro y progreso personal se encuentran tan extendidos que deben interpretarse como propios de los instintos de todo hombre.”²⁹

Como se ve, si bien reconocía en el *New Deal* el contrapeso necesario al capitalismo salvaje existente hasta ese entonces, la revista confiaba en que los límites a su excesivo intervencionismo iban a estar dados por las propias características de la sociedad norteamericana, lo que excluía de manera definitiva la posibilidad de cualquier modificación al sistema de acumulación existente.

Desde lo sindical. “De necesarios a revolucionarios”

(Qué bueno es el capitalismo)

Consideración aparte merece la opinión del *Reader's Digest* acerca de los

²⁵ Traducción del autor.

²⁶ M. Sullivan, “Old Ghosts and the New Deal,” *Reader's Digest*, noviembre de 1934, 1-3.

²⁷ John Adams, “The American Character,” *Reader's Digest*, diciembre de 1934, 98/101.

²⁸ *Ibidem*, “Is Capitalism Doomed”, *Reader's Digest*, noviembre de 1938, 76.

²⁹ Traducción del autor.

sindicatos y el papel que estos jugaban dentro del sistema. En este sentido, la revista tuvo dos períodos bien marcados, el primero de ellos entre 1933 y 1935, en donde los sindicatos fueron considerados como un contrabalance importante y necesario dentro del sistema capitalista, llegando incluso a publicar un artículo condesado de *Harper's Magazine* de cuatro hojas (largo para la política de la revista) en donde se criticaba de manera rotunda la actividad de las empresas que se dedicaban de manera comercial a la función de "rompehuelgas"³⁰. El segundo de los períodos se inicia en la segunda mitad de la década de 1930, y es en el cual la acción de los trabajadores sindicalizados es vista como un desafío al individualismo propio de la sociedad estadounidense. En una palabra, la acción sindical pasó de ser un integrante más de las leyes del mercado, a un contaminante que impedía el buen funcionamiento de las mismas.

En la misma línea, pero casi denunciando una actitud delictiva por parte de los líderes sindicales, un artículo condesado del magazine *New York World Telegram*³¹ se pregunta: "¿Si cualquier honesto trabajador necesita de un sindicato que lo proteja de la avaricia de su empleador, quién lo va a proteger del sindicato cuando esto sea necesario?" En el desarrollo de la respuesta al interrogante planteado el artículo concluye en que los sindicatos son chantajistas y que operan en virtud de sus propios intereses. La crítica al sindicalismo es de tal magnitud que el autor del artículo termina igualando, en lo que denomina "prácticas atroces", a los líderes sindicales con los propietarios de las minas de carbón de Harlan County en Kentucky, escenario de violentas revueltas obreras que se desarrollaron entre 1931 y 1939.

Esta coincidencia en la defensa del sistema que las organizaciones sindicales compartieron con el gran capital en un primer momento y la indefinición política del *New Deal* en su período inicial explican la posición favorable hacia el sindicalismo que el *Reader's Digest* sostuvo durante la primera mitad de la década de 1930.

³⁰ Edward Levinson, "Strikebreaking Incorporated", *Reader's Digest*, diciembre 1935, 68/72.

³¹ Pegler Westbrook, "But What Soulless Unions?", *Reader's Digest*, julio de 1937, 57/58.

Ahora bien, tal como dijéramos, la opinión sobre los sindicatos que tuvo el *Reader's Digest* fue variando desde el inicio de la década de 1920 hasta el ingreso de EE.UU. en la Segunda Guerra Mundial, y dicha variación se sustenta en una serie de acontecimientos que, si bien comienzan a mediados del período, hacen eclosión en los últimos cuatro años de la década de 1930 con la aparición, primero como facción interna dentro de la AFL y a posteriori de manera independiente, mediante la creación del Congreso de Organizaciones Industriales (CIO por sus siglas en inglés) de un sindicalismo por actividad, con prácticas e ideas muy diferentes de las hasta entonces sostenidas por la AFL.

Sin lugar a dudas, esta deriva sindical de los trabajadores industriales no especializados, desde sus comienzos con la creación del Comité de Organizaciones Industriales hasta el definitivo Congreso de Organizaciones Industriales, será la que marcará los cambios editoriales que se produjeron en la revista durante los primeros dos primeros períodos presidenciales de Roosevelt.

Como ya vimos, el *Digest* vio en el *New Deal* una evolución del sistema capitalista hacia un escenario en donde los trabajadores gozaran de una calidad de vida superior que permitiría no solo contrarrestar sino alejar definitivamente la posibilidad de una vía socialista en la sociedad norteamericana. Sin embargo, y tal como lo destacáramos con anterioridad, la opinión sobre los sindicatos que expresó la revista en sus artículos varió en forma sustancial a partir de 1935, siendo esta variación en los criterios producto de la evolución social, política y legislativa del período comprendido entre 1933 y 1937.

Desde el inicio del mandato, dos ideas, si no contrapuestas, al menos de enfoque disímil, pugnaron por imponerse dentro del seno de la administración Roosevelt. Mientras que sus asesores "pro negocios" intentaban operar en la relación trabajo/capital/Estado desde una filosofía de cooperación que no modificara la distribución del poder dentro de la economía³², aquellos que

³² Esta posición era sustentada por Félix Frankfurter, asesor en política gremial, que había trabajado para la administración de Woodrow Wilson.

sostenían una política más “amigable” para con la clase trabajadora estaban esperanzados en dar a los sindicatos las herramientas necesarias para transformar las relaciones entre obreros y empresarios³³.

El arma legislativa que dio inicio al *New Deal*, en lo que a relaciones laborales se refiere, fue la Ley Nacional de Recuperación Industrial (NIRA, por sus siglas en inglés). En esta Ley, las dos posiciones sustentadas en el seno del gobierno de Roosevelt estaban representadas en forma clara. Las empresas, a los efectos de favorecer la inversión y la contratación de personal, recibían como premio la no aplicación de la ley anti trust, pudiendo encarar un plan para compartir entre ellas cuotas de mercado, que les permitía planificar y proyectar su producción. A cambio de esas importantes ventajas, las empresas se comprometían a establecer un salario mínimo y un máximo de horas de trabajo por día y semanales, además de dejar de contratar menores de dieciséis años.

Este esquema, como se verá, no modificaba la relación de poder existente, ni desde lo político ni desde lo económico. Sin embargo, a los efectos de conformar a la facción más progresista en el seno del gobierno, como contrapartida, la Ley reconocía el derecho de los trabajadores a organizarse en sindicatos y a participar en negociaciones colectivas sin ningún tipo de presión por parte de la patronal.

Si bien la Ley Nacional de Recuperación Industrial (NIRA) fue atacada judicialmente por los sectores más conservadores y declarada inconstitucional por la Corte Suprema en mayo de 1935³⁴, el reparto que se desprendía de la filosofía expresada por la norma no ponía en duda la legitimidad del poder establecido. La ley excluía a los trabajadores rurales y a los trabajadores domésticos de la posibilidad de negociar salarios en forma colectiva, y no ponía

³³ Randi Storch, *ibídem*, 43.

³⁴ El 27 de mayo de 1935 se declaraba inconstitucional, por unanimidad de todo el Tribunal, la *National Industry Recovery Act*, NIRA, en la sentencia *A. L. A. Schechter Poultry Co. et al. v. United States*, 295 U. S., 553, 1935, <https://supreme.justice.com/cases/federal/us/295/495/case.html>

en cabeza del gobierno federal ninguna obligación tendiente a hacer efectiva la aplicación de la famosa Sección 7(a) sobre sindicalización y negociaciones salariales. Sin duda, tratando de hacer equilibrio entre los intereses empresarios y obreros, la ley terminó sin satisfacer a ninguna de las partes aunque, dada la desigualdad estructural de los factores, los industriales resultaron, dentro de dicho esquema, la parte más beneficiada.

Esta conclusión es la que permite entender la posición del *Reader's Digest* durante el inicio de administración Roosevelt, ya que el esquema sindical sin perjuicio de algunas concesiones se mantuvo durante el período dentro de límites fijados históricamente por la AFL, y las relaciones de poder, por ende, no sufrirían alteración alguna.

Como ya se dijera, si bien proclamaba el derecho a la sindicalización, la NIRA no otorgaba armas jurídicas a los trabajadores para exigir su cumplimiento, y tampoco obligaba a los empresarios a reconocer a los nuevos sindicatos. La rebelión contra la nueva legislación partió del sindicalismo industrial, especialmente de los sectores mecánicos de la industria automotriz y de los obreros de carbón, para después extenderse al resto de los sindicatos en una ola de huelgas que alcanzó en 1934 a incluir a un millón y medio de trabajadores³⁵. El surgimiento en el nuevo escenario productivo de sindicatos altamente combativos implicaba un verdadero cambio radical en las relaciones de producción, pero de ninguna manera puede interpretarse como un brote revolucionario. En realidad, la creación de nuevos sindicatos industriales que terminarían conformando el Congreso de Organizaciones Industriales (CIO) operó más como un freno tendiente a moderar el impulso del sindicalismo industrial que como un logro, y le otorgó a las relaciones laborales un marco institucional que operaría como contenedor de la nueva realidad obrera³⁶, quitándole de esta manera cualquier perfil revolucionario.

Sin embargo no fueron los reclamos de los trabajadores mediante huelgas y

³⁵ Insulza, *ibídem*, 47.

³⁶ *Ibídem*, 46.

manifestaciones ni tampoco la represión desatada, y mucho menos la declaración de inconstitucionalidad de la N.I.R.A., las razones por las cuales el *Digest* cambió su criterio editorial con respecto a la actividad sindical. Durante el año 1935, impulsada por el Senador Robert Wagner³⁷, se promulga la Ley Nacional de Relaciones Laborales, (N.L.R.A. por sus siglas en inglés), que marca un antes y un después en la defensa de los derechos de los trabajadores en los EE.UU., y es aquí, en las acciones que devinieron a partir de su sanción, en donde podremos encontrar una respuesta a la posición adoptada por la revista.

Este nuevo escenario socio-político que emergió de la ola de huelgas de 1936 y 1937³⁸ y la posición abiertamente a favor de los sindicatos de la N.L.R.A. provocaron una reacción por parte del *Digest*. En el año 1937 la revista publica un artículo emblemático titulado “*It can happen here*”³⁹, en donde la revista alerta sobre el excesivo poder de los líderes sindicales, a los que califica como instigadores de una “Revolución Rusa” y, arrogándose algún tipo de representación informal, advierte al “pueblo estadounidense” sobre lo que interpreta es el primer estadio de la revolución.

Resulta muy esclarecedor para entender la posición sustentada por la revista el texto del artículo citado, en el cual se hace referencia a la huelga desatada en la empresa Chrysler durante el año 1937 y en donde el autor compara la situación que se estaba viviendo con lo sucedido en Rusia durante el gobierno menchevique. En una analogía bastante disparatada, se intenta poner a la población en contra de los huelguistas, identificando a estos con elementos

³⁷ Senador por el Estado de Nueva York desde 1927 a 1948.

³⁸ El año que transcurrió entre los veranos de 1936 y 1937 fue tremendamente agitado desde el punto de vista gremial y laboral en los grandes centros industriales de los EE.UU. Los comités de fábrica de las industrias automovilísticas, cauchera y eléctrica, junto con movimientos de base afines en el sector marítimo, lanzaron una ofensiva sostenida casi sin igual en la historia estadounidense tanto en cuanto a su creatividad táctica como en su demostración del poder de la clase obrera dentro del proceso industrial y de cara al incipiente capitalismo corporativo que iniciaba su proceso de consolidación. La unión frente al reclamo sindical de características excepcional, tanto de obreros calificados como de aquellos sin calificación, sumado a la desaparición de las diferencias entre los autóctonos y los de origen extranjero, generó una solidaridad entre los obreros estadounidenses que no se había conseguido hasta entonces.

³⁹ G. Sokolisky, “It can happen here”, *Reader's Digest*, mayo 1937, 30.

subversivos que buscan la destrucción del gobierno, tal como se desprende del párrafo que se transcribe a continuación:

Mientras escribo sobre aquellos días en Rusia, pienso en todos los ataques que sufre la propiedad privada en este país. Y de los compromisos que se hicieron. Los huelguistas, participantes de la sentada en Chrysler, escribieron al Gobernador Murray que ellos lo habían elegido, y que por lo tanto él debía servir a sus deseos. Con qué asiduidad fue enrostrado a Kerensky que él había sido puesto en el poder por los soldados y los trabajadores y que por lo tanto debía obedecerlos. Cuando el juramento en un cargo está sujeto a interpretaciones individuales, cuando los funcionarios públicos se preguntan a sí mismos si deben servir a los intereses de la nación o al grupo de presión que los puso en el poder, la nación está destinada al fracaso. (.....)El pueblo estadounidense no se ha dado cuenta todavía de que están en el primer estadio de una revolución. Sin embargo, la experiencia con revoluciones muestra que el ataque a la propiedad privada por parte de bandas ilegales ante quienes el gobierno se muestra impotente es la primera gran batalla en la destrucción de cualquier gobierno.⁴⁰

Este temor instaurado desde las páginas de las revista tuvo en el artículo citado su punto más alto, y de alguna manera cierra una etapa editorial en la publicación. El mundo en general y los Estados Unidos en particular se encaminaban a partir del año 1939 hacia una escenario que pondría, desde el punto de vista de su presencia en los medios, a la “cuestión obrera” en un plano subalterno. La invasión alemana a Polonia, la declaración de guerra contra Alemania, tanto de Inglaterra como de Francia, y la discusión interna dentro de la sociedad estadounidense sobre si el país debía o no involucrarse abiertamente en el conflicto hicieron que los artículos vinculados a la temática obrero empresarial de edición estadounidense del *Reader's Digest* fueran desapareciendo.

Como quedó expuesto, en el contexto socioeconómico de los EE.UU. y la imbricada relación de los medios con el momento histórico en el cual se desenvuelven y desarrollan es donde hallamos las respuestas y donde encuentran explicación los giros editoriales producidos en el *Digest* en lo que a sindicalismo se refiere, desde su aparición en 1922 y hasta el estallido de la

⁴⁰Traducción del autor.

Segunda Guerra Mundial.

En este sentido, y haciendo un resumen apretado de lo expuesto, podríamos decir que la aparición del Fordismo y la producción en masa, sumado al concepto de individualismo responsable y la posición conservadora de la AFL explican la posición sustentada por la revista durante la década de 1920 hasta la crisis de 1929. La Gran Depresión y el surgimiento del *New Deal* como salvaguarda del capitalismo ante la emergencia del socialismo real en Europa, junto a la acción de la justicia a favor de la inconstitucionalidad de la Ley Nacional de Recuperación Industrial, y el escaso cambio en las relaciones de poder que la misma hubiera podido generar, dan cuenta de la posición a favor de Roosevelt que mantuvo la revista hasta 1935. Por el contrario, la posición a favor del sindicalismo industrial que se desprende del texto de la NLRA en su intención de modificar la estructura de poder existente, sumado a las convulsiones sociales y los nuevos métodos de lucha planteados por los obreros violando la otrora intocable propiedad industrial, explican las agresiones y temores que se desprenden de los artículos del año 1937.

Sin perjuicio de lo expresado, y no obstante las cambiantes posiciones de la revista frente a las distintas realidades que se fueron dando entre 1922 y 1940, una idea primaria se mantiene como una constante a través de todo período. El *Reader's Digest*, independientemente del devenir de los acontecimientos, estaba convencido, y a partir de ello intentó convencer a sus lectores de que dentro de la sociedad estadounidense el trabajador y la superestructura ejecutiva⁴¹ de las empresas conformaban una sociedad con idénticos intereses, por lo que no cejó en su intento de enfatizar la necesidad de cooperación entre ambas áreas.

Desde el concepto del “sueño americano”, la narrativa del *Reader's Digest* dejaba en claro que la sociedad estadounidense no funcionaba sobre los principios de una suma cero, sino que el éxito de una persona elevaba a toda la

⁴¹ En la estructura corporativa de capitalismo norteamericano, el “*management*” suple la ausencia de una patronal identificable.

sociedad mediante la oferta de posibilidades a otros trabajadores⁴².

En la edición estadounidense del *Reader's Digest*, la problemática obrero-empresarial comenzó a perder interés a partir del inicio de la Segunda Guerra Mundial. Con el "aparente" éxito del *New Deal*⁴³ en su objetivo de solucionar el grave problema de desempleo que originó el crac financiero de 1929, una vez revitalizada la economía del país, los estadounidenses, según Robert Dallek⁴⁴, cambiaron el eje de su preocupación hacia lo que podríamos denominar la "seguridad nacional", y de igual manera lo hizo el *Reader's Digest*. La tregua pactada con los sindicatos, resultado del ingreso de EE.UU. en la Segunda Guerra Mundial y la circunstancial alianza con la Unión Soviética que dicho ingreso produjo, hizo que la revista, en su edición de habla inglesa, olvidara totalmente su anterior preocupación por la problemática obrero-empresarial, la existencia o no de lucha de clase en el seno de la sociedad estadounidense, o la posibilidad, aunque sea remota, de que alguna vez los EE.UU. fueran una nación socialista.

⁴² Sharp, *ibídem*, 80.

⁴³ Hacia 1939 todavía existían 10.000.000 de desempleados en los EE.UU.

⁴⁴ Robert Dallek, *The American Style of Foreign Policy: Cultural Politics and Foreign Affairs* (New York: Knof, 1983) <https://academic.oup.com/jah/article-pdf/70/4/.../70-4-929.pdf>.

CAPITULO IV

Un imaginario laboral para la América Latina

(Pelearse no vale la pena)

Durante los años cuarenta, en la continuidad de la política de Buena Vecindad iniciada por el presidente Roosevelt en la década anterior, los Estados Unidos, se preocuparon por aumentar el contacto con los países latinoamericanos y facilitar las relaciones políticas, culturales y económicas entre los países situados al sur del Río Grande y el resto del continente. Este accionar tenía como objetivo principal el de garantizar la influencia de los EE.UU., desde lo político, en su rol de potencia hegemónica dentro del continente, y desde lo económico, no solo para fomentar un mercado consumidor donde colocar los productos que industrializaba sino también para asegurarse la explotación de los recursos naturales que la región poseía en abundancia. Sin duda la política implementada resultaba funcional a la necesidad de la economía interna de los EE.UU. de ampliar su mercado exportador como uno de los ejes de la recuperación industrial al que apuntaba el *New Deal* en su intento de superar definitivamente los inconvenientes surgidos a partir de la Gran Depresión posterior al crac de 1929, especialmente el flagelo de desempleo industrial.

En el plano internacional tenía la firme intención de disminuir la influencia europea y disipar la proliferación de conceptos y valores afines a la ideología nazi fascista, teniendo en cuenta no solo las relaciones comerciales que unían a Europa con el subcontinente sino también debido al gran número de inmigrantes de origen alemán e italiano, especialmente en el sur de Brasil y en la zona litoral de la República Argentina. La intención era clara: se debía volcar la simpatía de la población sudamericana hacia los EE.UU.

Con la necesidad económica y política de fortalecer la presencia estadounidense en Latinoamérica, el gobierno del presidente Roosevelt pone en práctica un paquete de medidas entre la que se destaca la creación de la Oficina del Coordinador de Asuntos Interamericanos, la cual, como ya hemos expresado en el Capítulo I, se encontraba presidida por el empresario Nelson Rockefeller e inserta dentro de la estructura del Ministerio de Defensa. Entre

los instrumentos utilizados por OCIAA para dicho objetivo político, *Selecciones* es, sin lugar a dudas, una de las herramientas más exitosas.

