

Neoconservadurismo y comunicación en Estados Unidos: su pensamiento y estrategia política

Pablo Casares A.

Universidad Iberoamericana, México.

Introducción

La crisis del sistema capitalista mundial, incubada durante el decenio de los sesentas y que estalla estrepitosamente durante los setentas, permitió el surgimiento de una concepción tradicionalista y conservadora con tal fuerza que sus representantes políticos alcanzaron los más altos escaños de poder en algunos de los países más poderosos del mundo occidental. Regan, Thatcher y Kohl son buenos ejemplos. Nos referimos a la concepción neoconservadora que, a pesar de su tradicionalismo, lo que busca es una salida actual a la crisis del capitalismo mundial.

No se trata de un simple pensamiento conservador, que se aferra al pasado; es un intento de justificación del capitalismo monopolístico tardío¹ que busca la recuperación de los valores y tradiciones del pasado, asumir la crisis presente e impulsar hacia el futuro de una sociedad postindustrial al capitalismo altamente tecnificado.

A partir de una breve síntesis de los elementos fundamentales veremos la aplicación que se hace de este pensamiento en el análisis y la práctica de la comunicación social.

Nos centraremos en las manifestaciones de este pensamiento en los Estados Unidos, dada la influencia que ejercen los diversos movimientos políticos de ese país en el nuestro y en la región latinoamericana en general. Ante la crítica situación que vivimos tanto en el nivel económico como social y político, es de esperar un reforzamiento de las posiciones más conservadoras en nuestros países, apoyado por el neoconservadurismo norteamericano y, quizás, siguiendo algunos de sus principales lineamientos tanto ideológicos como estratégicos.

¹ El capitalismo monopolístico tardío que impulsa el proyecto neoconservador es una nueva forma de organización de las formaciones sociales capitalistas avanzadas que, como veremos en este trabajo, busca la concentración del poder y del capital, asigna al Estado una función impulsora del gran capital y contenedora de demandas sociales y canalizaría políticamente a la democracia fuera del ámbito económico y hacia la esfera comunitaria y de la búsqueda de valores tradicionales.

Manifestaciones del pensamiento neoconservador

El pensamiento neoconservador se nos presenta fundamentalmente como un pensamiento reaccionario. Se trata de una reacción de la derecha frente a la crisis; es una reacción a lo que se concibe como la labor "agitadora" del comunismo soviético; y es una reacción en contra de la llamada "cultura adversaria". En síntesis, propone una nueva forma de funcionamiento del capitalismo que se adecue a la sociedad altamente tecnificada.²

El neoconservadurismo como una reacción frente a la crisis tiene sus antecedentes remotos en las *Reflexions on the French Revolution* de Edmund Burke,³ texto publicado originalmente en 1790 como reacción al pensamiento de la Ilustración y a la Revolución francesa; desde las perspectivas política y económica, en el empirismo de John Locke —en su *Ensayo sobre el gobierno civil*— y en el liberalismo clásico de Adam Smith —*Investigación sobre la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones*—. El conservadurismo nunca desaparece de la escena política desde aquella época; sin embargo, a partir de la gran depresión de 1929-1942 y el surgimiento del *New Deal*, el conservadurismo cobra nueva fuerza y, tras las aparentes victorias de los liberales demócratas, empieza a dominar la escena política norteamericana desde 1938.⁴ Recientemente, este pensamiento se actualiza y toma nuevos bríos con la incorporación, primero, y liderazgo, después, de un grupo de intelectuales y periodistas que, después de activa militancia en grupos liberales y hasta radicales de la izquierda norteamericana, se "refugian" en el conservadurismo y lo actualizan, decepcionados por el "fraude" y la "utópica ilusión" que según ellos implicaban tanto el socialismo y el comunismo como el fascismo.⁵

Por tanto, el pensamiento neoconservador retoma las tradiciones conservadoras genuinas desde el siglo XVIII pasando, entre otros, por los autores de El federalista y los opositores al *New Deal*, y resurge vigorosamente con la incorporación de los "refugiados de la izquierda liberal"

A partir de su respuesta a la crisis mundial e interna de los Estados Unidos, los neoconservadores desarrollan tres líneas de pensamiento: en relación a la cultura, a la economía y a la política exterior. Ante su temor al comunismo, desarrollan una propuesta consecuente de política exterior. Frente a las conclusiones que sacan de su análisis de la crisis cultural —que considera a la cultura adversaria un elemento promotor de la crisis— proponen una serie de acciones para combatirla, aprovechando el uso de la comunicación social como base de su estrategia política.

² El tema de la "cultura adversaria" lo analizaremos más adelante, y para esta "nueva forma de funcionamiento del capitalismo", véase nota 1.

³ Edmund Burke, *Reflections on the French Revolution*, The Bobbs Merrill Company Inc., Indianapolis, 1981.

⁴ Véase Alan Wolfe, "Sociología, liberalismo y derecha radical", en *Revista mexicana de Sociología*, vol. XLIII, no. E-81, UNAM, México, 1981.

⁵ Véase Atilio Boron, "La crisis norteamericana y la racionalidad neoconservadora, *Cuadernos semestrales Estados Unidos. Perspectiva latinoamericana*, no. 9, CIDE, México, 1981.

Por tanto, tenemos cinco manifestaciones de lo que llamamos pensamiento neoconservador: sus concepciones sobre cultura, política, economía, relaciones exteriores y, como estrategia política, sobre comunicación social.

A continuación analizaremos la concepción neoconservadora de crisis cultural y, después de señalar muy someramente elementos de su posición ante los problemas económicos, políticos y de relaciones exteriores, analizaremos la visión de la crisis cultural. Para finalizar, veremos el recurso a la comunicación social como estrategia política.

I. LA CRISIS CULTURAL

Para los neoconservadores, vivimos en una etapa de transición hacia una nueva era: la sociedad postindustrial.⁶ Esta época está marcada por una severa crisis que pone en peligro la supervivencia misma del sistema capitalista y, si bien la más clara manifestación de esta crisis está en el panorama económico, sus causas se encuentran en el ámbito de lo cultural.

Para Daniel Bell, principal ideólogo de esta corriente desde el punto de vista de la cultura, la crisis es fruto de las contradicciones entre tres ámbitos de la sociedad moderna: tecnoeconómico, político y cultural.⁷ La racionalidad funcional del orden técnico-económico, la legitimidad del orden político y la expresión y remodelación del "yo" del orden cultural —que llevan al narcisismo, al hedonismo y al nihilismo— están en contradicción.

Dentro de este marco, podemos discernir las fuentes estructurales de las tensiones de la sociedad: entre una estructura social (principalmente tecnoeconómica) que es burocrática y jerárquica, y un orden político que cree, formalmente, en la igualdad y la participación; entre una estructura social que está organizada fundamentalmente en base a roles y especialización, y una cultura que se interesa por el reforzamiento y la realización del yo y de la persona "total". En estas contradicciones se perciben muchos de los conflictos sociales latentes que se han expresado ideológicamente como alienación, despersonalización, ataque a la autoridad, etcétera.⁸

"El reforzamiento y la realización del "yo" en el ámbito cultural tienen su origen, para Bell, en el desarrollo del modernismo, por una parte, y en la lógica misma del sistema capitalista por otra.

El modernismo, como reacción contra el puritanismo, surgió a principios del siglo XX con la promoción del hedonismo, el placer y el juego, que promueven los "jóvenes intelectuales" y que lleva, en síntesis, a una "ética del consumo"⁹ y alcanza su máxima expresión en las décadas de los sesentas y setentas

⁶ Daniel Bell, *El advenimiento de la sociedad post-industrial*, Alianza Editorial, Madrid, 1976.

