

Cine y propaganda durante la 2ª Guerra Mundial -de Kracauer a Disney-

Por Jorge Grassi – HAMA I

CONSTRUIR AL ENEMIGO

En este ensayo, **Umberto Eco** hace un recorrido de lo que a lo largo de la historia ha definido al “enemigo”. Los enemigos con frecuencia suelen ser los diferentes, los feos o los que no entendemos. “Construir al enemigo” insiste en las bondades de tener siempre a mano un enemigo en quien descargar nuestras debilidades o faltas y, si ese enemigo no existe, pues habrá que crearlo.

Para tener a pueblos y supuestas amenazas a raya es necesario “el Enemigo”, la invención y paciente construcción de un enemigo, nos dice **Eco**. Repetidos hasta la saciedad, desde la Edad Media hasta las últimas guerras mundiales y el moderno antisemitismo, y difundidos a través de libros, folletos, consignas, pasquines o leyendas populares, aquellos burdos insultos, como las mentiras de Goebbels, surtían **sus efectos de odio y temor deseados**, expulsaban al extranjero del sentimiento de pertenencia a una nación o religión, estigmatizándolo a través de atributos que provocaran miedo y repugnancia.

“Tener un enemigo es importante no solo para definir nuestra identidad, sino también para procurarnos un obstáculo con respecto al cual medir nuestro sistema de valores y mostrar, al encararlo, nuestro valor. Por lo tanto, cuando el enemigo no existe, es preciso construirlo”.

Como veremos, desde la invención del cinematógrafo, este a servido como vehículo para “CONSTRUIR AL ENEMIGO”, con lo que se bautizó con el nombre de CINE DE PROPAGANDA.

QUE ES LA PROPAGANDA?

La propaganda es una forma de transmisión de información que tiene como **objetivo influir en la actitud de una comunidad respecto a alguna causa o posición**, presentando solamente un lado o aspecto de un argumento.

La propaganda es usualmente repetida y difundida en una amplia variedad de medios con el fin de obtener el resultado deseado en la actitud de la audiencia.

Un film o programa televisivo propagandístico es aquel cuyo fin es el de utilizar la fuerza de estos medios para influir en la opinión del espectador y convencerlo para apoyar una causa determinada.

CINE DE PROPAGANDA

El origen del cine tiene una peculiaridad, la maquinaria cinematográfica, solo fue usufructuada por las **elites del mundo**. Se sometió a un minucioso estudio científico, aunque rápidamente artistas, intelectuales y políticos, descubrieron su amplio potencial, principalmente como instrumento mediático que fue utilizado, lo mismo para influir que inspirar. El cinematógrafo tendría un papel crucial en el desarrollo de la humanidad, ya que sería una de las herramientas principales para dejar un registro de los acontecimientos que cambiarían el curso de la humanidad.

El cine con su poder de **manipulación y propaganda** ha sido usado por diferentes países desde que existió, distorsionando la realidad de los hechos, o exagerando el mensaje que se quiera

dar, a veces con un objetivo claro como el inculcarles la respectiva ideología a los espectadores. España, Cuba, la vieja URSS, la Alemania Nazi son ejemplos claros de hasta donde llegan los gobiernos para controlar a las masas. Las industrias cinematográficas pasaron a control estatal, se ensalzaban los valores patrióticos y al líder como un ser simpático y sabio, censurando el cine que no convenía.

EL CINE DE PROPAGANDA COMO FENOMENO UNIVERSAL

“El arte Fascista -de acuerdo con Susan Sontag- glorifica la entrega y exalta la insensatez, glorifica la muerte”, cualidades que, advierte la cinéfila norteamericana, *“no queda en modo alguno confinada a las obras con etiquetas de fascistas o producidas bajo gobiernos fascistas”,* pues -explica- *“sus características proliferan en el arte oficial de los países comunistas”.*

La propaganda cinematográfica como instrumento del Estado pareciera - en primera instancia- un fenómeno exclusivo o preponderante de los totalitarismos, lo cual no es totalmente cierto, pues en aquellos países en que haya un sistema republicano y de partidos que compiten por el poder en elecciones, con todo y su libre mercado e iniciativa privada, la producción de películas propagandísticas para la reproducción del status quo y la defensa de los intereses del grupo en el poder, opera tan bien o mejor que en las dictaduras.

PROPAGANDA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La guerra hispano-estadounidense de 1898 se considera un punto de inflexión tanto en la historia de la **propaganda** como en el comienzo de la práctica de la **prensa amarillista**.

Fue el primer conflicto armado en el que la acción militar **fue precipitada por la intervención de los medios de comunicación**. La guerra surgió del interés de los **EE.UU. por fomentar una guerra de independencia en Cuba**, en aquel entonces una de las últimas colonias españolas. Varios periódicos estadounidenses avivaron las llamas con la fabricación de **noticias falsas sobre supuestas atrocidades por parte de las fuerzas españolas**, orientados a justificar la intervención y posterior anexión estadounidense de estas colonias españolas repartidas por todo el mundo.

GRAN ESTRENO DE LA PRIMERA PELÍCULA BÉLICA

Cuentan los periódicos de todo el mundo que en Nueva York se hacen interminables colas de espera para ver la primera película americana de guerra con final feliz. Se trata de **“Rasguemos la bandera española” (Tearing Down the Spanish Flag,1898)**, considerado el primer film bélico de carácter propagandístico.

<https://youtu.be/G2Sutv2zhT4>

Tearing Down the Spanish Flag - 1898 – Vitagraph

<https://youtu.be/6aw8Kp22a2g>

Shooting Captured Insurgents

James H. White, Edison (1898) Primer filme sensacionalista

Shooting Captured Insurgents es una recreación realista filmada durante la Guerra Hispanoamericana, con el propósito de reforzar la simpatía por los rebeldes cubanos (y el antagonismo hacia los españoles). Los Estados Unidos se unieron a la guerra a principios de ese mismo año, después de que **el hundimiento del buque de guerra USS Maine** en el puerto de La Habana, el 15 de febrero de 1898, que dejara 258 miembros de la tripulación del barco

muerdos. **En la película, los luchadores por la libertad cubanos son conducidos frente a un pelotón de fusilamiento español y luego ejecutados.** La película se reproducirá sin explicación de que las imágenes que se muestran no son reales, es decir, puestas en escena, lo que deja a la audiencia a creer que acaban de presenciar muertes reales. Este tipo de películas se pusieron muy de moda durante esos años, empezando una larga tradición **en la que cine y propaganda siempre han ido de la mano.**

REVOLUCIÓN MEXICANA

La Revolución mexicana fue un conflicto armado que se inició el **20 de noviembre de 1910**. Los antecedentes del conflicto se remontan a la situación de México bajo la dictadura conocida como el **porfiriato**.

En México, se popularizó el documental de la revolución. Cada bando contaba con su escuadrón de camarógrafos: **los hermanos Alva** se encargaron de las fuerzas del presidente mexicano **Francisco Madero**, mientras que **Jesús H. Abitia**, tomo el punto de vista de los ejércitos de **Obregón y Carranza**.

PANCHO VILLA Y HOLLYWOOD

De pronto, los ojos del mundo estaban puestos en México, el cine comenzaba a formarse como la poderosa industria que hoy conocemos y las nacientes audiencias, tenían curiosidad por conocer los personajes y hechos del conflicto revolucionario. Al país llegaron cientos de camarógrafos de todas las nacionalidades, sobre todo estadounidenses. Llegaron camarógrafos y periodistas para integrarse con todas las facciones revolucionarias. Los bandos vieron en esta acción, una forma de hacerse propaganda, para consolidar su posición en el conflicto. El que sin duda cautivó al lente cinematográfico fue **Pancho Villa**, con su actitud extrovertida y dicharachera.

Pancho Villa fue la gran estrella de la cinematografía mexicana, como buen director de coreografiaba las escaramuzas y diseñaba sus estrategias para que se vieran bien ante la cámara.

En enero de 1914, la Mutual Film Company, le realizó a Villa una tentadora oferta, villitas y la compañía internacional firmaron un contrato por U\$S 25.000 más el 20% total de las ganancias, si es que se recaudaran de la taquilla con la producción, por la filmación de material exclusivo de las batallas de la división del Norte.

La **contienda de Celaya** se preparó con cineastas de la **Mutual Film Company de D. W. Griffith**. Dio entrevistas constantemente, hizo un contrato con Hollywood para filmar sus batallas e incluso sus tropas recibieron uniformes nuevos para rodar algunas escenas con una mejor imagen. El representante de **Griffith** era **Harry E. Aitken** quien distribuyó sus obras por los Estados Unidos. **El propósito principal era revelar los planes para espantar el General Huerta afuera de México.**

The Life of General Villa dirigida por **Christy Cabanne, Raoul Walsh**, este último además interpretó a villa de joven, se estrenó en el 14 de mayo de 1914 en Nueva York. Fue un éxito pero la relación entre Villa y los Estados Unidos no duró por mucho tiempo porque el apoyo para el ejército de Villa fue apagado para el fin de 1914.

Hacia 1916, Hollywood siguió produciendo películas sobre Villa, aunque ahora representaba el papel del malo.

