

Las Relaciones Públicas en la novela *Tiempos recios* de Mario Vargas Llosa

Una aproximación literaria a la vida y obra
de Edward Bernays Freud

Public Relations in the novel
Tiempos recios by Mario Vargas Llosa

A literary approach to the life and work
of Edward Bernays Freud

Relações Públicas no romance
Tiempos recios de Mario Vargas Llosa

Uma abordagem literária à vida e obra
de Edward Bernays Freud

DOI: <http://doi.org.10.18861/ic.2020.15.2.3028>

► MIGUEL VALDEZ ORRIAGA

waldezo@usmp.pe - Universidad de San Martín de Porres, Lima,
Perú.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6048-0462>

CÓMO CITAR: Valdez Orriaga, M. (2020). Las Relaciones Públicas en la novela *Tiempos recios* de Mario Vargas Llosa. Una aproximación literaria a la vida y obra de Edward Bernays Freud. *In-Mediaciones de la Comunicación*, 15(2), 205-216. DOI: <http://doi.org.10.18861/ic.2020.15.2.3028>

Fecha de recepción: 1 de marzo de 2020

Fecha de aceptación: 10 de julio de 2020

RESUMEN

En este artículo se analiza la novela *Tiempos recios*, de Mario Vargas Llosa, centrandó la atención en la interpretación que se hace del papel desempeñado por Edward Bernays Freud en el posicionamiento de las Relaciones Públicas como disciplina científica y profesional. En tal sentido, el libro narra, en su primera parte y desde la realidad y la ficción, las estrategias de Relaciones Públicas usadas por Bernays a favor de la

transnacional bananera United Fruit Company, las cuales impactan en el gobierno y en la opinión pública de los Estados Unidos y participan de la crisis en Guatemala que culmina con el derrocamiento del presidente Jacobo Árbenz en 1954. En ese marco, se realiza una lectura crítica integral de la novela, un análisis particular de las menciones que se hacen de Bernays y de las Relaciones Públicas, y la revisión de la literatura científica que evidencia el aporte del académico austriaco. Se concluye que Bernays y el uso de las Relaciones Públicas son el soporte principal de la trama política y social de *Tiempos recios*.

PALABRAS CLAVE: *Relaciones Públicas, Tiempos recios, realidad y ficción, modelos de Relaciones Públicas, public affair.*

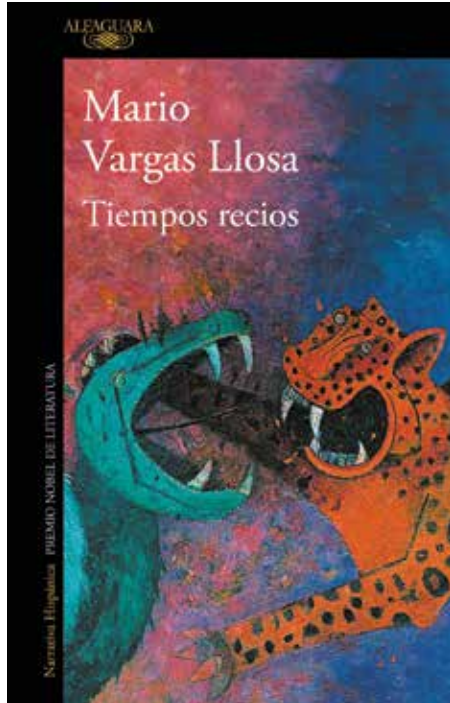
ABSTRACT

This article analyzes the novel *Tiempos recios*, by Mario Vargas Llosa, focusing on the interpretation of the role played by Edward Bernays Freud in the positioning of Public Relations as a scientific and professional discipline. In its first part, from reality and fiction, the story presents the Public Relations strategies used by Bernays in favor of the banana transnational United Fruit Company, which impacted on the United States government and public opinion, as well as caused a crisis in Guatemala that ended in the overthrow of Jacobo Árbenz in 1954. Within this framework, a thorough and critical reading is developed, a specific analysis of the author's mentions of Bernays and Public Relations, and a review of the scientific literature that shows the contribution of the Austrian academic. It is concluded that Bernays and the use of Public Relations are the main support of *Tiempos recios* political and social plot.