Entre los imaginarios más estudiados con respecto a la publicación se destacan dos. El primero sería aquel económico/político que intenta consolidar dentro de la población la idea de que la democracia liberal y el capitalismo eran sistemas superadores, tanto de los regímenes fascistas del centro de Europa como del comunismo, en cuanto a libertad personal y satisfacción de necesidades. El segundo imaginario estaría más enfocado al universo aspiracional de los sectores medios, tanto altos como bajos, sobre el cual *Selecciones* intentó construir un ideal de consumo, a partir tanto de los artículos que ofrecía como de la publicidad que se desplegaba en sus páginas.

La publicidad operaba en los dos imaginarios descriptos. Desde lo aspiracional, instalaba en las mentes de las capas medias y medias bajas alfabetizadas el importante nivel de vida de la población en los EE.UU., incluso de su clase trabajadora, y desde lo político intentaba convencer a Latinoamérica de la superioridad estadounidense en lo que se refiere al poderío militar. La revista quería dejar bien en claro que tanto las fuerzas del eje como las de la URSS después de 1945 no tenían posibilidad alguna de triunfar en la guerras que habían emprendido, y al mismo tiempo promocionar su industria bélica para poder colocar productos en la región una vez terminado el conflicto¹.

El imaginario de consumo descrito resulta inseparable de los conceptos de igualdad de oportunidades, individualismo responsable y “hombre hecho a sí mismo” que la revista utilizaba para sustentar el mito del “sueño americano”, cuya posibilidad de cumplimiento intentaba fijar en las mentes de la población de la América Latina a partir de sus artículos.

El éxito de la revista en la difusión de los valores de la cultura estadounidense blanca, masculina y protestante que presentaba a su sociedad como modelo a ser emulado en todo el mundo fue notable, a tal punto que una encuesta de

¹ La industria bélica era una de las que mayor cantidad de avisos publicada en la revista.

Ibope realizada en Brasil dio como resultado que *Selecciones* era la revista más confiable de aquel país², por encima de publicaciones locales. Si bien no se encontraron encuestas en igual sentido para la Argentina, se puede inferir que la revista contaba con un alto grado de confiabilidad entre la población, ya que hacia diciembre de 1941, un después de su lanzamiento en el país, *Selecciones* alcanzó una tirada de 155.000 ejemplares mensuales³.

Estos dos grandes imaginarios descriptos, como se vio en el capítulo anterior, son trasladados por la revista a distintas situaciones que van desde lo personal a lo colectivo, desde la toma de decisiones individuales a la forma de manejarse en la vida de relación, y tal como anticipáramos, incluyen también el comportamiento de trabajadores y empresarios, esto es, cómo se deben relacionar, cómo deben dirimir sus diferencias y cuál es el camino adecuado y “estadounidense” para la superación de la lucha de clase.

Contrariamente a lo que sucedía en su edición estadounidense, que a partir del inicio de la década de 1940 dejó de publicar artículos sobre el tema, el lanzamiento de la revista en Latinoamérica retomó la temática obrero-empresaria como un instrumento importante a ser utilizado en el cumplimiento del objetivo inicial descripto. En tal sentido, dedicó un número importante de artículos, desde su lanzamiento en diciembre de 1940 y hasta finales de la década, a destacar los beneficios que proporcionaba el capitalismo a los obreros estadounidenses.

El estudio de la publicación en el período permitió identificar, intercalados entre las secciones fijas, los artículos de difusión científica, las historias de soldados que se encontraban luchando en la Segunda Guerra Mundial y los resúmenes de libros, cincuenta y dos artículos que aluden directa o indirectamente a la relación obrero-empresarial, ya sea desde individual, lo sindical, lo

² Lorena Baghetto, *O Pesadelo comunista ameaça o Ocidente: O anticomunismo nas revistas Seleções do Reader's Digest (1946-1960)*. Tesis Universidad de Parana Curitiba. www.poshistoria.ufpr.br/documentos/2004/Lorenabeghetto.pdf.

³ Lisa Ubilaker Andrade, “La revista más leída del mundo: Selecciones del Reader's Digest y culturas de clase media, 1940-1960”, *Contemporánea Historia y Problemas del siglo XX*, Volumen N°5, 2014, 27.

organizacional o desde la comparativa entre el modo de vida y la forma de trabajo de un obrero de los EE.UU. versus uno del bloque soviético o de la Alemania Nazi⁴.

El número resulta importante para una temática que había resultado esporádica durante la década de 1930⁵ en la edición estadounidense, ya que implica, de promedio, un artículo cada dos ediciones, lo que demuestra un interés específico sobre el tema durante la década de 1940. En la década posterior, la temática pierde presencia y el grueso de la producción de la revista se orienta a la diferenciación política y económica con el bloque socialista y a la demonización del marxismo como ideología.

De manera general, podría decirse que todos los artículos aluden, de una u otra forma, a las cualidades del sistema capitalista, destacando el ambiente agradable en que los obreros de las fábricas se desempeñaban, como así también lo bien que se les pagaba y cómo su salario se encontraba directamente relacionado con el empeño y la dedicación puesta por el empleado u obrero en sus tareas. *Selecciones* alimentaba de esta manera la instalación, dentro del imaginario social de los países latinoamericanos, de una suerte de justicia retributiva existente en el centro del sistema capitalista.

La demostración real de dicha justicia, ínsita en el sistema, surgía en innumerable cantidad de artículos publicados, en donde se ponía de manifiesto el alto nivel de vida que el obrero estadounidense tenía, como así también la cantidad de bienes de consumo a los que tenía acceso, como ser: automóviles, lavarropas, heladeras, etc., comparable al de una clase media acomodada en esta parte del continente. Todos estos productos a su vez eran publicitados dentro de las páginas de la revista, aun cuando muchos de ellos no se comercializaban dentro del territorio latinoamericano.

⁴ En lo que se refiere a la comparativa entre sistemas políticos y de producción existe un corte temporal a partir del fin de la Segunda Guerra, ya que durante la misma no hubo artículos de crítica hacia el sistema socialista, como sí los hubo con su finalización y el inicio de la Guerra Fría.

⁵ En la investigación realizada sólo se encontraron trece artículos entre las décadas de 1920-1940.

Tratar de realizar una periodización de los artículos para nuestro análisis resulta una tarea poco sencilla. No obstante lo cual, de la recopilación efectuada parecería surgir que durante el primer quinquenio de la década, y coincidiendo con el ingreso de EE.UU. en el conflicto bélico, la mayoría de los artículos y reportajes tuvieron como eje la revalorización del trabajo industrial y la necesidad de que aquellos estudiantes, profesionales y mujeres que no fueron al frente colaboraran en el esfuerzo manufacturero que la época y la circunstancias imponían.

Distinto es el caso de lo que se publica a partir de 1946, cuyo eje parecería ser la eficiencia, eficacia y bondades del sistema de producción capitalista y el reparto equitativo de riquezas que su correcta aplicación generaba. Todo ello, en contraposición al “trabajo esclavo” en el que se basaba, para la publicación, la forma de acumulación que planteaba comunismo y el pésimo nivel de vida de la población en aquellos países en donde gobernaba.

Pero la distinción efectuada no resulta abarcadora y cuenta con demasiadas excepciones como para efectuar un análisis sólo a partir del esfuerzo de guerra y la Guerra Fría como premisas. Entendemos que, sin perjuicio de lo evidente que se manifiesta en la publicación, su carácter de instrumento cultural en la lucha contra el fascismo, primero, y el comunismo, después, resulta necesario incluir también otros aspectos que maticen de alguna manera la visión, casi unidireccional, que caracteriza a los estudios sobre la revista de manera de efectuar un análisis del discurso que incluya otra perspectiva.

Para desarrollar la temática obrero-patronal en su edición latinoamericana, la revista operó sobre distintos planos a manera de círculos concéntricos que, a medida que se tornan más amplios y abarcativos, van incluyendo a los anteriores. A partir de esta metodología se puede distinguir, de menor a mayor: en primer lugar, un plano individual, dentro del cual los obreros y empresarios accionan de manera aislada en la relación; un plano sindical ya con los obreros y empresarios organizados; un tercer plano ideológico en donde se contraponen capitalismo /socialismo, democracia/ totalitarismo; y, por último, un plano

simbólico en donde la revista, a través de sus relatos y las moralejas implícitas en los mismos, trasmite su ideal para la resolución del conflicto social.

El plano individual. La jerarquización del trabajador industrial (La importancia de ser obrero)

El discurso de *Selecciones* en el tema laboral parte de una revalorización del obrero dentro del sistema jerarquizando el papel que juegan los trabajadores en el proceso productivo y resaltando lo orgulloso que aquel debe sentirse por la tarea que desarrolla. Si bien los artículos seleccionados sobre el tema se correspondían con el período de esfuerzo bélico, su inclusión en la edición latinoamericana de la revista obliga a interpretarlos desde otra perspectiva.

En el artículo “Ahora trabajo en una fábrica”⁶, condesado de la revista *Your Life*, el personaje de la historia, que como es estilo dentro de la publicación relata en primera persona, es un profesor de música que por circunstancias de la vida pierde no solo sus alumnos sino inclusive su instrumento y se ve en la obligación de trabajar como operario en una fábrica de autopartes. Si bien la historia es un formato clásico del *Reader’s Digest*, en donde el individuo, con tesón y esfuerzo, supera la adversidad, el hecho de que dicha superación esté representada en que ahora trabaja como obrero en una fábrica le otorga cierta singularidad.

En el relato de su primer día de trabajo, el profesor de música devenido en obrero metalúrgico, se sorprende por los rostros y la expresión amistosa de los trabajadores que hacían fila a la espera de que se abrieran las puertas del establecimiento y se pregunta:

¿Dónde estaban los incoloros autómatas de los que se había hablado tanto? En la primera hora que pasé allí observé más alegría, jovialidad y optimismo en aquellos hijos del trabajo que en las clases sociales que se consideran más talentosas y afortunadas.⁷

⁶ Roberts, Clifford, “Ahora Trabajo en una Fábrica”, *Selecciones del Reader’s Digest*, mayo 1941, 20.

⁷ *Ibidem*, 21.

El párrafo transcrito deja entrever la clásica crítica que *Selecciones* hacía de los intelectuales cuando se refiere a clases sociales “más talentosas”, pero en este caso no es la historia de un obrero o vendedor a domicilio que se transforma en empresario sino que el camino es inverso y la satisfacción del personaje de la historia está en descubrir lo gratificante que puede ser trabajar como operario en una fábrica:

He querido trazar la breve historia de mi transformación en obrero para que sirva de aviso, de ejemplo y de estímulo a muchos profesionales vergonzantes que, derrotados en las primeras lides de su carrera, pueden todavía acogerse a una *segunda línea de defensa* en que les será fácil cosechar laureles no menos gloriosos y provecho no menos positivo⁸.

Como se ve, el autor del artículo no solo reivindica su trabajo como obrero sino que lo recomienda. Ahora bien, pensar que el artículo es una invitación para que la clase trabajadora de los EE.UU. tome conciencia de clase en términos marxistas no resistiría el más superficial de los análisis, pero entendemos que se lo puede tomar como el punto inicial de un discurso que *Selecciones* va a sostener durante la década de 1940 y que atravesará de manera transversal la economía, la política interna, lo social y, básicamente, el proyecto hegemónico de los EE.UU. para la región.

La visión del trabajo en un establecimiento industrial que de alguna manera descubre el personaje del artículo “Ahora trabajo en una fábrica” es algo que *Selecciones* no solo valoriza sino que además considera como una experiencia necesaria para todos aquellos destinados a insertarse en el mundo laboral y lo recomienda desde la formación académica:

¿Qué libro de texto (...) qué lectura escolástica, por brillante, profunda y atiborrada de datos y citas; qué laboratorio, por rico que sea su equipo y perfecta su organización, puede brindarle a Jim un conocimiento tan directo y sólido de los talleres de montaje, los altos hornos o el dibujo mecánico, como que el que ha alcanzado tomando parte aunque sea desde un puesto muy secundario, en esos procesos industriales? ¿Dónde podría aprender tanto sobre hombres y máquinas?

⁸ *Ibidem*, 23.

El texto transcrito corresponde al artículo “Universidad de Aula y Taller”⁹, y se refiere al tipo de formación brindado por la Universidad Antioch¹⁰, que incluía dentro su currícula el trabajo dentro de fábricas u organizaciones de tipo industrial, a la que los alumnos debían concurrir obligatoriamente. Los profesores de Antioch sostenían que “...familiarizando a los muchachos y muchachas, primero en el propio recinto académico y después fuera con las condiciones reales en que se desenvuelven en el trabajo, los coloca en una situación de positiva ventaja sobre los graduados de las instituciones que continúan aferradas al arcaico plan de estudios”¹¹.

El elemento clave en la propuesta educativa de Horace Mann¹², fundador de la universidad, es la igualdad social en el marco del crecimiento económico y la movilidad social ascendente. Mann aspiraba a crear una única clase social de personas educadas que combinase la propiedad y el trabajo, pues “la propiedad y el trabajo, en diferentes clases, son esencialmente antagónicos, pero la propiedad y el trabajo, en la misma clase, son esencialmente fraternales...”¹³. La idea educativa de Antioch promueve una relación empática

⁹ Karl Detzer “Universidad de Aula y Taller” *Selecciones del Reader’s Digest* junio de 1941, 66.

¹⁰ La Universidad Antioch fue fundada en 1859 por Horace Mann en pleno tránsito de un modelo económico agrario a otro industrial en los EE.UU., y representaba un proyecto educativo progresista que se oponía al criterio educativo de las universidades tradicionales como Harvard, o Yale.

¹¹ Karl Detzer, *ibídem*, 67.

¹² Horace Mann, a menudo llamado en Estados Unidos el “Padre de la Escuela Pública”, comenzó su carrera profesional como abogado y legislador. Cuando fue electo Secretario del recientemente creado Consejo de Educación de Massachusetts, en 1837, utilizó su puesto para llevar adelante importantes reformas educativas. Asimismo, encabezó el Movimiento por la Escuela Pública, luchando para que cada niño recibiera una educación básica sustentada con los impuestos locales. Su influencia pronto se expandió más allá del Estado de Massachusetts, a medida que más Estados hicieron suya la idea de educación universal. El compromiso de Mann por la educación pública se desprende de su convicción de que la estabilidad política y la armonía social dependen de la educación: un nivel básico de alfabetización y la inculcación de ideales públicos comunes. En sus palabras: “Sin restar valor a ninguna actividad humana, puede afirmarse con seguridad que la Escuela Pública... debe convertirse en la más efectiva y benéfica de todas las fuerzas de la civilización”. Mann creía que la educación pública era central para una buena ciudadanía, para la participación ciudadana y para el bienestar de la sociedad. Domingo F. Sarmiento estuvo dos días reunidos con el matrimonio de Horace y May Mann y mantuvo correspondencia con esta última hasta su muerte. Mary Peabody Mann fue traductora de Sarmiento y la promotora de la llegada de 67 maestras estadounidenses que colaboraron en el diseño de plan de educación pública en Argentina.

¹³ Pedro Carañana, “Las misiones de las universidades europeas y estadounidenses: un análisis socio histórico de sus transformaciones”. Tesis Doctoral Universidad Complutense de

que favorezca la comprensión de la realidad por parte de aquellos supuestamente destinados a dirigir o fijar políticas, acerca de los hombres destinados a obedecer o a ser receptores de las políticas que se diseñen.

La importancia que *Selecciones* le otorga al conocimiento empírico del trabajo fabril para mejorar la formación de los profesionales de distintas áreas vuelve a aparecer en “Por el bienestar del obrero”¹⁴, en donde describe no solo la importancia de contar con un médico especializado en medicina laboral dentro de un establecimiento industrial para garantizar la salud de los trabajadores, evitar accidentes de trabajo y disminuir el costo del seguro, sino que además aconseja que el profesional encargado del tema se haya desempeñado como operario. El artículo pone en boca, ahora de un de un profesor de Universidad de Harvard la siguiente afirmación:

[...] el estudiante de medicina que en sus vacaciones trabaja en una fábrica, una mina o un aserradero adquiere una preparación excelente para la medicina industrial, por cuanto se familiariza con las ideas y la actitud de los trabajadores.¹⁵

La empatía propuesta desde la formación académica en la Universidad Antioch, o incluso desde Harvard, como se vio, es también alentada por *Selecciones* en base a principios morales y religiosos. “Fraternidad en la fábrica”¹⁶, un artículo de 1941 en donde se relata la experiencia de un establecimiento industrial, en el cual el presidente de la compañía, en una actitud paternalista, no solo conoce a cada uno de sus operarios llamándoles por su nombre sino que inclusive les permite a los mismos probar suerte en otras fábricas, reservándoles el trabajo para el caso de que decidan volver, en una actitud que excede los principios de eficiencia.

Madrid, <http://eprints.ucm.es/33378/>

¹⁴ Waldorn Webb, “Por el Bienestar del Obrero”, *Selecciones del Reader’s Digest*, marzo de 1941, 65.

¹⁵ *Ibidem*, 67.

¹⁶ Don Wharton, “Fraternidad en la Fábrica”, *Selecciones del Reader’s Digest*, diciembre de 1941, 43.

El artículo se explaya sobre el buen trato del presidente y la lealtad que como respuesta recibe de sus empleados. Pero en este caso la actitud de empatía no se sustenta en cuestiones económicas o de producción, como en el caso anterior, sino en cuestiones morales y religiosas: “Nuestra regla es tratar al empleado con la misma consideración con que quisiéramos que él nos tratase si nosotros estuviésemos en su lugar y él en el nuestro. ¿No fue esto lo que alguien predicó en Galilea hace ya veinte siglos?”¹⁷

A partir de la revalorización del obrero como elemento fundamental del sistema y el reconocimiento de ese valor que deberían tener los sectores hegemónicos de la sociedad, *Selecciones* propone la construcción de una relación entre los factores del trabajo que, insertándose en la nueva realidad surgida con el inicio del *New Deal*, establezca una actitud empresarial diferente, que opere como contrapeso a la alienación provocada por la consolidación del Fordismo como sistema de producción.

Continuando con el análisis dentro del plano individual, en contraposición al orgullo de pertenecer a la clase trabajadora y la obligación, tanto desde lo gerencial como desde lo moral, de valorizar al obrero en la digna tarea que realiza, que se desprende de los artículos citados, *Selecciones* revela al lector latinoamericano, de forma brutal, la diferencia existente entre un obrero estadounidense y un obrero alemán. “Los obreros bajo la esvástica” (Sic)¹⁸, artículo escrito por el mecánico de una fábrica alemana especialista en legislación laboral, de apellido Hamburger, ofrece una pintura cruda y, no por cierta, menos intencionada de los padecimientos del obrero alemán bajo el régimen nazi.

El copete del artículo en donde el autor se plantea a modo de pregunta: “¿En qué se diferencia el obrero alemán de hoy del esclavo de la antigüedad?” nos anticipa el tenor del análisis desplegado en la nota, que se inicia con una

¹⁷ *Ibidem*, 45.

¹⁸ Ludwig Hamburger, “Los Obreros bajo la Svástica”, *Selecciones del Reader's Digest*, octubre 1941), 61.

descripción de los derechos del siervo medieval en el sentido que se encontraba 'adscripto a la gleba', de la cual no podía separarse para terminar afirmando: "Sustituid gleba por empleo y habrás signado la verdadera condición del obrero alemán"¹⁹.