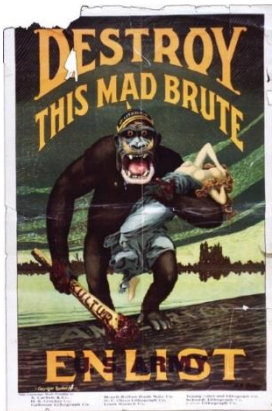
<https://youtu.be/JqDTwfkqrXI>

La Película Perdida De Pancho Villa – The Life Of General Villa

LA PRIMERA GUERRA MUNDIAL – CINE Y PROPAGANDA

El **Cine** había demostrado su posibilidad de rápida difusión, en comparación con el resto de las formas de **propagar ideas** como: **los carteles, la prensa, las conferencias o los pasquines** resultaban casi ridículos frente al nuevo medio, además, no necesitaba que los espectadores supieran leer en un mundo donde el analfabetismo seguía cubriendo inmensas capas de la sociedad, sobre todo, **las clases que tendrían que ir a primera línea de combate**. Por eso, casi todos los ejércitos **pusieron sus ojos en el cine** cuando crearon los **servicios de propaganda**, que centran su producción fílmica en **mantener alta la moral** de la tropa y la retaguardia civil, a la vez que **desprecian y denigran** al enemigo. La cámara de cine acabará por perfilar y concretar las ideas abstractas de **patria, imperio, civilización u honor nacional**. Pero además, iniciado el conflicto, los **noticiarios bélicos** servirán también de **propaganda en los países neutrales** para conseguir su unión a la causa o, al menos, para que no se aliñen con el adversario.

ESTADOS UNIDOS



Hasta la **Primera Guerra Mundial**, no se empezó a utilizar la **propaganda** como hoy en día la conocemos. Fue en **Estados Unidos** donde se empezó a teorizar sobre la propaganda, donde destacan: **Eduard Bernays y Walter Lippmann**, que empezaron a utilizar el arte como uso de propaganda, y su objetivo fue generar un sentimiento anti- alemán (también conocido como **germanofobia** o **teutofobia**), para que el pueblo norteamericano viera con buenos ojos que el país se metiera en la contienda. **Usaron un mono para ridiculizar a los alemanes**, acompañada con la frase: **“MATA A ESE BRUTO LOCO”**.

Pero sin dudas la propaganda más famosa de la época, fue: **“I WANT YOU” (Te necesito)**, que se volvió icónica, que se copió tanto dentro como fuera del territorio estadounidense.



Eduard Bernays fue uno de los primeros en comercializar métodos para utilizar la psicología subconsciente con **el fin de manipular la “opinión pública”**. Fue responsable de las frases **“mente colectiva”** y **“fábrica de consentimiento”**, conceptos importantes en el trabajo práctico de la **propaganda**.

Walter Lippmann fue un comentarista influyente sobre la **cultura de masas**, la consideraba cómo una **“máquina de propaganda”** autorizada por el gobierno que la mantendría funcionando. En su primer libro sobre el tema, **Public Opinion (1922)**, Lippmann dijo que el

hombre de masas funcionaba como un "rebaño desconcertado" que debía ser gobernado por "**una clase especializada cuyos intereses van más allá de la localidad**". La clase élite de intelectuales y expertos sería una maquinaria de conocimiento para **eludir el defecto primario de la democracia**, el ideal imposible del "ciudadano omnicompetente". Esta actitud estaba en línea con el capitalismo contemporáneo, que se fortaleció con un mayor consumo.

La preocupación de Lippmann era analizar los **mecanismos por los que se forma la opinión pública: los estereotipos**. Estos últimos son un molde que se extiende rápido en conversaciones o en cualquier otra interacción. **Implican asociaciones negativas y positivas de ciertos temas o personajes que quedan marcados de forma definitiva.**

Lippmann percibe que existe una clara **diferencia entre las experiencias de primera mano y las que se reciben por otros medios**, especialmente los medios de comunicación de masas, pero la gente no es consciente de ello. Por tanto, **los medios pueden formar estereotipos rápidamente**. Una consecuencia evidente de ello es que **las opiniones no se forman a través de un proceso racional y calculado, sino a través de estereotipos**. Estos son un tamiz para la percepción, los procesos cognitivos están condicionados por las actitudes.

En Estados Unidos, la década de los 20 estuvo marcada por los beneficios económicos que se le otorgaron a empresarios y trabajadores a quienes se les incrementó el salario. Sin embargo durante la crisis del 29, la bolsa de valores de Nueva York se vino abajo por la nula compra de acciones y un exceso de demanda en el mercado, en apariencias el sistema capitalista liberal se colapsaba. Esto provocó quiebras, suicidios y bancarrotas para las compañías europeas sumiendo al mundo occidental en una crisis económica, pero sobre todo, ideológica.

Se prendían las alarmas del sistema que tenía dos alternativas al cambio, **la primera era la doctrina comunista, que se había apropiado de la nación más grande del orbe y que estaba en un claro expansionismo; y la otra era la doctrina anticomunista: el fascismo que tenía grandes resultados en Italia y que comenzaba a ganar simpatizantes en Alemania y España**, ambas vertientes cimentaron el terreno que explotaría durante la segunda guerra mundial y además influyeron claramente en el desarrollo de las respectivas industrias cinematográficas, por su capacidad de transmitir fácilmente la ideología imperante.

"HORAS PELIGROSAS" (Dangerous Hours, EUA-1920) de Fred Niblo, c/Lloyd Hughes, Barbara Castleton, Claire Du Brey, Jack Richardson. 70' aprox. Fue producida por Thomas Ince.

No todo el cine anticomunista de Hollywood se hizo durante la guerra fría. Inmediatamente después de la revolución de 1917 surgió una ola de films paranoides, empeñados en informar al mundo sobre los peligros del comunismo. En muchos casos el mensaje aparecía lateralmente, como en el melodrama policial **FATALITAS de Wallace Worsley. (The Penalty - 1920)**, con Lon Chaney, o en el film histórico **HUÉRFANAS DE LA TEMPESTAD (Griffith, 1921)**.

"HORAS PELIGROSAS", en cambio, es excepcional porque toda su trama está dedicada a la militancia antibolchevique. La película se basó en una historia corta **"Un hijo pródigo en la utopía"** publicada en el Saturday Evening Post. El tema de la película era: **americanismo Versus bolchevismo**, que era el título de un folleto publicado por Ole Hanson, el alcalde de Seattle, quien afirmó haber roto la **huelga general de Seattle en 1919**.

La película cuenta la historia de un intento **de infiltración rusa en la industria estadounidense** e incluye una descripción de la **"nacionalización de las mujeres" bajo el bolchevismo**, que incluye **"extras a caballo, rodeando a las mujeres, arrojándolas a las mazmorras y**

golpeándolas", que tiene un "sueño salvaje de plantar la semilla escarlata del terrorismo en suelo estadounidense".

La primera guerra mundial dividió a los artistas que estuvieron inmersos o involucrados muchas veces en contra de su voluntad en la política de cada nación, fuera capitalista, imperialista o socialista. La guerra de trincheras dejó un profundo malestar, principalmente en el continente europeo, miles de muertos y el dolor de la derrota detonó una necesidad de proyectar películas felices en **Alemania** para distraer al público que se recuperaba de la destrucción.

6

DE CALIGARI A HITLER: IMAGINANDO AL TIRANO

"*El Gabinete del Doctor Caligari*", (como se vio en la **clase 3: La Vanguardia cinematográfica. Lo estético como emancipación**), es la historia de un tirano y un esclavo. El Dr. Caligari dirige una carpa en un "parque de atracciones"; allí muestra a un sonámbulo llamado Cesare, un tipo delgado, con piel blanca y ojos oscuros. Pero lo que la audiencia no sabe es que **Caligari es un asesino, aunque el mismo no ha cometido ningún asesinato**. Cesare, su amanuense, sigue la oscura voluntad de Caligari, sin cuestionarla. El héroe del filme rastrea a Caligari hasta un manicomio y descubre que Caligari es el director, enloquecido. Es atrapado y tomado como paciente, o tal vez no: la película termina cuando nuestro héroe es mostrado como un paciente del manicomio y el hombre que él ve como Caligari, es su doctor. Entonces, ¿Dónde está la locura?, ¿en la gente, o en aquellos que poseen el poder?

"**De Caligari a Hitler**": ese era el título del probablemente más famoso y, en parte, más influyente libro de cine alemán de la primera mitad del siglo XX. Fue escrito por **Sigfried Kracauer**, y en 1947 apareció por primera vez en inglés.

El argumento de Kracauer es que **Wiene y sus guionistas ya habían anticipado el ascenso de los nacionalsocialistas en esa época**, a principios de los años 1920. En películas como "*El gabinete del Dr. Caligari*", ya fueron retratadas las personalidades y descritos los métodos de los nazis. El tema ya estaba en el inconsciente colectivo de la época, ya que otros directores y guionistas también habían diseñado personajes para la pantalla grande, que en 1933 comenzaron a causar graves problemas en la realidad. Esa tesis fue más tarde desmentida, al menos en parte.

Pero es imposible pasar por alto cómo el cine alemán en particular llenó las pantallas con figuras de horror y terror por aquellos años, y cómo los autores y cineastas diseñaron asesinos y tiranos en el cine, incitando a otros a la violencia y la destrucción.

En ese sentido, aún hoy se puede discutir sobre si **los rasgos del Dr. Caligari no son reconocibles en Adolf Hitler**, y si el **sonámbulo simboliza al pueblo alemán** que, años más tarde, se dejó llevar hacia un gran genocidio, el Holocausto.

