



FACULTAD DE COMUNICACIÓN

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Trabajo de Fin de Grado

El cine de animación como recurso de propaganda bélica durante la Segunda Guerra Mundial. El caso de Disney

Curso 2016/ 2017

Realizador por: Laura María Acosta Carrillo

Profesor titular: Juan Rey Fuentes

Resumen

El cine de animación siempre se ha visto como un pasatiempo, un recurso de entretenimiento y diversión, con gran capacidad visual y auditiva para transmitir mensajes, pero qué pasa cuando dicho recurso cae en manos del gobierno del país. La Segunda Guerra Mundial fue una época de bastante afluencia en las salas de cine norteamericanas, tanto adultos como niños acudían a estas para el visionado de películas, el cine de animación se encontraba en auge, y productoras dedicadas a este sector, como Walt Disney Studios, trabajaron para el gobierno de los Estados Unidos. Mediante el análisis de una parte representativa de la producción de Walt Disney durante el periodo bélico, se concluirá los fines perseguidos por el gobierno norteamericano y el tipo de trabajo realizado por la productora, con objeto de descifrar si es cierto el uso de mensajes persuasivos y propagandísticos en sus producciones. Un estudio detallado del contenido audiovisual arrojará diversas respuestas a las cuestiones planteadas.

Palabras claves: cine animación, Walt Disney, Segunda Guerra Mundial, propaganda bélica, persuasión.

Índice

1. Introducción.....	3
2. Justificación.....	4
3. Objetivos.....	5
4. Cuerpo teórico.....	6-26
4.1 La persuasión en los medios de comunicación.....	6
4.2 Propaganda.....	7
4.2.1 Reglas y procedimientos específicos de la propaganda.....	7
4.2.1.1 Objetos, signos y operaciones de la mentira.....	9
4.3 Propaganda en la Segunda Guerra Mundial.....	14
4.4 Propaganda y educación.....	15
4.5 El cine como medio de propaganda bélica en la Segunda Guerra Mundial.....	17
4.6 El cine de animación norteamericano durante el conflicto bélico.....	19
4.7 El papel de Walt Disney en la Segunda Guerra Mundial.....	20
4.7.1 Antecedentes de Disney.....	20
4.7.2 Primer contacto de Disney con la propaganda.....	21
4.7.3 Análisis del contenido de las películas Disney durante la Segunda Guerra Mundial.....	22
4.7.4 Disney tras el conflicto.....	26
5. Hipótesis.....	26
6. Metodología.....	27
7. Análisis práctico.....	28-51
7.1 “ <i>Education for death</i> ”.....	28
7.2 “ <i>Der Fuehrer’s Face</i> ”.....	36
7.3 “ <i>Spirit of’ 43</i> ”.....	43
7.4 “ <i>Commando Duck</i> ”.....	51
8. Conclusiones.....	57
9. Bibliografía.....	58-59

1. Introducción

En líneas generales, desde los inicios de la industria cinematográfica, el cine y la propaganda han estado estrechamente relacionados en los distintos regímenes políticos que se han ido sucediendo a lo largo de la historia, ejemplo de ello son el cine propagandístico en pro del nazismo desarrollado por Goebbels, el llevado a cabo por el sistema soviético a favor de Stalin dirigido por Serguéi Eisenstein o en nuestro caso, y utilizado como objeto de estudio, el cine patriótico, democrático y antifascista que durante la Segunda Guerra Mundial impero en Estados Unidos.

Tanto la prensa, la televisión y el cine, son medios de comunicación creados con fines de entretenimiento cuya principal función es ofrecer al público contenido ameno que le ayude a evadirse de sus problemas diarios. No obstante, siempre han tenido vinculados a ellos un cierto interés por parte de los regímenes políticos que intentaban lucrarse de estos aprovechando su principal objetivo, el de entretener. En un primer momento, el potencial propagandístico que podían llegar a tener estos medios de comunicación no fue percibido desde el punto de vista político.

En un primer momento, el cine estaba concebido desde un aspecto más artístico, y era la televisión quien contaba con el poder de llegar a todo tipo de públicos, es por ello que sobre ella recaía todo el papel propagandístico. Una vez comenzada la Primera Guerra Mundial las técnicas propagandísticas empiezan a surgir en el ámbito cinematográfico, aunque no contaban con un gran desarrollo debido a la fuerte cesura de la época.

No fue hasta entrada la Segunda Guerra Mundial cuando el cine empieza a cosechar su éxito como elemento de publicidad política. En estos años, la industria cinematográfica empieza a llegar todo tipo de público, a las masas, fuera cuales quiera su estatus social y es aprovechando este auge cuando los estados que participan en el conflicto toman partido del cine para intentar hacer llegar sus ideas e intereses a toda la población y con ello una motivación positiva para un mayor esfuerzo bélico.