El artículo hace un relato altamente intencionado sobre la forma en que el régimen nazi reclutaba obreros para la industria, sin permitirles negociar salarios, ni tener vacaciones, ni sindicalizarse, concluyendo que: "En puridad de verdad, el obrero alemán se halla en la condición de un esclavo, salvo la diferencia de que no pertenece a un amo particular. Su patrono nominal viene a ser, en realidad, un capataz"²⁰. Como se ve, la cuestión es simple y carece de matices, en el sistema capitalista/democrático el obrero está orgulloso de serlo y el empresario lo entiende y se pone en su lugar, mientras que en los sistemas totalitarios/corporativos, el obrero es obligado a trabajar de tal y se desenvuelve en condiciones muy similares a la esclavitud. El mensaje, sin duda maniqueo, resulta un claro ejemplo de la intención abierta por fidelizar a la población latinoamericana con la causa aliada, dos meses antes del ingreso formal de los EE.UU. en la guerra.

La analogía utilizada para caracterizar al obrero alemán como siervo de la gleba vuelve a ser utilizada dentro de la revista, ahora en el marco de la Guerra Fría con la Unión Soviética. Hans Grassmann, ingeniero alemán que logró escapar de una mina de uranio en la frontera de la Baja Sajonia y Checoslovaquia, expresa: "las condiciones de trabajo eran similares a las de la Edad Media..."²¹. El artículo pone a dos regímenes, el nazismo y el comunismo, en un mismo plano de igualdad al expresar que: "...Las condiciones de trabajo recuerdan la esclavitud que imponían los nazis..."²²

¹⁹ *Ibidem*, 63.

²⁰ *Ibidem*, 62.

²¹ Thomas Johnson, "Esclavos del Soviet, en busca de uranio" *Selecciones del Reader's Digest*, octubre 1948.

²² *Ibidem*.

Esta conceptualización del obrero orgulloso y el empresario responsable deriva en una serie de artículos en donde se relatan las acciones que cada uno de los actores de la relación, esto es trabajo y capital, en forma individual, pueden realizar a los efectos de mejorar el sistema, humanizándolo por una parte y tornándolo más eficiente por la otra. “Cuando volverá usted a ser un ciudadano respetable”²³ nos relata la historia de Ashby que tuvo que dejar sus estudios en Harvard por motivos económicos y comenzó a trabajar en una acería, que era el único trabajo disponible. El personaje que comienza como operario, en una actitud proactiva, sugirió una mejora en el sistema de producción. A partir de esa acción fue promovido a archivista y, según su propio relato: “...estaba aprendiendo cosas que nunca me enseñaron en las aulas de Harvard, lo más importante, estaba ganando tanto como si estuviese comenzando una carrera”.

El autor de artículo, motivado por la mejora en la remuneración e interesado por aprender más sobre su trabajo, compró algunos libros sobre la industria metalúrgica que lo llevaron a desarrollar un sistema para disminuir el desgaste del alto horno producido por el gas. El nuevo sistema economizaba el tiempo de las reparaciones y, por ende, mejoraba la producción. La satisfacción de haberlo propuesto le proporcionó tanta alegría que le hace decir que: “Comencé a vivir más para mis ocho horas de trabajo que para el descanso. Me sentía superior al resto del mundo...cierto es, que ninguno trabajó tan duro como lo hice yo o enfrentaba una responsabilidad tan grande”²⁴.

Un día, continua el relato, Ashby recibió una carta de su primo en donde le preguntaba cuándo iba a dejar la acería para volver a ser un ciudadano respetable, a la cual respondió:

Si te pudiera transmitir lo que siento trabajando aquí comprenderías mejor mis razones. Tú deberías hacer la experiencia también (...) Tú te preguntas cuándo dejaré la acería para volver a ser un ciudadano respetable. Hoy soy más respetable que nunca. Para comprender mejor lo que digo precisarías subir a una plataforma conmigo, ver el

²³ Thadeus Ashby, “Cuando volverá usted a ser un ciudadano responsable”, *Selecciones del Reader's Digest*, noviembre de 1950, 57.

²⁴ *Ibidem*, 65.

acero corriendo por el horno y así podrías decir lo mismo. Yo ayudé a hacer esto.²⁵

El relato se destaca por mostrar el orgullo del protagonista por ser operario. Este sentimiento fue el resultado del compromiso de Ashby con la empresa, que resultó en sugerencias capaces de mejorar la producción y la contrapartida del reconocimiento de la propia empresa que lo promovió y que premió su esfuerzo con mejores salarios. Fueron estos los sentimientos que influyeron en la decisión del protagonista cuando prefirió continuar trabajando en la industria que, según expresa, lo hacía sentir un ciudadano respetable a despecho de la opinión de su primo.

En el plano individual, muchas narraciones de la revista se dedican a destacar la importancia que tiene el compromiso de operario con el trabajo que realiza. Ahora bien, ese compromiso obrero debe, según *Selecciones*, corresponderse con una actitud por parte de los empresarios que esté al mismo nivel. El empresario debe reconocer el esfuerzo por la eficiencia, lealtad y la producción que realiza el empleado, con acciones que dignifiquen, mejoren la calidad de vida y permitan de alguna forma asociar a éste con el éxito de la empresa.

En este orden de ideas, muchos de los artículos de *Selecciones* resaltan en sus textos el accionar de las empresas para lograr, entre otras cosas, la estabilidad laboral del empleado, la atención de su salud y la de su familia, incluirlo en el control de gestión, mejorar el ambiente laboral en donde se desenvuelve, establecer sistemas de participación en las utilidades y otros mecanismos que los empleadores pueden aplicar para evitar las huelgas, garantizar la fidelidad, consolidar el compromiso, alentar la eficiencia, generar bienestar y hacer que la meta de la "felicidad" sea un objetivo al alcance de sus operarios.

La revista plantea la necesidad de una actitud proactiva de los empresarios tendiente a mejorar la relación con los obreros y empleados. Dicha actitud es tratada en los artículos a partir de dos enfoques: un primer enfoque, más

²⁵ *Ibidem*, 66 y 67.

consecuente con su estilo simple y poco académico, promueve conductas de tipo paternalistas por parte de los empresarios, en donde se fomenta el conocimiento personal del empresario con el operario a los efectos de que intervenga en forma directa en el bienestar de aquel y el de su familia, y una segunda, que podríamos definir como más científica, en donde la mejora y los beneficios que se proponen son producto de estudios económicos y sociológicos tendientes a lograr mejores rendimientos a partir de métodos de trabajo estudiados científicamente, o sistemas de capacitación para el personal intermedio.

Paternalismo empresarial (*Qué bueno es mi patrón*)

Selecciones, siendo como se ha dicho una revista de tipo prescriptiva, intentó mediante muchos de sus artículos promover un control social sustentado en el mejoramiento de las relaciones sociales, a las que supone amenazadas por el profundo deterioro del vínculo empresario/trabajador. Teniendo en cuenta el incipiente proceso de industrialización que se estaba produciendo en Latinoamérica para ese entonces, y la conflictiva experiencia vivida durante la década anterior en los EE.UU., *Selecciones* promueve establecer, sino un nuevo vínculo, al menos uno distinto.

En este sentido, promovió la aplicación de estrategias del denominado paternalismo industrial, dichas estrategias pueden ser leídas como un intento de recuperar un orden en las relaciones de subordinación haciéndolas descansar sobre el consentimiento de los trabajadores derivado de una suerte de reciprocidad de los dueños de fábricas o empresas. “Da gusto trabajar con Don Alfredo”²⁶ resulta un ejemplo claro del paternalismo empresario que se promueve. En dicho artículo se relata la experiencia de ingresar a trabajar en la Fábrica Argentina de Alpargatas (la mayor en su especie en Sudamérica, según la revista), en donde la protagonista de la historia, Carmen, se sorprende no solo ante la existencia de consultorios médicos gratuitos para los empleados, sino también de que se brindara capacitación gratuita facilitando de

²⁶ Frank J. Taylor, “Da Gusto Trabajar con Don Alfredo” *Selecciones del Reader’s Digest*, agosto de 1944, 6.

esta forma la posibilidad de que los empleados pudieran acceder a mejores posiciones y, por ende, percibir mejores remuneraciones.

Carmen se sorprendió de ver que en la fábrica había escuelas gratuitas a las cuales podía asistir después de las horas de trabajo. En algunas clases se enseñan oficios que capacitan al alumno para ascender a puestos mejores: el manejo de máquinas complicadas, taquigrafía, contabilidad, etc. Todas las empleadas de la dirección y todas las *sobrestantes* han hecho trabajo manual en la fábrica²⁷.

Con este tipo de relatos *Selecciones* intentaba demostrar que, si bien no existía un estricto equilibrio en las relaciones obrero-patronales, se podían poner en práctica mecanismos para morigerar los inconvenientes de la experiencia productiva y mejorar la economía de los trabajadores. El objetivo de la estrategia paternalista estaba en recomponer las relaciones sociales deterioradas por el industrialismo impulsado a través de una matriz de naturaleza liberal. Para restablecer dicho equilibrio, correspondía a los patronos asumir un rol protagónico, como conductores de las actividades económicas pero al mismo tiempo, como un referente moral para los trabajadores en las fábricas, minas y, sobre todo, en la vida cotidiana de la comunidad.²⁸

Otro ejemplo como el anterior es el artículo “La voz del empleado en el trabajo”²⁹, en donde se relata la experiencia de W.A. Patterson, un joven ejecutivo que fue nombrado presidente de *United Airlines*. Ante su falta de experiencia, el personaje del relato decide hacer una gira de dos meses por las dependencias de la empresa dentro de los EE.UU. para hablar con los empleados e interiorizarse de la problemática personal de cada uno. A partir del trato personal con los empleados y las inquietudes que estos le plantearon, no solo en cuanto a sus necesidades sino también en cuanto al funcionamiento de la empresa, Patterson pudo acopiar una enorme cantidad de ideas para

²⁷ *Ibidem*, 7.

²⁸ Hernán Venegas Valdebenito, “Paternalismo industrial y control social. Las experiencias disciplinadoras en la minería del carbón en Chile, Lota y Coronel en la primera mitad del siglo XX”, *Amérique Latine Histoire et Mémoire. Les Cahiers ALHIM*, publicado el 16 noviembre 2015.: <http://alhim.revues.org/5099>.

²⁹ Frank J. Taylor, “La voz del empleado en el trabajo” *Selecciones del Reader’s Digest*, enero de 1943, 53.

desarrollar un nuevo plan de negocios. Sus charlas con el personal se iniciaban de la siguiente forma: “He venido a tratar problemas de interés para la compañía, pero ante todo a conocer los problemas personales de ustedes, los cuales considero más importantes”³⁰.

La idea a transmitir es que la relación trabajador/empresario no debía reducirse a una simple ecuación económica, sino que debía desbordarse al plano de las relaciones personales, en el que el empresario debía convertirse en una especie de padre conductor de la gran familia industrial. La revista promueve una analogía entre la empresa y una familia, otorgando al empresario o patrón un rol de figura paterna sustituta y a los trabajadores como hijos a los cuales había que conducir, educar y eventualmente corregir y castigar.³¹ Este rol paterno del empresario, o del ejecutivo dentro del sistema corporativo, surge de manera muy clara cuando *Selecciones* describe que:

Patterson estudia mensualmente los índices del costo de vida en las ciudades donde tiene empleados. Si en Cheyenne sube, quiere saberlo primero que ellos para tomar las medidas del caso, antes que el alza de precios afecte al personal del gran taller de reparaciones que tiene allí la empresa.³²

Como se ve claramente en lo expuesto, *Selecciones* parece coincidir con Frederic Le Play al promover relaciones sociales fundadas en vínculos de interés y afecto, que se habrían perdido en el proceso de revolución industrial, precipitando a un conflicto abierto entre obreros y patronos. La manera de mantener la paz social que la revista propone parece coincidir con las del sociólogo francés, en el sentido de volver a las prácticas resquebrajadas por la revolución política y las transformaciones del régimen económico. Algunas características de la familia patriarcal resultaban positivas en cuanto a la creación de lazos afectivos para garantizar la cohesión y cubrir, dentro de lo razonable, el abanico de necesidades de sus miembros, brindando, por ejemplo, cuidados a los enfermos y a los ancianos, conformando una unidad de

³⁰ *Ibidem*, 55.

³¹ Richard Senett, *La autoridad* (Madrid: Alianza Editorial, 1982), 62.

³² Frank J. Taylor, “La voz del empleado en el trabajo”, *Selecciones del Reader's Digest*, enero de 1943, 54.

“seguridad social”.³³ Muchos artículos publicados por la revista aplicaban en las relaciones laborales los conceptos expresados.

El mensaje de *Selecciones* en lo que respecta al comportamiento de los componentes de la relación laboral en el imaginario que intenta construir resulta claro, la revista parece querer adaptar al proceso industrial el “mundo tradicional”, recuperando de alguna forma el patronazgo por parte de los empresarios con el fin de reforzar el orden social dentro de la industria, evitando una lucha frontal con los trabajadores y, de esa manera, orientarlos por intermedio de distintos instrumentos dentro de un sentido favorable a los intereses de la empresa y, por ende, del sistema.

En resumen, en cuanto al accionar individual del empresario mediante las representaciones que se manifiestan en sus artículos y reportajes, la revista trasmite un orden social basado en la valorización del obrero, al que debería escucharse y del cual el patrón debía aprender, y en el accionar de un empresario/patrón/ejecutivo que oriente favorablemente a los trabajadores, fomentado relaciones de cercanía fundadas sobre hechos concretos. Estos hechos podían ir desde el saludo cotidiano, el interés acerca de la situación familiar de los operarios o la concesión de beneficios específicos destinados a fortalecer la fidelidad de los trabajadores, el respeto y, básicamente, a consolidar las relaciones de confianza mutua.

Métodos científicos (*La ciencia y el dinero mejoran la producción*)

Como ya se anticipara, *Selecciones* no solo promovía acciones de tipo paternalistas como las descritas. La revista, como fiel exponente de un período en donde la producción en masa se impone como modelo, también promueve la aplicación de métodos científicos que mejoren las formas de trabajo, haciéndolas menos rutinarias y cansadoras, como así también la aplicación de incentivos económicos y de capacitación tendientes a mejorar los ingresos de los trabajadores y al mismo tiempo aumentar la producción o tornarla más eficiente.

³³ Floreal Forni, Ada Freytes y German Quaranta, “*Le Play: un precursor de la Economía Social*”. www.usal.edu.ar/archivos/csoc/docs/indicso-sdti001.pdf

Tal como lo fuera desde su lanzamiento en los EE.UU., la versión latinoamericana de la revista intenta poner al alcance de los sectores medios las innovaciones que se producen en los campos científicos. En este sentido, los problemas originados por el sistema de producción en masa en el rendimiento de los operarios y la manera de solucionarlos no fueron una excepción. La revista se hizo eco de los nuevos métodos que se avocaron al tema desde el campo de la sociología y las relaciones industriales, intentando solucionar no solo los problemas originados por el sistema productivo sino también generando condiciones o estableciendo estímulos tendientes a mejorar los ingresos de ambas partes de la relación laboral.

El artículo titulado “¿Cuándo Trabaja a Gusto el Obrero?”³⁴ realiza un detallado informe sobre los resultados obtenidos por el experimento sociológico/industrial llevado a cabo en la Western Electric Company, situada en la localidad de Hawthorne, Illinois³⁵. En dicho experimento, y tal como lo expresa el propio artículo, peritos en el manejo económico o sistematización económica del trabajo trataron de hallar los métodos, la jornada de trabajo y las condiciones físicas conducentes a la máxima producción diaria. El artículo tiene dos particularidades importantes: es el primero en tratar la cuestión laboral desde el punto de vista de la sociología, y segundo, su autor, Stuart Chase, era uno de los ideólogos de Roosevelt en el diseño de la políticas industriales, a tal punto que su libro *A New Deal*, aparecido en 1931, fue la fuente de donde FDR tomó el nombre para representar su proyecto socio económico.³⁶

El famoso proyecto Hawthorne fue llevado a cabo por Elton Mayo³⁷, un especialista en relaciones industriales que desarrolló la denominada “Teoría de las Relaciones Humanas” en el ámbito de la industria y la administración.

³⁴ Stuart Chase, “¿Cuándo Trabaja a Gusto el Obrero?”, *Selecciones del Reader's Digest*, noviembre de 1941, 30.

³⁵ Localidad en las afueras de Chicago que le dio nombre al proyecto.

³⁶ *Harvard Magazine*, septiembre/octubre de 2004: www.harvardmagazine.com/2004/09/stuart-chase.html

³⁷ Profesor y director del Centro de Investigaciones Sociales de la Harvard School of Business Administration.

Según Chase, el proyecto parte de la siguiente premisa:

...una fábrica desempeña dos funciones principales: la función económica de producir artículos de consumo, y la función social de atender a las necesidades y bienestar de las personas que trabajan en ella (...) los experimentos de Hawthorne demostraron que las dos son inseparables. Si el cuerpo de obreros de la fábrica no está satisfecho, ni se tiene en cuenta que ellos son seres sensibles y pensantes, todos los métodos de sistematización económica del trabajo serán impotentes para aumentar la producción³⁸.

La teoría desarrollada por Elton Mayo se preocupó, prioritariamente, por estudiar la opresión del hombre a manos del desarrollo de la civilización industrializada a partir de examinar los problemas humanos, sociales y políticos derivados de una civilización basada casi exclusivamente en la industrialización y en la tecnología. En tal sentido, en lo que hace al tema objeto del presente trabajo, establecía que la tarea básica de la administración es formar una elite capaz de comprender y de comunicar, dotada de jefes democráticos, persuasivos y apreciados por todo el personal. La persona humana, según la teoría, es motivada esencialmente por la necesidad de "estar junto a", de "ser reconocida", de recibir la comunicación adecuada. Mayo está en desacuerdo con la afirmación de Taylor, según la cual la motivación básica del trabajador es sólo salarial. La civilización industrializada, para la teoría, origina la desintegración de los grupos primarios de la sociedad, como la familia, los grupos informales y la religión, por lo que la fábrica debía operar como una nueva unidad social que proporcionara un nuevo hogar, un sitio para la comprensión y la seguridad emocional de los individuos.

En su artículo, Stuart Chase realiza un pormenorizado análisis del denominado "experimento Hawthorne", haciendo hincapié en la posibilidad de que los empleados y operarios tuvieron, en el marco de la investigación, la posibilidad de expresar sus opiniones y dar sus pareceres sobre la organización del trabajo y la producción dentro de la empresa y cómo esto repercutió en forma significativa en el aumento de la producción.

³⁸ Stuart Chase, *ibídem*, 31.

Se nos dice que el modo de suprimir la amenaza de los estados totalitarios es “poner la democracia a trabajar”. Algunos creen que esto consiste en aumentar la producción hasta que exceda la de las muy eficientes fábricas alemanas; otros creen que consiste en dar a los trabajadores nuevas satisfacciones y un espíritu nuevo, con el sentimiento de que él también es factor racional que vale en la consecución del bien común. Los descubrimientos de Hawthorne demuestran que ambos resultados pueden lograrse al mismo tiempo y por un mismo método³⁹.