KEYWORDS: *Public Relations, Tiempos recios, reality and fiction, public relations models, public affair.*

RESUMO

Este artigo analisa o romance *Tiempos recios*, de Mario Vargas Llosa, focando a atenção sobre a interpretação feita do papel desempenhado por Edward Bernays Freud no posicionamento das Relações Públicas como



Vargas Llosa, M. (2019). *Tiempos recios*. Madrid: Alfaguara.

disciplina científica e profissional. Nesse sentido, o livro narra, em sua primeira parte e a partir da realidade e da ficção, as estratégias de Relações Públicas utilizadas por Bernays a favor da transnacional bananeira *United Fruit Company*, que têm impacto no governo e na opinião pública dos Estados Unidos de América e geram uma crise na Guatemala, que culminou com a derrubada do presidente Jacobo Árbenz em 1954. Neste contexto, realiza-se uma leitura crítica integral do romance, uma análise particular das menções que são feitas de Bernays e das Relações Públicas, e a revisão da literatura científica que evidencia a contribuição do académico austriaco. Conclui-se que Bernays e o uso das Relações Públicas são o principal suporte da trama política e social de *Tempos ásperos*.

PALAVRAS - CHAVE: *Relações Públicas, Tempos ásperos, realidade e ficção, modelos de relações públicas, public affair.*

1. INTRODUCCIÓN

La novela de Mario Vargas Llosa (2019), *Tiempos recios*, tiene tres partes bien marcadas, un antes, un durante y un después. El antes consta de las 14 primeras páginas dedicadas a Edward Bernays Freud, considerado en el foro académico de las ciencias de la comunicación como el *padre* de las Relaciones Públicas, disciplina a la que dotó del estatus científico del que hoy goza.

En esta primera parte, el escritor peruano describe y explica cómo Bernays influyó en el derrocamiento del presidente de Guatemala, Jacobo Árbenz, en el año 1954, mediante estrategias de Relaciones Públicas favorables a los intereses del gobierno norteamericano, la Central Intelligence Agency (CIA) y los principales medios masivos de comunicación de los Estados Unidos. En tal sentido, se acusa a Bernays de haberle endilgado a Árbenz, quien asumió la presidencia de Guatemala en 1951, la acción de promover el comunismo y convertir a Guatemala en *cabeza de playa* para la entrada de los intereses soviéticos en América Latina.

Según Vargas Llosa, Bernays convirtió a las Relaciones Públicas en la principal arma política y económica del siglo XX al idear una estrategia mediática externa a Guatemala –de finos alcances geopolíticos– en el contexto de la guerra fría entre Estados Unidos y la Unión Soviética, para favorecer a su cliente, la transnacional bananera United Fruit Company, que lo contrató como asesor debido a las pésimas relaciones de la empresa con el gobierno de Árbenz. Esta primera parte, en que las Relaciones Públicas tienen un rol protagónico por su carácter influenciador en la opinión pública, es el soporte mediático, político y social de toda la trama posterior: dicha trama es narrada en la segunda parte de la novela. Tras esas 14 primeras páginas dedicadas a Bernays y a las Relaciones Públicas, el escritor peruano se concentra en desentrañar las cuitas del poder previas al golpe militar ejecutado en Guatemala, narrando con su pluma cautivadora amoríos y odios, lealtades y deslealtades, delaciones y pasiones en torno a sus personajes.

Amparado en la realidad política y social de los hechos y de los personajes, Vargas Llosa ficciona hilando magistralmente circunstancias de la lucha por el poder en torno al “honesto” presidente Jacobo Árbenz, al “golpista” Coronel Carlos Castillo Armas, al “espía” Abbes García y a Marta Borrero, conocida como Miss Guatemala, sensual amante del dictador que depuso a Árbenz por las intrigas mediáticas de Bernays, consideradas por los críticos de hoy como una de las principales *fake news* del siglo XX.

La novela narra que todo ese panorama de intrigas no era obra del gobierno de los Estados Unidos ni de la CIA. “El señor Bernays y el dinero de la United Fruit habían logrado convencer a la sociedad norteamericana y al propio gobierno de Washington que Guatemala era ya presa del comunismo, y que Árbenz conducía en persona esa maniobra” (Vargas Llosa, 2019, p. 66). Finalmente, se relata el triunfo de la United Fruit tras la renuncia del presidente Árbenz y la imposición de los Estados Unidos y la CIA –vía plebiscito– del coronel Carlos Castillo Armas como nuevo jefe de Estado.