La tesis de **Kracauer** era simple: "*El cine es una mass media, se necesitan muchas personas para crearlo y muchas para financiarlo. Ya que el cine es una forma de arte colaborativa, trabajando a través de fuerzas creativas que responden a las demandas del mercado, la película como medio era excepcionalmente eficaz para revelar el subconsciente de las masas*".

Después de *Caligari*, el vio pantallas repletas de sonámbulos similares, hipnotizadores, tiranos omnipresentes. Son personajes como el **Conde Orlok** en el "*Nosferatu*" de **Wilhelm Murnau**, una remake alemana de Drácula, Orlok es un tipo adinerado, con una larga nariz y ojos

hundidos, viviendo entre las ratas, deambula en las sombras, poniendo a la gente bajo su dominio, especialmente mujeres.

Otro gran director, **Fritz Lang**, tiene su propio villano: **“Dr. Mabuse, un maestro criminal”** (1922). Como Nosferatu, vive en las sombras y como Caligari, obliga a sus subordinados a cumplir su voluntad; un maestro del disfraz e hipnotizador, en todas partes y en ninguna parte.

METROPOLIS es aparentemente optimista, **Lang** parece ofrecer una solución para el Marxismo: *“el conflicto de clases sucede básicamente por falta de entendimiento. Si el trabajo y el capital mediaran, si entendieran su objetivo común, todos serían prósperos”*. Tras esta propuesta moral de la película: **“EL MEDIADOR ENTRE LA CABEZA Y LAS MANOS DEBE SER EL CORAZÓN”**.

<https://youtu.be/9Ja6H6ra6lw>

METROPOLIS escena final



En **“M, el vampiro de Düsseldorf;” (1931)**, **Lang** en otra vasta ciudad, nos relata la historia de un asesino acechando en las sombras, un asesino de niños. Y otra vez un esclavo..., de sus propias pasiones.

¿Quién sabe que hay dentro mío? ¡Como grita y llora que debo hacerlo!, ¡No quiero!, ¡Debo!, ¡NO QUIERO!, ¡DEBO!, Grita y sufre Peter Lorre en la piel de Hans Beckert.

En un gesto escalofriante y profético, el submundo atrapa al degenerado social marcando su ropa. **¿Cuán lejos está una “M” blanca de una estrella amarilla?** En el filme se escucha: **“¡Esta bestia no tiene derecho a sobrevivir! ¡Debe ser asesinado! ¡Eliminado! ¡Exterminado! ¡Sin piedad o compasión!”**

Para que quede claro, esos artistas no eran fascistas. La mayoría dejó el país antes de que Hitler tomara el poder, **Murnau** huyó y **Lang** también. **Kracauer** no culpa a los individuos, sino a las masas, en cómo, a través de sus miedos y sus valores, formaron las próximas décadas. Considerando interpretaciones simbólicas de sus problemas y sus imaginarios, encontrando potenciales soluciones. **Kracauer** vivió el ascenso del **Fascismo**. Se pregunto como una sociedad liberal podía caer en las fuerzas de la autocracia. Se pregunto como ella podía elegir su propia destrucción. Como ella podía crear tiranos en su imaginario, incluso en películas aparentemente apolíticas, donde la creencia popular nos dice que el entretenimiento es “evasión”, que discutir política en los medios es “artificial”, como dice la frase común: ¡Mantengan la política fuera de esto! Que abrirse al contenido político en películas y otros medios es invitar a acusaciones de **PROPAGANDA**.

RUSIA: EL CINE COMO ARMA DE PROPAGANDA EN LA REVOLUCIÓN RUSA DE 1917

El **movimiento vanguardista ruso** dio a luz un puñado de cineastas al servicio de la revolución bolchevique **“una sociedad nueva, un hombre y un arte nuevos**.

Lenin rápidamente priorizó la presencia del cinematógrafo, ya que en sus propias palabras: **“de toda las artes, el cine es para nosotros la más importante”**, por la capacidad de ser un medio de comunicación más eficaz para las masas, ya que el 80 % de la población era analfabeta,

dicho apoyo al cine se vería reflejado en una nutrida y destacadísima época de desarrollo con notable éxito, principalmente, durante la década de los años '20. A principios de la década de los 20s, casi la mitad de los espectadores eran jóvenes entre los diez y quince años, edad determinante en la formación ideológica. El cine, por lo tanto, representaba todas aquellas **virtudes que el estado comunista aspiraba alcanzar**: una avanzada tecnología y un realismo extremo. Dos aspectos que diferencian ese cine al de las artes del viejo mundo ruso.

EL CINEMA VERITÉ: UNA NUEVA REALIDAD SOVIÉTICA

En 1922 se formó el **grupo cinematográfico Kinok** compuesto por el director **Dziga Vertov**, su esposa **Elizaveta Svilova** y su hermano **Mijail Kaufman** que hacía de camarógrafo. Desde el Kremlin se había mandado crear unos trenes «propaganda» que recorrerían las regiones del frente durante la guerra civil, detectaron que la mayoría de los espectadores eran analfabetos, ni siquiera podían leer los subtítulos ni tampoco habían acudido previamente a una obra de teatro, ópera o cine.

Por eso decidieron que su trabajo tomara otra dirección hacia las películas de no-ficción, es decir, oponerse a esas «fábricas de sueños» que eran las producciones del mundo burgués. Éstas engañaban a las masas con un mundo que nunca alcanzarían, de tal manera que ellos comenzaron a rodar la realidad, tal y como era.

El propio nombre del grupo, **Kinok**, era la unión de **Kino (cine) y oko (ojo)**. Probablemente, una de sus películas más famosas fue **“El hombre de la cámara”** (1929) .

LOS AÑOS 30: EL CINE RUSO DE LA ÉPOCA ESTALINISTA

En los años 30, las autoridades soviéticas bajo el mando de **Iósif Stalin** comenzaron una serie de campañas de represión y persecución política más tarde **denominada "la Gran Purga"**. Esos tiempos estuvieron marcados por el aumento del control estatal en todos los ámbitos de la vida y en todas las ramas del arte. El cine de esa época se convirtió en un fuerte medio de propaganda que tenía como objetivo principal divulgar los ideales del socialismo.

Mijail Romm ganó fama con sus dos películas sobre la vida de **Vladimir Lenin**. El filme **“Lenin en octubre”** (1937) y **“Lenin en el año 1918”** (1939), mostraron un atractivo y carismático retrato del líder de la revolución bolchevique. Estas películas iniciaron una larga serie de producciones dedicadas a **Lenin** a lo largo de la historia de la URSS.

En junio del 1941 comenzó la **Gran Guerra Patria**, la etapa más sangrienta de la **Segunda Guerra Mundial**, que se llevó la vida de más de 26 millones de ciudadanos soviéticos. Durante ese duro tiempo, los estudios cinematográficos del país producían principalmente **películas propagandísticas documentales y de ficción**, para mostrar el heroísmo del pueblo ruso en la lucha contra las tropas nazis. Entre los mejores logros del **cine documental** de esos años cabe mencionar ***Moscú contraataca* (1942)**, de **Leonid Varlámov** e **Iliá Kopalín**. se proyectó en Estados Unidos y resultó ser el primer filme de producción rusa que ganó el Oscar.

<https://youtu.be/XXMg86afb3g>

MOSCU CONTRAATACA 1942 sub español

El nombre original de este documental soviético era ***Ruta de las tropas germanas cerca de Moscú***, pero en Estados Unidos se renombró como ***Moscow Strikes Back***.

En el film fue narrado por **Edward G. Robinson**, donde se puede ver cómo la ciudad se preparó para defenderse

MOSCOW STRIKES BACK ganó un premio de la academia en 1942, y **Jay Leyda** escribió que la versión estadounidense era *"... una de las armas de propaganda más poderosas en una alianza que comenzó el día después de la batalla de Moscú, cuando los japoneses bombardearon Pearl Harbor"*.

NOTA: **Jay Leyda** fue el único ciudadano estadounidense que estudió con el legendario cineasta ruso **Sergei Eisenstein** en la Escuela de Cine Estatal de Moscú durante la década de 1930.

EL FUGAZ ROMANCE ENTRE HOLLYWOOD Y LA UNIÓN SOVIÉTICA

Después del ataque japonés a la base estadounidense de **Pearl Harbor**, la mañana del **7 de diciembre de 1941**, **Hollywood apostó fuerte por el militarismo**. Aunque la mayor parte de los grandes estudios habían optado previamente por mantener la neutralidad, se adaptaron inmediatamente al nuevo ciclo: centenares de películas de todos los géneros, desde el cine bélico al musical pasando por la comedia romántica, defendían la intervención en la II Guerra Mundial.

<https://youtu.be/d2ijMiBKJNQ>

LA ESTRELLA DEL NORTE (The North Star, 1943, Full Movie, Spanish, Cinetel)
(fue un intento de refutar el escepticismo de una audiencia anticomunista).

Los discursos sobre fraternidad internacional y países hermanados, tan presentes en el Hollywood propagandístico, no sobrevivieron al final de la contienda. La idea de "hacer de esta la última guerra", citada en *"La estrella del norte"* y muchos otros títulos, resultaría tan fallida como cuando se planteó en la Primera Guerra Mundial. Estados Unidos y la URSS profundizaron en su antagonismo y no tardaron en estallar conflictos como el coreano.