La teoría de las Relaciones Humanas, al sostener que el nivel de producción está determinado por las normas sociales y la integración al grupo de cada trabajador, afirmando que éste tiene, además de necesidades materiales, necesidades morales y afectivas, pareciera insertarse de manera moderna y científica en una suerte de paternalismo como el planteado por Le Play, citado anteriormente en el presente trabajo.

Dentro de los estudios de administración promovidos por *Selecciones* se destacan aquellos denominados de “*gainsharing*”, esto es, sistemas de incentivos, no ya a partir de fortalecimiento de grupos desde el punto de vista de la integración social, sino básicamente mediante el establecimiento de premios económicos o de participación en las ganancias. La revista realiza, en el material relevado, dos aproximaciones al tema: una, surgida de la iniciativa individual de los empresarios sin estudios previos o elaboraciones teóricas, y otra, a partir de la aplicación de sistemas elaborados en base a desarrollos dentro del ámbito de la ciencia de la administración y las relaciones laborales.

Entre los primeros, a los que podríamos definir como empíricos o voluntaristas, corresponde citar “Incentivo económico en el trabajo”⁴⁰, un artículo de fines de 1942, donde se cuenta la experiencia de Lincoln Electric Company, en la ciudad de Cleveland, la firma dedicada a la fabricación de electrodos que desde 1934 estableció un plan de gratificaciones ascendentes en base a metas de producción que sextuplicó el volumen de ventas y dobló las ganancias líquidas de la empresa.

³⁹ *Ibidem*, 34.

⁴⁰ “Incentivo Económico en el trabajo”, *Selecciones del Reader's Digest*, octubre de 1942, 67.

Según *Selecciones*, no hubo ningún estudio científico para decidir la implementación del plan:

Lo que Lincoln hizo y sigue haciendo es cosa muy sencilla: se reduce al aprovechamiento práctico del afán de lucro, que es uno de los móviles más poderosos de las acciones humanas⁴¹.

Hacia fines de la década de 1940 aparecieron artículos acerca de los denominados sistemas “científicos” de participación en las ganancias y aprovechamiento de mano de obra, muy en boga hacia fines de la década de 1930 en los EE.UU., entre los que se destaca el diseñado por Allen W. Rucker. El denominado “Plan Rucker” enfatiza la identificación con la compañía y el compromiso de los trabajadores a través del establecimiento de un sistema de sugerencias, “comités Rucker”, y una buena comunicación entre trabajadores y la administración. Además prevé un sistema de primas o bonos, donde todo trabajador, con excepción de los altos ejecutivos administrativos, participa de un porcentaje de las utilidades.⁴²

En “Cómo ganar dinero con los obreros”, la revista relata la experiencia de aplicación del Plan Rucker en la Continental Paper Company, poniendo en boca del Presidente de la empresa la siguiente frase: “...El plan permite a compañía y obreros ganar dinero en colaboración con la otra parte y no a costa de la otra parte. Creo que será la cosa más inteligente que nuestra compañía y sus obreros han hecho⁴³”.

Como se ve, el sistema resulta de una coherencia absoluta con los principios sustentados por *Selecciones* para el manejo de las relaciones de trabajo; esto es, a partir de la comisiones obrero/gerenciales, permite a los ejecutivos ponerse en el lugar de los obreros, tomando conocimiento de su problemática y escuchando sus sugerencias, y por otro lado, al establecer incentivos económicos como contrapartida al aumento de la producción, intenta demostrar

⁴¹ *Ibidem*, 68.

⁴² Rosario Espinoza, *Capital Humano* (exposición el 25 de noviembre de 2010, Ciudad de México). Acceso 20 de abril de 2016: <https://prezi.com/7zplnp5laax2/capital-humano>

⁴³ Burton Heath, *Cómo ganar dinero con los obreros Selecciones del Reader's Digest*, diciembre de 1948, 125.

cómo es posible, mediante la aplicación de sistemas de gestión, lograr que el capitalismo de libre empresa opere como distribuidor del ingreso.

En el plano sindical. (¿Son los sindicatos nuestros enemigos?)

En enero de 1946, Henry Ford brinda una conferencia en la Sociedad de Ingenieros de Automóviles en la ciudad de Detroit para anunciar abiertamente lo que él consideraba “el fin de la lucha de clases en los EE.UU”:

La Ford Motor Company no tiene intención de romper con los sindicatos ni tampoco de volver el reloj atrás. (...) Debemos mirar cómo mejorar e incrementar un liderazgo responsable para ayudar a resolver la ecuación humana en la producción en masa. (...) Las relaciones industriales deben ser conducidas con la habilidad y determinación que un ingeniero aplica en la solución de problemas mecánicos⁴⁴.

Sin duda, el discurso es el inicio de una nueva era en la relación entre el capital y el trabajo en los EE.UU., ante el nuevo escenario que planteaba el fin de la Segunda Guerra Mundial. *Selecciones* no se mantiene ajena a la nueva etapa que se inicia y a partir del año 1946 y aborda el tema sindical en una serie de artículos que analizan la cuestión a partir perspectivas distintas que van reflejando la discusión hasta que la misma es zanjada a partir de 1950.

La aparición de estos artículos coincide con el final de la tregua acordada entre el gobierno y los sindicatos producto del ingreso de los EE.UU. en la Segunda Guerra Mundial⁴⁵. La terminación del conflicto bélico alentó a las grandes compañías a plantear un nuevo esquema superador, a su criterio, del que establecía la Ley Wagner y provocó en los sindicatos un doble temor. Por un lado, la vuelta de las tropas asentadas en el frente europeo, sumado al cierre de fábricas destinadas a la industria bélica, podría generar una disponibilidad de mano de obra que presionaría los sueldos a la baja, y por el otro existía un fundado miedo a que el avance tecnológico producido durante el conflicto

⁴⁴ Citado en Mark Davis, *Prisoners of the American Dream* (New York Verso 1986), 102. Traducción del autor.

⁴⁵ Durante 1946 las huelgas proliferaron en los EE.UU especialmente entre los trabajadores de la energía, de la carne y del acero. Las huelgas se hicieron sentir fuertemente en Rochester y Pittsburg. En Oakland, California la huelga involucro más de 100.000 trabajadores.

bélico aplicado a la industria pudiera generar una importante pérdida de empleo⁴⁶.

“Los sindicatos se DEMOCRATIZAN”⁴⁷, es el título de un artículo escrito específicamente para el *Reader's Digest* por William Hard, quien fuera editor itinerante de la revista por más de veinte años, especializado en temas sociales y laborales. Hard resalta la importancia de la denominada “Carta de asociación entre patronos y sindicatos” (*Labor-Management Charter*), formulada en 1945 por Eric Johnston, en nombre de la Cámara de Comercio de los EE.UU.; William Green, de la AFL, y Philip Murray, de la CIO, y que fuera presentada al presidente Harry Truman a los efectos de sentar las bases de la relaciones entre el capital y el trabajo para el período de posguerra⁴⁸.

El documento firmado es de alguna manera el inicio del cambio de época en la relaciones entre el capital y el trabajo al que Henry Ford aludía en su discurso. El cambio continuará con la modificación de la Ley Wagner en 1947 y culminará con la firma del convenio colectivo entre la *United Auto Workers* (UAW) y la General Motors Corp. en 1950, que sentará las bases sobre las cuales serán repartidos los excedentes del sistema corporativo/capitalista durante toda la década.

A los efectos del presente trabajo, el artículo fija algunos conceptos realmente interesantes. El autor resume los mismos en cuatro principios a tener en cuenta en el escenario de posguerra que se iniciaba.

1. Se reconocerá y preservará el derecho fundamental de los obreros a agremiarse y celebrar contratos colectivos con los patronos. Esto obligará a ciertos directores industriales a desistir en su empeño de desvirtuar la ley Wagner o evadirla mañosamente.

⁴⁶ Robert J Watt, “Labor Problems Now and Postwar” *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* Vol. 240, , julio 1945, 51-54.: <https://www.jstor.org/stable/10.2307/i242847>

⁴⁷ William Hard, “Los sindicatos se DEMOCRATIZAN”, *Selecciones del Reader's Digest*, febrero de 1946, 93/95.

⁴⁸ Willam F. Hartford, *Where is Our Responsibility. Unions and Economic Change in the New England Textile Industry, 1870/1960* (University of Massachusetts Press: Amherst, 1966), 89.

2. Se reconocerán y preservarán el derecho y la responsabilidad del patrono de dirigir las operaciones de la empresa. Esto obligará a ciertos sindicatos a desistir de su empeño de usurpar el lugar de los patronos cuando se trata de tomar decisiones relativas al manejo general de la empresa.
3. El grado de producción será el más alto posible, y de continuo se dará aliento a todo adelanto tecnológico. Esto obligará a ciertos gremios a desistir de su empeño de cercenar la producción del obrero e impedir la adopción de maquinaria y métodos mejores.
4. Habrá un sistema económico de alcance nacional que proteja al obrero contra las eventualidades del desempleo. Esto hará que ciertos patronos no miren con ojos hostiles todos los nuevos planes de compensación por desempleo y de empleo permanente, sino que, por el contrario, los estudien con el sincero propósito de hallar en ellos algo que conduzca a una política práctica provechosa⁴⁹.

La Carta de Asociación entre obreros y patronos intenta aprovechar los temores que la posguerra había instalado en la mente de los trabajadores para, de una manera contractual, negociar con los sindicatos la persistencia de algunos de los beneficios concedidos por la Ley Wagner: el reconocimiento de los sindicatos, los convenios colectivos y un seguro de desempleo a cambio del compromiso de los obreros a no hacer huelgas durante el período de reconversión que se avecinaba. En este esquema, los patronos intentaban garantizarse una suerte de *pax* laboral para la crisis que sobrevendría al regreso de las tropas del frente occidental, los inevitables cambios tecnológicos que se producirían y la no injerencia de las comisiones internas en la toma de decisiones de la empresa.⁵⁰

Empiezan ya a adoptarse en las fábricas procedimientos paralelos a los de las instituciones públicas de la democracia. *Legislación*: el convenio de contrato colectivo formulado y aprobado por el patrono. *Ejecutivo*: el patrono nada más. *Poder Judicial*: el mecanismo de queja.⁵¹

⁴⁹ Hard, *ibídem*, 94 y 95.

⁵⁰ Jack Metzgar, "1945-1946 Strike Wave", en *The Encyclopedia of Strikes in America* (Aaron Brenner, Benjamin Day, Immanuel Ness Editors). (M.E. Sharp Armonk New York, 2009), 216, <https://searchworks.stanford.edu/view/11740374>

⁵¹ William Hard, "Los sindicatos se democratizan", *Selecciones del Reader's Digest*, febrero de 1946), 95 y 96.

El párrafo transcrito resulta un ejemplo claro de cómo marginar al estado de la regulación del trabajo en forma general, o de la fijación de condiciones mínimas dejando todo librado a acuerdos sectoriales (convenios colectivos) e incluso estableciendo mecanismo internos de mediación y conciliación que operarían por fuera de los poderes jurisdiccionales⁵². La innovación tecnológica y los despidos de personal que esto generaría serían resueltos mediante el establecimiento de un seguro de desempleo que administraría el gobierno federal y que sería de aplicación en todo del territorio de los EE.UU.

Sin dudas con el artículo citado⁵³, *Selecciones* preanuncia el nuevo discurso que se inicia con la Guerra Fría, y lo hace cinco años antes de que la revista *Fortune*⁵⁴ pusiera en blanco sobre negro la cuestión editando, lo que pareció en su momento, un verdadero "manifiesto capitalista" cuando afirmara que el sistema contractual privado entre los trabajadores y el capital, dependerá de una mínima intervención del estado, y representaba una particular y "americana" solución a los problemas de la lucha de clases y la conciencia proletaria.

En la lucha de intereses por la consolidación de un nuevo escenario, la patronal utilizó todos los medios en batalla mediática. El artículo "Sindicatos obreros multimillonarios"⁵⁵ efectúa una dura crítica al manejo que los sindicalistas hacen del dinero de los trabajadores, especialmente en cuanto a la inversión en medios de comunicación, como radios o periódicos, o industrias culturales, como pueden ser la financiación de películas o cortos "...tendientes a captarse la voluntad del público..."⁵⁶. La revista, ante una posible disputa en la

⁵² Lawrence Galton, "Un árbitro Salomónico", (*Selecciones del Reader's Digest*, diciembre de 1947), 81. Es la historia de Harry Shulman, profesor de Yale, que cumplió funciones de árbitro o juez interno en la fábrica de automóviles Ford.

⁵³ William Hard, "Los sindicatos se democratizan", (*Selecciones del Reader's Digest*, febrero de 1946), 95 y 96.

⁵⁴ Pablo Pozzi, "Reindustrialización y recomposición del Movimiento Obrero Norteamericano 1960-1968": <http://secuencia.mora.edu.mx/index.php/Secuencia/article/view/257>

⁵⁵ Victor Riesel, "Sindicatos obreros multimillonarios", *Selecciones del Reader's Digest*, mayo de 1947, 33.

⁵⁶ *Ibidem*, 34.

imposición de un discurso, alerta a la población poniendo en evidencia que:

Los sindicatos en Estados Unidos publican con regularidad aproximadamente 800 periódicos, que circulan entre unos 15.000.000 de familias. Si la prensa obrerista se aunase en defensa de un programa económico o un personaje político, o en contra de ellos, podría rivalizar en influencia cualquiera combinación análoga de periódicos corrientes, a causa, sobre todo, por la disciplina de los gremios⁵⁷.

Pero el mensaje va aún más lejos, demostrando que la pelea admitía golpes bajos. No solo se refería a la presencia mediática de los sindicatos, sino que el artículo también aludía a los jefes sindicales, denunciando que los líderes de las organizaciones recibían salarios similares a los de los directores de las grandes empresas. En tal sentido denuncia que John L. Lewis (Sindicato de los Mineros) tenía un sueldo anual de U\$S 25.000, o que el presidente de la Federación de Músicos “Cesarito” Petrillo, percibía por año U\$S 48.000.

El *Digest* tenía una clara posición a favor del cambio que debía producirse en las relaciones laborales ante el nuevo escenario de posguerra, pero intenta en su edición castellana mostrarse objetiva. En junio de 1947 un artículo específicamente escrito por Philip Murray, Presidente del Congreso de Organizaciones Industriales (CIO)⁵⁸, en donde éste plantea una férrea defensa de lo que se denomina “cláusula de contratación por taller cerrado”⁵⁹, existente en muchos de los convenios colectivos vigentes hasta el momento. Su prohibición estaba en discusión en los proyectos de ley que para ese entonces se encontraban tratándose en el Congreso y era criticada porque, a entender de los empresarios, favorecía la realización de huelgas ante cualquier conflicto,

⁵⁷ *Ibidem*, 35.

⁵⁸ Philip Murray, “Las huelgas no han de evitarse con leyes”, *Selecciones del Reader's Digest*, julio de 1947, 30.

⁵⁹ La cláusula “*closed shop*” o de “taller cerrado”, denominada también cláusula de exclusión de ayuda de ingresos, era aquella según la cual el sindicato reclamaba al empleador no admitir en su empresa a aquellos trabajadores no pertenecientes al sindicato. La cláusula podía ser incluida en un convenio. Implica la reserva del empleo a trabajadores exclusivamente sindicalizados, y se impide al empresario contratar a quienes no pertenezcan al sindicato titular de convenio. Se denomina “taller cerrado” al sistema por el cual las empresas solo pueden contratar a personal afiliado a la unión gremial reconocida.

cuestión que se intentaba solucionar por la vía legislativa. La posición de Murray es clara:

Estos proyectos de ley no pueden establecer la paz industrial porque hacen caso omiso a dos hechos fundamentales: la estructura económica de los Estados Unidos es extremadamente complicada, y que en un país democrático el pueblo continuará luchando por mejorar más y más la vida, sirviéndose de todo medio legítimo a su alcance.

Y agrega:

...En el complicado organismo social de la época en que vivimos, compuesto por partes interdependientes, la prosperidad de un grupo cualquiera es función de la prosperidad de los demás. (...) Los problemas humanos en la industria no pueden resolverse por votación en el Congreso. (...) No hay que olvidar que el derecho de los sindicatos y los patronos a celebrar convenios colectivos lleva consigo el deber de ambas partes de hacer que ese procedimiento democrático conduzca a buenos resultados⁶⁰.

El año 1947 resultaría ser un año clave en la política laboral de los EE.UU., y en su edición latinoamericana el *Digest*, dos meses después de editar un artículo firmado por Philip Murray, incluye uno de otro gremialista, esta vez de la *American Federation of Labor (AFL)*, Marty McIntyre, un “activo sindicalista” de la localidad de Bradford, Pennsylvania. Las huelgas son, como en el anterior artículo, eje de la cuestión, una decisión totalmente explicable, dado que durante 1946/1947 se produjeron en aquel país 5.000 huelgas que involucraron aproximadamente a 5.000.000 de trabajadores lo que representaba un 16,5% de la fuerza laboral ocupada⁶¹. El artículo parece ser una respuesta contundente a los que veían intenciones políticas antiamericanas en la actitud de los sindicatos en el período.

Muchos ven tendencias o síntomas políticos y sociales siniestros en el hecho sencillo y justo de que un grupo de obreros pida que se les pague un salario menos raquíto y se mejoren las condiciones del trabajo. Si a alguien le parece que el obrero trata de echar por tierra el sistema capitalista, tenga en cuenta que el obrero no hace sino reclamar la parte que equitativamente le corresponde en ese mismo

⁶⁰ Murray, *ibídem*, 31.

⁶¹ Mario Tronti, *Obreros y Capital* Colección Cuestiones y Antagonismos (Madrid, España: Editorial Akal 2012), 235 y ss.

sistema⁶².

Pero la cuestión se resuelve, ya que el punto de inflexión de la década, en cuanto a política laboral, lo constituye la modificación de la Ley Nacional de Relaciones Laborales (N.R.L.A.), aprobada en 1935, por una nueva Ley que, al decir de Irving M. Ives, Senador por el estado de Nueva York, elimina los privilegios sindicales poniendo en un plano de igualdad a patronos y obreros.

La Ley de 1935 era necesaria a causa de la explotación a que los obreros estaban sometidos, pero, sobre todo como la interpretaba la Junta Nacional de Relaciones entre Patronos y Obreros (*National Labor Relations Board*), favorecía injustamente a éstos, dándoles dominio sobre aquéllos. El pueblo de los EE.UU. se opone a que se conceda supremacía irrestricta a ningún grupo en la vida económica del país. Siempre trata de balancear derechos protectores de un determinado grupo, otorgando idénticos derechos a los otros grupos. Y eso es precisamente lo que realiza la nueva ley obrera⁶³.

El párrafo transcrito es claro, para el autor la crisis del capitalismo liberal clásico que desembocó en el crac financiero de 1929 y que dio origen a la legislación laboral de la década de 1930 había finalizado. Terminado aquel sistema de explotación laboral no era necesario una Ley basada en la desigualdad compensada a favor de los sindicatos como lo era la Ley Wagner. La nueva legislación pone a obreros y patronos en un mismo plano de igualdad, y el autor del artículo entiende esta modificación, como un triunfo de la justicia que permitiría a los patronos el ejercicio de derechos antes solo reservados a los sindicatos.