Transcurrida la trama de la novela, Vargas Llosa entra a la tercera parte y publica, como colofón, la entrevista que mantuvo con Marta Borrero Parra, llamada Miss Guatemala, personaje protagónico de la obra que tiene actualmente 80 años de edad y vive en Washington DC.

BERNAYS EN LA REALIDAD Y EN LA FICCIÓN

Edward Bernays Freud nació en Viena en 1891 y falleció en los Estados Unidos en 1995. Fue sobrino de Sigmund Freud, tanto por el ala materna como paterna: dos hermanos Bernays (Ely y Martha) se casaron con dos hermanos Freud (Sigmund y Anna). Edward es hijo del matrimonio entre Ely Bernays y Anna Freud y, con el tiempo, se convirtió en *el padre* de las Relaciones Públicas.

Noguero (2000), quien ha seguido con detalle la obra de Bernays, explica que en la década del 20 se dedicó a la divulgación del pensamiento de su tío, Sigmund Freud, en los Estados Unidos. Bernays tradujo su obra e intercambió con él una importante correspondencia; interacción que habría estimulado su apego por la ciencia de la conducta, lo cual se evidencia en el vínculo que Bernays establece entre las Relaciones Públicas y la Psicología.

En la década del 30, Bernays es el primer docente de Relaciones Públicas que dicta una cátedra dedicada a la enseñanza y la relación entre esta disciplina con las ciencias sociales y su repercusión en la opinión pública. De acuerdo a Noguero (2000), el primer curso que dictó fue “Public Relations: A course on theory and practice method”, el cual se desarrolló en el campus de la Plaza Washington Square de la Universidad de Nueva York¹.

El primer libro escrito por Bernays, *Cristalizando la opinión pública*, publicado en 1923, no refiere explícitamente al nombre de la profesión –Relaciones Públicas– por una cuestión estratégica, ya que la coyuntura no favorecía el posicionamiento de la disciplina y Bernays prefirió aprovechar la aparición del libro *Opinión Pública* (1922), de Walter Lippman, y establecer líneas de contacto que permitieran una mejor recepción de su obra.

No obstante, en aquel primer libro se establecen las líneas generales de la nueva profesión de asesor en el área de las Relaciones Públicas, sustentadas en hallazgos de la Psicología, la Sociología y el campo periodístico. Además, Bernays (2000) teoriza sobre el vínculo de las Relaciones Públicas con las ciencias sociales y grafica sus postulados con ejemplos concretos de las organizaciones de la época.

Howard Penn, biógrafo de Bernays, le realizó una entrevista periodística que fue publicada el 8 de diciembre de 1955 en Nueva York. Allí reúne una serie de revelaciones y el vienes ya se había convertido en una referencia de la disciplina:

¹ Vale mencionar, como referencia, que Antonio Noguero dirigió la colección digital “Comunicación y Relaciones Públicas” de la Biblioteca de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres (USMP) de Lima, Perú. La misma está compuesta por libros fundamentales de la especialidad. Uno de esos libros es: *Los años últimos, radiografía de las Relaciones Públicas 1956-1986*. Edward L. Bernays.

Las Relaciones Públicas cubren las relaciones de un hombre, una institución, o una idea con sus públicos. Cualquier intento eficaz para mejorar estas relaciones depende de la comprensión de las ciencias del comportamiento y en aplicarlas: sociología, psicología social, antropología, historia, etc. Las Ciencias Sociales son el fundamento de las Relaciones Públicas. (Penn, 2000, p. 40)

Esta definición, esbozada a mediados del siglo XX, casi como una idea que buscaba instalar el estatuto disciplinar y académico de las Relaciones Públicas, aún está vigente en los estudios teóricos y empíricos que desde hace largas décadas contribuyen a la consolidación de la disciplina.