LA CINEMATOGRAFIA EUROPEA EN LOS '30

El nacimiento del cine sonoro y la rápida capacidad de adaptación que el cine norteamericano había demostrado requirieron la reacción de Europa para ponerse a su altura.

A principios de los años treinta la cinematografía alemana era la única industria capaz de competir con el cine norteamericano. En 1933, con el advenimiento de los nazis al poder, la poderosa industria cinematográfica alemana queda desmantelada: muchos de sus profesionales, de origen judío, se ven obligados a salir del país y emigran al resto de Europa y, sobre todo, a Estados Unidos. A partir de 1933 en Alemania quedan sólo algunos cineastas adeptos al nuevo régimen, como **Leni Riefenstahl**.

La producción **cinematográfica Alemana**, fue mucho menos alusiva a la barbarie del conflicto que la industria estadounidense. La pantalla alemana osciló entre la propaganda antibritánica y antisemita de los noticieros y las películas de ficción.

ITALIA

Al término de la **Primera Gran Guerra**, permanecen en los italianos un descontento por los pocos beneficios obtenidos a pesar de haber pertenecido al bando de los países ganadores, el surgimiento de comunistas y anarquistas abarató la economía del país, inclusive antes de la crisis. En este contexto negativo surge un carismático



líder: **Benito Mussolini**, quien se **proclamó enemigo del comunismo**, pero también del orden parlamentario que había llevado a Italia a la ruina. Su mandato favoreció el desarrollo del cine, fortaleció su industria y educó a sus directores, actores y guionistas en el **Centro Sperimentale di Cinematografía** en Roma.

https://youtu.be/Q_6yglVvaaU

Mussolini inaugura Cinecittà

En el convulso período de la historia italiana correspondiente a los últimos años de la Segunda Guerra Mundial y la inmediata posguerra, surgió en el cine italiano un nuevo movimiento denominado **Neorealismo**.

ALEMANIA

"La propaganda es un arma verdaderamente terrible en manos de un experto".

Adolf Hitler, Mein Kampf, 1924.



El **Partido Nazi** desarrolló una sofisticada máquina de propaganda que difundía hábilmente mentiras sobre sus oponentes políticos, los judíos, y la necesidad de justificar la guerra.

Pero la propaganda nazi era mucho más compleja que eso. Para que los nazis alcanzasen el poder y sus políticas raciales y esfuerzos expansionistas de guerra tuvieran éxito, se hubo de pintar una imagen mucho más matizada, una que atrajera a amplias franjas de la población, no solo a un extremo fanático.

En 1932 apareció el primer cartel de los Nazis. Este cartel de las elecciones de julio de 1932 muestra al trabajador alemán iluminado a través del nacionalsocialismo e imponiéndose sobre sus oponentes.

Se lee: **"Nosotros, los trabajadores, hemos despertado. Estamos votando al nacionalsocialismo"**

¡ADOLF HITLER, NUESTRO LÍDER!



Los propagandistas nazis desarrollaron una **gran apreciación por la tecnología, incluido el gramófono**. Con él, las grabaciones de discursos nazis y música marcial entretenida se podían reproducir en reuniones locales o en las calles a

través de altavoces en camiones. Durante la **Segunda Guerra Mundial**, los propagandistas nazis frecuentemente describieron a **"el judío"** como un conspirador que tramaba la dominación mundial actuando tras los bastidores de las naciones en guerra con Alemania.

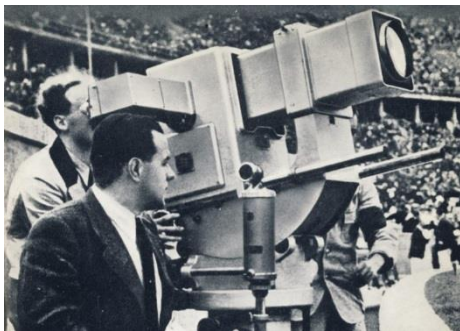
Esta caricatura representa al **"financiero judío"** que manipula a los Aliados, Gran Bretaña, los Estados Unidos y la Unión Soviética.

OLIMPIADAS BERLÍN 1936



Según Jean Luc Godard *"la televisión produce olvido y el cine produce memoria"*.

En vísperas de una enorme crisis económica y política mundial que derivará en la Segunda Guerra Mundial, **el régimen nazi hace uso de los avances tecnológicos televisivos para generar ese olvido godariano tan necesario para mantenerse en el poder**. Durante los juegos olímpicos organizado en 1936 por el régimen nazi alemán se programaron 72 horas de televisión en directo que fueron seguidas por 150.000 personas en salas de visionado instaladas en los puestos de Correo Alemán en las ciudades de Berlín y Potsdam.



Cámaras de TV, Olimpiadas Berlín, 1936

Es considerada la primera transmisión masiva de televisión en directo iniciando una estrategia comunicacional de unir deporte, televisión y política como sistema de propaganda.



Berlín 1936, acto inaugural y cartel de sponsoreo de Coca Cola.

Los juegos fueron televisados por dos empresas alemanas, **Telefunken y Fernseh**, utilizando equipos RCA y Farnsworth, respectivamente. Esto marcó la primera cobertura televisiva en vivo de un evento deportivo en la historia mundial .

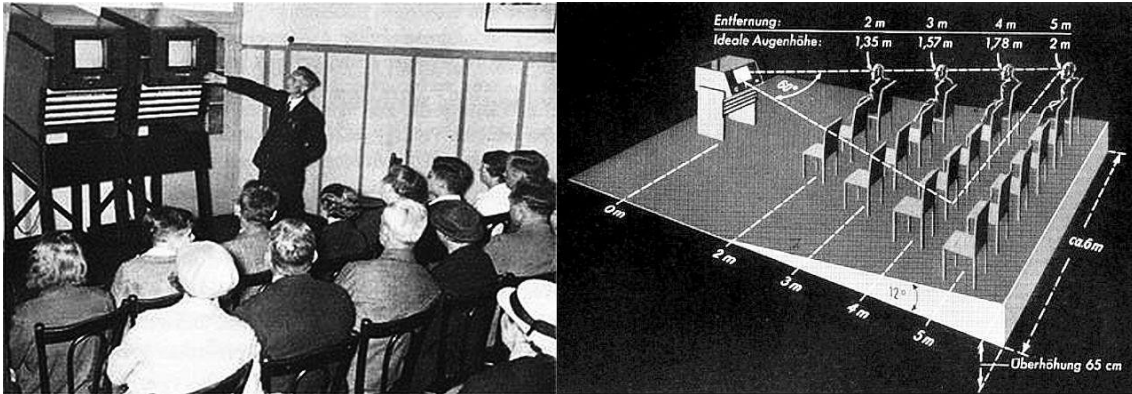
Ambos sistemas transmiten a 180 líneas y 25 cuadros por segundo. Se transmitieron cuatro áreas diferentes utilizando tres cámaras. En total, 72 horas de transmisión en vivo se transmitieron por radio a cabinas especiales de visualización, llamadas "Oficinas de Televisión Pública" en Berlín y Potsdam.

El texto de este programa cuenta cómo Alemania tuvo transmisiones de televisión 'regulares' desde 1929, y cómo este nuevo sistema de 1934 "alcanza una calidad de imagen notable". La frase final se cierra con: ***"Desde estas etapas iniciales de la televisión en la radiodifusión y la telefonía, se está desarrollando un desarrollo cultural que promete ser de importancia insospechada para el progreso de la humanidad"***.

<https://youtu.be/jXmDQY8IOAs>

Hitler Apertura de los juegos Olímpicos 1936
British Movietone News

En la época de los Juegos Olímpicos, no había receptores de televisión en venta al público en general en Alemania. Antes de los juegos olímpicos, **el público podía ver televisión en siete salas públicas en Berlín y una en Potsdam**. Por lo general, estos estaban equipados con una serie de receptores de tamaño doméstico con un tamaño de pantalla de 19 x 22 cm que usaban una velocidad de cuadro de 25 Hz no entrelazada de 180 líneas. Las salas de observación podían albergar entre 30 y 40 personas y el plan era que 25 de esas salas y dos teatros, uno con capacidad para 100 y el otro 300 personas, estuvieran disponibles durante los juegos y se extendieran hasta Leipzig. Un sistema de proyección CRT para ser utilizado en el teatro más pequeño y un proyector de película intermedio en el más grande.



Es probable que el régimen nazi optara por hacerse público con el sistema de 180 líneas para ser vistos como líderes mundiales en televisión, pero como otros estaban limitados por la tecnología de la cámara.

SURGE EL NAZISMO

La etapa de la pureza de la raza comenzó con el tercer Reich, que designaba que cualquier muestra artística aberrante que **fomentara el materialismo, el modernismo o la liberación sexual, seguía los preceptos judeo-marxistas**, los cuales pretendían destruir los principios y valores arios, y serían considerados enemigos del Estado. Fue en esta purga que muchos cineastas que participaron del **movimiento expresionista**, fueron censurados u obligados a huir de su país, es el caso de **Fritz Lang** o **Robert Wiene**.