Lo que básicamente se pone en evidencia mediante el análisis del artículo “La nueva Ley obrera en los Estados Unidos” es que, si bien a nivel mundial con el inicio de la Guerra Fría el comunismo era la cuestión central, para los empresarios estadounidenses la preocupación era otra. Si bien los sindicatos de izquierda fueron los motores de la sindicalización, y podría inferirse algún grado de conexión en tal sentido, el avance comunista no resultaba el problema fundamental al interior de los EE.UU. La lucha estaba dada por la reconquista

⁶² Marty McItyre, “*Ir a la huelga no es un placer*”, *Selecciones del Reader's Digest*, setiembre de 1947), 38.

⁶³ Irving M. Ives, “La nueva ley obrera de los Estados Unidos”, *Selecciones del Reader's Digest*, diciembre de 1947, 75.

de los privilegios económicos perdidos con la Gran Depresión, disminuyendo la interferencia del Estado en la economía y debilitando al movimiento obrero.

La nueva Ley de Gerenciamiento de las Relaciones Laborales (LMRA por sus siglas en inglés), ahora denominada Ley Taft-Hartley, expuesta de la manera que lo hace el citado artículo, incluye otro elemento que abona el concepto expresado sobre el surgimiento de un nuevo escenario en las relaciones del trabajo. A partir de su sanción se pone al empresario en un plano de igualdad legal con los sindicatos, lo cual, si tenemos en cuenta la diferencia en cuanto poderío económico que separa a las partes, vuelca casi de manera definitiva el fiel de la balanza:

La Ley de 1935 imponía a deberes rigurosos a los patronos. La nueva Ley les concede ciertos derechos compensadores. Los sindicatos han tenido libertad absoluta de palabra en cuanto se refiere a la política de los patronos. De acuerdo con la nueva ley, los patronos tienen igual libertad en cuanto se refiere a la política y procedimiento de los sindicatos, con tal de que no hagan amenazas ni ofrezcan beneficios⁶⁴.

La revista *edulcora*, como es su estilo, las consecuencias de la legislación aprobada, pero en realidad los acuerdos de productividad entre General Motors Corp. y el sindicato automotriz United Auto Workers (U.A.W.) de 1948 a 1950, producto de la nueva legislación, fueron una reforma de tal magnitud que hace que la revista *Fortune* exprese: "GM puede haber pagado mil millones de dólares por la paz, pero consiguió una rebaja"⁶⁵.

Como se ve en el artículo citado, *Selecciones* ve claramente las ventajas de la nueva legislación, donde se establece que el derecho a contratar, promover, despedir o disciplinar a causa de o para mantener el orden y la eficiencia de los trabajadores, se encuentra únicamente en cabeza la empresa. No obstante reconoce, de manera compensatoria, el rol de los sindicatos, expresando que: "...el obrerismo organizado ha sido una de las fuerzas más poderosas de

⁶⁴ Irving, *ibídem*, 76.

⁶⁵ Mike Davis, "El estéril matrimonio entre los obreros estadounidenses y partido demócrata", *New Left Review* https://newleftreview.org/article/download_pdf?id=343&language=es

nuestro sistema económico que ha contribuido a la conservación de nuestra sociedad capitalista libre. (...) La supresión de los sindicatos quizás contribuiría más que ninguna otra causa a la destrucción de la libertad en los Estados Unidos”.⁶⁶

En resumen, del nuevo clima de época, según el artículo, emerge una relación entre las empresas y los sindicatos “más democrática” que pone a las partes en pie de igualdad. La realidad era otra, la primavera de Roosevelt había terminado y el capitalismo corporativo, si bien cedía desde el punto de vista distributivo, recuperaba para sí el total control del manejo empresarial, ya sin interferencia del estado o del movimiento obrero organizado.

Selecciones, contrariamente a lo que podía presumirse, no demuestra de ninguna manera una actitud en sus artículos abiertamente contraria a los sindicatos. Las dos posiciones en disputa dentro los EE.UU. son reflejadas en los mismos, sin pronunciarse abiertamente a favor de ninguna de ellas, sólo actuando como espejo de la situación político-social que se manifestaba en el período. La inclusión de artículos firmados por representantes de las dos posiciones no demuestra una intencionalidad manifiesta a favor de ninguna de ellas. El artículo “Sindicatos Obreros Millonarios”, resulta ser el único abiertamente anti sindical de los relevados.⁶⁷

El plano ideológico (*Por qué nos miente el comunismo*)

El tratamiento que mediante artículos y reportajes realiza *Selecciones* de la problemática obrero empresarial, siempre lo es desde la afirmación de que el sistema capitalista de libre empresa resulta, como ya se dijo, el mejor y más idóneo para garantizar un mejor nivel de vida de los trabajadores. Partiendo de este principio, la revista intenta transmitir la idea de que el capitalismo ha

⁶⁶ Irving, *ibídem*, 77.

⁶⁷ El autor del artículo, Víctor Riesel, era un periodista especializado en sindicatos que publicaba en el *Washington Post* y en el *New York Mirror*. En 1956, mientras investigaba la corrupción sindical, fue atacado con ácido por un desconocido. El hecho inició una serie de investigaciones sobre corrupción en organizaciones obreras que culminaron con la creación de un comité de investigación en el Senado de EE.UU. durante el gobierno de John F. Kennedy. Riesel era un activo militante anticomunista.

evolucionado hacia espacios en donde los trabajadores no son meros instrumentos dentro del proceso productivo de los cuales había que extraer el mayor rendimiento con el menor costo, sino que, como ya se viera, en dicha evolución el sistema había integrado a los obreros no sólo a la producción sino también a la toma de decisiones, e incluso a compartir las ganancias en calidad de socios con los empresarios.

En este sentido, muchas de las narrativas de la edición latinoamericana de la revista, que trataban sobre las condiciones de trabajo en los Estados Unidos, hacían hincapié en la importancia del compromiso del operario con su trabajo. El discurso es claro, cuando los obreros ayudaban a gerenciar la producción o sugerían algún tipo de mejora eran recompensados y, por ende, recibían aumentos salariales o algún tipo de participación en las ganancias de la empresa. Todos estos beneficios a los que ya nos hemos referido, y que la revista plasmó en sus artículos, eran producto del sistema capitalista.

En un artículo escrito por Eric A. Johnston, al momento presidente de la Cámara de Comercio de los EE.UU., titulado “Un capitalismo que interesa al obrero” el empresario explica a los lectores las diferencias y el significado de los conceptos de socialismo y capitalismo:

Teóricamente, bajo el régimen socialista todo hombre trabaja para el Estado. En cambio de esto, el Estado garantiza protegerlo contra los males de la vida. El Estado es amo perpetuo del individuo y el individuo, según se supone, es servidor leal y feliz del Estado. (...) Teóricamente, bajo el régimen capitalista todo hombre es libre, aunque sea empleado de otro u otros hombres. Nadie tiene derecho de decirle qué empleo debe tener o buscar ni en cuánto tiempo debe desempeñarlo. Nadie puede impedir que un obrero ascienda a la categoría de patrono⁶⁸.

El artículo partía de una verdad casi absoluta en el sentido de que el capitalismo plenamente desarrollado, como el que existía en los EE.UU., era un sistema altamente beneficioso que permitía no sólo la libre iniciativa, sino que además garantizaba una distribución igualitaria de la riqueza sumada a una

⁶⁸ Eric Johnston, “Un Capitalismo que interesa al obrero”, *Selecciones del Reader's Digest*, agosto de 1947, 95.

movilidad ascendente. Sin embargo resultaba evidente que no todas las personas podían beneficiarse directamente de las ganancias producto de las transacciones comerciales, por lo que el autor expresa: “Si un individuo no puede establecer negocios por su cuenta y se ve en la necesidad de ser empleado, quien lo emplee puede y debe tratarlo como socio y ofrecerle la oportunidad de participar en las ganancias de acuerdo con lo que a ellas contribuya con su trabajo”⁶⁹.

El texto transcrito trasmite dos conceptos claros: primero, el autor entiende al sistema capitalista como un sistema de emprendedores, empresarios o cuentapropistas, en donde trabajar en relación de dependencia es resultado de una necesidad, pero aun desde ese lugar, llamémoslo “subalterno”, cree que el trabajador tenía derecho a ser tratado en un nivel de igualdad formal (utiliza la palabra *socio*) y a participar proporcionalmente de las ganancias de la empresa, en la medida de que participara en su creación. Esta participación se lograría mediante la concesión de dividendos y “estableciendo un sistema de gerencia múltiple, de suerte que los obreros, al hablar con los directivos de la compañía pudieran con razón decir ‘nosotros’, y no ‘ellos’”⁷⁰.

Selecciones, en el artículo citado, propone una nueva actitud empresarial. Según la revista, las aspiraciones individuales y el esfuerzo por realizarlas son el alma del capitalismo, y el empresario debe alentarlas mediante incentivos económicos. También enmarca la propuesta dentro del conflicto ideológico de la Guerra Fría, ya que, según afirma el autor: “El capitalismo y el socialismo seguirán disputándose el mundo económico y compitiendo por ganar adeptos. El triunfo lo obtendrá al fin el sistema que traiga mayores beneficios al mayor número de individuos”⁷¹.

La defensa del sistema sobrevuela la casi totalidad de los artículos de *Selecciones* y no siempre esta defensa se encuentra a cargo de miembros del

⁶⁹ *Ibidem*, 96.

⁷⁰ *Ibidem*.

⁷¹ *Ibidem*, 97.

establishment empresarial, sino que incluso desde los sindicatos se alega a favor del capitalismo. Ejemplo claro de esto es Walter W. Cenerazzo, presidente del Sindicato de Trabajadores Relojeros⁷², que principia diciendo en un artículo titulado “Contra la lucha de clases” que:

En ningún otro país del mundo funciona el capitalismo como en los Estados Unidos y el Canadá. En ningún otro país existe un viril movimiento obrero dedicado a actuar dentro del marco de la empresa industrial (...). En los Estados Unidos no son ya numerosos los muy ricos... y nos estamos esforzando por acabar con los muy pobres. Todos pertenecemos a la clase media, desde el gerente del banco hasta el portero⁷³.

Sin entrar en análisis sociológicos en lo que hace a la pertenencia a la clase media del gerente de banco y el portero, en el transcurso del artículo el sindicalista hace un verdadero panegírico a la ganancia empresaria como motor del sistema capitalista. En tal sentido, afirma que los ejecutivos deben poner en conocimiento de los empleados el funcionamiento de la empresa y la necesidad de generar ganancias, a los efectos de que los obreros moderen sus reclamos salariales:

Cuando el agitador se levanta en una reunión del sindicato y pide un aumento de salario de 30 centavos por hora, ¿cómo se puede esperar que los trabajadores de una empresa que tiene 2.000 obreros se den cuenta de que un aumento de 30 centavos por hora le costaría a la empresa 1.248.000 dólares anuales? Para un obrero corriente un aumento de 30 centavos por hora no representa más que 12 dólares a la semana. No sabe que la compañía ganó en el último año solamente 800.000 dólares, que ganó la misma suma el año anterior y que el aumento solicitado ocasionaría su ruina. No sabe que la compañía tiene que destinar 250.000 dólares anuales a reemplazar maquinaria para hacer frente a sus competidores⁷⁴.

Resulta extremadamente llamativo no sólo la defensa del sistema capitalista a partir de la aceptación sin cortapisas del lucro empresarial como motor del

⁷² Sindicato miembro de la *American Federation of Labor*.

⁷³ Walter W. Cenerazzo, “*Contra la Lucha de Clases*”, *Selecciones del Reader's Digest*, diciembre de 1949), 88.

⁷⁴ *Ibidem*, 89.

desarrollo y la calificación de “agitador” para identificar a un delegado sindical que peticiona, sino que del párrafo transcrito parecería desprenderse una abierta defensa del sindicalista a la utilización del salario como variable de ajuste.

Pero no sólo el planteo de la superioridad del sistema capitalista es contrapuesto por la revista a los regímenes socialistas, igual criterio utiliza *Selecciones* para oponerse a los incipientes, para esa época, regímenes socialdemócratas de Europa Occidental. En el artículo “Vale la pena el socialismo”⁷⁵, el autor se queja amargamente de los millones que se estaban gastando en la reconstrucción de Europa mientras los europeos, irónicamente, ponían en duda la bondad y solidez del sistema estadounidense que había, según el autor, “...aumentado la ganancia efectiva de todos los trabajadores en más de un cuádruplo, en menos de noventa años, no obstante haber reducido las horas de trabajo desde casi setenta a cuarenta por semana”. Por lo que terminaba afirmando que: “Estos son los hechos que todas las teorías del mundo juntas no pueden desmentir”⁷⁶.

La comparación con las condiciones laborales de los países de la órbita soviética es otra de las formas en las que *Selecciones* intenta poner en evidencia las ventajas que para la clase trabajadora posee el sistema capitalista. Ya hemos visto, cuando analizamos desde el plano individual a los componentes de la relación laboral, cómo *Selecciones* definía a los trabajadores del nazismo y el comunismo como verdaderos siervos de la gleba, en una clara intención de fijar en la mente de los lectores a dichos sistemas como involuciones históricas. En el artículo “El paraíso de los obreros”, Ferenc Nagy, Primer Ministro Húngaro en el período 1946/1947, previo al ascenso del comunismo en ese país, realiza una descripción de las condiciones de las clases trabajadoras en los países de Europa de éste, tomando principalmente la experiencia húngara:

⁷⁵ Lawrence Fertig “¿Vale la pena el socialismo?”, *Selecciones del Reader's Digest*, octubre de 1947, 86.

⁷⁶ *Ibidem*, 87.

(...)Tienen que trabajar más, por más horas y por menos salarios. Lo castigan severamente si no rinde la cuota de trabajo que le han asignado. Les está vedada la huelga. Ni siquiera pueden protestar moderadamente contra las determinaciones de su patrono: el Estado todopoderoso. Para adelantar en su oficio no les valen la capacidad ni la iniciativa sino la maña con que se sepa hacerles creer a sus superiores que se es entusiasta con la causa del Soviet⁷⁷.

Según Nagy, los trabajadores de su país bajo el régimen soviético eran constantemente vigilados por la policía política y, a su vez, obligados a contribuir con una cuota al sostén del partido. En el artículo se destaca que los trabajadores húngaros, para ese entonces, tenían un nivel de vida muy inferior al que tenían antes de la guerra. Sin perjuicio de la posibilidad de que algunos conceptos pudieran ajustarse a la realidad húngara de la posguerra, el maniqueísmo del autor en las descripciones resulta importante:

El obrero alcanza con dificultad a comprar las subsistencias a que le da derecho la tarjeta de racionamiento (en realidad, una comida completa por semana), a pagar el alquiler de una vivienda que hace cinco años le habría parecido inhabitable y a reemplazar la ropa cuando ya se le cae a pedazos⁷⁸.

Pero como ya se adelantara en el presente trabajo, para *Selecciones* no hay que llegar al límite del comunismo de Europa del este para resaltar las virtudes del capitalismo. Alfred Edwards, miembro del Parlamento de Inglaterra en la posguerra y ex miembro del Partido Laborista, realiza un exhaustivo análisis de lo que denomina “Lecciones del ensayo socialista en Inglaterra.”⁷⁹ En el citado artículo el ex parlamentario realiza una furibunda crítica al modelo inaugurado en Inglaterra a partir del triunfo laborista después del fin de la guerra, haciendo foco en los beneficios logrados por los trabajadores, desde la nacionalización de la producción de hulla y acero, y la prestación de los servicios ferroviarios y de transporte urbano.

⁷⁷ Ferenc Nagy, “Paraíso de los obreros”, *Selecciones del Reader’s Digest*, agosto de 1949, 95.

⁷⁸ *Ibidem*, 97.

⁷⁹ Alfred Edwards, “Lecciones del ensayo Socialista en Inglaterra”, *Selecciones del Reader’s Digest*, julio de 1947, 7-12.

El artículo hace hincapié en la incapacidad que el sistema ha tenido para mejorar la producción o el servicio a partir de la planificación por la falta de idoneidad de las personas que se pusieron al frente de las empresas, expresando que:

¿Cómo es posible que hayamos llegado a suponer que va en favor del progreso de los obreros un cambio que consiste en traspasar la propiedad de un grupo de individuos que han edificado una empresa industrial, a otro de individuos que no han construido jamás nada?

El autor pone en duda toda la concepción que el mismo tuvo en el pasado, cuando creía que los obreros eran explotados en la fabricación de mercancías que eran destinadas al consumo de otra clase de personas, mientras que ahora tenía en claro que la mayor parte de las mercancías elaboradas no hay casi a quién vendérselas como no sea a los que trabajan⁸⁰, por lo que concluye en que sólo hay que discutir el salario y no la propiedad o dirección de las empresas reafirmando, como se dijo al momento de analizar la visión del *Digest* a fines de la década de 1940, que el sistema capitalista, en el aspecto distributivo, no funciona como una suma cero.

Lo que ha hecho la prosperidad de los Estados Unidos son los altos jornales –jornales elevados para los obreros, ganancias elevadas para el patrón–. Provecho para todos o provecho para ninguno. Esto lo saben los directores modernos de negocios.

Por otro lado, el extenso artículo expresa que la nacionalización de las empresas, como la que se produjo en Inglaterra en el período, puede funcionar con una jefatura enérgica y sin escrúpulos, como sucede en el seno de la economía rusa y no en una capitalista. Los obreros o dirigentes comunistas⁸¹ puestos a cargo de conducir las empresas carecen de citada actitud por ser ingleses antes que socialistas, lo que lo lleva a concluir que “el hombre trabajara con empeño solamente acicateado por uno de estos dos impulsos: la ganancia o la fuerza”⁸². En una palabra, en el socialismo es necesario utilizar la

⁸⁰ *Ibidem*, 11.

⁸¹ El artículo cita a Arthur Horne, sindicalista comunista de la industria del acero.

⁸² Alfred Edwards, “Lecciones del ensayo Socialista en Inglaterra”, *Selecciones del Reader's*

fuerza para lograr que los obreros rindan, (Edwards utiliza a manera de metáfora las palabras “látigo” y “campos de concentración”, poniendo en un pie de igualdad al socialismo con el nazismo), mientras que en la democracia liberal capitalista, el afán de prosperar opera como incentivo.

Es evidente que para *Selecciones* resultaba fundamental fortalecer, en las relaciones laborales, los valores de la libertad, de la libre iniciativa, para disminuir el efecto del discurso comunista a nivel global.

Desde el plano simbólico (*Empresarios buenos y obreros colaborativos*)

Como ya se expresara cuando se analizaron los artículos publicados por *Reader's Digest* durante la década de 1930 en los Estados Unidos, la revista entendía que los patrones y los obreros conformaban una comunidad de intereses. En tal sentido, casi de la totalidad de los artículos ya citados se desprende, de manera inconfundible, el concepto de armonía social a partir de la mutua colaboración de obreros y empresarios.

Esta colaboración obligaba a concesiones recíprocas que las partes debían hacer de manera o en forma consensual. Toda intromisión del estado mediante la sanción de leyes específicas (especialmente si éstas eran a favor de los trabajadores) era entendida por *Selecciones* como una distorsión innecesaria que rompía la teórica “igualdad” de las partes. La solución al problema de las huelgas o a los problemas de la producción debía darse a partir de una actitud comprensiva y hasta empática entre empleados y empleadores.

Este concepto de armonía social, que tornaba, tanto a la legislación como a las acciones directas por parte de los sindicatos, en instrumentos innecesarios y perturbadores, intentaba demostrar que la totalidad del conflicto social podía solucionarse dentro del ámbito interno de un establecimiento industrial, sin necesidad siquiera de la intervención de la justicia o el gobierno. Claro está, siempre y cuando los obreros entiendan las necesidades de lucro de los empresarios y éstos estén dispuestos a conceder algo para lograr que los

Digest, julio de 1947, 12.

aquellos vivan de una manera digna.