En ese marco general, el uso que Vargas Llosa hace de la obra de Bernays está sostenido en el libro *Propaganda*, publicado en 1928, y en el que se inspiró el escritor peruano para recrear el pensamiento político y las concepciones de la opinión pública sostenidos por Bernays. Asimismo, diferentes trabajos dedicados a la vida y obra de Bernays dan cuenta de que asesoró en temas de opinión pública a distintos presidentes de Estados Unidos, como Coolidge, Wilson, Hoover y Eisenhower, y a empresarios emblemáticos de la talla de Rockefeller, Edison y Ford. Bernays también formó parte del famoso Comité Creel de Información Pública del Gobierno de los Estados Unidos, creado para persuadir a la ciudadanía sobre las bondades de la participación americana en la Primera Guerra Mundial. Y durante veinte años trabajó como asesor de Relaciones Públicas en la United Fruit Company, la cual tuvo gran relevancia en el destino político de Guatemala, según se narra en *Tiempos recios* de Vargas Llosa.

En dicho asesoramiento, Bernays despliega estrategias de lo que hoy se denomina *public affairs* (asuntos públicos), una rama de las Relaciones Públicas que tiene que ver con la gestión de los asuntos públicos. Entre las acciones de persuasión ideadas por Bernays, usó tácticas de *lobby* y de *publicity* (relacionamiento con los medios) que favorecieron el posicionamiento de la empresa en la opinión pública y la llegada a los hogares estadounidenses. Mediante acciones de comunicación comercial logró que la marca ganara visibilidad en las décadas del 40 y 50: audiovisuales como *United Fruit Company. Inside Middle America* (1940, producida por The Institute of Visual Training y Banana Production Film) y la canción original “Chiquita banana song”, entre otros recursos, cifraron aquello que los publicistas de hoy llamarían *product placement* o emplazamiento del producto.

La obra de Bernays está marcada por una serie de fases centrales en la evaluación teórica y práctica de las Relaciones Públicas. Por un lado, forma parte del surgimiento de la disciplina cuando ésta comienza a desarrollarse en los márgenes de la teoría de la información, centrada en el flujo comunicacional que se establece entre el emisor (Estado, empresa), el mensaje (la noticia oficial corporativa) y el receptor (el medio de comunicación que filtra el mensaje para que llegue finalmente a la opinión pública). Con el tiempo, Bernays comenzará a hablar de la *teoría de la persuasión* en materia de Relaciones Públicas,

recurriendo al estudio de las actitudes y los comportamientos de los públicos (psicología) para lograr la aceptación de la organización, sus productos o sus servicios. A esto Grunig y Hunt (2003) lo llaman *modelo asimétrico bidireccional*, ya que el foco o beneficio se centra en la organización.

De cualquier manera, Grunig y Hunt (2003) también se refieren a una nueva fase en los estudios de Bernays, giro al que vinculan con el *modelo simétrico bidireccional* y el uso de nuevas metodologías de estudio que permiten aplicar una mirada menos lineal de los diversos grupos humanos y lograr un entendimiento mayor y mutuo entre la organización y los públicos. Al respecto, Grunig y Hunt son enfáticos cuando señalan que no sólo puede clasificarse a Bernays “como el ejemplo histórico y líder del modelo asimétrico bidireccional de Relaciones Públicas, sino también como uno de los pensadores que ayudaron a desarrollar el modelo simétrico bidireccional” (p. 98).

En ese marco, y teniendo en cuenta el breve resumen histórico sobre la producción teórica y práctica de Bernays y el impulso que le dio a las Relaciones Públicas, es importante ahora hacer algunas precisiones sobre la manera en que la realidad y la ficción se entrelazan en *Tiempos recios*. Esta novela de Vargas Llosa –igual que *La fiesta del chivo* (2000)– ha sido elogiada por la crítica especializada por el modo de narrar las veleidades de civiles y militares que pugnan por el poder hemisférico y, cómo, en este caso, llegan a impulsar un golpe de Estado, práctica constante en el siglo XX latinoamericano –sobre todo en la etapa posterior a la Segunda Guerra Mundial y el inicio de la guerra fría entre EEUU y la Unión Soviética–.

En el plano ideológico, *Tiempos recios* sostiene, de alguna manera, el pensamiento liberal del propio Vargas Llosa, quien despliega una denuncia del derrocamiento del presidente demócrata de Guatemala, Jacobo Árbenz, por una falsa acusación de comunista –con todo lo que eso implicaba en aquel momento– atribuida a Bernays. Cuestión que podría establecer una suerte de nexo o entenderse que es coherente con la posición del novelista en contra de la intervención norteamericana en América Latina, a la que supo considerar un mecanismo que retrasó decenas de años la democratización en el continente.