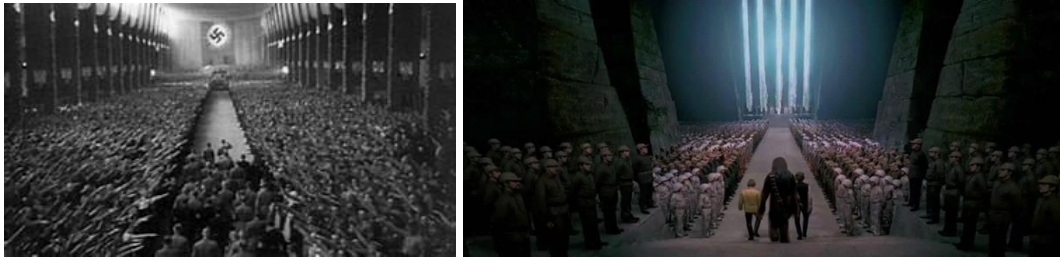
Esta etapa del cine alemán se concentraba en el antisemitismo y para difundir los ideales raciales de superioridad tales como **“El Judío Eterno”**(1940)de **Fritz Hippler**, pero existieron filmes que pueden considerarse auténticas joyas de la cinematografía, tanto por su complejidad técnica como por el poder de su discurso, como **“Olimpia”** de **Leni Riefenstahl**.



LAS TRES PATAS EN QUE SE APOYÓ ADOLF HITLER: JOSEPH GOEBBELS, ALBERT SPEER Y LENI RIEFENSTHAL

El 30 de enero de 1933, **Hitler** sube al poder y **Goebbles** contrata a **Speer** como ayudante del arquitecto jefe del partido, su primer proyecto, la reforma del **Ministerio de Propaganda** en la **Wilhemplatz de Berlín**.

Hitler, junto a su amiga Leni Riefenstahl. (Cordon Press)



Con **Albert Speer** , el nazismo llegó al extremo de convertir la política en una estética al servicio de la **magnificencia y de la sacralización del Führer**, (Tan cinematográfica es que hay similitudes entre el fotograma de **EL TRIUNFO DE LA VOLUNTAD y STAR WARS**) donde el único que se desplaza por la monumentalidad arquitectónica es el líder. **Las catedrales de luz** fueron su aportación a la estética nazi. su primer encargo es el proyecto, en Nuremberg, con motivo de los actos del primer congreso del partido, al servir como marco de la grabación de la obra maestra de la propaganda del Reich, **El triunfo de la voluntad** dirigida por **Leni Riefenstahl**.

GOEBBELS, EL GENIO DE LA PROPAGANDA

"Una mentira repetida mil veces se vuelve verdad" es una frase famosa del ministro de propaganda de la Alemania nazi, **Joseph Goebbels**, fue el padre de la propaganda nazi y responsable del **Ministerio de Educación Popular y Propaganda**, creado por **Adolf Hitler** a su llegada al poder en 1933.

Goebbels había sido el director de la tarea comunicativa del Partido Nazi y el gran arquitecto del ascenso al poder. Una vez en el Gobierno y con las manos libres para monopolizar el aparato mediático estatal, **Goebbels prohibió todas las publicaciones y medios de comunicación fuera de su control, y orquestó un sistema de consignas para ser transmitido mediante un poder centralizado del, cine, la radio, el teatro, la literatura y la prensa.** Era también el encargado de promocionar o hacer públicos los avisos del gobierno.

LOS 11 PRINCIPIOS DE LA PROPAGANDA DE GOEBBELS

Si ha habido un maestro de usar la información para manipular a la población, ese ha sido sin duda el Ministro de Propaganda del Reich, Joseph Goebbels. En su diario, el ministro nazi dejó escritas las tácticas que uso para promocionar la causa nazi. Esas tácticas las recogió **Leonard W. Doob** en su ensayo **Goebbels Principios de la Propaganda** (*Goebbels' Principles of Propaganda*), otoño de 1950, págs. 419-442

1. Principio de simplificación y del enemigo único

Elegir un adversario y recabar en la idea en que éste es la fuente de todo mal. Por ejemplo: "los inmigrantes", "la derecha" o "la izquierda".

2. Principio del método de contagio

Asociar a todos los contradictores en una misma categoría, desconociendo los matices y poniéndolos en un solo grupo: el del enemigo único. Por ejemplo "los musulmanes" o "los terroristas".

3. Principio de la transposición

Acusar incisivamente al adversario de los errores o defectos propios. El ladrón llama ladrón a su adversario para que cuando éste responda sea percibido como el clásico "ahogado que patalea".

4. Principio de la exageración y desfiguración.

Convertir cualquier anécdota, por pequeña y banal que sea, en un hecho del que depende la supervivencia de la sociedad. Se busca que cada acto del adversario sea visto como sospechoso y amenazante.

5. Principio de la vulgarización.

"Toda propaganda debe ser popular, adaptando su nivel al menos inteligente de los individuos a los que va dirigida. Cuanto más grande sea la masa por convencer, más pequeño ha de ser el esfuerzo mental por realizar. La capacidad receptiva de las masas es limitada y su comprensión escasa; además, la masa tiene gran facilidad para olvidar".

6. Principio de orquestación.

"La propaganda debe limitarse a un número pequeño de ideas y repetirlas incansablemente, presentadas una y otra vez desde diferentes perspectivas pero siempre convergiendo sobre el mismo concepto. Sin fisuras ni dudas". De aquí viene también las famosas frases: "Si una mentira se repite suficientemente, acaba por convertirse en verdad" y "Miente, miente, miente que algo quedará. Cuanto más grande sea una mentira más gente la creerá".

7. Principio de renovación.

Consiste en publicar noticias e ideas que denigren del adversario, en gran cantidad y a gran velocidad. Así el contradictor estará defendiéndose todo el tiempo.

8. Principio de la verosimilitud.

Presentar información aparentemente sustentada en fuentes sólidas, pero que en el fondo se tergiversa o se muestra parcialmente. De lo que se trata es de crear una gran confusión que los ciudadanos tenderán a resolver por la explicación más simple. "Más vale una mentira que no pueda ser desmentida que una verdad inverosímil".

9. Principio de la silenciación.

Se trata de no realizar debates sobre temas en los que no se tienen argumentos y, al mismo tiempo, hacer palidecer las noticias que favorecen al adversario. "Si no puedes negar las malas noticias, inventa otras que las distraigan".

10. Principio de la transfusión.

Valerse de los mitos o prejuicios nacionales o culturales para despertar un componente visceral que aliente determinadas prácticas políticas. Que las ideas terminen siendo sustentadas por las emociones primitivas.

11. Principio de la unanimidad.

Convencer a los ciudadanos de que piensan "como todo el mundo", creando así una falsa unanimidad. El deseo instintivo de pertenecer a un grupo hará lo demás.

Con los medios completamente controlados, le fue fácil convencer al pueblo alemán de lo que quiso. Y a pesar de la evidente ruina y derrota militar y económica en la guerra, el pueblo siguió creyendo ciegamente que en cualquier momento el **Reich** se levantaría para triunfar de la nada. La idea principal era: **Con todos los medios controlados, puedes implantar cualquier idea en la gente. Incluso que nos están gobernando «perfectamente».**

Son estos principios los que resumen la herencia intelectual de Goebbels, mismos que, hoy en día, son usados por muchas instituciones públicas, por gobiernos tanto de ultraderecha como los de izquierda, ya que el fin de todos es el mismo: **Convencernos de que son nuestra mejor opción, así sepamos de malos manejos, dilapidaciones, corrupción, nexos con el crimen organizado, autoritarismo y dictaduras, etc.**



Adolf Hitler , Joseph Goebbels y otros miran el rodaje en Ufa , 1935.

La figura clave de las películas nazis fue Joseph Goebbels, el Ministro de Propaganda y **“Patrón del cine alemán”**, el mayor cargo de relaciones públicas del estado. Contralaba la radio, la prensa y cada rama artística. El cine era lo que más le importaba, lo convirtió en un asunto personal.

El Tercer Reich era impensable sin la propaganda, y la propaganda sin el cine. Ya no había cine de autor. Solo había un director en el estado Nazi: el mismo Joseph Goebbels.

Controlaba los guiones, los repartos, las películas finalizadas, las audiciones. Goebbels puso su propio sello en el régimen. En cierta forma, el cine del Tercer Reich fue todo obra de Goebbels.

Goebbels dijo: “la propaganda es una forma artística. La propaganda tiene un único objetivo y ese objetivo es conquistar a las masas. Convencer a la gente con una idea para que queden cautivados y no puedan volver a liberarse de ella”.

LA “NAZIFICACIÓN”

Mas de 2000 profesionales del cine, fueron vetados de trabajar y expulsados del cine. Muchos abandonaron Alemania. **Marlene Dietrich**, que ya trabajaba para Hollywood, se marchó para siempre, **Fritz Lang** también abandonó Alemania, a pesar de los halagos del régimen.

En 1930, el dominio de Hitler sobre Alemania se había establecido, los efectos de la crisis económica eran invisibles, el desempleo había desaparecido, los enemigos del régimen fueron exiliados o silenciados, arrestados o asesinados. Los judíos, gente de “segunda clase” según los Nazis, “enemigos del mundo” y “subhumanos”, se convirtieron en criminales a ser exterminados. La mayoría de los alemanes asumieron el régimen, si no eran ya seguidores de Hitler.

LENI RIEFENSTAHL

Los documentales de **Leni Riefenstahl** (*El triunfo de la voluntad*, 1936, y *Olimpia*, 1936) los ejemplos más acabados de la ideología nazi.

<https://vimeo.com/342888700>

Trailer EL TRIUNFO DE LA VOLUNTAD (Triumph des Willens. Leni Riefenstahl) (Alemania 1935)

El triunfo de la voluntad es un ejemplo muy característico del uso del cine como propaganda política de un régimen político, en este caso del Tercer Reich (al igual que otras producciones como "Olimpia" o, por parte de la URSS, "Octubre").