⁷ Daniel Bell, *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Alianza Editorial, Madrid, 1977, p. 23.

⁸ Daniel Bell, *op. cit.*, p. 26.

⁹ Todo el análisis de la cultura que aquí se hace, trata de ser una síntesis e interpretación de lo expuesto por Bell en *op. cit.*

con el “hedonismo pop” y el movimiento hippie; todos estos, movimientos fundamentalmente hedonistas y narcisistas. Según Bell, hay tres palabras clave para esta manifestación cultural: lo nuevo, el sexo y la liberación. La búsqueda de nuevas experiencias en todos los ámbitos, el rechazo a lo viejo y el planteamiento de “nuevas expresiones” (nueva vida, nueva política, nueva república, nueva poesía, nueva música, nueva pintura) empezaron a mostrarse y dominan poco a poco el ámbito de lo cultural. Las experiencias sexuales de diversa índole en busca de lo nuevo y de la liberación del yo, del yugo del super yo, para la libre expresión de la libido, se inician con el rechazo a la moralidad y la virtud, a los que se identifica con moralismo y fariseísmo, y así surgen las relaciones monogámicas sin matrimonio que se van tornando en diversas manifestaciones de degeneración sexual (intercambio de parejas, relaciones pre y extramaritales, incluso orgías). La búsqueda de la liberación del yo, de los propios deseos, de las ataduras a las nuevas experiencias lleva al narcisismo, el cual sólo busca la satisfacción de los caprichos del placer y surgen así los experimentos de sensibilización (liberación de los sentidos), los grupos de encuentro (liberación de las emociones), y las drogas (liberación del mundo real).

Esta especie de esquizofrenia del placer, plantea Bell, vino a suplantar los valores y las tradiciones en el ámbito de la cultura y en el de las ideas. El hedonismo pop y el hippismo, por una parte, y la concepción del éxito expresado en estatus y símbolos, por otra, vinieron a suplantar a la ética puritana y protestante del trabajo y a la continencia así como a la elección de Dios y al prestigio moral.

Para Bell, la degeneración moral y el rechazo a la religión nos han llevado a una situación sin salida. La búsqueda desenfrenada de placer, de satisfacción del yo, generan el tedio, el individualismo y la falta de responsabilidad. La ausencia de un sentido último de la existencia, el desconocimiento de altos valores humanos y la ignorancia de una realidad superior, nos han dejado en un mundo sin valores, sin moral, sin sentido, que está a punto de impedir la supervivencia del sistema capitalista, el desarrollo de la humanidad y el paso de la sociedad burguesa a la sociedad postindustrial.

Sin embargo; esta misma sociedad burguesa, con su énfasis en lo material, en el estatus, en el consumo, es en buena medida culpable de esta crisis cultural. El desmoronamiento de la familia, la pérdida de los valores, el rechazo a las tradiciones que fundamentaron y posibilitaron el enorme desarrollo del capitalismo, han sido promovidos por los sistemas de consumo generados por este mismo sistema.

Bell opina que se ha dado un desarrollo de la ideología de la “buena vida” como sinónimo de tener cosas, de los valores individualistas de la facilidad de vida y exaltación de la persona y el desarrollo de los mecanismos de crédito, del “goce ahora y pague después”; todo esto, ha fomentado el hedonismo, la pérdida de un sentido trascendente de la vida, de responsabilidad y de interés en el trabajo. El afán consumista, la falta de solidaridad y de sentido comunitario así como el fomento a “gozar la vida” antes de haber acumulado méritos para merecerlo, han destruido la ética protestante del trabajo, los valores puritanos de la postergación de la recompensa y el temor de Dios. De esta forma, el capita-

lismo mismo ha contribuido a generar la crisis cultural. Ahora el problema es de supervivencia: o desaparece la cultura occidental o damos paso a un nuevo tipo de sociedad.

“Creo que estamos llegando a una divisoria de aguas en la sociedad occidental: estamos contemplando el fin de la idea burguesa, esa concepción de la acción humana y de las relaciones sociales, en particular del intercambio económico, que ha moldeado la época moderna en los últimos 200 años.”¹⁰

A pesar de la coherencia interna en el análisis de Bell y de la gran erudición de que hace gala, a fin de cuentas presenta, sin reconocerlo, la falta de salida a la crisis actual.

El consumismo y los mecanismos de crédito que él critica como promotores de la cultura hedonista son inherentes al desarrollo del sistema capitalista. De tal forma que esa promoción que él critica no se dio por casualidad: la necesidad de ampliar los mercados para el mantenimiento del predominio de la mercancía, así como el mantenimiento y ampliación de la capacidad productiva de la sociedad capitalista para combatir la tendencia decreciente de la tasa de ganancia, generaron no sólo el desarrollo del consumismo sino también la transformación social de la vida cotidiana. De tal forma que la incorporación de la mujer al mercado de trabajo y la destrucción de la familia tradicional, el reemplazo de los valores tradicionales por el materialismo hedonista y la exacerbación del individualismo que Bell plantea, son producto inevitable del desarrollo del capitalismo. Si bien es cierto que lo que Bell propugna como crisis cultural es algo más complejo que la irrupción del modernismo y la promoción del consumismo (intervienen elementos ideológicos, políticos, sociales, psicológicos, etc.), en su análisis aparece como la contradicción fundamental; y, aun cuando analiza el ámbito de lo político, lo plantea en términos de legitimidad (la contradicción entre fines individuales y metas colectivas) que, a fin de cuentas, está ligado al ámbito tecnoeconómico y dominado por el cultura;¹¹ sus proposiciones para la sociedad postindustrial nunca resuelven esta contradicción. No analiza, sin embargo, la posibilidad de un cambio estructural, el cual es también una posibilidad a futuro, y se mantiene dentro del capitalismo incluso en la sociedad altamente tecnificada (postindustrial). De este modo, no queda otra alternativa como futuro más que la destrucción de la cultura occidental. Desde luego Bell no plantea esto como tampoco que la contradicción entre los ámbitos tecnoeconómico y cultural no tiene solución desde su perspectiva. Por eso su análisis, llevado hasta las últimas consecuencias, no tiene una salida viable. Veamos cómo analiza la crisis política el pensamiento neoconservador.

¹⁰ Daniel Bell, *op. cit.*, p. 20.

¹¹ Daniel Bell, *op. cit.*, pp. 169 y siguiente.

II. ECONOMIA, POLITICA Y RELACIONES EXTERIORES

Los problemas económicos, concebidos aisladamente de los sociales y políticos en sentido amplio llevan a la propuesta de políticas monetaristas¹² o de incentivos a la inversión¹³ que buscan favorecer a la clase dominante —por ser la que cuenta con recursos para invertir— y eliminar en lo posible la participación estatal en la economía, sobre todo en lo referente a gasto público, cargas fiscales y “restricciones” o regulaciones a la producción y al comercio. Se pretende, en suma, una solución simplista a problemas complejos.

La crisis política se percibe como crisis de legitimidad causada por la invasión de la ideología liberal y democrática del ámbito de lo económico.¹⁴ La recuperación de la autoridad, legitimidad y poder del Estado, y por tanto el autoritarismo, es necesaria para reorientar la democracia únicamente al ámbito de lo político mediante la generación de una revolución de expectativas decrecientes,¹⁵ tendiente a reducir la frustración y la inestabilidad. Las contradicciones de clase retoman en consideración, a lo sumo, como algo artificial y hay un desconocimiento de los logros de las clases subalternas en el mejoramiento de sus condiciones de vida a través de la lucha política.