¿Era la historia esa fantástica tergiversación de la realidad?, se pregunta el editor de *Tiempos recios* en la contratapa del libro. Y responde ahí mismo que la novela funde la realidad con dos ficciones: la del narrador que recurre a la recreación de personajes y situaciones, y la de aquellos que querían ejercer el poder político y económico manipulando la historia latinoamericana (Vargas Llosa, 2019).

La recreación de los personajes y los hechos políticos y sociales descritos en la obra de Vargas Llosa se sostienen en la realidad de lo acontecido, aunque el narrador los reinventa, los acicala, los afea, los afina, los embrutece. Por ejemplo, respecto a Marta Borrero, motejada en la trama como Miss Guatemala, el propio novelista admite que ha inventado a esa mujer, atribuyéndole toda clase

de aventuras, y “desfigurándola para que nadie –ni ella misma– se reconozca en la historia que fantaseo” (Vargas Llosa, 2019, p. 336). En cuanto a Bernays, el autor de la novela lo considera ególatra y patológico, pero reconoce que elevó las Relaciones Públicas “a una disciplina intelectual de alto nivel como parte de la psicología, la economía y la política” (Vargas Llosa, 2019, p. 19).

En tal sentido, la atención y el cuestionamiento a la figura de Bernays están centrados en su condición de asesor en materia de opinión pública de la United Fruit Company, una poderosa empresa acostumbrada a corromper a estadistas y dictadores de los países latinoamericanos. El propio término “república bananera” queda encerrado en esa referencia metafórica en donde lo caótico, los padecimientos y lo grotesco de ciertas experiencias latinoamericanas aparecen alterando o corrompiendo de manera sistemática el Estado de Derecho. En el caso de Guatemala, la empresa se había adueñado del casi 40% de su territorio, muy rico o apto para el cultivo de plátano y la producción bananera que comercializaba sin control estatal hacia los Estados Unidos. En ese contexto, la United Fruit Company vio con pavor que el gobierno de Árbenz pretendía promulgar una serie de normas que favorecerían el derecho de los trabajadores y pondrían límites a una comercialización exceptuada de impuestos: la ley del trabajo, la ley antimonopolio, la ley de impuestos.

En ese punto, la invención de una Guatemala comunista es el punto de partida de la construcción que sostiene el desarrollo de toda la novela, lo cual le otorga al manejo de las Relaciones Públicas un papel argumental decisivo. ¿Cómo era posible que periódicos prestigiosos como *The New York Times*, *The Washington Post*, *Time Magazine*, *Nesweek* y *Chicago Tribune* hubiesen inventado o reproducido semejante fantasma: ¿el comunismo en Guatemala!?, se pregunta Vargas Llosa. Y asegura que fue una mentira que caricaturizaba de manera indigna unas reformas sociales que, por el contrario, querían impedir el comunismo en ese país. Revelación que no solamente indica la paradoja señalada por Vargas Llosa, sino que también permite, nuevamente, leer los sesgos ideológicos liberales del propio escritor.

Sobre esta base argumental, en *Tiempos recios* se aprecia a un Bernays que practica dos modelos de Relaciones Públicas, a los que Grunig y Hunt (2003) denominan *agente de prensa* y *asimétrico bidireccional*. En el primer modelo, todavía vigente hoy a pesar de que data de 1850, el emisor (la empresa asesora) elabora mensajes para que sean puestos en circulación o difundidos por los medios de comunicación, que “no se ajustan” a la verdad. Siguiendo a Xifra, dicha práctica de las Relaciones Públicas se encuadraría en los “estudios empíricos de la Mass Communication Research centrados en la comunicación política” (Enríquez & Ramos, 2017, pp. 35 y 36).