En las distintas esferas políticas se suscitaba un creciente interés por el público infantil, ya que los jóvenes eran considerados como potente arma de lucha, debían tener desde temprana edad una predisposición de odio al enemigo ya que en el caso de que comenzase la lucha, estos debían estar preparados y motivados para ella. Es por este motivo, por el cual los gobiernos se hicieron eco del increíble poder propagandístico del cine de animación dirigido tanto para la población joven como para la adulta que también solía consumir este tipo de contenido.

En ese contexto, aprovechando el auge del cine, comienzan a destacar ciertas industrias cinematográficas dedicadas al cine de animación, entre las que encontramos el foco de nuestra investigación, Walt Disney, cuyo eje de actividad reside en Estados Unidos, país perteneciente al conflicto con una lucha activa, lo que lo convierte en el centro de nuestro estudio.

2. Justificación

La investigación que se lleva a cabo tiene su justificación en la demostración de los fines con los que la industria cinematográfica de entretenimiento infantil trabajaba durante el periodo comprendido en el desarrollo de la Segunda Guerra Mundial. Cómo se utilizaba el enorme poder de este tipo de industria para conseguir los fines políticos del Estado y la forma en la que las piezas audiovisuales se explotaban como propaganda bélica.

Otro de los principales intereses que se pretende demostrar con la investigación es el de analizar las piezas audiovisuales seleccionadas para ver la estructura seguida por este tipo de cine, que no solo iba dirigido a un público infantil, sino que también tenía como foco de atención el público adulto. Además de profundizar en las técnicas y procedimientos utilizados para persuadir al público siguiendo un mismo esquema.

Es de verdadera utilidad este estudio ya que tiene como punto de ventaja el análisis de cómo un mismo contenido audiovisual es propuesto para la generalidad de la población, jóvenes y adultos, siendo distintas las consecuencias capaces de generar en ambos sectores demográficos.

3. Objetivos

Con los objetivos propuestos en la investigación se pretende llegar a un fin previamente fijado, para ello debemos plantear una hipótesis, hacer un estudio con la documentación adecuada, un análisis posterior que nos ayude a llegar a una conclusión final que verifique o rectifique la hipótesis propuesta inicialmente.

Como objetivos generales nos planteamos los siguientes:

- Confirmar o ratificar la idea de partida de cómo el cine de animación norteamericano estaba trabajando para el gobierno de los Estados Unidos. Para ello, se procede al análisis de piezas representativas en la industria cinematográfica de animación.
- La investigación sobre los elementos audiovisuales utilizados para persuadir tanto al público infantil como adulto.
- Análisis de las técnicas propagandísticas y persuasivas usadas.

4. Cuerpo teórico

4.1 La persuasión en los medios de comunicación

Los medios de comunicación de masas actúan como sistema de transmisión de mensajes y símbolos para el ciudadano medio. Su función es la de divertir, entretener e informar, así como inculcar a los individuos valores, creencias y códigos de comportamiento que les harán integrarse en las estructuras institucionales de la sociedad.

“Se puede definir la manipulación como la voluntad de influir con el propósito de acercar la opinión de los receptores a la de aquellos que emiten un mensaje y, por otra, la construcción deliberada de esos mensajes con arreglo a los propósitos que se persiguen recurriendo para ello a la utilización de medios que no sean evidentes para los destinatarios” (109. *Manipulación y medios en la sociedad de la información APARICI, DÍEZ, TUCHO*).

Ahora bien, en el campo de la información, la manipulación constituye una violación del derecho ciudadano a recibir información veraz proclamado por la Constitución.

Siempre que se habla de persuasión nos referimos a un tipo especial de comunicación o proceso de transmisión de significados. Toda fuente de comunicación, adopta una conducta destinada transmitir un mensaje a un receptor o conjunto de receptores con la intención de producir algún efecto, con el que puede estar o no de acuerdo el receptor. Sin ningún tipo de intención, no hay mensaje no se cumplen las condiciones de comunicación.

Pero la comunicación persuasiva se caracteriza por la intención manifiesta de la fuente orientada a producir algo en el receptor y modificar su conducta en algún sentido. Por ejemplo: inducir al consumo, a la participación política, etc.

En el caso de la comunicación persuasiva, la fuente y el emisor tienen intenciones muy claras de influir y lograr un efecto reconocible además el receptor lo percibe y reacciona de alguna manera positiva o negativa.

Algunos fines persuasivos no son la manipulación, sino que pueden ser la educación y la formación, y puede que el mensaje no vaya destinado a un solo emisor sino a muchos a la vez.