Desde luego fue un boom para ella ya que, tal y como se indica en la ficha de filmaffinity, el propio Hitler alabó el documental definiéndolo como una película "de nazis, para nazis, y sobre nazis, como una incomparable glorificación del poder y la belleza de nuestro movimiento". Fue rodado durante 1934, fecha en la que Hitler aunó el cargo tanto de presidente como de canciller de Alemania, un buen momento para asentar el régimen mediante propaganda como esta.

En los primeros momentos de "Triumph of the Will", la película de Leni Riefenstahl encargada por los nazis de las manifestaciones de Nuremberg de 1934, encontramos una lección objetiva en lo que podríamos llamar la "estética de la redención" de los nazis. Un avión lleva al Führer en su séquito sobre un pintoresco paisaje de colinas, valles e iglesias en su camino a Nuremberg. Una narración estridente de voz en off presenta la escena: "Veinte años después de la Guerra Mundial, 16 años después de la crucifixión de Alemania, 19 meses después del comienzo del Renacimiento de Alemania, Hitler voló a Nuremberg para saludar a sus columnas de seguidores". El avión aparece repentinamente de las nubes y se desliza sobre el campo, su sombra en forma de cruz. Como si en una segunda venida, un Führer ha surgido quién salvará y redimirá a Alemania, y Riefenstahl enmarca su llegada en la iconografía explícita de la redención cristiana y la liberación mesiánica .

Olympia es un documental de 1938 dirigido por Leni Riefenstahl, que recuenta los Juegos Olímpicos de Berlín de 1936 desarrollados en el Estadio Olímpico de Berlín, en la Alemania nazi. Fue el primer largometraje filmado en unos Juegos Olímpicos. Se utilizaron técnicas fílmicas avanzadas que, más tarde, se convertirían en estándar de la industria cinematográfica, tales como ángulos de cámara inusuales, cortes abruptos, primeros planos extremos, fijación de cámaras en el estadio para filmar al público. Así, las técnicas empleadas son admiradas casi universalmente, aunque el documental es controvertido debido a su contexto político.

El crítico de cine estadounidense Richard Corliss señaló en la revista Time que: "vale la pena tomar en consideración la cuestión de Riefenstahl como "la directora nazi" para que pueda ser desechada. En el documental El triunfo de la voluntad retrató a Adolf Hitler como una deidad wagneriana... Pero eso fue en 1934-1935. En Olympia, Riefenstahl dio el mismo tratamiento heroico a Jesse Owens..."

<https://youtu.be/WM6lC8BqcYE>

OLIMPIA 1ª parte (1936)

<https://youtu.be/IMho4H3GB7o>

OLIMPIA 2ª parte (1936)

ESTADOS UNIDOS: LA POLÍTICA DE BUENA VECINDAD

La Política del buen vecino fue una iniciativa política creada y presentada por la administración del gobierno estadounidense presidido por Franklin D. Roosevelt en el marco de la VII Conferencia Panamericana en diciembre de 1933 en lo referente a sus relaciones con América Latina durante los años 1933-1945, cuando la intervención de Estados Unidos en los asuntos internos de los países latinoamericanos fue Moderándose (*Estados Unidos había*

invadido abiertamente varios países de la región en los primeros años del siglo XX, como Cuba, México, Haití, Panamá, República Dominicana o Nicaragua). Buscaba particularmente la solidaridad hemisférica contra amenazas exteriores, en especial de las **potencias del eje durante la Segunda Guerra Mundial**, por lo tanto esta política influyó en que todas las naciones latinoamericanas apoyaran a Estados Unidos en dicho conflicto bélico.

La guerra repercutió en todas las industrias del mundo, ya que cada una buscaba consolidar sus intereses, algunas prosperaban con la distracción de las masas, y otras se beneficiaban al conquistar nuevos territorios e influir a sus conquistados mediante su cine. La ocupación fue la principal estrategia para crecer y abarcar nuevos mercados, tal fue el caso de la llamada **“Época de Oro” en el cine Mexicano**, que comenzó a finales de los ´30 y tuvo un crecimiento sobresaliente, no solo para la producción nacional, sino para la exportación de diferentes países. El cine mexicano se vio definitivamente favorecido por la entrada de los Estados Unidos en la Segunda Guerra Mundial, donde muchos técnicos y productores del país vecino ayudaron a la producción Mexicana, posición estratégica que debieron mantener por la amenaza comunista que crecía a pasos agigantados en Latinoamérica. Controlar la cinematografía mexicana mediante el envío de equipos y técnicos, fue una gran movida estratégica por parte de los Estados Unidos, hasta tener un control total de la industria cultural de México, con gran influencia hasta nuestros días.

Adicionalmente su gobierno le mandó a la productora de dibujos animados **Walt Disney** producir películas en el ámbito de la **Segunda Guerra Mundial**, no siendo sólo **filmes anti-nazis** o **anti-japoneses**, sino incluso filmes basados en las culturas de los países latinoamericanos como **Saludos amigos** y **Los tres caballeros**, incluyendo la actrices como **Carmen Miranda** logrando influir a los latinoamericanos por la causa aliada durante la Segunda Guerra Mundial.

ANIMACIÓN EN GUERRA (1939-1945).

EEUU: La **animación propagandística** realizada por **Disney** durante la **Segunda Guerra Mundial** (1939-1945), en la que aparece el **Pato Donald** vestido de soldado nazi durante una de sus pesadillas. Es un ejemplo de animaciones no sólo estadounidenses, sino también de otros países que, implicados en el conflicto, habían convertido **los cortometrajes de animación en un instrumento de propaganda política**. Con ellos, no sólo transmitían una ideología, también aleccionaban en muchos casos a los ciudadanos sobre cómo comportarse, desde la importancia de ahorrar en tiempo de guerra a cómo convenía compartir el coche para no gastar en gasolina, estar prevenido contra los espías o preparado para un bombardeo... Pero no sólo eso, Disney incluso realizó animaciones para formar a los propios soldados e instruirles para la batalla.

“EDUCACIÓN PARA LA MUERTE” – DISNEY , 1943 –

UN ANÁLISIS

<https://youtu.be/OMmi-LdPJol>

Education For Death – The Making Of The Nazi (1943)

Otro cortometraje de Walt Disney, en esta ocasión titulado **“Educación para la muerte”** y cuyo protagonista es Hans, un niño en la Alemania Nazi. No os perdáis la última parte del cortometraje, en el que se muestra a Hans ya adulto como soldado. No tiene desperdicio.

<https://youtu.be/5XNLnbvqsxo>

Disney Education For Death 1943 – corto completo -

<https://youtu.be/2QajmsvrA-s>

JOJO RABBIT | Clip "Sé el conejo"

En esta escena hay una clara referencia a la animación "Educación para la Muerte" en la escena sobre "Depredadores y presas" (05:40), donde Hans es castigado por sentir compasión, que la lección es que *"el mundo es de los fuertes y el conejo debe ser comido por su debilidad"*

UNIÓN SOVIÉTICA: En 1936 tuvo lugar la creación de **Soyuzdetmultfilm**, la organización que se encargaría de producir cine de animación durante todo el periodo de la Unión Soviética.

En 1941, tras la entrada de la URSS en la Segunda Guerra Mundial -después de la ruptura por parte de los alemanes del **Pacto Ribbentrop-Mólotov** que se firmó en Moscú el 23 de agosto de 1939, nueve días antes de iniciarse la Segunda Guerra Mundial. Los efectos del tratado fueron disminuyendo con la creciente hostilidad entre ambas naciones hasta 1941 cuando el régimen nazi decidió invadir la Unión Soviética.

<https://youtu.be/UlLZcxi6Zw>

The Vultures (Los buitres). Dirigido por P. Sasonov, 1941

EL CINE ARGENTINO DURANTE LOS CUARENTA.

Al promediar la Segunda Guerra Mundial, el panorama de la industria sufriría un bajón importante, a causa de la falta de película virgen, en esto tuvo mucho que ver la posición de neutralidad que la Argentina adoptó durante el conflicto.

El 13 de mayo de 1942, tras el hundimiento de un buque petrolero "El Potrero del Llano", México entra de lleno a la SGM para el bando de los Aliados, y declara la guerra al Eje. Al mismo tiempo, la guerra benefició a la industria cinematográfica, EE. UU. apoyo con insumos, dinero para producción o refacción de equipos. México se transformaría en el gran aliado de los Estados Unidos.

Estados Unidos nos corta la cuota de película virgen y la Agfa-Gevaert, que venía de Europa, ya no llegaba por la guerra y la Kodak empezó a ir toda para México, logrando un crecimiento enorme de su cinematografía. En años posteriores, para vender una película en Latinoamérica, había que vendérsela a "PELMEX-Películas Mexicanas", una empresa estatal fundada en 1945, que se encargó de la distribución de las nuestras películas, que pagaba por nuestras películas, pero muchas paraban a un sótano y no la distribuía.

Por esos años fue la ayuda Estatal la que hizo que la industria del cine se expanda, la ayuda económica también sirvió para la censura, el amiguismo, la creación de listas negras, y algún que otro negociado también.