Se enfoca las relaciones internacionales desde una perspectiva maniquea que reduce los conflictos internacionales al enfrentamiento entre Este y Oeste, entre comunismo y capitalismo, entre la Unión Soviética y los Estados Unidos.¹⁶ Se justifica a los regímenes totalitarios del Tercer Mundo por el subdesarrollo de las instituciones políticas y la necesidad de orden y estabilidad.¹⁷ Todo lo anterior deriva en una política internacional agresiva y militarista que, aunque encuentra cada vez más oposición, es difícil predecir qué tan lejos llegará.

III. CULTURA ADVERSARIA Y COMUNICACION

Para los neoconservadores, la crisis fundamental de la sociedad capitalista, que tiende a destruirla desde sus raíces y pone en peligro a la sociedad occidental, es la crisis cultural. Como hemos visto, la crisis cultural, fruto del éxito mismo del sistema capitalista, promueve la ética hedonista y narcisista en defri-

mento del legado tradicional de los valores del trabajo y la frugalidad inherentes al protestantismo y al puritanismo.

¹² Para la propuesta de una política monetaria, véase M. Friedman, *Capitalismo y libertad*, Ediciones Rialp, S.A., Madrid, 1966.

¹³ Nos referimos a la economía de la oferta, o *Supply Side Economics*. Roberto Bouzas, “La política económica del gobierno republicano”, en *Cuadernos semestrales Estados Unidos. Perspectiva latinoamericana*, op. cit. Hace un buen análisis comparativo entre las concepciones economistas de monetaristas y economistas de la oferta.

¹⁴ Véase Daniel Bell, op. cit., p. 24 y 55.

¹⁵ Véase I.L. Hordwitz, *Ideología y utopía en los Estados Unidos*, F.C.E., México, 1980, Cap. XXIV.

¹⁶ Véase W. Leogrande, “Una nota crítica sobre la política exterior de Ronald Reagan”, en *Cuadernos semestrales Estados Unidos*, op. cit.

¹⁷ Véase S. Huntington, *Political Order in Changing Societies*, Harper & Row, New Haven, 1968.

Sin embargo, se ha llegado a esa situación gracias al impulso concedido a esa contracultura o "cultura adversaria"¹⁸ por parte de un grupo de intelectuales, liberales y progresistas o "metroamericanos".¹⁹

El problema de la promoción abierta de la cultura adversaria ha surgido, dicen los neoconservadores, debido a la degeneración de la educación en los Estados Unidos. La sociedad se ha rebajado e incluso ha perdido la base de sus valores intelectuales y culturales; y, Robert Nisbet plantea:²⁰

"Yo culpo de este rebajamiento, de esta pérdida de base, a dos causas fundamentales: primero, el declinamiento de la ética de igualdad a lo que es un mero igualitarismo y nivelación, llevando el mérito al más bajo común denominador; segundo, al inmenso poder e impacto de los medios de comunicación de nuestro tiempo —periódicos, revistas, radio, televisión, cine— todos ellos diseñados en gran parte con el propósito de divertir, gratificar, complacer el gusto popular, y al más bajo nivel intelectual. Las consecuencias del igualitarismo y la "mediocracia" han sido, a saber, casi totalmente destructivas de la cultura y la civilización."²¹

En buena medida, la degeneración de la educación pública, con su carga de "progresismo", ha llevado a la pérdida de la disciplina —intelectual y de cualquier tipo—, al empobrecimiento de los currículos y al sometimiento a las burocracias que manejan la educación primaria y secundaria. La universidad podría ser la esperanza, pero sólo si cambia y se convierte nuevamente en un instrumento para elevar el nivel intelectual y el gusto popular; porque, dice Nisbet, ahora muchos profesores, científicos y académicos se niegan a reconocer su obligación para con la sociedad y actúan sólo para sus grupos intelectuales o la satisfacción de sus "fines egoístas".²²

La sociedad capitalista no está interesada en tales valores trascendentes que llevan a la excelencia de un pequeño grupo, antiguamente reflejados en refinadas formas artísticas; "es una sociedad —dice Kristol—²³ organizada para la conveniencia y comodidad de hombres y mujeres comunes, no para producir figuras heroicas y memorables". Por esto tiene su base en el más valioso y común de los valores: el interés personal. Quizá es muy prosaica, diría este autor; el caso es que la educación que se imparte en las escuelas es hostil a la civilización comercial burguesa.

¹⁸ Véase I. Kristol, "The Adversary Culture of the Intellectuals", en Lipset, S.M., *The Third Century*, The University of Chicago Press, Chicago, 1979, pp. 327 a 343.

¹⁹ Término tomado por S. Rothman, de "The Mass Media in Post-Industrial America", en Lipset, S.M., *op. cit.* pp. 345 a 388, para señalar a ese grupo de personas con alto nivel educativo que participan de la cultura adversaria.

²⁰ Robert Nisbet, "The Future of the University", en Lipset, S.M., *op. cit.*, pp. 303 a 325.

²¹ *Ibid.*, p. 309.

²² *Ibid.*, pp. 308 y 309.

²³ I. Kristol, *op. cit.*, p. 329.

Lo que sucede es que los artistas e intelectuales, según Kristol, están resentidos con la sociedad capitalista porque les parece una sociedad aburrida, vulgar y que no reconoce sus méritos ni les proporciona el estatus que creen merecer.²⁴ Además, esta minoría educada —precisamente en esos centros hostiles al capitalismo como son las escuelas y universidades— se adjudica el derecho a interpretar lo que son las preferencias reales del público, porque siente que no ha sido manipulada ni “deformada” por la publicidad y piensa que puede representar “auténticamente” los intereses del pueblo.²⁵

En realidad, los promotores de esta cultura adversaria son para Kristol “utópicos racionalistas” o “utópicos románticos”. Los primeros, deslumbrados por las posiciones “científicas” del marxismo, son románticos apasionados que pretenden crear una comunidad en la que todos definan qué es el bien común —obviamente, según la interpretación de la élite intelectual— aun frente a los intereses y apetitos individuales; en realidad, “la pasión moral es la que legitima los reclamos del socialismo “científico” de la verdad absoluta, mientras que son las necesidades “científicas” las que legitiman toda forma posible de inmoralidad política”.²⁶ Estos planteamientos condenan a los intelectuales, según Kristol, a la desilusión, la disidencia, el exilio y el silencio.²⁷

Los “utópicos románticos”, en cambio, pueden ser más peligrosos para la civilización. Se trata de una rebelión cuasi-religiosa contra la sociedad burguesa que promueve el irracionalismo y la actitud bohemía; las drogas, la promiscuidad sexual y el uso de los pantalones de mezclilla (*jeans*) como símbolo de la ropa de la clase trabajadora; el pelo largo en los hombres, corto en las mujeres y un alto índice de suicidios; en fin, “promueven todo aquello que los separa del orden burgués”.²⁸

Si son, pues, el racionalismo utópico y el romanticismo utópico quienes han establecido su hegemonía como “culturas adversarias” sobre la conciencia y la sensibilidad modernas,²⁹ bastaría escarbar un poco detrás de estos utópicos —que además se vuelven hostiles entre sí— para ver que no hay ningún marco trascendente en este romanticismo, que no tiene nada de fondo; es más, “el suicidio es la única respuesta apropiada”³⁰ en esta visión del mundo, pues detrás de este racionalismo sólo hay desilusión, hostilidad y frustración.