Sin embargo, algo que se trasluce de manera transversal en los artículos relevados es que ese horizonte idílico de armonía de clases, en donde los industriales y trabajadores comparten una comunidad de intereses y las soluciones a cualquiera de los problemas que puedan suscitarse se resuelven de manera negociada, no incluye en ningún momento una distribución del ingreso más justa. La mayoría de las concesiones o aumento de ingreso de la clase trabajadora están siempre atados a un aumento de la producción o del lucro empresarial.

Resulta claro que el aumento del rendimiento laboral, que se traduciría en un aumento de la ganancia, resultaba la mayor preocupación de elite empresarial. No obstante lo cual, para que esa meta pudiera cumplirse se tornaba imperioso el establecimiento de una relación armoniosa y de alguna forma agradable con los trabajadores. Como lo hemos visto en los artículos analizados, los nuevos métodos de organización del trabajo o el establecimiento de estímulos económicos se tornaban positivos a partir de aumento de la ganancia empresarial.

Una segunda lectura sobre la totalidad de los artículos citados en cuanto a la nueva actitud que los empresarios deben tomar para morigerar las tensiones propias de relación laboral, como así también aquellos en donde se ilustran ejemplos de trabajadores colaborativos, nos permite encontrar otra línea de representación. Esto es, en el esquema que propone *Selecciones*, los problemas que surjan entre empleadores y empleados deberían ser resueltos a partir de concesiones recíprocas, pero dichas concesiones no siempre eran de índole salarial.

Para este tipo de relación las fábricas de menores dimensiones facilitaban, según *Selecciones*, las relaciones personales entre los directivos y los obreros, lo que permitía una solución más rápida y eficiente de cualquier conflicto que se pudiera producir. Dentro de este esquema, en “¿Es mejor la fábrica

pequeña?”⁸³, la revista aún los dos conceptos. El citado artículo relata la experiencia de una subsidiaria de Johnson & Johnson en la cual se evitaban el uso de los términos “obrero” y “patrón”, sino que en el establecimiento lo que había eran “hombres y mujeres que trabajaban, unos en máquinas, otros en la oficina”, y cuando el responsable máximo de la fábrica aludía a sus empleados siempre hablaba de “nosotros” y no de “ellos”. Pero aún más allá de la semántica utilizada, el autor concluye que:

...el problema del descontento obrero puede resolverse dentro de los límites de la tecnología moderna; que la solución no puede ser impuesta por el gobierno; que puede efectuarse por los esfuerzos aunados de obreros y patronos; y que la clave del problema es que el obrero esté satisfecho tanto con su trabajo como con su género de vida⁸⁴.

El artículo asocia las huelgas y conflictos básicamente con las frustraciones personales de los obreros con su trabajo y vida personal, despolitizando de esta forma cualquier reivindicación salarial o de mejores condiciones de trabajo. Si los empresarios entendieran el concepto, los intereses de éstos con aquellos serían comunes y no habría razón para la existencia de los sindicatos. De tal manera, las reivindicaciones de los operarios por salarios más altos eran simplemente una expresión de descontento, producto del fracaso de la empresa en atender las causas de sus frustraciones. Satisfacer las necesidades no económicas era la clave para el logro de la paz industrial. El paternalismo industrial vuelve a aparecer desde lo simbólico en la segunda posguerra.

En el mismo sentido, aunque abordando el tema de la seguridad como el valor más importante en la relación laboral, Morris Sayre, presidente de la *Corn Products Refining Company* y de la *National Association of Manufactures*, en noviembre de 1948 hace un llamado a sus pares para que cambien su comportamiento en relación con los operarios. En “Humanicemos la industria” el autor aseveraba que la estabilidad en el empleo era el tema fundamental de

⁸³ Edwin Muller, “¿Es mejor la fábrica pequeña?”, *Selecciones del Reader's Digest*, noviembre de 1949, 71.

⁸⁴ *Ibidem*, 74.

la relación laboral y la única que garantizaba la felicidad de obreros y empleados. Siendo ésta la piedra basal sobre la cual se construye el éxito de cualquier empresa:

A un obrero al que se ha despedido sin aviso previo no es posible convencerlo de que el sistema de libertad de empresa trabaja a favor suyo. (...) Él no tiene ocupación, el sistema de libertad de empresa le quitó la que tenía, y eso es lo único que le importa⁸⁵.

Es así que, dirigiéndose a otros hombres de negocios, pedía que todos empezaran a otorgar garantía de estabilidad a sus empleados, de manera de hacer del desempleo una meta personal de los empresarios.

Hay que hallar los medios de hacer que el sistema funcione con mayor provecho para todos. Y la tarea de reforma debemos empezarla nosotros los patronos. (...) Ha llegado la hora en que los patronos debemos poner en práctica por lo menos algunas de nuestras elocuentes declaraciones de responsabilidad social⁸⁶.

Sin duda, la totalidad de los artículos publicados en *Selecciones*, en cuanto a la relación entre empresarios y obreros, respondieron no sólo a propia filosofía de la revista, sino a contextos históricos de los EE.UU. Tal como se expresara, el ingreso del país en la Segunda Guerra Mundial y la disputa política que se librara entre sindicatos y empresas en el escenario de posguerra⁸⁷ fueron los marcos históricos a los que responden cada una de las opiniones vertidas en los mismos.

Ahora bien, su inclusión en la edición latinoamericana seguramente merece otro análisis a partir de la función que le cabía a *Selecciones* dentro del abanico de dispositivos culturales desplegados por los EE.UU. para consolidar su hegemonía en la región. Siendo el universo latinoamericano tan variado desde étnico, lo cultural y lo económico, el análisis deberá serlo a partir de las características de la sociedad receptora y, desde ese lugar, intentar imaginar cómo fue la lectura que se hizo del mensaje.

⁸⁵ Morris Sayre, *Humanicemos la industria, Selecciones del Reader's Digest*, octubre 1948.

⁸⁶ *Ibidem*.

⁸⁷ El triunfo de Dwight Eisenhower en 1948, que le otorgó al Partido Republicano la mayoría en el Senado, cierra el ciclo político del tema fronteras adentro de los EE.UU.

CAPITULO V

La Argentina de *Selecciones* (¿Y por casa cómo andamos?)

Mucho es lo que se ha escrito desde el punto de vista académico sobre el desarrollo del mercado editorial argentino desde el inicio del siglo XX. A los efectos de este trabajo basta con citar fenómenos como la revista *El Hogar*, de editorial Haynes, que comenzara a circular en 1904 y lo hiciera hasta 1944¹o, en lo que hace a la circulación de diarios, la aparición de *Crítica* que, para el período en estudio, había alcanzado una tirada de 900.000 ejemplares². Los ejemplos citados resultan representativos de un país que, para ese momento, se encontraba en el cuarto puesto dentro del ranking de naciones en lo que hace a la lectura de diarios y revistas³.

Sin duda la existencia de un público lector de tal envergadura, sumado a la existencia de colectividades alemanas e italianas importantes, hizo de la Argentina un campo de batalla relevante para la guerra cultural que se libraba entre las potencias alineadas al eje Berlín-Roma y aquellas detrás de los ideales liberales de representación política y social dentro de las cuales sobresalían los Estados Unidos.

Sin perjuicio del rechazo argentino al compromiso de mutua defensa y ruptura con el Eje, propuesto por EE.UU. en el Encuentro de Cancilleres de Río de Janeiro de 1942, grandes medios de alcance nacional, como el diario *La Prensa*⁴, y *Crítica*, tenían una posición abiertamente pro aliada, y aun con las

¹ Pablo Mendelovich, "Las Revistas Argentinas", *Contratiempo. El Pensamiento en la Argentina* /Año II N°5, 2002.

² Sobre el diario *Crítica* ver: Saita, Sylvia *Regueros de tinta: el diario Crítica en la década de 1920*, (Buenos Aires, Sudamericana, 1998) y Talice, Roberto A. "Cien mil ejemplares por hora: memorias de un redactor de *Crítica*, el diario de Botana". (Buenos Aires, Corregidor, 1989).

³ Mónica Sol Glick, *El Hogar de la Victoria: La Promesa del American Way of Life para América Latina (Estados Unidos –Brasil- Argentina, 1940-1945*. Tesis doctoral (inédita), Universidad de Santa Catarina, Centro de Filosofía e Ciencias Humanas. Programa de Posgrado en Historia, año 2015 <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/156543>

⁴ El diario *La Prensa* mereció un artículo en el número de enero de 1944 de *Selecciones* titulado "El gran diario argentino que arraiga en el pueblo".

reservas en cuanto a la actitud imperialista de los Estados Unidos, especialmente en lo que hace a Centroamérica, la política de Buena Vecindad aplicada por Franklin D. Roosevelt provocó un aplacamiento del nivel de oposición en los medios argentinos, que percibieron, según Laura Ruiz Jiménez, la posibilidad de un nuevo panamericanismo⁵.

No obstante lo expresado, desde la segunda mitad de la década de 1930 el régimen nazi venía produciendo o financiando de manera directa o indirecta tanto publicaciones como películas de tipo propagandístico. En general, este tipo de dispositivo cultural estaba integrado por revistas, libros y documentales con un alto contenido antisemita, donde se oponía la organización, la disciplina y el progreso alemán a la supuesta alianza judeo/masónica encabezada por los Estados Unidos⁶. La Argentina fue un destino destacado de estas publicaciones y películas, logrando instalar la cuestión judía en un lugar un poco menos marginal al que había tenido históricamente⁷.

Producto de estas prácticas, en noviembre de 1939, apenas un año antes del arribo de *Selecciones*, y con la ayuda financiera de la embajada de Alemania, aparece en Buenos Aires el primer número de la revista *El Pampero*, de marcada ideología filo nazi y abierto antisemitismo, que intentó competir con los grandes medios y llegó a los 76.000 ejemplares diarios, un número importante para este tipo de publicación tan abiertamente ideologizada. A *El Pampero* cabe sumarle otras publicaciones nacionalistas como *Criterio*⁸, *Nuevo Orden*, *La Voz del Plata*, *El Nacionalismo Argentino*, *Deutsche La Plata Zeitung*, *El Mattino de Italia*, *Crisol*, *La Fronda*, *La Mazorca*, *Cabildo*, *Diario Español*, *La Provincia Choque*, *El Fortín*, *Clarínada*, *La Nueva República*,

⁵ Laura Ruiz Jiménez, *La Argentina con porvenir. Los debates sobre la democracia y el modelo de desarrollo en los partidos políticos en la prensa (1926-1946)* (Madrid, Ed. Nueva Biblioteca, Fundación Ortega y Gasset, año 2006).

⁶ *Ibidem*, 154.

⁷ Tulio Halperin Dongui, *Argentina y la tormenta del mundo* (Buenos Aires, Ed. Siglo XXI 2003), 196/197.

⁸ La revista *Criterio* respondía al nacionalismo católico, que si bien tenía posiciones contrarias a EE.UU. rechazaba abiertamente el antisemitismo nazi.

Frente Argentino y *La Maroma*, que habían surgido entre 1930 y 1940⁹.

Como se ve, la República Argentina resultaba un escenario donde la batalla militar/ideológica que se estaba desarrollando en hemisferio norte se representaba utilizando a la cultura, entendida en sentido amplio como un arma para la conquista de las mentes y corazones tanto de las elites como de la población urbana. El desembarco de *Selecciones* en diciembre de 1940, como instrumento de penetración cultural a favor de la causa aliada, resultó ser algo así como la llegada del “séptimo de caballería”.

Selecciones arriba a la Argentina en un período de expansión y consolidación del mercado editorial en el país. Sin duda el incipiente proceso de sustitución de importaciones iniciado a partir del crac financiero del 1929, y su correlato de industrialización y crecimiento de la migración interna a las grandes metrópolis, generó la necesidad de búsqueda de información, dentro del nuevo escenario de disputas que planteaba el inicio de la Segunda Guerra Mundial.

Como ya se dijera en el Capítulo II, la edición latinoamericana del *Reader's Digest* formó parte del esfuerzo de guerra de los EE.UU., y en el caso de la revista ese esfuerzo fue financiado mediante la publicidad de las grandes empresas estadounidenses, bajo el paraguas de la OCIAA. El objetivo era consolidar los intereses políticos de la gran potencia con los intereses económicos que sobrevendrían en el importante mercado de Sudamérica una vez acabado el conflicto.

Tanto los aliados como los partidarios del eje y los comunistas después de 1946 estaban convencidos de que la lucha también debía librarse en el frente cultural, en donde cada uno de los bandos intentaba demostrar las ventajas de sus modelos, especialmente en aquellos países que no formaban parte del conflicto pero que resultaban importantes como proveedores de materias primas. En este nuevo esquema, la propaganda política se distancia de los modelos clásicos y avanza ahora sobre la esfera de lo privado, especialmente

⁹ Glick, *ibídem*, 160.

sobre los usos y costumbres y la vida cotidiana de la gente común¹⁰.

Sin duda, y tal como se ha demostrado en el presente trabajo, la revista *Selecciones* resultará ser la publicación que, desde la óptica descripta, operará con mayor éxito sobre los imaginarios sociales de cotidianeidad, familia y consumo. Es a partir de *Selecciones* que el “chalet de techo a dos aguas”, que guarda un automóvil en el garaje y está equipado con lavarropas se va a consolidar como una suerte de meta idílica para buena parte de la población urbana de Argentina.

Resulta importante destacar que contrariamente al discurso anticomunista que se llevaba a cabo desde el nacionalismo católico como el de la revista *Criterio*, el mensaje anticomunista de *Selecciones* se trasmite desde una narrativa menos politizada. Tanto en el tema de las relaciones laborales como en el resto de la temáticas abordadas, la revista apunta a la trasmisión de ideas contrarias al socialismo (o al nazismo en la primera mitad de la década) mediante artículos que revelan el “infeliz cotidiano” de los habitantes o trabajadores de los países sujetos a esos regímenes. La técnica utilizada evitaba el discurso de hombres públicos o políticos reconocidos como así también complejos análisis académicos. Los que le hablaban al lector eran pares de éste, ciudadanos, trabajadores o amas de casa. De esta manera, el receptor del mensaje no percibía a la revista como instrumento de penetración ideológica sino como un entretenimiento, un pasatiempo que lo acercaba a realidades que le eran ajenas, pero que le sucedían a personas de su misma condición.

La intencionalidad política en los reportajes y artículos seleccionados era clara, y manifestación de esto es la ausencia de trabajos que hicieran referencia a los grandes problemas de índole social y económica que tenían los EE.UU. *Selecciones* ignoró de manera manifiesta cualquier alusión al racismo o a la segregación existente en aquel país durante el período analizado. En tal sentido resulta claro el sesgo editorial, especialmente para una revista que hacía del esfuerzo y el estudio un instrumento de progreso, por la ausencia de

¹⁰ *Ibidem*, 176.

artículos referidos a la imposibilidad de una educación integrada desde lo racial en el Sur de EE.UU., y mucho menos acerca de la resistencia de la comunidad blanca a la apertura de escuelas integradas. Lo mismo sucedía con respecto a la segregación en restaurantes y en el transporte público. La intencionalidad no solo surge de lo que se muestra sino también de lo que se oculta poniéndola aún más en evidencia.

En lo que hace a los sindicatos y las relaciones laborales, *Selecciones*, como en el resto de la temática que abordó, operó sobre imaginarios, intentando a partir de ellos influir sobre la sociedad. Sin duda, al ser el mensaje de la publicación de carácter “hemisférico” e indiferenciado para toda la América hispano parlante, debe ser analizado a partir de la sociedad receptora, en tanto las enormes diferencias sociales, económicas y culturales de cada uno de los países a los que iba dirigida.

Como ya hemos reiterado a lo largo del presente trabajo, el discurso de *Selecciones* en cuanto a las relaciones obrero empresariales se basaba en tres conceptos casi inamovibles: la capacidad del sistema capitalista para distribuir la riqueza, justamente haciendo mérito en el esfuerzo y la inteligencia de cada uno (en oposición al socialismo); la armonía de clases como piedra basal de la convivencia; y la colaboración obrero-empresarial (en tanto comunidad de intereses) como el instrumento necesario para su logro.

Los artículos analizados, que fueron específicamente seleccionados para la edición latinoamericana de la revista, se corresponden básicamente con dos períodos bien delimitados desde el punto de vista histórico en los EE.UU.: el esfuerzo de guerra y la lucha contra el nazismo, en una primera etapa, y la reconquista de la centralidad empresaria y la contención del comunismo, en una segunda. El por qué de su inclusión en la edición latinoamericana, en general ha sido interpretado por la academia como un intento de instalar la idea de que los sindicatos resultaban organizaciones innecesarias para el logro de una justicia distributiva. La alusión a las fábricas pequeñas, en donde el patrono tenía relación directa con los trabajadores, conociendo a su familia y ocupándose de sus problemas, hacía de los sindicatos instituciones de

representación que burocratizaban la relación.

Lorena Baguetto, en *O Pesadelo comunista ameaça o Ocidente: O anticomunismo nas Seleções do Reader's Digest (1946-1960)*¹¹, interpreta los artículos de *Selecciones* referidos al desenvolvimiento de las relaciones obrero-patronales como una forma de demostrar lo innecesario de los sindicatos para la conquista de mejores salarios o condiciones de trabajo. Para la autora, *Selecciones* construye un imaginario en donde, dentro del marco de la colaboración y concesiones mutuas entre obreros y empresarios de manera individual o a lo sumo por empresa, la presencia de sindicatos se tornará innecesaria.

Según este criterio de análisis, en sus artículos, *Selecciones* desvalorizaba al sindicalismo al cuestionar la necesidad de sindicatos en la resolución de conflicto social. Para la autora, las conquistas sociales son presentadas por la revista como resultado de la benevolencia de los empresarios que *per se* y sin necesidad de reclamo alguno aparecen como dispuestos a compartir sus ganancias con sus empleados.

Sin lugar a dudas, la interpretación expuesta parecería convincente si se analizan las publicaciones a la luz de la situación existente en los EE.UU., y aun así correspondería efectuar algunas salvedades. Muchos de los artículos publicados por *Selecciones* fueron escritos por líderes sindicales, y si bien hacían hincapié en el concepto de armonía de clase y defensa del capitalismo, de ninguna manera entendían que dicha armonía y la reproducción del sistema se lograría sin participación de los sindicatos.

En tal sentido, y sin dejar de lado el papel jugado por *Selecciones* dentro de la variedad de dispositivos culturales utilizados por los Estados Unidos en su lucha contra el nazismo primero y contra la Unión Soviética después, desde el presente trabajo se intentó un análisis de aquellos artículos en donde la revista, ya sea desde lo individual, lo institucional, lo político o lo sindical, intentaba una aproximación a las relaciones obrero-patronales. Dentro de ese recorte de

¹¹ Lorena Baguetto, "O Pesadelo comunista ameaça o Ocidente: O anticomunismo nas Seleções do Reader's Digest (1946-1960).

objeto, si bien el análisis no puede abstraerse de lo que fue *Selecciones* como un exitoso dispositivo cultural al servicio del “imperio”, obliga a realizar algunas diferenciaciones.