Por su parte, el modelo bidireccionalidad asimétrico supone la interacción con grupos de presión que operan o sirven para establecer la idea de una suerte de “tinglado comunista” que se habría gestado en la vida política del país centro-

americano. Bernays, además, hizo un trabajo etnográfico *in situ* durante varias semanas, recurriendo a entrevistas en profundidad con militares, banqueros, parlamentarios, policías, líderes sindicales, periodistas y funcionarios de la embajada norteamericana en Guatemala. Fiel a su estilo, Bernays recurrió al lobby, lo cual es una institución en Estados Unidos. También hizo uso de una red de vínculos e intereses que había construido en su propia carrera. Tal como plantea Vargas Llosa: “había llegado a la publicidad de manera indirecta, gracias a sus buenas relaciones con toda clase de gente, pero sobre todo diplomáticos, políticos, dueños de periódicos, radios y canales de televisión, empresarios y banqueros de éxito” (2019, p. 18).

En la novela se produce un interesante diálogo entre el “vulgar” Zemurray, dueño de la United Fruit Company, y el “académico” Bernays. En la misma se menciona el segundo libro de Bernays –titulado *Propaganda* y publicado en 1928– y se pretende evidenciar su personalidad autosuficiente, quien rebaja a su interlocutor, Zemurray, luego de que éste le confesara que no había entendido lo planteado en el libro. “Sin embargo, está escrito en un lenguaje muy simple, al alcance de cualquier persona alfabetizada” (Vargas Llosa, 2019, p. 16). Asimismo, *Propaganda* resulta fundamental para el desarrollo de la novela, ya que es de esa obra, según queda planteado, de donde Bernays recogería el marco teórico que aplica en la realidad política de Guatemala. Según el narrador de *Tiempos recios*, la siguiente frase resulta profética y marca la impronta estratégica de Bernays:

La consciente e inteligente manipulación de los hábitos organizados y las opiniones de las masas es un elemento importante de la sociedad democrática. Quienes manipulan este desconocido mecanismo de la sociedad constituyen un gobierno invisible que es el verdadero poder en nuestro país. La inteligente minoría necesita hacer uso continuo y sistemático de la propaganda. (Vargas Llosa, 2019, p. 19)

Tal como plantea Noguero (2000), en ese libro de 1928 Bernays define a la propaganda como “un permanente e insistente esfuerzo para crear o diseñar acontecimientos para influir en las relaciones del público en favor de una empresa, idea o grupo” (p. 26).

Dicha posición, que por supuesto ha estado sujeta a múltiples críticas y polémicas, es referida también por Chomsky (2004) en su artículo “El control de los medios de comunicación”, donde le atribuye a los poderes fácticos de Estados Unidos hacer de las Relaciones Públicas un mecanismo tendiente al control de la opinión pública, y cita a Bernays –quien como señalamos formó parte de la famosa Comisión Creel que gestionó la información difundida por los Estados Unidos durante la Primera Guerra Mundial– como un eslabón importante de esa maquinaria. La visión holística de las Relaciones Públicas, en las que se condensan elementos o supuestos provenientes de diferentes dis-

ciplinas, y la descripción que Vargas Llosa realiza de la figura de Bernays, se entrelazan en una historia que –en el caso de *Tiempos recios*– conjuga realidad y ficción, y permite construir una visión problemática sobre el uso específico de la propaganda como instrumento comunicacional y político.

EL PROPIO BERNAYS SE DEFIENDE

Tal como plantea Penn (2000), los intereses de Bernays estuvieron centrados en el despliegue de un enfoque científico que, como lo exige la complejidad del mundo actual, permita la comprensión del universo analizado y reconozca el valor de saber por qué se hacen las cosas, en lugar de operar conforme al instinto o la rutina. Para Bernays, las Relaciones Públicas ocupan un lugar de importancia y la necesidad de su profesionalización es un requisito mayor y fundamental en el desarrollo humano. De acuerdo a Noguero (2000), Bernays considera que hay que tener en cuenta el principio de Jefferson “según el cual el consentimiento de la gente es esencial para el liderazgo de una sociedad democrática” (p.143)

No obstante, y tal como plasma desde la ficción Vargas Llosa, la obra de Bernays no ha escapado al debate o la polémica, aunque se reconoce su lugar en la historia y en el desarrollo de las Relaciones Públicas. En tal sentido, Sánchez (2016) recuerda que “se le ha achacado a este autor una serie de epítomes muy alejados de la buena praxis comunicativa. Sin embargo, el propio Bernays subraya el valor social del relacionista público” (p. 159). Asimismo, la autora asevera que sus propuestas teóricas siguen vigentes en el área académica a pesar de “los cambios superlativos en los formatos y los canales mediáticos en el mundo occidental” (Ibíd., p. 161). Idea que Noguero, citado en Xifra, Enriquez y Ramos (2017), también le reconoce como referente, dado que los aportes de Bernays iniciaron “la dinámica de la investigación en el campo y lograron estimular una actividad científica dirigida al estudio de las Relaciones Públicas” (p. 78).