Se ataca a estos planteamientos “utópicos” porque para los neoconservadores lo “utópico” es sinónimo de irrealizable y lo irrealizable lleva al caos; no se combate la utopía en cuanto tal pues “no tiene nada de fondo”, pero la lucha por realizar lo irrealizable pone en peligro las bases del capitalismo al amenazar el orden existente.

²⁴ *Ibid.*, p. 333.

²⁵ *Ibid.*, p. 334.

²⁶ *Ibid.*, p. 335.

²⁷ *Ibid.*, p. 335.

²⁸ *Ibid.*, p. 336.

²⁹ *Ibid.*, p. 340.

³⁰ *Ibid.*, p. 341.

El cambio, plantea Kristol, el capitalismo sobrevive porque la economía de mercado funciona, promueve el crecimiento económico y mejora las condiciones individuales permitiendo al mismo tiempo la libertad personal.³¹

Para los neoconservadores, la expansión de la educación superior en la posguerra, sus tendencias "progresistas" y liberales, sus críticas a las instituciones tradicionales de los Estados Unidos, se conjugaron con el enorme desarrollo de los medios masivos de comunicación para permitir el surgimiento de esta nueva élite de intelectuales, promotores de la cultura adversaria.

Esta nueva élite comparte un paradigma crítico en la interpretación de los acontecimientos --paradigma ya identificado por Kristol como utópico, ya sea racionalista o romántico-- y tiene una gran influencia a través de los medios en el comportamiento político y las actitudes sociales. Por eso estos intelectuales no sólo comparten una cultura adversaria, dice Stanley Rothman,³² sino que además han contribuido significativamente a la decadencia de las instituciones políticas y sociales.

Según Rothman, la influencia de la televisión hizo que los estudios de cine perdieran control sobre los artistas, además de estandarizar y nacionalizar la comunicación a niveles nunca alcanzados.

La contracultura ha sido absorbida (a través de los medios) pero también ha triunfado paralelamente en la esfera cultural.³³

Los descontentos y desadaptados han pasado a ser un nuevo tipo de héroes, dice Rothman, y las fuerzas de la ley (o de la costumbre) son malvadas o, por lo menos, ridículas; se muestra a la sociedad y al gobierno como corruptos y las comunidades y pueblos pequeños son presentados como muestra de la decadencia de la cultura norteamericana.³⁴

Por otra parte, la prensa nacional es, para esta corriente, cada día más liberal y está más a la izquierda y al mismo tiempo influye más en las decisiones políticas. Los editores, guiados por el criterio meritocrático, contratan a los periodistas porque necesitan buenos escritores y contratan a personas desilusionadas del sistema dominante y educadas en los valores de la cultura adversaria; de este modo, ya ni los editores conservadores pueden evitar publicar escritos con ideología de izquierda. Dos síntomas han sido claros para Rothman: "el surgimiento del tema de los derechos civiles y la guerra de Vietnam mostraron rápidamente cuán débil es el sistema tradicional establecido (*traditional establishment*).³⁵

Incluso la publicidad ha perdido su fuerza de presión; el interés en llegar al

³¹ *Ibid.*, p. 343.

³² Véase S. Rothman, "The Mass Media in Post-Industrial Society", en Lipset, S.M., *op. cit.*, pp. 345 a 388.

³³ *Ibid.*, p. 356.

³⁴ *Ibid.*, p. 356.

³⁵ *Ibid.*, p. 361.

público, incluso al público de la nueva élite, ha hecho que los anunciantes acepten que su publicidad se inserte independientemente del contenido que manejen los medios. Al mismo tiempo, dice el autor, la élite intelectual, el personal que maneja los medios “es sorprendentemente inmune al tipo de crítica que podría hacerle repensar sus posiciones”.³⁶ De hecho, plantea Rothman, los académicos y los comunicadores son el mismo tipo de personas y refuerzan mutuamente sus posiciones adversas a la cultura establecida.

Si bien es cierto que los medios pueden no tener gran influencia en las opiniones del público, considerados por separado y tomando los programas individualmente, la influencia acumulada durante muchos años de diversos medios y de la educación, ha sido devastadora de la cultura tradicional según los neoconservadores.

Stanley Rothman resume así la influencia de los medios de comunicación social:

Los medios de comunicación nacionales han exacerbado el sentimiento de descontento de muchos grupos; los han hecho más conscientes de los puntos que los dividen; han debilitado las fuentes tradicionales de autoridad social y política, incluyendo partidos políticos; han hecho posible la movilización de grupos relativamente pequeños de la población, que así pueden alcanzar sus metas frente a una mayoría más amplia pero provinciana (*parochial*). En resumen, han dado una gran ventaja a los ‘verdaderos creyentes’ y personalizan y simplifican demasiado problemas complejos, reduciendo nuestra habilidad para entenderlos y enfrentarlos.³⁷

La seriedad y fundamentación del análisis de la crisis cultural presentado por Daniel Bell se ven aquí casi totalmente olvidadas. Pese a que Bell, como ya vimos, no puede resolver la contradicción que implica la necesaria promoción del consumismo para mantener en funcionamiento al sistema capitalista de cualquier modo aparece como un pensador erudito, coherente y fundamentado en sus planteamientos. Nisbet, Kristol y Rothman, en cambio, tienen planteamientos viscerales, parciales y cargados de prejuicios.

Según ellos, el sistema capitalista funciona porque la economía de mercado funciona, persigue el bien común y promueve la libertad individual. Sin embargo, la economía de mercado está en crisis, dos terceras partes del “mundo occidental” estan compuestas por una población que no satisface ni los mínimos requerimientos alimenticios y, además de que la “libertad individual” en el mundo capitalista depende en buena medida de la capacidad económica que se tiene para ejercerla, la “civilización burguesa” está plagada de regímenes que restringen esa libertad.

El surgimiento de las nuevas élites está planteado sin consideración de situaciones sociales, políticas y económicas; se las describe como intrínsecamente

³⁶ *Ibid.*, p. 379.

³⁷ *Ibid.*, pp. 386-387.

destructoras y cualquier posición crítica, liberal o de izquierda se considera contraria a la "civilización burguesa". En ningún momento se analiza las críticas que los "liberales" hacen al capitalismo con un mínimo de seriedad.

Los medios de comunicación aparecen como uno de los principales causantes de una degeneración cultural sin considerar los orígenes sociales, políticos y económicos de esa "degeneración" ni que los medios masivos de comunicación son, finalmente, producto del mismo sistema capitalista que ellos defienden.

Se critica la expansión del sistema educativo, la "liberalización" de la educación y el contenido de los mensajes de los medios de comunicación y se ignora el papel que juega la educación en la reproducción del sistema que dicen que está destruyendo,³⁸ olvidan que la expansión del sistema educativo no se da "espontáneamente" sino que responde a necesidades del sistema mismo y a la lucha de los pueblos por mejorar sus condiciones, y, finalmente, sus análisis del contenido de los medios ignoran precisamente que, en base a análisis mucho más serios, otros autores norteamericanos han mostrado que el papel de los medios de comunicación es, desde el punto de vista social, fundamentalmente conservador y reforzador del *status quo*.³⁹

De cualquier modo, a partir de esta concepción los neoconservadores lanzan una estrategia política para ganar la hegemonía en la sociedad civil norteamericana y que ellos entienden como una especie de cruzada para salvar al sistema capitalista de su total perdición.

