

## **Propaganda y comunicación en el conflicto petrolero México – EUA: 1938, año de la expropiación**

Miguel Ángel Sánchez de Armas

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla

**Resumen:** El 18 de marzo de 1938, el gobierno de México decretó la expropiación de la industria petrolera extranjera que operaba en territorio nacional desde finales del siglo XIX. Este fue el episodio de mayor tensión en una relación difícil entre los dos países, a lo largo de la cual el *establishment* petrolero pretendió lograr por todos los medios un *status* de extraterritorialidad. Por momentos pareció que el conflicto desembocaría en una intervención armada y la ocupación de los yacimientos por el ejército norteamericano. En este contexto, las empresas petroleras organizaron y financiaron vastas campañas de propaganda para debilitar al gobierno de Lázaro Cárdenas, obligarlo a dar marcha atrás en la expropiación y eventualmente derrocarlo y sustituirlo con un régimen de derecha y favorable a las empresas. En respuesta, el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP) cardenista organizó una contraofensiva cuyos resultados, considerando la disparidad de recursos, fueron bastante efectivos. Esta ponencia -parte de un trabajo mayor- se sitúa entre los años de 1938 y 1940, y examina tanto la campaña de la “Standard Oil Company of New Jersey” como las acciones de contrainformación del gobierno mexicano.