Como se sabe, en la evolución del pensamiento académico de Bernays transcurre la información, la persuasión y la comunicación bidireccional simétrica. En cuanto a la tarea informativa de las Relaciones Públicas desde la organización, Xifra, Enriquez y Ramos (2017) explican acerca del arte que desarrolló Bernays para convertir hechos sociales corporativos en noticias ajustadas al comportamiento ético que exige la función:

El asesor de Relaciones Públicas ha de proveer a los periodistas con noticias verificables, con la verdad. Para el pionero norteamericano, el relacionista público no solo conoce los acontecimientos, sino que está en condiciones para convertirlos en noticias. Es un creador de acontecimientos que, por lo tanto, sólo será eficaz si cumple los más altos requisitos técnicos y morales de aquellos con quienes trabaja (p. 80).

Sobre el tema del *Lobby*, permitido en los Estados Unidos vía la técnica de la gestión del *public affairs* utilizada por Bernays, los autores Pérez y Solórzano (1999) aclaran que:

Las Relaciones Públicas tienen un campo propio y amplio de acción, con la misión de integrar a las organizaciones con los públicos, donde deben ser fluidas las relaciones con los poderes y niveles de decisión de los Estados, y en todos los casos, claras y transparentes. Hoy y en el futuro inmediato la credibilidad y la confianza seguirán siendo parte de los valores más notables en el trabajo de las Relaciones Públicas (p. 184).

Vale como mención, y simplemente como parte de las polémicas desatadas, la propia defensa que Bernays hace de su trabajo en una entrevista realizada por Barquero (1990), quien habiendo sido su discípulo publica un diálogo donde el propio académico hace una defensa cerrada de su actividad profesional frente a las acusaciones que le hacen sus detractores en el plano ético. En tal sentido, Bernays plantea que su contratación como profesional de las Relaciones Públicas y la propaganda estuvo fijada por límites precisos, indicando que se negó a asesorar a personajes como Francisco Franco, Anastasio Somoza y Adolf Hitler. Una serie de nombres, por cierto, que indica su trascendencia –dado que aparentemente fue tentado por personajes que ostentaron mucho poder en el marco de experiencias históricas autoritarias–, pero no por ello despeja las dudas sobre otras intervenciones profesionales, como la ficcionalizada por Vargas Llosa.

4. A MODO DE CIERRE

Las Relaciones Públicas y Edward Bernays Freud, su principal impulsor científico, son el soporte conceptual y argumentativo de la trama narrativa de la novela *Tiempos recios*, donde se describen, en una mezcla de realidad y ficción, los entretelones vinculados al golpe de Estado ocurrido en Guatemala en 1954. Dicho episodio depuso al presidente Jacobo Árbenz, hecho que fue atribuido, en parte, a una estrategia que impulsó la circulación de noticias falsas acerca del gobierno guatemalteco y cuya responsabilidad se le atribuyó al sobrino de Sigmund Freud.

Vargas Llosa parte de aquellos hechos políticos y sociales, y de la existencia verídica en la historia de personalidades como Edward Bernays, Jacobo Árbenz, Carlos Castillo Armas, Abbes García y Marta Borrero. En *Tiempos recios* Vargas Llosa construye una ficción, donde los personajes son reinventados y las Relaciones Públicas y los instrumentos propagandísticos adquieren un lugar clave como móvil de la narración. En tal sentido, el señalamiento de Vargas Llosa no pone en discusión la contribución de Bernays en torno del estatus científico de las Relaciones Públicas, tal como lo reconoce el propio

novelista peruano y, sobre todo, la literatura especializada en dicho campo académico y profesional.