Burton Yale Pines define el resurgimiento del conservadurismo en la esfera política como la "feliz confluencia" en este "extraño momento histórico" del "hombre preciso en el lugar preciso" (refiriéndose a Reagan en la presidencia) y que, aunada al movimiento tradicionalista en todos los ámbitos de la vida de los estadounidenses, hace tambalear al liberalismo que durante mucho tiempo ha dominado "todos los aspectos de la vida americana".⁴⁰

Más que derechismo, conservadurismo y neoliberalismo —plantea este autor— se trata de un tradicionalismo que busca "retornar a lo básico", a las tradiciones que permitieron el surgimiento de Estados Unidos como un gran país. Dice Pines:

El tradicionalismo que resurge es más dinámico en las raíces en los sectores más privados aunque más críticos de la vida. Ahí, hay legio-

³⁸ S. Bowles y H. Gintis, hacen una descripción de cómo contribuye la educación al sostenimiento y reproducción del sistema capitalista en Estados Unidos en *Schooling in Capitalist America*. Hay traducción al español en Siglo XXI Editores, bajo el título *La instrucción escolar en Estados Unidos*.

³⁹ Muchos autores corroboran este planteamiento desde hace muchos años. Ejemplos: F. Paul Lazarsfeld, y Robert K. Merton, "Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action", en Wilbur Schramm y D. Roberts, *The Process and Effects of Mass Communication*, University of Illinois Press, Urbana, 1971. Hay traducción al español en Moragas, M., *Sociología de la Comunicación*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1980, bajo el título "Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada". Este artículo se publicó originalmente en 1948. También se puede ver este argumento en Klaper y Katz, ambos en Wilbur Schramm, *La ciencia de la comunicación humana*, Editorial el Roble, México. Un último ejemplo lo tenemos en Miguel de Moragas, *op. cit.*

⁴⁰ B. Y. Pines, *Back to Basics*, William Morrow and Company Inc, Nueva York, 1982, pp. 14-15.

nes de americanos volviendo a lo básico en educación, regresando a las sagradas escrituras y a la espiritualidad en la religión, volviendo a confiar en el sistema de la libre empresa, volviendo a apreciar la familia nuclear.⁴¹

El exceso de liberalismo ha permitido el surgimiento de la cultura adversaria y, para los neoconservadores, ha surgido la “contraofensiva de la libre empresa”, el resurgimiento del tradicionalismo para salvar al sistema capitalista.

Esta contraofensiva considera a la comunicación social como un elemento estratégico fundamental que analizaremos a través de esta óptica, en cuatro apartados: la contraofensiva intelectual, la contraofensiva empresarial, la contraofensiva religiosa, y la contraofensiva de la “nueva derecha”.

a) La contraofensiva intelectual⁴²

Para dar seriedad a sus planteamientos y combatir lo que sería la embestida liberal o de la cultura adversaria en las universidades y los centros de investigación, los “cerebros intelectuales” del tradicionalismo se han concentrado en algunos centros o “fábricas de ideas” (*think-tanks*) y se aglutinan alrededor de ciertas publicaciones que sirven de base para la difusión del neoconservadurismo.

Entre los centros académicos más importantes figuran:

1) *American Enterprise Institute for Public Policy Research*, fundado en 1943, pero que ha cobrado gran impulso desde hace doce años “promoviendo actividades académicas, seminarios, y un amplio programa de difusión que incluye un programa de televisión semanal (*Policy Forum*), el cual llega a 400 estaciones emisoras en Estados Unidos”. El 40% de sus ingresos proviene de las grandes corporaciones y el 60% restante de fundaciones. Desde 1978 publican bimestralmente *Public Opinion*, dirigida a personas influyentes en la elaboración de políticas estatales, políticos, empresarios, periodistas y académicos, además de tener otras publicaciones periódicas.

2) *Center for Strategic and International Studies*, de la Universidad de Georgetown; recibe la mayor parte de su presupuesto de grandes corporaciones como la Exxon o la Westinghouse. Tiene programas de becas, organiza seminarios y patrocina la publicación de diversos libros y revistas que abordan temas internacionales. Una de sus revistas más importantes es *The Washington Quarterly*, dirigida a la élite gubernamental e intelectual.

3) *Heritage Foundation*, fundada con la colaboración del empresario cervecero Joseph Coors en 1973, pretende aportar a los legisladores y sus asistentes

⁴¹ *Ibid.*, p. 15.

⁴² Salvo que se indique lo contrario, los elementos para este apartado están tomados de María Isabel Sen, “Los centros de pensamiento y las publicaciones conservadoras en Estados Unidos”, en *Cuadernos semestrales Estados Unidos. Perspectiva latinoamericana* no. 9. CIDE, México, 1981, pp. 339 a 346.

material académico para sus análisis de política nacional. Tiene una publicación cuatrimestral, *Policy Review*, con más de 10,000 suscriptores.

4) *Hoover Institution on War, revolution and Peace*, de la Universidad de Stanford; fue fundada en 1919 por el ex-presidente de Estados Unidos Herbert Hoover y, “a partir de la década de los cincuenta --de acuerdo al propio Hoover-- tiene como objetivos fundamentales mostrar los aspectos negativos de la doctrina de Karl Marx (comunismo, socialismo, materialismo económico y ateísmo) y proteger de esta ideología al modo de vida norteamericano”. Si bien este centro no tiene publicaciones periódicas, promueve su ideología mediante la publicación de diversos estudios y libros. Es interesante apuntar que 20 de los 50 miembros de su personal de investigación colaboraron con el equipo republicano de transición de poderes al ganar Reagan la presidencia.

5) *United States Strategic Institute*; centro de investigación que aglutina a ex-miembros del aparato de defensa y militar de Estados Unidos publica cada cuatro meses *Strategic Review*, que cuenta con 3,500 suscriptores.

Además de los *think-tanks*, el pensamiento tradicionalista norteamericano cuenta con diversas publicaciones, de las cuales daremos tres ejemplos:

1) *National Review*, con 100,000 suscriptores, fue fundada hace ya más de 27 años para promover un conservadurismo nostálgico y ha mantenido esa línea.

2) La revista del Comité Judío Norteamericano, *Commentary*; se fundó en 1945 con una línea más o menos liberal; fue recuperada para la promoción del neoconservadurismo en la década pasada a partir de que asume su dirección Norman Podhoretz (un ex-trotskista inconforme, que en este antecedente marxista; se identifica con otros neoconservadores como Irving Kristol, S.M. Lipset y Daniel Bell)⁴³ y tiene 52,000 suscriptores.

3) En 1965, Irving Kristol --cuyas “vinculaciones con el mundo empresarial y los círculos gubernamentales de Washington le permitieron construir una impresionante estructura institucional desde la cual catapultó su retórica apologética y sus huestes de predicadores”--⁴⁴ funda, junto con Daniel Bell, una revista con la finalidad de proporcionar a los legisladores materiales de referencia sobre temas en discusión en el Capitolio. Me refiero a *Public Interest*, con 13,500 suscriptores.

Asimismo, cabe mencionar dentro de los medios impresos de comunicación social al servicio del neoconservadurismo a una de las empresas editoriales más importantes de los Estados Unidos, *Basic Books*, dirigida por Midge Decter, autora de trabajos en contra de la liberación femenina y de la educación permisiva a los niños.⁴⁵

Por último, artículos escritos por neoconservadores se publican en casi todas las revistas y periódicos de importancia nacional en Estados Unidos.⁴⁶

⁴³ Véase Atilio Boron, *op. cit.*, p. 36.

⁴⁴ *Ibid.*, p. 37.

⁴⁵ *Ibid.*, p. 39.