La RKO y la Oficina del Coordinador de Asuntos Interamericanos

La **Oficina del Coordinador de Asuntos Interamericanos**, más tarde conocida como **Oficina de Asuntos Interamericanos**, fue una agencia de los Estados Unidos que promovió la cooperación interamericana (panamericanismo) durante la década de 1940, especialmente en áreas comerciales y económicas. Se inició en agosto de 1940 como **OCCCRBAR (Oficina de Coordinación de Relaciones Comerciales y Culturales entre las Repúblicas Americanas)** con **Nelson Rockefeller** como su jefe, nombrado por el **Presidente Franklin Delano Roosevelt**.

La función de la agencia era distribuir noticias, películas y publicidad, y transmitir radio, en y hacia América Latina para contrarrestar la propaganda italiana y alemana allí. La **OCIAA** se convirtió en una gran agencia federal con un presupuesto de \$ 38 millones para 1942 y 1,500 empleados para 1943.



Más tarde se le cambió el nombre a **Oficina de Asuntos Interamericanos (OIAA)** con poderes ligeramente modificados por orden ejecutiva 9532 el 23 de marzo de 1945.



Como embajador de buena voluntad en 1942, **Orson Welles** realizó una gira por los **Estudios San Miguel en Buenos Aires**, reuniéndose con personalidades del cine argentino, incluida la actriz **Libertad Lamarque** (fotografía del centro).



La división cinematográfica de **OCIAA** desempeñó un papel importante en la documentación de la historia y en la formación de opiniones hacia las naciones aliadas, especialmente después de que Estados Unidos ingresó a la Segunda Guerra Mundial en diciembre de 1941. Para apoyar el esfuerzo de guerra y para el desarrollo de su propia audiencia

en toda América Latina - estudios de Hollywood se asoció con el gobierno de los EE. UU. sin fines de lucro, haciendo películas e incorporando estrellas y contenido latinoamericanos en sus lanzamientos comerciales.

Los artistas que trabajan en una variedad de disciplinas fueron nombrados **embajadores de buena voluntad en América Latina** por la OCIAA, que también patrocinó una variedad de giras culturales. Una lista selecta incluye a **Misha Reznikoff** y la periodista fotográfica **Genevieve Naylor** (octubre de 1940 a mayo de 1943); **Bing Crosby** (agosto-octubre de 1941); **Walt Disney** (agosto-octubre de 1941); **Aaron Copland** (agosto-diciembre de 1941); **George Balanchine y el Ballet Americano** (1941); **Orson Welles** (1942); **Rita Hayworth** (1942); **Grace Moore** (1943); y **John Ford y Gregg Toland** (1943).

Walt Disney y un grupo de animadores fueron enviados a Sudamérica en 1941 por el Departamento de Estado de los EE. UU. Como parte de su política de Buen Vecino, y garantizaron el financiamiento para la película resultante, *Saludos Amigos*.

LA PROPAGANDA CINEMATOGRÁFICA DURANTE EL PERONISMO

Finalizada la Segunda Guerra Mundial la propaganda política, con sus diversas tipologías y estilos, estaba instalada en el universo cinematográfico. En la Argentina fue **Raúl Alejandro Apold** quien puso en marcha los conceptos y mecanismos concretos para la sistemática producción de la propaganda política de difusión masiva.

En realidad hasta 1950 la Subsecretaría privilegió la producción de noticieros cinematográficos, cuyas imágenes lograron instalar muy tempranamente los rostros de los altos funcionarios del gobierno peronista. Los noticieros encargados a distintas empresas, cumplían la vocación del gobierno de emitir informaciones sobre los logros y las adhesiones que acumulaba esa administración, así como de reproducir los íconos y las multitudinarias reuniones peronistas en el marco de todo tipo de eventos políticos y partidarios. Desde 1943 hasta 1945 sólo fueron autorizados **Sucesos Argentinos (Ángel Díaz)** y el **Noticiero Panamericano (ASF)**, luego se sumó **Noticiero Argentino y Sucesos de las Américas (Emelco)** hasta fines de 1948. A fines de 1946 se asociaron las tres empresas para la explotación y distribución conjunta, creando la

sociedad Empresa de Películas Argentinas. En 1947 apareció **Reflejos Argentinos** (Estudios San Miguel) y **Noticiero Lumiton**. En 1948 comenzó el **Noticiero Bonaerense** que tuvo permanencia durante cuatro años. En julio de 1952 se presentó **Semanario Argentino**, también distribuido por EMPA.

Se puede decir que la Propaganda estaba en el noticiero pero no en el cine de ficción.

Apold utilizó como medio de propaganda político a los documentales, que incluso se traducían a otros idiomas para ser proyectados en embajadas argentinas en el exterior, los cuales Clara Kriger ha denominado “**docudramas peronistas**”.

LOS “DOCUDRAMAS PERONISTAS”

Se recurre a la ficción para reconstruir, realzar y exaltar algunos aspectos de la historia que se necesitan puntualizar. Se utiliza la ficción para construir una verdad, enseñando a ver y pensar la realidad de una forma determinada. Kriger encuentra tres tipos de docudramas:

“Las películas cuyo objetivo principal era describir, explicar y exaltar la historia, las funciones, las cualidades y el desarrollo de alguna institución estatal o paraestatal creada o reformada por el gobierno peronista”

“Los cortometrajes que se centraron en la difusión de las políticas de estado y explicaron los motivos que les dieron origen, las características de su puesta en marcha, los beneficios que proporcionaban o proporcionarían a los ciudadanos y sus alcances”

“Aquellos cortos que no pretendían describir o connotar instituciones ni políticas de estado, sino que intentaban una reflexión de mayor alcance. Estos documentales-ensayo abordaban una temática relacionada con las ideas y políticas promovidas por el gobierno, con la finalidad de explicar sus alcances, causas y consecuencias”

La mayoría de estas películas fueron destruidas luego de la caída del peronismo y son pocos los títulos que podemos ver. Se distribuían en las salas de barrio y en todos los casos presentaban una dicotomía estructural entre un ‘antes’ de penurias contrapuesto a un ‘ahora’ donde esos males habían desaparecido gracias al gobierno.

<https://youtu.be/kNJTqR7v6FI>

“La mujer puede y debe votar” – 1951 -

Corto realizado por el cineasta Luis José Moglia Barth.

En 1952 la Secretaría produjo *Eva Perón inmortal*, un cortometraje dirigido por Luis César Amadori con guion de Raúl Alejandro Apold sobre la vida y obra de Eva Perón.

<https://youtu.be/uldt1c9Q1WU>

Eva Perón inmortal completa

FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE MAR DEL PLATA: Hay una vocación de los artistas populares de hacer un cine mas nacional, por un lado y la existencia de Raúl Alejandro Apold que se hizo conocido por su labor en la Subsecretaría de Prensa y Difusión durante la primera y segunda presidencia de Juan Domingo. En 1954 organizó el **primer Festival Internacional de Cine de Mar del Plata**.

<https://youtu.be/MJrBzzgC9SI>

SUCESOS ARGENTINOS FESTIVAL DE CINE 1954

El **Festival Internacional de Cine de Mar del Plata** de 1954 realizado del 8 al 14 de marzo de 1954 fue la primera edición de este y se organizó por iniciativa del subsecretario de Informaciones y Prensa, **Raúl Apold**. Esa edición no fue competitiva sino una muestra en la que se resaltó el cine como espectáculo y con la que se buscó darle un fuerte apoyo a la industria cinematográfica nacional y acercar el cine mundial al público argentino. La elección de la ciudad sede se decidió por ser el destino turístico por excelencia y fueron dieciocho los países representados por los 52 largos y 49 cortometrajes que se proyectaron. Como visitantes Mar del Plata recibió a los actores estadounidenses **Errol Flynn, Mary Pickford, Joan Fontaine, Claire Trevor, Edward G. Robinson, Fred MacMurray, Ann Miller, Walter Pidgeon y Jeannette McDonald**, las francesas **Viviane Romance y Jeanne Moreau**, los italianos **Isa Miranda, Lucía Bosé y Alberto Sordi**, el inglés **Trevor Howard**, los españoles **Fernando Fernán Gómez, Aurora Bautista y Ana Mariscal**. Como invitados especiales, el Festival contó con la presencia de la alemana **Lil Dagover** y el canadiense **Norman McLaren**. Se proyectó "Buenos Aires en relieve" **LA PRIMERA PELÍCULA ARGENTINA 3D**, fue preservada por el Archivo General de la Nación y restaurada por el INCAA hace unos años: se digitalizó, se corrigieron imperfecciones en los 122.000 cuadros y se reconstruyó el 3D.

<https://youtu.be/bW5TzN7xKac>
 "Buenos Aires en relieve"

CINE DE FICCION Y LA PROPAGANDA

Hubo muy pocas películas de ficción que glorificaran al gobierno Peronista. A los productores no se les pedía demasiado; muchos, hacían el cine más obsecuente que podían hacer, por estrategia de supervivencia y en algunos casos por pedido de la Secretaría de Prensa y difusión, directamente de Apold o por algún sicario, que sospechaba que en el filme se podía ofender por alguna cosa, pedía algún cartel en el principio que dijera: "La acción de esta película transcurre en épocas anteriores cuando la explotación y la desigualdad reinaban" (o algo así).

Esto se ve reforzado por la recurrencia constante a la lógica "pasado desdichado/presente venturoso"; es decir, la intención explícita de mostrar en estos films las desigualdades del sistema capitalista que predominaban y perjudicaban a cierto sector social antes de la llegada de Perón al poder y cómo, a partir de ello, se consolidó un Estado fuerte, comprometido con su pueblo, que encaró la construcción de una Nueva Argentina.