Sin embargo, el recorrido que propone *Tiempos recios* y el modo de entremezclar la realidad y la ficción permiten analizar la estrategia de Relaciones Públicas denominada *public affairs*, utilizada por Bernays en el asesoramiento a la transnacional United Fruit Company. El *lobby* y la *publicity*, y el uso de los modelos de Relaciones Públicas *agente de prensa* y *asimétrico bidireccional* sugieren en tal sentido un alcance que va más allá del mero posicionamiento de la empresa transnacional.

Sin ninguna pretensión de acabar ese debate acerca de los alcances reales o ficticios del trabajo de Bernays en el derrocamiento de Árbenz, este ensayo intentó centrar la atención en el lugar que le asigna Vargas Llosa a la hora de construir su novela y establecer algunas líneas de fuga que cruzan la realidad y la obra del mentado *padre* de las Relaciones Públicas. En tal sentido, la novela es un disparador para pensar los distintos aportes y recorridos de la obra de Bernays a lo largo de una vida centenaria en la que reflexionó sobre el lugar del agente de prensa y la comunicación corporativa, la centralidad de la investigación social como insumo del trabajo profesional, el conocimiento y la persuasión de la opinión pública, y la búsqueda de criterios que permitan un entendimiento mutuo entre las organizaciones y los públicos.

En ese marco, su obra y su personalidad polémica le granjearon a lo largo de su vida adeptos y detractores que en algunos casos exceden la producción teórica o académica, pero, como se plantea en la obra de Vargas Llosa, también invitan a reflexionar sobre el lugar de la profesión y los compromisos e intereses que atraviesan la tarea comunicativa.

REFERENCIAS

- Barquero, J. (1990). *Entrevista al doctor Bernays*. Recuperada de: <http://edwardbernays.es/entrevistas-edward-l-bernays/>
- Bernays, B. (2000). *Cristalizando la opinión pública*. Barcelona: Gestión 2000.
- Chomsky, N. (3 de julio, 2004). El control de los medios de comunicación. *Razón y Palabra*. Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/publicado/chomsky.html>
- Grunig, J. & Hunt, T (2003). *Dirección de Relaciones Públicas*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Noguero, A. (2000). Fechas clave: biografía, actividad y obra de Edward L. Bernays. En *Colección digital Comunicación y Relaciones Públicas de la Escuela Superior de Relaciones Públicas de la Universidad de Barcelona, España*. Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias, S.A.

- Penn, H. (2000). ¿Qué tienen que ofrecer las Ciencias Sociales a las Relaciones Públicas? En *Colección digital Comunicación y Relaciones Públicas de la Escuela Superior de Relaciones Públicas de la Universidad de Barcelona, España*. Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias, S.A.
- Penn, H. (2000). Biografía de una idea. Memoria del consultor en Relaciones Públicas. Edward L. Bernays. En *Colección digital Comunicación y Relaciones Públicas de la Escuela Superior de Relaciones Públicas de la Universidad de Barcelona, España*. Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias, S.A.
- Pérez & Solorzano. (1999). *Relaciones Públicas una nueva pedagogía*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Sánchez, A. (2016). Bernays y Matrat. Debates en torno a los fundamentos de las Relaciones Públicas en Occidente. *Revista Cultura de la Asociación de Docentes de la Universidad de San Martín de Porres*, 30, 151-177.
- Vargas Llosa, M. (2019). *Tiempos recios*. Lima: Alfaguara.
- Xifra, J., Enriquez, M. & Ramos, D. (2017). *Teoría y práctica de las Relaciones Públicas*. Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial.

* Contribución: 100% del autor.

* Nota: el Comité Editorial de la revista aprobó la publicación del artículo.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICACIÓN DEL AUTOR

Miguel Valdez Orriaga. Doctor y Magíster en Relaciones Públicas, Diploma en Docencia Universitaria, Diploma en Investigación Cualitativa y Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Martín de Porres (Perú). Abogado, Universidad Nacional Federico Villarreal (Perú). Diploma en Resolución de Conflictos Sociales y Administración de Justicia, Ilustre Colegio de Abogados de Lima (Perú). Miembro, Colegio de Periodistas de Perú. Director Secretario, Asociación Latinoamericana de Carreras Universitarias de Relaciones Públicas. Director, Unidad de Postgrado en Ciencias de la Comunicación y Docente en la Maestría y en el Doctorado en Relaciones Públicas, Universidad de San Martín de Porres (Perú).