Los avances tecnológicos facilitan el hecho de que cada vez el público al que se dirige dicha comunicación sea más amplio y eficaz.

En la persuasión casi nunca se utilizan y emplean argumentos negativos para ponerlos en contraste con los positivos, debido a que podrían crear cierto nivel de desorientación e incluso confusión en aquel segmento de los receptores menos crédulos hacia argumentaciones, con lo que disminuiría el grado de convicción necesario para lograr el efecto.

Además, es típico de la comunicación persuasiva la tendencia a exponer siempre mensajes favorables a algo o a alguien, complementado con expresiones retóricas que enfatizan la intención y el significado que pretende introducir el emisor.

4.2 Propaganda

La propaganda, basándonos en lo escrito por Miguel Roiz en su libro *Técnicas Modernas de persuasión* podemos definirla como “el intento deliberado realizado por agentes especializados, para provocar vuelcos en la opinión y en el sentimiento” (31. *Técnicas modernas de persuasión. M. ROIZ*). Si analizamos bien esta definición, podemos decir que la misión de la propaganda es la de manipular al colectivo con carácter sugestionable, haciéndoles cambiar su pensamiento y emociones en múltiples aspectos de la vida social, sobre todo aquellos que se acercan más al poder.

En la gran mayoría de casos, la propaganda está vinculada a fines de tipo político o ideológico al servicio de sectores o partidos que la utilizan para lograr un resultado rápido e intenso. Es una acción comunicativa que se caracteriza por su carácter ruin y manipulador, valiéndose de diferentes técnicas malévolas para conseguir su fin, que no es otro que el de acercar a las masas o individuos en concreto, a través de diferentes instrumentos, las ideas de los sistemas de poder. Otro aspecto de la propaganda también incita a la acción directa de aquellos a los que va dirigida para crear una visión activa y radical que les lleve a actuar de manera casi instantánea, utilizando muchas veces la violencia.

Para alcanzar un gran poder sobre la sociedad y poder influenciarla a su conveniencia, la propaganda se vale de las técnicas de difusión social predominantes en el momento, siempre vinculadas a los medios de comunicación, aprovechando su gran repercusión en la sociedad y de su poder como portavoces de los principales agentes persuasores, como el gobierno, estado, sectas, iglesias, etc. para hacer eco de sus exigencias ideológicas. Los medios más utilizados con fines persuasivos son por un lado la radio, la televisión y el cine, y por otro los medios escritos como los periódicos y las revistas.

Para lograr sus objetivos, se sirve de diferentes recursos entre los que destacamos: la difamación de grupos explícitos, personalidades o instituciones, siempre con la intención de crear un círculo de opiniones contrarias que les perjudique de una u otra forma y que dichas opiniones sean favorables a aquellos que las emiten; o exacerbar pasiones como por ejemplo en nacionalismo, el independentismo, fe por la religión, etc.

Asimismo, los propagandistas utilizan una serie de reglas y procedimientos a la hora de actuar, como son la distorsión y la ocultación.

4.2.1 Reglas y procedimientos específicos de la propaganda

A la hora de actuar en el campo de la propaganda, para que todo lo planeado tenga un resultado satisfactorio, hay que proceder de forma elaborada, siguiendo siempre unas reglas y unos principios a la hora de crear las campañas que se van utilizar y los mensajes que se pretenden lanzar. Para clasificar las reglas que se utilizan en el campo de la propa-

ganda ideológica, nos vamos a basar en la clasificación hecha por J.A.C¹. Brown Y descritas por Miguel Roiz en su libro “*Técnicas modernas de persuasión*” entre las que incluimos las siguientes: ¹