El *Digest* fue una revista conservadora desde sus orígenes, en 1922, y su compromiso con los valores del “hombre hecho a sí mismo”, propio de una sociedad de frontera como la estadounidense, hizo que privilegiara siempre la solución individual de los problemas. Sin embargo, y tal como se analizara al tratar la línea editorial durante la década del treinta, ante la emergencia del *New Deal*, su posición con respecto a los sindicatos resulta más bien pragmática.

Si bien debe analizarse a *Selecciones* a partir de lo que publica, corresponde también hacerlo a partir de con quién dialoga. La revista resultó la piedra angular en el intento de construcción de una suerte de clase media global, que cruzaba fronteras e igualaba aspiraciones, y es con ese el sector con el que intentaba dialogar a partir de un discurso modernizador que operara como vínculo empático, acercando desde sus consumos, o desde sus expectativas, aquellos a los que acertadamente Lisa Ubelaker Andrade, denomina “gente parecida”.¹²

Entendemos que resulta necesario analizar la línea editorial de *Selecciones* en el tema que nos ocupa, desde ese discurso modernizador, pragmático, propio de los tiempos que se avecinaban y que obviamente estaba construido desde una óptica netamente capitalista. En ese diálogo con los sectores medios (profesionales, empresarios, empleados jerarquizados), *Selecciones* les transmitió una idea clara, era necesario un vínculo distinto en la relación laboral, no solo para evitar al comunismo sino para seguir ganando dentro del sistema.

En una Argentina donde a partir de la revolución de 1943 y la aparición del peronismo la presencia de la izquierda en los sindicatos resulta marginal, una

¹² Lisa Ubelaker Andrade, “La Revista más Leída del Mundo: *Selecciones del Reader’s Digest* y culturas de clase media, 1940-1960”. *Contemporánea: Historia y Problemas del Siglo XX*, año 5, volumen N°5, 38.

lectura de los artículos únicamente desde el sesgo anticomunista que transmitían resulta una simplificación. Cada sociedad realiza, en su calidad de receptora del mensaje, una lectura diferente del mismo. Sus particularidades culturales, su nivel de información, su grado de evolución económica y, por supuesto, el momento político en el que se encuentra hacen que en la Argentina de la década de 1940 la línea editorial de la revista deba ser interpretada, más que desde el anticomunismo, dentro del concepto de modernidad que *Selecciones* intentaba transmitir.

El mundo de la posguerra no solo iba a tener millones de automóviles, casas con aspiradoras y leche en polvo, sino además empresarios modernos que entendieran al bienestar económico y personal de sus empleados como una condición necesaria para su propio desarrollo. En este escenario idílico que *Selecciones* transmitía, los sindicatos no eran un escollo a sortear sino una contraparte inevitable del sistema a la que había que tener en cuenta: “Naturalmente tenemos nuestras desavenencias con el sindicato. Pero ¿qué marido no las tiene con su mujer? Y sin embargo eso no siempre quiere decir que de desee deshacerse de ella”¹³. La frase puesta en boca de E.L. Block, presidente de una fábrica de herramientas agrícolas de Chicago, resulta un ejemplo claro de lo que *Selecciones* intentaba transmitir.

La moral conservadora e individualista que, según *Selecciones*, cimentó la grandeza de los EE.UU. no fue llevada, en el plano discursivo, al extremo miope de negar la necesidad de una fuerza laboral organizada, con la cual un empresariado a la altura del nuevo desafío pudiera sentarse a la mesa.

Si bien una comparación profunda del discurso de *Selecciones* con aquellos circulantes en la Argentina durante la década de 1940 (para ver en cuánto coincidían o se diferenciaban de aquellos que la revista intentaba instalar a partir de las notas seleccionadas para la publicación latinoamericana) excede el marco del presente trabajo, presentaremos una mirada general sobre dichos discursos que podrá operar como disparador para una investigación más

¹³ Karl Detzer y Sam N. Sherman, “Obreros que impulsan el negocio del patrono”, *Selecciones del Reader’s Digest*, junio de 1950, 107.

profunda.

En primer lugar, no podemos encontrar coincidencias discursivas en cuanto a capacidad del capital para distribuir en forma justa la riqueza de manera autónoma. Resulta claro que para las elites argentinas, inclusive en el período previo a la revolución de 1943, la intervención del estado en el logro de una mejora distributiva, ya sea mediante el dictado de leyes específicas o en su carácter de mediador de intereses, resultaba imprescindible para la construcción de una sociedad más equilibrada dentro de un sistema de acumulación capitalista, que jamás es puesto en discusión.

Si bien *Selecciones* entendió la política del *New Deal* como necesaria para preservar el sistema ante el riesgo originado por la Gran Depresión, y tal como se expresara en el capítulo anterior, mantuvo una posición bastante objetiva en la discusión que se planteara por la modificación de la Ley Wagner, siempre entendió a la intervención estatal como una anomalía que perturbaba al sistema, siendo en esto coherente desde el momento mismo de su creación.

Sin embargo, distinto pareciera ser el resultado cuando se compara el imaginario que la revista impone, en donde los empresarios comparten intereses con los trabajadores. Este discurso, en donde la sociedad se desarrolla de manera armónica con empresarios y trabajadores colaborando en la resolución del conflicto social, guarda importantes coincidencias con el discurso que se inicia en la Argentina desde la aparición en la escena política del peronismo.

Sin dudas, resolver la ecuación entre desarrollo económico y la participación popular, encontrando una identidad que aleje a la Argentina tanto del capitalismo como del comunismo¹⁴, fue sin duda el eje simbólico tras el cual se encolumnó el aparato propagandístico del primer peronismo, no obstante lo

¹⁴ Claudia Soria, "La propaganda Peronista: Hacia una renovación estética del Estado Nacional" en Política del sentimiento. *El peronismo y la construcción de la Argentina moderna* editado por Claudia Soria, Paola Cortés Rocca y Edgardo Dieleki. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2010.

cual, a esta altura del debate historiográfico se puede definir a Perón, en alguna medida, como un conservador lúcido.

En muchos aspectos es evidente que el propósito fundamental de su proyecto político era prevenir los cambios sociales abruptos y, de ser necesario, incluso impedirlos. Al respecto, en su célebre discurso en la Bolsa de Comercio, en agosto de 1944, Perón expuso su pensamiento en tal sentido, diciendo:

Señores capitalistas, no se asusten de mi sindicalismo, nunca mejor que ahora estará seguro el capitalismo, ya que yo también lo soy, porque tengo estancia y en ella, operarios. Lo que quiero es organizar estatalmente a los trabajadores para que el Estado los dirija y les marque rumbos, y de esta manera se neutralizan en su seno las corrientes ideológicas y revolucionarias que puedan poner en peligro nuestra sociedad capitalista en la posguerra¹⁵.

El Estado peronista, tal como lo anticipara su líder, tuvo sin duda alguna considerable éxito en el control de la clase trabajadora, tanto social como políticamente, y si bien el conflicto de clases no fue en modo alguno abolido, así como no se cumplió el idilio de armonía social retratado por la propaganda oficial, las relaciones entre capital y trabajo por cierto mejoraron. Varias razones se propusieron para explicar ese éxito. Sin lugar a dudas una fue la capacidad de la clase trabajadora para satisfacer sus aspiraciones materiales dentro de los parámetros ofrecidos por el Estado, otra fue la autoridad de Perón en la conducción del proceso, pero resulta preciso tomar en consideración la habilidad del Estado y su aparato cultural, político e ideológico para promover e inculcar nociones de armonía e intereses comunes de las clases¹⁶.

El peronismo, al sustentar la conciliación para enfrentar las posiciones revolucionarias que planteaba la lucha de clases, se convertía en un elemento de estabilidad y de equilibrio entre las distintas fuerzas sociales del momento. Pocas medidas adoptadas por Perón, sin perjuicio de ubicarse equidistante

¹⁵ Juan Domingo Perón, exposición ante empresarios en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires en agosto de 1944. Acceso 15 de noviembre de 2017: <http://archivoperonista.com/discursos/juan-domingo-peron/1944/discurso-en-bolsa-comercio>.

¹⁶ Daniel James, *Resistencia e integración: el peronismo y la clase trabajadora argentina, 1946-1976* (Buenos Aires, 2005: Siglo XXI Editores), 52.

tanto del capitalismo como del comunismo, contenían un carácter anticapitalista o que pretendiera acelerar el cambio social. Por lo general pretendían restablecer, perfeccionar o continuar el desarrollo de las condiciones estructurales preexistentes.

La línea argumental sostenida en el discurso ante la Bolsa de Comercio de Buenos Aires no fue un hecho aislado del momento en función del auditorio empresarial al que estaba dirigida, sino que ése fue un eje del discurso peronista durante la década en lo que hace a las relaciones entre el trabajo y el capital desde que Perón llegara a la Secretaría de Trabajo y Previsión. “Sostenemos....que los problemas sociales no se han resuelto nunca por la lucha sino por la armonía y así es que propugnamos no la lucha entre el capital y el trabajo sino el acuerdo entre unos y otros...”¹⁷. En igual sentido se expresó ante la Liga por los Derechos del Trabajador el 20 de noviembre de 1947 al decir:

Lo que nosotros buscamos es poner en paralelismo los intereses de todos los argentinos para que todos empujen en la misma dirección y con la misma intensidad. Si esta finalidad se logra, los procesos de lucha irán disminuyendo, y los de colaboración y cooperación irán aumentando¹⁸.

Si bien en el discurso peronista el estado jugaba un rol fundamental como árbitro garante de esta armonía que se pregonaba como superadora de la lucha de clase, al igual que *Selecciones*, construía un imaginario social en donde los factores de producción evitan los conflictos a partir de visibilizar sus propios intereses, sino como comunes, al menos como complementarios. El peronismo entiende al trabajador y al capital como una comunidad de valores, al punto de afirmar ante la una delegación de empleados judiciales en 1944:

La Secretaria de Trabajo y Previsión tiene la ambición de abarcar con su acción a todos los argentinos, sean de la clase trabajadora, sean de

¹⁷ Discurso de J.D.Perón ante la Federación de Círculos de Obreros Católicos, 26 de junio 1944.

¹⁸ Discurso de J.D. Perón ante la Liga por los derechos del trabajador del 20 de noviembre de 1947.

la clase media o sean de la clase capitalista. Cada uno ha de estar dentro de esta armonización para que ningún valor se pierda.¹⁹

La idea de armonía de clases, que desde lo discursivo expresara Perón, se replicó en otros dispositivos culturales. El concepto de armonía también se plasmaba en la iconografía que el estado utilizaba para propagar sus ideas²⁰, y de igual forma en la filmografía, que de alguna manera replicaba el paradigma. *La Navidad de los pobres* (Manuel Romero, Argentina Sono Film, 1947), o *Alma de Bohemio* (Julio Saraceni, Argentina Sono Film, 1949) plantean relaciones sentimentales entre clases opuestas con finales felices. Resulta revelador de la armonía propuesta el final de *Alma de Bohemio*, donde uno de los personajes, encarnado por Fidel Pintos, expresa: “Es misión de los que mandan hacer del diario vivir una fiesta, pero un fiesta honrada y laboriosa. (...) Cuántos jefes que son tiranos deberían trabajar como obreros para sentir en carne propia la injusticia”. En el final de film uno de los personajes canta unos versos que ponen en evidencia la construcción simbólica que se intenta:

Los obreros, los patronos, no debemos guardarnos encono y tenemos que ser compañeros, amigos sinceros y todos igual. Con la ayuda de unos a otros tendremos la dicha de todos nosotros. En la lucha de nuevas conquistas marchamos unidos y siempre optimistas... Debemos vivir siempre así, yo ayudándote a ti, y tú ayudándome a mí²¹.

Pero no solamente en el tema de la armonía de clases encontramos ejes discursivos similares sino también en lo que se refiere al esfuerzo, el estudio y la capacitación como instrumentos de progreso. La revista *Mundo Peronista*, que era considerada órgano doctrinario del movimiento, publicaba un artículo en cada edición denominado “El ejemplo peronista”. El artículo siempre contaba una historia en primera persona, tal cual lo hacía *Selecciones*, donde el personaje de turno relataba de qué manera se había superado o cómo había

¹⁹ Revista *Mundo Peronista* N°31, 15 de octubre de 1952, 24.

²⁰ Marcela Gene, *Un Mundo Feliz, Imágenes de los trabajadores en el primer peronismo. 1946/1955* (Buenos Aires: Ed. Fondo Cultura Económica Universidad de San Andrés, 2008), 143.

²¹ Clara Kriger, *Cine y peronismo, el estado en escena* (Buenos Aires, año 2009, Ed. Siglo XXI), 209 - 215.

logrado que sus hijos estudiaran, todo ello en base al esfuerzo personal y la ayuda que, en general, era brindada por la Fundación Eva Perón.

No estamos comparando de ninguna manera a una revista destinada a los sectores medios, que operó dentro de América latina como un instrumento de penetración cultural estadounidense durante la Segunda Guerra y la Guerra Fría, con una revista que circulaba cuasi como órgano oficial de un partido político y que estaba dirigida básicamente a convencidos. Sólo tratamos de ver un poco más allá de los sesgos propios de cada una de las publicaciones para encontrar algunas similitudes en la forma de interpelar a sus lectores.

“El ejemplo peronista” publicado en el Año II, N° 31 de la revista, se titula “Nuestros Obreros son formidables...”, un título que bien podría estar inserto junto treinta más en la contratapa de cualquier edición de *Selecciones* durante la década. En el mencionado artículo se narra la experiencia de vida de Manuel F. Rolón Campos, operario de los Talleres Gráficos Alea, que relata:

Luego de mis horas habituales de trabajo concuro por la noche a cursos de perfeccionamiento que se dictan en la Escuela Industrial N° 9 de Artes Gráficas. (...) Argentina no puede aspirar a convertirse en un país industrial sin preparar su mano de obra por la instrucción y educación de sus operarios.

Al tratarse, como ya se dijera, de una revista doctrinaria del peronismo, el artículo abunda en agradecimientos y loas, tanto al General Perón como a Eva Perón, pero la explicación en primera persona, la sencillez del relato, la maniquea interpretación de la realidad y el eje puesto sobre el esfuerzo personal y el estudio resultan sumamente similares al estilo discursivo con el que *Selecciones* intentaba convencer a sus lectores.

Al analizar la función de los empresarios en la relación laboral desde la óptica de *Selecciones*, durante el desarrollo del presente trabajo se analizaron artículos como “Humanicemos la industria”, “Cuando es feliz el obrero”, etc., en donde, de alguna forma, se reclamaba a los patronos una actitud empática, comprensiva, y hasta se proponían sistemas de participación de los operarios en las ganancias de las empresas. Básicamente se proponía una actitud

empresarial distinta ante el nuevo escenario de posguerra, en donde el comunismo era el enemigo a batir. En este aspecto también se encuentran similitudes discursivas con lo que se expresaba en nuestro país. Con el título “La empresa moderna”, *Mundo Peronista*, reproduce una carta firmada por el Juan D. Perón, donde se expresa:

Solamente un ignorante podría discutir que la empresa no ha sido el factor más preponderante en el desarrollo, en la riqueza y en la felicidad de todas las comunidades en los últimos tiempos. En la lucha empeñada en el mundo es indudable que ha de triunfar la empresa. Ella representa para nosotros el factor fundamental de la organización de las economías modernas. Muchas veces se nos ha hecho aparecer como enemigos de la empresa. Nada más falso que una afirmación semejante. Nosotros somos, quizás, en los momentos actuales, sus más efectivos defensores, pero de la empresa moderna, no de la antigua, de la empresa evolucionista, no de la retardataria o retrógrada, de empresa que toma su función integral y no solamente de un crudo capitalismo que ya ha pasado para la economía moderna en el mundo. Hacia esa evolución es hacia donde nosotros queremos llevar a la empresa, y reconocemos a esa empresa como un factor de progreso, como un factor de riqueza y como un factor de felicidad cuando desarrolla sus actividades en el concepto de una economía social y no de una económica netamente capitalista, egoísta, como era la empresa en tiempos pasados²².

Sin duda *Selecciones* jamás hubiera identificado al capitalismo con el egoísmo, y posiblemente tampoco hubiera hablado sobre economía social, pero la empresa de la que habla Perón en su carta se corresponde con el papel que *Selecciones* reclamaba del empresariado, y seguramente, aunque resulte difícil creerlo, *Selecciones* hubiera coincidido con Perón en reconocer a la empresa como un factor de “felicidad”.

Durante décadas los estudios académicos y el imaginario público tendieron a identificar las imágenes e iconografía del primer peronismo con aquellas de los regímenes nazi/fascistas europeos. Sin embargo, Marcela Gene²³, concluyó que tanto la propaganda como los afiches e imágenes mediante los cuales el

²² *Mundo Peronista*, N°71, Año IV, setiembre de 1954, 71.

²³ Marcela Gene, *Un mundo feliz, imágenes de los trabajadores durante el primer peronismo 1946/1955*. (Buenos Aires: Ed. Fondo Cultura Económica Universidad de San Andrés, año 2008), 144.

peronismo intentaba representar a los trabajadores tenían mucho más del *New Deal* de F.D. Roosevelt que de la República Social Italiana de Benito Mussolini.

Una afirmación como la expuesta no admite seguramente que se la extrapole al discurso laboral de *Selecciones* comparando algunos ejes discursivos del primer peronismo. Sólo decimos que el prejuicio es enemigo de la verdad, y toda duda obliga a un análisis más profundo antes de sacar conclusiones equivocadas. Las coincidencias discursivas expuestas más arriba, son solo algunas de la que se encontraron en el transcurso de la investigación, existen otras. Entendimos que resultaba necesario incluir sólo unas pocas en presente trabajo, su análisis integral lo excede largamente y sin duda merece que se intente en el futuro una línea de investigación más profunda y específica.

EPÍLOGO

(El futuro nos espera)

Selecciones del Reader's Digest, con sus 145.000 ejemplares de tirada en la Argentina en diciembre de 1941, número que suponemos fue creciendo con el transcurso de los años durante la década¹ resultó, a nuestro entender, el fenómeno editorial más exitoso dentro del universo de los sectores medios en nuestro país. La revista tuvo ingreso irrestricto, tanto en épocas de superávit comercial como en momentos de escasez de divisas, y circuló con facilidad en un período de complejas relaciones con los Estados Unidos, en donde el discurso antiimperialista resultaba el discurso dominante en la Argentina. Esto ha sido atribuido, por parte de la academia, a la promoción del consumo (especialmente de la denominada línea blanca) que realizaba la revista y a su coincidencia con la política de aumento de la demanda agregada aplicada por el gobierno argentino durante el período.

Sus contenidos integraban un complejo entramado discursivo en el que se cruzaban ética, disciplina de trabajo, fe en el futuro, confianza en el potencial emancipador del progreso histórico y en el indiscutible liderazgo global de los EE.UU. Pero *Selecciones* además prescribía hábitos, costumbres para la vida privada y organización del espacio doméstico, establecía los roles de género, aconsejaba sobre la educación de los niños, las normas de higiene, de alimentación, de belleza, establecía criterios de consumo y definía pautas de lectura e información.