⁴⁶ Véase *ibid.*

b) Contraofensiva empresarial: los empresarios frente a los medios de comunicación⁴⁷

La ofensiva en contra de la empresa privada lanzada por el liberalismo ha dado sus resultados en los años setentas, nos dice Pines, mientras todas las grandes instituciones de Estados Unidos han perdido estima por parte del público. En ningún caso la pérdida ha llegado a ser tan importante como en el caso de los negocios. Esto ha sido posible, en buena medida, porque la mayoría de la gente no entiende cómo funciona la economía, es analfabeta en cuestiones de mercado. "Combatir tal analfabetismo tiene prioridad en la contraofensiva empresarial" y, para las empresas, "la batalla se peleará mejor con el arma que mejor conocen: la publicidad".⁴⁸

Las grandes corporaciones y empresas norteamericanas han iniciado esta contraofensiva pagando anuncios comerciales fundamentalmente en periódicos y revistas. Sólo que, en lugar de anunciar sus productos o hacer publicidad intuitiva, se utilizan los espacios comprados en los medios impresos para difundir la ideología de la libre empresa y sus opiniones en torno a los diversos problemas públicos.

Herbert Schmertz, vicepresidente de la Mobil Oil Corporation, lo plantea de este modo: "Las corporaciones no están en este asunto para manipular a la opinión pública. Pero si su supervivencia se ve amenazada —o si perciben una amenaza al "bienestar nacional" en alguna acción propuesta por el gobierno—, deben expresarlo."⁴⁹ Para la Bethlehem Steel Corporation, este tipo de campañas publicitarias tiene tres objetivos: influir en las decisiones gubernamentales y en los líderes de la opinión, buscar el reconocimiento de los fabricantes de acero como líderes en la discusión nacional de temas críticos, y defender a la corporación como institución.

Muchas veces este tipo de campañas no son tan ambiciosas y se centran en temas más específicos. Por ejemplo, la W.R. Grace and Company lanzó una campaña en 1978 para forzar al gobierno de Carter a reducir los impuestos sobre la renta a la mitad; al final de la campaña estos impuestos se redujeron del 49% al 28%.

Otra línea en la que la empresa privada ha lanzado su contraofensiva es la de dirigirse directamente a los medios de comunicación a través de entrevistas, conferencias de prensa, discusiones televisadas, etc. En la actualidad existen más de cien empresas consultoras especializadas en el manejo adecuado de los medios de comunicación. "Anualmente cientos, si es que no miles, de ejecutivos están aprendiendo cómo manejarse con habilidad en entrevistas de televisión, ante comités del Congreso, en asambleas de accionistas, en paneles televisados."⁵⁰ La idea de estas empresas consultoras y de los cursos para ejecutivos es evitar que

⁴⁷ Salvo que se indique lo contrario, los elementos para este apartado están tomados de B. Y. Pines, *op. cit.*, Caps. I y II.

⁴⁸ *Ibid.*, p. 33.

⁴⁹ Citado en *ibid.*, p. 34.

⁵⁰ *Ibid.*, p. 38.

se cometan errores ante las cámaras que alimenten la actitud crítica hacia las grandes corporaciones, así como tener elementos para responder cuando los medios de comunicación toman posiciones críticas ante la libre empresa.

Esta batalla en contra de los críticos del sistema capitalista o de las empresas es una especie de cruzada educativa que pretende que la gente común entienda el funcionamiento de la economía en términos favorables a la empresa privada. Según Pines, "la más ambiciosa defensa del capitalismo por parte de los hombres de negocios es también la más básica: educación, y la están llevando a cabo con un cariz evangélico."⁵¹

Se ha lanzado una especie de campaña educativa que incluye, además de los anuncios pagados que promueven la ideología neoconservadora, programas de relaciones públicas, cursos para los trabajadores en los que se enseña economía desde las perspectivas monetarista y de la economía de la oferta.

Un ejemplo de campaña "evangelizadora" de educación económica para empleados lo ofrece la corporación Dart & Kraft, que cuenta entre sus subsidiarios a West Bend Electric Products, Duracell Batteries, Tupperware y Kraft Corporation. Este programa abarca 70.000 empleados en 89 plantas en los Estados Unidos. Se recurre a carteles difundidos en las plantas, volantes incluidos en los sobres de nómina y concursos; películas, discusiones en grupo y presentaciones breves que se transmiten por televisión en la cafetería de los empleados. Justin Dart, que encabeza este grupo corporativo, realizó en 1980 varios viajes para dictar conferencias y promover que otras corporaciones realizaran programas similares con sus empleados.

Como ésta, hay ya muchas empresas que lanzan programas similares. Las grandes corporaciones, como la Dow Chemical Coors Industries o el Continental Group, han lanzado grandes programas propagandísticos para defender a la libre empresa. Empresas más pequeñas lanzan programas menos ambiciosos. Algunas se centran en sus empleados, otras en las comunidades en donde se ubican sus empresas, otras en ambos.

La acción hacia la comunidad en general incluye la oferta abierta de cursos de economía, conferencias y documentales. Sin embargo, plantea Pines:

El mayor rendimiento potencial de la educación económica debe buscarse en el salón de clases. Un número de compañías y organizaciones ya han tratado de influir el modo como se enseña economía en las escuelas de la nación (. . .). En cierto sentido, la finalidad de la educación económica es la propaganda (. . .). Se trata de propaganda en el sentido del muy necesario antídoto contra las desviaciones anticapitalistas que en muchos casos alimentan el sistema de educación pública. Es propaganda también en el sentido de presentar agresivamente a los estudiantes de primaria y secundaria un tratamiento favorable de la tradicional economía americana.⁵²

⁵¹ *Ibid.*, p. 50.

⁵² *Ibid.*, p. 57.

Para lograr estos objetivos, se proporcionan cursos a los maestros de escuela a través de centros especializados y universidades, y así promover una actitud favorable hacia los planteamientos neoconservadores. "Películas, juegos y otros materiales proporcionados por grupos de negocios están llevando su mensaje al salón de clases."⁵³ También se promueve la formación de organizaciones a favor de la libre empresa en universidades y se financian plazas de maestros para que fomenten actitudes favorables al sistema capitalista.

En suma, para enfrentar a los medios de comunicación y a la contracultura, los empresarios han desarrollado una amplia estrategia educativa y de comunicación: capacitación empresarial, campañas publicitarias y programas de relaciones públicas, cursos a empleados, propaganda en las empresas y programas dirigidos a la comunidad; cursos para maestros, promoción de materiales didácticos en las escuelas y de organizaciones favorables al capitalismo monopólico. Así los empresarios, las compañías y las grandes corporaciones norteamericanas lanzan lo que conciben como la "evangelización" a través de la "educación económica".

c) Contraofensiva religiosa: trascendentalismo al servicio del capitalismo⁵⁴

A partir de 1979, los grupos religiosos fundamentalistas, de reciente creación, empezaron a jugar un importante papel político en los Estados Unidos, aprovechando sus mismas organizaciones y los medios masivos de comunicación para la promoción del pensamiento neoconservador. Es cierto que los sermones a través de la radio y la televisión no son ninguna novedad; lo que sí es nuevo es el cariz político que han adquirido y la claridad de estos religiosos en cuanto a la lucha en contra de la "cultura adversaria" y a favor del neoconservadurismo. Si ya tradicionalmente se han considerado las implicaciones políticas del fenómeno religioso, ahora se plantean las implicaciones religiosas de los fenómenos políticos. Es decir, en lugar de ver políticamente lo religioso, se manipula la religiosidad popular al analizar los fenómenos políticos desde la óptica religiosa más conservadora.