El lugar común de "Todo tiempo pasado fue peor", que se ve en la cinematografía de esos años, quien podría asegurar que se trataba de un rasgo de obsecuencia de los productores cinematográficos y hasta cuánto era exigido?, la realidad es no había una censura institucionalizada, como la que va a haber a partir de 1963 y hasta el '83, son veinte años de censura dictaminada a nivel nacional por una entidad, con empleados públicos, pagado por los impuestos de los contribuyentes y una ley.

FICCION DE PROPAGANDA PERONISTA.

<https://youtu.be/OLE3TnwszZs>
Deshonra, de Daniel Tinayre - 1952

El 4 de junio de 1952, un día antes que Perón asumiera su segundo período presidencial, se estrenó **Deshonra** (1952, Daniel Tinayre), intenso drama en una cárcel de mujeres en la que abundaban los desmanes, apaciguados con la aparición final de una directora cuya política se adecuaba, según declamaba, "a los principios de humanidad que inspiran todos los actos de un buen gobierno", palabras que parecían refrendar las reformas ciertas llevadas a cabo en los

penales argentinos durante la primera presidencia del líder justicialista. Clara Kriger, en su libro Cine y Peronismo, destaca también que, “a pesar de que no existen imágenes o palabras que remitan explícitamente al partido gobernante, es indudable que el discurso, la vestimenta y el peinado de la directora del penal interpretada por Mecha Ortiz remiten a la figura de Eva Perón”. (MINUTO 37:00)



Diez días después se estrenó “**El baldío**” (1952, **Carlos Rinaldi**), cuya historia, centrada en el encuentro de un matrimonio de refugiados europeos con su hijo en una próspera Argentina, tenía notorios efluvios oficialistas, provenientes de la pluma de su guionista Raúl **Mendé (escudado bajo el seudónimo Jorge Mar)**, ministro, funcionario y amigo personal de Perón.

En realidad, su nombre era sin acento, como Mendé, lo bautizó Eva Perón, dado que encontró que ésta era la mejor manera de diferenciarlo de otro ministro, Méndez San Martín.

Además, Mendé fue uno de los correctores del texto original de “**La Razón de mi Vida**” que se le reconoce como **ghostwriter** de esta obra autobiográfica al periodista y diplomático español Manuel Penella de Silva, el texto firmado por Eva Perón, se lanzó en octubre de 1951 con una primera tirada récord de 300.000 ejemplares.

El autor situó la última escena en la Ciudad Infantil, obra de la Fundación Eva Perón que fue construida pensando en el disfrute de cualquier niño argentino que se acercara a ese extenso solar para descubrir que todo había sido hecho a su medida. La obra tematiza la “**tercera posición**” que había adoptado el Peronismo ante la Segunda Guerra Mundial. La historia se centraba en una pareja separada por la guerra, que encontraba refugio en la Argentina, quienes en el desenlace se reconciliaban en la Ciudad Infantil (símbolo de la obra benefactora del gobierno en pro de los niños)

Es la única película de largometraje con propaganda netamente peronista, y que se ha perdido.

Podemos llegar a la conclusión que la dramaturgia peronista coincidió con el estereotipo y maniqueísmo que caracterizó a la literatura antiperonista. Una mera inversión de términos, la identificación del polo positivo con el peronismo y el negativo con las fuerzas de la oposición, demostrando el carácter paradójico que dividía a sociedad argentina de la época, como ahora.

LA REVOLUCIÓN LIBERTADORA Y DESPUES

Hay que tener en cuenta el **Decreto 4.161 del 5 de marzo de 1956** –firmado por quienes detentaban el poder en la autodenominada **Revolución Libertadora**-, se prohibió la tenencia de libros, insignias, banderas, aparatos e instrumentos donde estuviera impresa o grabada la palabra Perón, entre ellos la mayoría de los bienes de la Fundación “Eva Perón”, retiraron placas y reconstruyeron frentes de edificios para eliminar tales leyendas; **también prohibieron el uso de determinadas palabras, retiraron libros de los anaqueles de las bibliotecas y los quemaron**. El 9 de junio de 1956 concretaron los primeros fusilamientos y tres días después, más fusilamientos tras declarar la vigencia de la ley marcial. Ese año 1956 se generó otra paradoja: la Argentina ratificó la Convención Internacional sobre el Genocidio.)

CURIOSIDAD: DEBEN SER LOS GORILAS, DEBEN SER...

En 1952 debutó en Radio Argentina **La Revista Dislocada**, creado por **Délfor Dicásolo**, con libretos de **Aldo Cammarota** y locución de **Cacho Fontana**. El ciclo fue transmitido por diferentes radios y canales de televisión hasta 1973, cuando fue prohibido por el gobierno militar de Lanusse.



Paralelamente, en 1953 se estrenó en Estados Unidos la película **"Mogambo"**, protagonizada por **Clark Gable, Ava Gardner y Grace Kelly**. En una de las escenas del film, Gable –quien personificaba a un seductor cazador de animales salvajes en África– está con Grace Kelly, quien estaba enamorada de él. En el fragor del romance, se escucha un fuerte rugido que provoca que la joven Grace se arroje en los brazos de Gable, quien para tranquilizarla le dice: *"Calma, deben ser los gorilas"*.

En 1955, esa escena inspiró al libretista de *La Revista Dislocada* para hacer un sketch en el cual un coro entonaba un jingle, que decía:

"Deben ser los gorilas, deben ser, que andarán por ahí". Sin bien el sketch no tenía nada que ver con cuestiones políticas, el público lo interpretó como una alusión a lo que por entonces circulaba con sigilo: un movimiento subterráneo de tropas para derrocar a Perón. (Ulanovsky, Carlos: *Días de radio*)

<https://youtu.be/Hbrx0AyMXPY>

Fue así como, luego del golpe militar llevado a cabo por la Revolución Libertadora, los peronistas comenzaron a utilizar el término gorila para calificar a los partidarios del golpe que desalojó a Perón y a todo aquel que estaba en contra del régimen peronista. Incluso hasta el día de hoy.

CINE DE PROPAGANDA ANTIPERONISTA

Con la caída del Peronismo, la dictadura instaurada en 1955, anunciará la creación de un **Instituto de Fomento**, con la anulación de toda legislación anterior provocará la parálisis. En 1957 se sanciona el decreto que fija la obligatoriedad de exhibición y nace el actual sistema de subsidio y protección, el INC.

El antiperonismo, sustentado por la oligarquía y acompañado por un sector de la pequeña burguesía, se manifestaba en diversos discursos en radio, cine y prensa.

Dentro del campo cinematográfico, **"Después del silencio"** (1956) y **"Detrás de un largo muro"** (1958) – ambas dirigidas por **Lucas Demare** con guión de **Sixto Pondal Ríos** –, **"Los torturados"** (**Alberto Du Bois**, 1956) son claros exponentes antiperonistas de fines de la década del '50.

Desde la izquierda, que observa al peronismo como un sistema clientelista, verticalista, demagogo y burocrático, se realizaron: **"El Jefe"** (1958) y **"El candidato"** (1959), ambas de **Fernando Ayala** con guión de **David Viñas**.

EPILOGO

La propaganda ha sido una herramienta de comunicación muy utilizada a lo largo de la historia en diferentes ámbitos, desde la política hasta las religiones, pasando por ideologías económicas, sociales, o culturales. La propaganda suele estar muy vinculada a la **comunicación**

persuasiva en tiempos de guerra, aunque no es algo exclusivo, elaborada de forma intencional y sistemática con fines ideológicos, políticos o culturales. Tiene como objetivo influir en las emociones, actitudes y opiniones de grandes masas a través de diferentes técnicas y recursos, que pueden ir desde la elaboración de materiales sencillos y cotidianos, o el uso de los aparatos audiovisuales, empresas cinematográficas o de noticias.

En 2007, la periodista canadiense **Naomi Klein**, publica "**La doctrina del shock**". **El auge del capitalismo**, donde expone que las **políticas económicas** del Premio Nobel **Milton Friedman** y de la **Escuela de Economía de Chicago** han alcanzado importancia en países con modelos de **libre mercado** no porque fuesen populares, sino a través de **impactos en la psicología social a partir de desastres o contingencias, provocando que, ante la conmoción y confusión, se puedan hacer reformas impopulares**, utilizando una buena parte de los **medios de comunicación** que están en manos de grandes corporaciones, que pertenecen de hecho a las élites económicas, para convencer y hacer digerible estas reformas.

<https://youtu.be/Nt44ivcC9rg>

La doctrina del shock - doblado al español y completo

A partir de la primera década del siglo XXI, la propaganda política empieza a mostrar otra cara, que se ha dado en llamar "**LAWFARE**", cuya traducción habitual al español es imprecisamente realizada como **guerra jurídica o guerra judicial**, que permite obtener diversos resultados, desde detener indebidamente a los adversarios políticos, paralizar financieramente y desprestigiar oponentes, hasta debilitar o deponer gobiernos. El **LAWFARE** se relaciona y suele coincidir con el fenómeno del **golpe blando**, una forma de acceso indebido al poder político sin utilizar las fuerzas militares, manipulando las divisiones internas de las sociedades, las redes sociales y los medios de comunicación.

Pero esta es otra historia.