En el curso del presente trabajo no se analizó a *Selecciones* en su totalidad, sólo se analizó la línea editorial, en donde la revista trataba la relaciones obrero-patronales, por lo que no podemos afirmar que la conclusión a la que arribamos pueda ser aplicada a toda la revista incluyendo la totalidad de sus artículos, su publicidad y los libros que elegía para resumir. Con la limitación expuesta, el relevamiento de artículos efectuados nos brinda un perfil que,

¹ La editorial no nos pudo dar datos, pero no resulta para nada exagerado suponer que para el fin de la década de 1940 la tirada de *Selecciones* en la Argentina haya orillado una cifra superior a los 200.000 ejemplares.

analizado a partir de la revista como emisora de un mensaje, parecería coincidir con el lente antifascista, anticomunista y pro-estadounidense con que se ha estudiado a *Selecciones* en los trabajos académicos más conocidos.

Sin embargo esa lente parecería no ser la indicada si lo que se intenta analizar es cuál fue la lectura que efectuó una sociedad determinada en un periodo determinado sobre una publicación específica, y mucho menos si, dejando de lado pretensiones totalizadoras, lo que estudiamos es una determinada línea editorial.

Tenemos que ubicar a *Selecciones del Reader's Digest*, en lo que hace al modo de conducir el conflicto social, dentro de un escenario en donde el proceso industrial se encuentra en plena transformación, ya sea por razones de índole político/económicas, como el crac financiero de 1929 y el surgimiento del *New Deal*; internacionales, como el inicio y finalización de la Segunda Guerra Mundial; tecnológicas, a partir de la aplicación de nuevos sistemas productivos; y sociales, como el ingreso masivo de la mujer al mercado laboral y la desmovilización de los soldados finalizada la Segunda Guerra.

A partir de ese nuevo paisaje, la revista utiliza algunos conceptos claves a los efectos de morigerar la tensión social que inevitablemente se produciría: la empatía para entender la posición del otro; un nuevo paternalismo industrial aplicado de manera directa o a través de la utilización de nuevos métodos de gestión; un sindicalismo acotado básicamente a la discusión salarial, la colaboración entre empleadores y obreros en una comunidad de intereses y el capitalismo como sistema de acumulación innegociable.

Sin duda la carga ideológica de los artículos posteriores a la finalización de la guerra reflejaban la discusión que se desarrollaba en los EE.UU. en relación a la modificación de la Ley Wagner y el interés de los industriales por recuperar el terreno perdido durante la aplicación del *New Deal*. Ahora bien, extrapolar esa situación a nuestro país durante el periodo estudiado resulta una equivocación, ya que esa discusión se va a dar en la Argentina recién a partir de la caída del peronismo en 1955, e interpretarla como una intención de

minimizar el rol de los sindicatos también resultaría erróneo para la realidad de una época caracterizada, justamente, por una presencia sindical muy importante comparada con la década anterior.

En términos discursivos entendemos que la línea editorial que *Selecciones* desarrolla a lo largo de la década resultaba congruente con lo que podríamos denominar “discurso de época”, en una Argentina caracterizada por la irrupción del populismo como categoría política y su intento de “democratización” de la modernidad sin romper radicalmente con las estructuras económicas y sociales existentes. Loris Zanatta define al populismo, esencialmente, como “la expresión moderna de un antiguo legado”, algo así como la construcción de una “vía religiosa hacia la modernidad”², y la definición resulta aplicable para entender la clave en que se receptó dentro de la sociedad argentina el mensaje de *Selecciones* en cuanto a relaciones laborales.

No quisimos en el presente trabajo correr a *Selecciones del Reader's Digest* del lugar en donde la academia la ha instalado generalmente; no sería justo y carecería de rigurosidad histórica. *Selecciones* fue indudablemente una formidable herramienta del imperialismo cultural estadounidense. Tampoco fue nuestra intención transmitir la idea de que el discurso que se desarrollara durante la década de 1940 estuviera alineado con las políticas de los EE.UU. y sus intereses. Los gobiernos del período se negaron a participar con los aliados durante la Segunda Guerra Mundial y en muchas oportunidades identificaron a los EE.UU. como un enemigo externo que se oponía al desarrollo social y económico que se estaba produciendo en la Argentina.

Sólo intentamos poner de manifiesto que el discurso de la década se construyó a partir de un elaborado conjunto de técnicas de comunicación y propaganda que conjugaron, básicamente, elementos tradicionales anclándolos en la modernidad, política económica y social que se avecinaba³ y, al igual que

² Loris Zanatta, *El populismo* (Katz Editores, Buenos Aires 2014).

³ Pablo Vázquez, “Entre Minerva y Venus. Las imágenes de Evita utilizadas oficialmente durante el peronismo por Casa de Moneda”, VI Jornadas de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación.

Selecciones, ese discurso ofreció a la sociedad, mediante la transmisión de un imaginario armónico, tender un puente entre aquellos elementos “rescatables” de un pasado pre configurado y la nuevas formas de producción y consumo que llegaban.

Podríamos decir a manera de conclusión que “De casa al trabajo y del trabajo a casa” resulta, dentro del esquema expuesto, un *slogan* que resume la necesidad de armonizar los intereses del capital y el trabajo, los que bajo la tutela patriarcal de un estado benévolo nos conducirían indefectiblemente hacia la modernidad imaginada⁴.

De casa al trabajo y del trabajo a casa, *Selecciones* no podría haber elegido un título mejor.

Departamento de Sociología, La Plata, 2010. <https://www.aacademica.org/000-027/137>

⁴ Daniel James, *Resistencia e integración: el peronismo y la clase trabajadora argentina, 1946-1976* (Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 2005).

BIBLIOGRAFÍA

- Adamovsky, Ezequiel I. *Historia de la clase media argentina. Apogeo y decadencia de una ilusión, 1919/2003*. Buenos Aires: Editorial Planeta, 2012.
- Baghetto, Lorena. *O Pesadelo comunista ameaça o Ocidente: O anticomunismo nas revistas Seleções do Reader's Digest (1946-1960)*, 2004.
- Benjamin, Walter. *Discursos interrumpidos I*. Madrid: Editorial Taurus, 1973.
- Canning, Peter. *American Dreamers The Wallaces and the Reader's Digest. An Insider Story*. New York: Simon & Schuster, 1996.
- Carañana, Pedro. "Las misiones de las universidades europeas y estadounidenses: un análisis socio histórico de sus transformaciones". Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid, 2015.
- Cohen, Lizabeth. *A Consumer's Republic. The Politics of Mass Consumption in Postwar America*. Nueva York: Vintage Books a Division o Random House Inc., 2003.
- _____. *Making a New Deal: Industrial Workers in Chicago, 1919-1939*. New York: Cambridge University Press, 2008.
- Cullen, Jim. *The American Dream. A Short History of an Idea that Shaped a Nation*. New York: Oxford University Press, 1988.
- Dallek, Robert. *The American Style of Foreign Policy: Cultural Politics and Foreign Affairs*. New York: Knof, 1983.
- Davis, Mike. "El estéril matrimonio entre los obreros estadounidenses y partido demócrata". *New Left Review*, Número 33, 2005.
- _____. *Prisoners of the American Dream. Politics and Economy in the History of U.S. Working Class*. Nueva York: Verso ED, 1999.
- Dorfman, Ariel. *Reader's nuestro que estás en la tierra. Ensayo sobre el imperialismo cultural*. México: Editorial Nueva Imagen, 1980.
- Espinosa, José Manuel. *Inter-American Beginnings of U.S. Cultural Diplomacy: 1936-1948*. Washington: Bureau of Educational and Cultural Affairs, U.S. Department of State, 1977.
- Fernández, Juan Rómulo. *Historia del periodismo argentino*. Buenos Aires: Librería Perlado, 1943.
- Forni, Floreal, Ada Freytes, Ada y Germán Quaranta. "Le Play: un precursor de la economía social". Primer documento de trabajo, Buenos Aires:

Universidad del Salvador, 2003.

Galván Moreno, Carlos. *El periodismo argentino. Amplia y documentada historia desde sus orígenes hasta el presente*. Buenos Aires: Claridad, 1944.

Gene, Marcela. *Un mundo feliz, Imágenes de los trabajadores en el primer peronismo 1946-1955*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica/Universidad de San Andrés, 2008.

Genovese, Eugene. *In Red and Black: Marxian Explorations in Southern and Afro-American History*. New York: Universidad de Tennessee, 1971.

Germani, Gino. *Política y sociedad en una época de transición. De la sociedad tradicional a la sociedad de masas*. Buenos Aires: Editorial Paidós, 1962.

Glick, Mónica Sol, *El Hogar de la Victoria: La promesa del American Way of Life para América Latina*. Tesis inédita presentada en el Programa de Posgrado en Historia de la Universidad Federal de Santa Catarina y el Programa de Posgrado en Historia Contemporánea de la Universidad Autónoma de Madrid. Florianópolis, 2015.

Gramsci, Antonio. *Cartas desde la cárcel*. Madrid: Editorial Cuadernos para el diálogo, 1975.

_____ *Los intelectuales y la organización de la cultura*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión, 2003.

Halperin Dongui, Tulio. *Argentina y la tormenta del mundo*. Buenos Aires: Ed. Siglo XXI, 2015.

Hartford, Willam F. *Where is our Responsibility? Unions and Economic Change in the New England Textile Industry, 1870-1960*. Boston, MA: University of Massachusetts Press Amherst, 1966.

Harvard Magazine, septiembre/octubre de 2004.

Heindenry, John. *Theirs was the Kingdom. Lila and DeWitt Wallace and the Story of the Reader's Digest*. New York: W.W. Norton & Company, 1966.

Hobsbawn, Eric. *La era del imperio, 1875-1914*. Buenos Aires: Grupo Editorial Planeta, 2010.

Insulza, José Miguel. "Notas sobre la formación de la clase obrera y el movimiento sindical en los Estados Unidos". *Cuadernos Semestrales EE.UU. Perspectiva Latinoamericana*, 1er. semestre, 1982.

James, Daniel. *Resistencia e integración: el peronismo y la clase trabajadora argentina, 1946-1976*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 2005.

- Junqueira, Mary Anne. *Imaginando a America Latina em Seleções: Oeste, Wilderness e Fronteira (1942-1970)*. São Paulo: Bragança Paulista: EDUSF, 2000.
- Kruger, Clara. *Cine y Peronismo: El Estado en escena*. Buenos Aires. Ed. Siglo XXI, 2009.
- Lears, Jackson. "The Concept of Cultural Hegemony: Problems and Possibilities." *The American Historical Review*, volumen 3, 1985.
- Lears, Jackson. "A Matter of Taste: Corporate Hegemony in a Mass-Consumption Society". En May, Lary, *Recasting America. Culture and Politics in the Age of Cold War*. Chicago: University of Chicago Press, 1989.
- Luna, Félix. *El 45*. Buenos Aires: Sudamericana, 1973.
- Mendelevich, Pablo. *Las Revistas Argentinas*. Buenos Aires: Contratiempo, 2002.
- Metzgar, Jack. "1945-1946 Strike Wave". En Aaron Brenner et. al. *The Encyclopedia of Strikes in America*. New York: M.E. Sharp Armonk, 2009.
- Mignolo, Walter. "Colonialidad global, capitalismo y hegemonía epistémica". En *Culturas imperiales. Experiencia y representación en América, Asia y África*, compilado por Ricardo Salvatore. Buenos Aires: Beatriz Viterbo Editora, 2005.
- Monteiro, Gomes Erica Daniel. "A guerra como slogan. Visualizando o advertising project na propaganda comercial da revista *Seleções do Reader's Digest (1942-1945)*". *Tiempos Históricos*, N.º. 14, 2º Semestre, 2010.
- Morgenthau, Hans. *La política entre las naciones*. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano, 1986.
- Negri, Antonio y Hardt, Michael. *Imperio*. Barcelona: Paidós, 2000.
- Ohmann, Richard. *Selling Culture: Magazine, Markets, and Class at the Turn of the Century*. London & New York: Verso, 1996.
- Ortiz, Renato. "Revisitando la noción de imperialismo cultural". En *Culturas Imperiales Experiencia y Representación en América, Asia y África*, compilado por Ricardo Salvatore. Buenos Aires: Beatriz Viterbo Editora, 2005.
- Pastoriza, Elisa Torres, Juan Carlos. "La democratización del Bienestar". En *Nueva Historia de la Argentina*. Tomo VIII. Buenos Aires: Sudamericana, 1988.

- Penning, Timothy. "First impressions: US media portrayals of public relations in the 1920s". *Journal of Communication Management*, Volumen 12, Nro. 4, 344-358, 2008.
- Perón, Juan Domingo. "La comunidad organizada". Discurso de cierre del Primer Congreso Nacional de Filosofía (Mendoza, 9 de abril de 1949) Texto publicado el día 3 de febrero de 1951 en el diario *Democracia*.
- Polan, Dana. *Power and Paranoia*. New York: Columbia University Press, 1986.
- Pozzi, Pablo "Reindustrialización y recomposición del Movimiento Obrero Norteamericano 1960-1968". *Revista de Historia y Ciencias Sociales* N° 14, mayo-agosto, México, 1989.
- Prutsch, Ursula y Gisela Cramer. "Nelson A. Rockefeller's Office of Inter-American Affairs and the Quest for Pan-American Unity: An Introductory Essay". En *¡Américas Unidas! Nelson A. Rockefeller's Office of Inter-American Affairs, 1940-46*. Frankfurt: Vervuert, 2012.
- Rivera, Jorge y Aníbal Ford. "Los medios de comunicación masiva en la Argentina". En *Medios de comunicación y cultura popular* editado por Aníbal Ford et. al. Buenos Aires: Legasa, 1990.
- Romero, Luis Alberto. "Una empresa cultural: los libros baratos". En *Sectores populares, cultura y política. Buenos Aires en la entreguerra* de Leandro Gutiérrez y Luis Alberto Romero. Buenos Aires: Sudamericana, 1995.
- Ruiz Jiménez, Laura. "Peronismo y anti-imperialismo en la prensa argentina: "Braden o Perón" también fue "Perón es Roosevelt". *Journal of Latin American Studies*. Cambridge University Press, N° 30, octubre 1998.
-
- La Argentina con porvenir. Los debates sobre la democracia y el modelo de desarrollo en los partidos políticos en la prensa (1926-1946)*. Madrid: Ed. Nueva Biblioteca, Fundación Ortega y Gasset, 2006.
- Saita, Sylvia. *Regueros de tinta: el diario Crítica en la década de 1920*. Buenos Aires: Sudamericana, 1998.
- Salvatore, Ricardo. "Repensar el imperialismo en la era de la globalización". En *Culturas imperiales. Experiencia y representación en América, Asia y África* compilado por Ricardo Salvatore. Buenos Aires: Beatriz Viterbo Editora, 2005.
- Scheneirov, Matthew. *The Dream of a New Social Order. Popular Magazines in America, 1893-1914*. New York: Columbia University Press, 1994.
- Scherer, Charles Junior. "A disseminação da cultura e da ideologia norteamericana no Brasil no contexto da Segunda Guerra Mundial e o caso

da Revista *Seleções do Reader's Digest*. *Revista Latinoamericana de Historia*, volumen 10, N°3, agosto de 2014.

Schlesinger, Arthur M. *Los Ciclos de la Historia Americana*. Buenos Aires: Editorial R.E.I. Argentina SA., 1990.

Senett, Richard. *La autoridad*. Madrid: Alianza Editorial, 1982.

Sharp, Joanne "Hegemony, Popular Culture and Geopolitics: The *Reader's Digest* and the Construction of Danger". *Political Geography* 15, no. 67, 1996.

Sharp, Joanne P. *Condensing the Cold War, Reader's Digest and the American Identity*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996.

_____. "Publishing American identity: popular geopolitics, myth and the *Reader's Digest*". *Political Geography* 12, N°6, noviembre 1993: 491-502.

Sirven, Pablo. *Perón y los medios de comunicación 1943/1955*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina, 1984.

Sombart, Werner. *¿Porque no hay socialismo en los Estados Unidos?* Madrid: Capitán Swing Libros, 2009.

Soria, Claudia "La propaganda Peronista: Hacia una renovación estética del Estado Nacional". En *Política del sentimiento. El peronismo y la construcción de la Argentina moderna* editado por Claudia Soria, Paola Cortés Rocca y Edgardo Dieleki. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2010.

Stonor Saunders, Frances. *Who Paid the Piper: The CIA and the Cultural Cold War*. Londres: Granta Books, 1999.

Storch, Randi. *Working Hard for the American Dream. Workers and their Union, World War I to the Present*. New York: John Wiley Ed., 2013.

Talice, Roberto A. *Cien mil ejemplares por hora: memorias de un redactor de Crítica, el diario de Botana*. Buenos Aires: Corregidor, 1989.

Thompson, John B. "La comunicación masiva y la cultura moderna. Contribución a una teoría crítica de la ideología." *Revista Versión. Estudios de comunicación y política*, Nro. 1, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, México, octubre de 1991.

Tomasi, Florencia y María Alejandra Sotelo. "Selecciones del *Reader's Digest*. Forma y discurso como elementos centrales de las políticas estadounidenses hacia Latinoamérica en la conformación del mundo bipolar". XIV Jornadas Interescuelas, Departamentos de Historia y de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, 2 al 5 de octubre de 2013.

Torre, Juan Carlos. *Ensayos sobre movimiento obrero y peronismo*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2012.

_____ *La vieja guardia sindical y Perón. Sobre los orígenes del peronismo*, Buenos Aires: Ed. R y R, 2011.

Tronti, Mario. *Obreros y capital*. Madrid: Editorial Akal, 2012.

Ubelaker Andrade, Lisa. "La revista más leída del mundo. *Selecciones del Reader's Digest* y culturas de clase media, 1940-1960". *Contemporánea: historia y problemas del siglo XX*, Vol. 5, Nº. 5, 2014.

_____ "Americas Mapped: Mass Media and the Construction of "American" Geography, 1938-1948". Tesis inédita, Universidad de Yale, 2014.

Ulanovsky, Carlos. *Paren las rotativas. Una historia de los grandes diarios, revistas y periodistas argentinos*. Buenos Aires: Espasa Calpe, 1997.

Varela, Mirta. "Peronismo y medios: control político, industria nacional y gusto popular". ReHiMe Red de Historia de los Medios, 2011.

Vázquez, Pablo: "Entre Minerva y Venus. Las imágenes de Evita utilizadas oficialmente durante el peronismo por Casa de Moneda". VI Jornadas de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata, 2010.

Venegas Valdebenito, Hernán. "Paternalismo industrial y control social. Las experiencias disciplinadoras en la minería del carbón en Chile, Lota y Coronel en la primera mitad del siglo XX". *Amérique Latine Histoire et Mémoire. Les Cahiers ALHIM*, noviembre de 2015.

Visacovsky, Sergio y Enrique Garguin, Enrique. *Moralidades, económicas e identidades de la clase media. Estudios históricos y etnográficos*. Buenos Aires: Editorial Antropofagia, 2009.

Watt, Robert J. "Labor Problems Now and Postwar". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 240, julio de 1945, 51-54.

Williams, Raymond. *Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión, 2003.

_____ *La larga revolución*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Edición, 2003.

_____ *Marxismo y Literatura*. Buenos Aires: Las Cuarenta, 2009.

Wilson, Christopher. "The Rhetoric of Consumption: Mass Market Magazines and the Demise of the Gentle Reader, 1880-1920". En Richard Fox y

Jackson Lears, *The Culture of Consumption: Critical Essays: American History 1880-1980*. New York: Pantheon, 1983.

Zanatta, Loris. *El populismo*. Buenos Aires: Katz Editores, 2014.

COLECCIONES

Selecciones de Reader's Digest (diciembre 1940-diciembre 1952)

Mundo Peronista