Tres de las organizaciones más influyentes en este campo son: la Voz cristiana (*Christian Voice*), la Mayoría moral (*Moral Majority*) y la Mesa redonda religiosa (*Religious Round Table*).

La Voz cristiana fue la primera de las tres en organizarse y se fundó en 1979. Tiene su sede en Los Angeles y está dirigida por el reverendo Robert Grant. Incluye entre sus dirigentes a senadores conservadores y cuenta con cerca de 100,000 miembros, entre los cuales hay decenas de miles de ministros religiosos. Entre sus actividades está la circulación de planillas de tanteo sobre moralidad cristiana en los registros electorales, y la activa participación en contra de los

⁵³ *Ibid.*, p. 58.

⁵⁴ Los elementos para elaborar este apartado y el siguiente provienen, salvo que se indique lo contrario, de A. Hunter, "Entre bastidores: ideología y organización de la nueva derecha", en *Revista Mexicana de Sociología*, no. E-81, UNAM, México, 1981.

derechos de los homosexuales y en campañas de financiamiento y publicidad a favor de Reagan.

Jerry Fallwell dirige la Mayoría moral y la promueve a través de su programa "La hora del Antiguo Testamento". Fallwell, nos dice Luis Maira, se ha convertido "en uno de los predicadores más influyentes de la nación" y "tiene acceso a una red nacional de 327 estaciones de televisión y 278 de radio", con una audiencia de dos millones y medio de familias norteamericanas.⁵⁵ A través de su organización y de la promoción de sus programas en los medios, la Mayoría moral ha podido financiarse mediante contribuciones semanales que llegan casi al millón de dólares. Nos dice Allen Hunter.

En menos de dos años, la Mayoría moral se instaló en muchos estados y comunidades, contribuyó al registro de cientos de miles de nuevos electores y logró organizar con éxito numerosas campañas de cartas, sondeos y opinión pública y expectativas (...); está construyendo en numerosos estados la infraestructura necesaria para impulsar tanto la organización local como la actividad electoral.⁵⁶

La integración de discípulos y seguidores de Fallwell a esfuerzos similares a su experiencia permitió que en 1980 unos veinte ministros religiosos fundamentalistas otorgaran su apoyo en bloque a Reagan en las elecciones; apoyo considerable tomando en cuenta que estos religiosos contaban con una audiencia en radio y televisión de unos cincuenta millones de televidentes o radioescuchas.⁵⁷

La Mesa redonda religiosa fue organizada por Ed McAteer, también en 1979. Cada año realiza cuatro reuniones de dos días de duración en las que miles de ministros se congregan para escuchar a prominentes derechistas y conservadores, tanto religiosos como políticos. Por ejemplo, en el verano de 1980 se reunieron más de siete mil pastores a escuchar, entre otros, a Jesse Helms, Phillis Schlafly y Ronald Reagan. La estrategia de este grupo se fundamenta en la movilización de base. Los ministros y pastores de iglesias locales que convocan a seminarios y conferencias son considerados intermediarios para la organización de la población laica.

Hay otros grupos religiosos fundamentalistas cuyas características se asemejan a la Voz cristiana, la Mayoría moral y la Mesa redonda religiosa. 1) Hacen sus campañas a partir de la utilización del sentimiento religioso del pueblo estadounidense, promoviendo los valores tradicionales desde una perspectiva maniquea y reaccionaria respecto a todo lo que les parece "comunismo", "degeneración moral" o "modernista". 2) Utilizan como elemento básico de su estrategia la comunicación social, ya sea a través de los medios masivos, del manejo de los líderes de opinión o de otros mecanismos como el envío de cartas personales, realización de encuestas, distribución de volantes, etc. 3) Se ligan a otros organismos conservadores como la *Nueva derecha (The New Right)* o el *Comité para la supervivencia de un Congreso libre (Committee for the Survival of a Free*

⁵⁵ L. Maira, *op. cit.*, p. 1933.

⁵⁶ A. Hunter, *op. cit.*, p. 1763.

⁵⁷ L. Maira, *op. cit.*, p. 1933.

Congress), y a organizaciones que luchan por temas específicos, como grupos antiaborto, antiliberación femenina o antihomosexuales. 4) Tienen una participación clara y abierta en la política del país y muy especialmente en las luchas electorales o en las discusiones que se llevan a cabo en el Capitolio. 5) Buscan las organizaciones de base en las comunidades como elemento fundamental para su organización, aprovechando el poder de los ministros y pastores de iglesias locales. 6) Usan con fines políticos el sentimiento religioso del pueblo norteamericano.

d) Contraofensiva de la Nueva derecha. Interrelación de contraofensivas

Los conservadores han logrado integrar una especie de grupo coordinador de esfuerzos aislados para dar coherencia a diversos movimientos en función de los intereses del capitalismo monopólico norteamericano. Esta integración se ha dado básicamente alrededor de cuatro personas que unen sus esfuerzos para darle mayor fuerza al tradicionalismo de derecha. Me refiero a Richard Viguerie, Paul Weyrisch, Howard Phillips y Terry Dolan. Su estrategia la describe el primero de la siguiente forma:

Nuestro éxito está basado en cuatro elementos: grupos circunscritos a la defensa de un asunto particular, grupos conservadores interesados en múltiples asuntos, política de coalición y correspondencia directa.⁵⁸

En efecto, la estrategia que se sigue es la de la interrelación de grupos diversos que pueden o no tener que ver con los intereses neoconservadores, pero que por el tema específico que tocan se vinculan con organizaciones claramente neoconservadoras. De esta forma, por ejemplo, se liga a los católicos que rechazan el aborto con la "Coalición pro-familia", organizada en 1977 por Weyrisch.

La lucha contra el aborto, la búsqueda de las tradiciones para reforzar la familia, las críticas a la educación "liberal", pueden ser retomadas por las organizaciones de la *Nueva derecha* para reforzar su posición política e impulsar el neoconservadurismo en Estados Unidos. Lo mismo puede decirse de grupos descontentos con una "falta de firmeza" del gobierno en sus relaciones con la URSS personas en contra de las luchas feministas o aquellos que desean una menor participación estatal en la economía.

Richard Viguerie fundó una compañía de correspondencia directa que le sirvió para amasar una gran fortuna y conformar el banco de datos básico para sus computadoras. Fundó la organización *Nueva derecha* que tiende a aglutinar a todo el grupo de organismos encabezados por los cuatro líderes mencionados.

Maira plantea cómo Viguerie ha basado su éxito en el desarrollo de técnicas masivas de correo directo aprovechando sistemas computarizados para obtener financiamiento directo y distribuir propaganda.⁵⁹ Estas técnicas son fundamentales en la estrategia de la *Nueva derecha*. Han sido la base para el financiamiento de los organismos centrales de la organización —encabezados por el propio Vi-

⁵⁸ Citado por A. Hunter, en *op. cit.*, p. 1751.

⁵⁹ L. Maira, *op. cit.*, p. 1935.

gueríe, Weyrisch, Phillips o Dolan— o bien para el apoyo de otras relacionadas o campañas específicas que sirven a los fines neoconservadores. Religiosos fundamentalistas, candidatos a puestos gubernamentales y organizaciones diversas se han beneficiado de las estrategias desarrolladas por la Nueva derecha.

Paul Weyrisch, cofundador de la Heritage Foundation,⁶⁰ es el fundador del *Comité por la supervivencia de un Congreso libre*, para la recaudación de fondos y formación de cuadros para campañas políticas de candidatos conservadores. Según Hunter, “de los cuatro individuos mencionados, es el mejor estratega y coordinador del desarrollo de la *Nueva derecha*”⁶¹

Howard Phillips, ex-miembro de la administración de Nixon, fundó el *Comité político conservador (Conservative Caucus)* con ayuda de las listas de correo de Viguerie. El objetivo de esta organización es presionar a los miembros del Congreso y cuenta con 300,000 miembros en 350 de los 455 distritos congresionales de Estados Unidos. Phillips también participó en la organización de la Mayoría moral y de la Mesa redonda religiosa.

Terry Dolan preside el *Comité nacional conservador de acción política (National Conservative Political Action Committee, NCPAC)*. El mayor de los comités conservadores de acción política, aporta millones de dólares a través de contribuciones directas y de otros gastos no contabilizados en los registros de costos oficiales de candidatos conservadores.

Los líderes de los movimientos de la Nueva derecha, de los que los cuatro mencionados son los más prominentes, tienen reuniones cada dos semanas en las que trazan estrategias, distribuyen fondos, intercambian información y evalúan lo realizado.

Si bien es cierto que las organizaciones de la Nueva derecha sufrieron una derrota en las elecciones pasadas —por su postura en defensa de la política de Reagan, por las diferencias estratégicas dentro de la Casa Blanca al haber permitido a los liberales definir los temas de la campaña, según plantearon Dolan, Phillips y Weyrisch—,⁶² no hay que pensar que tanto aparato organizativo no sirve para nada. Las campañas contra la ratificación de los tratados Salt II, sus batallas contra el aborto y la liberación femenina, sus críticas al tratado sobre el Canal de Panamá, así como las derrotas que promovieron y lograron en 1980 de senadores tan prominentes como Frank Church, John Culver y George McGovern, muestran la capacidad política de la Nueva derecha.

Independientemente del apoyo a las luchas cotidianas para el impulso de las políticas neoconservadoras en temas específicos, se preparan ya para la lucha por la presidencia en 1984. Incluso Viguerie, quizás por los fracasos de la actual administración, basándose en el argumento de que Reagan ha traicionado en varios sentidos a los neoconservadores, habla incluso de apoyar como candidato

⁶⁰ Ver apartado *Contraofensiva intelectual* de este ensayo.

⁶¹ A. Hunter, *op. cit.*, p. 1753.

⁶² Ver J. O'Reilly, “No Thunder From the Right”, en la revista *Time*, no. 46, 15 de noviembre, 1982, p. 28

a la presidencia a alguien que no sea el actual presidente.⁶³

En suma, es de esperar que la Nueva derecha siga en la batalla con sus estrategias para incorporar a los movimientos más diversos y aprovechando la tecnología de la computación para recabar fondos, hacer propaganda y difundir su ideología, mediante el uso especializado de la comunicación a través del correo.

Conclusión

El neoconservadurismo considera que la situación general de crisis, y especialmente la crisis cultural, ha sido posible en gran medida debido a la promoción de la cultura adversaria hecha por la élite intelectual, fundamentalmente a través de la educación y los medios masivos de comunicación. Por tanto, urge una estrategia combinada para enfrentar esa cultura adversaria.

Por otra parte, se desarrollan centros intelectuales para fundamentar teóricamente los planteamientos neoconservadores e incidir tanto en las instituciones académicas como en los círculos políticos y gubernamentales. Cada una de estas instituciones recurre a la comunicación impresa —sobre todo mediante publicaciones periódicas— y a seminarios para promover su ideología.

Los empresarios y ejecutivos se preparan para el manejo adecuado de los medios de comunicación a los intereses capitalistas, lanzan campañas de propaganda —a través de publicidad pagada y acciones proselitistas dentro de las empresas— y promueven la “educación económica” de la población mediante cursos, seminarios y conferencias, así como con la elaboración de material didáctico-proselitista, para ser impulsados en las diversas comunidades e introducidos en las escuelas.

Los religiosos fundamentalistas han reorientado los sermones que se transmiten a través de los medios de comunicación y el potencial, les dan tanto para recaudar fondos como para promover la organización comunitaria en las iglesias, hacia el uso político y la promoción de candidatos conservadores a puestos políticos, atacar a los que consideran muy liberales e impulsar luchas concretas contra la cultura adversaria. Esto último a través de la promoción de acciones políticas concretas en torno a temas en discusión en el Congreso u otros. El antifeminismo, la lucha contra el aborto y los homosexuales, la “cruzada” anticomunista, encuentran así una tribuna en los programas religiosos de los medios de comunicación social. Además de lo anterior, se promueven cursos, seminarios y conferencias para ministros y pastores religiosos con un abierto cariz político e incluso con la participación pública de prominentes políticos neoconservadores.

Los estrategas de la Nueva derecha, a través de sus organizaciones, forman un grupo de coordinación y apoyo para muchas instituciones y grupos neoconservadores. Mediante el uso de sistemas computarizados, organizan campañas por

⁶³ Ver D. Alpern, “The New Right: Betrayed”, en la revista *Newsweek*, 7 de febrero, 1983, pp. 17 y 18.

correo de promoción, propaganda y recaudación de fondos. Han desarrollado sistemas de capacitación de cuadros, estrategias para presionar a los legisladores en favor de políticas neoconservadoras y sistemas de apoyo financiero a los candidatos. El mecanismo fundamental de sus campañas es la comunicación por teléfono y sobre todo por correo; aunque no se descarta el uso de audiovisuales, conferencias y medios masivos de comunicación.

Hace falta desenmascarar la ideología neoconservadora y señalar sus contradicciones. Pero, sobre todo, es necesario estar preparados para su embestida ideológica y su "contraofensiva" en América Latina. Nuestra región es considerada por los norteamericanos como "su traspatio" y, suele estar influida por los movimientos políticos norteamericanos, de modo que el neoconservadurismo, con su ideología y sus estrategias, empieza a sentirse. Efraín Ríos Mont, religioso fundamentalista, encabeza el genocidio de Guatemala; el monetarismo ya hizo estragos en Chile y la concepción de que los problemas mundiales están causados por un supuesto complot de la Unión Soviética es la ideología dominante de los regímenes militares. Ciertamente es de esperar que la embestida neoconservadora en América Latina se recrudezca en los próximos años, por lo menos mientras sea la ideología dominante en Washington. Si piensan que Estados Unidos es la última ficha de la teoría del dominó, los neoconservadores también verán que, por lo menos geopolíticamente, nuestros países son las fichas inmediatamente anteriores a su caída.

En el caso de México, como uno de los pocos lugares de América Latina en los que aún se conserva cierto clima de apertura política, estar alerta es especialmente importante. Los efectos de la crisis económica mundial en nuestro país, especialmente en lo que se refiere a la agudización de la crisis interna, pueden fácilmente desembocar en una crisis política.

En estas circunstancias, no sería extraño el desarrollo de una fuerte corriente conservadora que, encabezada por la iniciativa privada, las facciones conservadoras del partido oficial y los sectores religiosos derechistas, imite y busque apoyo en el neoconservadurismo norteamericano. En este caso, el discurso de la Renovación moral de la sociedad se ampliaría para abarcar, más que una lucha contra la corrupción, una "cruzada evangélica" en defensa de la libre empresa, encubierta bajo la retórica de la Revolución Mexicana que ha dado muestras de ser tan flexible. Podrían desarrollarse organizaciones políticas para atacar temas específicos desde la perspectiva neoconservadora y además serían una distracción de la crisis. Quizá se empiece a hacer un uso sistemático de los medios de comunicación, de algunas universidades privadas, de sistemas de propaganda por correo, para promover una reacción pública en contra de personas y organizaciones consideradas izquierdistas, progresistas o simplemente liberales.