- Emplear estereotipos, es decir, las figuras que establecemos en nuestra mente de determinados grupos sociales y de sus miembros, creando unos clichés que son los que nos servirán en el terreno de juego a la hora de manipular y conducir en sociedad los pensamientos y valoraciones unidos a dichos grupos, creando representaciones de amor/odio, atracción/rechazo, etc.
- Sustituir nombres comunes y adjetivos. Esta técnica es muy utilizada por los persuasores por su gran facilidad y efectividad a la hora de encubrir el significado de términos neutros que han sido manipulados confiriéndole un signo positivo o negativo con significados extremos según la conveniencia, para ocultar su verdadero significado.
- Seleccionar datos que se consideren más adecuados y complejos referidos a un marco determinado para presentarlos al receptor siempre que sean útiles para cumplir los fines del mensaje. Junto a la eliminación de aquellos datos que no sean de su conveniencia o no considere oportunos para efectuar su plan.
- Utilizar la mentira para conseguir consecuencias propicias a sus propósitos, sirviéndose de los diferentes signos y técnicas con los que la mentira cuenta para engañar al receptor de forma disimulada siempre simulando a la verdad.
- Repetir palabras claves y frases hechas como eslóganes dando un mayor énfasis a aquello que se quiera exaltar, como un discurso propagandístico, consiguiendo así que, tras la repetición, la idea penetre en la mente del receptor y acabe por asumir la e incluso la vea como correcta y favorables a sus creencias.
- La repetición de palabras-clave y frases hechas.
- Recurrir a alguna autoridad superior externa al propio emisor y receptor, como algún especialista en el tema tratado o persona famosa, que esté de acuerdo y apruebe la creencia expuesta, otorgándole a lo emitido una mayor presencialidad y logrando la convicción del receptor.
- Individualizar al enemigo, cambiando el plural de la palabra por la personalización, cambiando la referencia a partidos políticos, grupos, clases, etc. por la individualización centrada en un solo individuo que represente al colectivo. Con ello lo que se pretende es una mayor facilidad y efectividad a la hora de lanzar ataques argumentativos y persuasivos

Un modelo de propaganda pone el énfasis en la desigualdad de riqueza y poder y los efectos que esta produce a diferentes niveles en los intereses y elecciones de los medios de comunicación de masas.

¹ Psiquiatra nacido en Edimburgo. Durante la Segunda Guerra Mundial se especializó en técnicas de persuasión y propaganda

4.2.1.1 Objetos, signos y operaciones de la mentira

Como se explica con anterioridad, la mentira es una de las formas más importante de proceder en la propaganda y es por ello que en este punto vamos a hacer hincapié en ella definiendo los objetos, signos y operaciones que la mentira utiliza. Para ello nos vamos a basar en la clasificación y explicación de G. Durandin hecha en su libro *“La mentira en la propaganda política y en la publicidad”*

Objetos de la mentira

Cuando se hace referencia a objetos de la mentira se trata de personas o grupos, es decir, destinatarios, sobre los que recae los efectos de la mentira y por lo tanto a quien el emisor pretende engañar.

Entendemos por destinatarios de la mentira a las personas o grupos a quienes el emisor intenta engañar.

Las formas de mentir son varias, desde la ocultación de algo, invención o simplemente deformando. Dependiendo del tipo de interlocutor al que se quiera mentir u ocultar la información, se va a actuar de una forma u otra, y por lo tanto se tendrá diferentes razones para hacerlo, ya que frente a un amigo se tienen diferentes sentimientos e inquietudes que, ante un enemigo, donde se actúa más deliberadamente.

Existen tres dimensiones que nos sirven para clasificar los objetos de la mentira:

La primera dimensión de ellas está relacionada con los seres que se encuentra involucrados, existen mentiras sobre sí mismos, el adversario, un tercer objeto o incluso en ocasiones va dirigida sobre el entorno que les rodea.

El grado de realización es otra dimensión, con lo que nos queremos referir a mentiras sobre intenciones o si es sobre hechos y actos que han sucedido.

La última está relacionada con el espacio temporal, el presente y el pasado son tiempos sobre los que se miente, en cuanto al futuro existe más complicación por diversos motivos que comentaremos posteriormente.

Para analizar los objetos de la mentira, los clasificaremos según tres dimensiones:

Si aplicamos la primera y la segunda dimensiones a la propaganda, da lugar a unas series de mentiras que dividimos en cuatro: mentiras respecto a uno mismo, respecto al adversario, respecto al entorno, relativas al pasado presente o futuro.

En lo referido a mentiras sobre uno mismo, existen ciertas preferencias sobre lo que conocer en el ámbito propagandístico, hablamos de las intenciones, que por otro lado también es lo más fácil de esconder, puesto que no siempre es posible conocer lo que el otro piensa y pretende hacer. Para poder acercarse y tener una idea aproximada de como el enemigo va a actuar existen los servicios de espionaje, observaciones de los materiales preparados. Cuando se trata de esconder mentiras las agresivas son las que tienen un lugar preferente ya que sirve como estrategia para realizar un ataque sorpresa. A los súbditos en la mayoría de los casos se les hace cómplices de ellas para así incitar su arrojo en el combate, mientras que a los aliados y neutrales se disimulan para simular un ambiente de pacificación.

Si miramos en el lado contrario, encontramos los hechos y los actos que son más difíciles de ocultar ya que se pueden percibir y reconocer a simple vista. Para distinguir entre hechos y actos podemos decir que estos últimos es responsabilidad de una persona

o grupo en concreto y puede, si se desea, mentir para disculparse por ello, mientras que los hechos no solo son de su responsabilidad, sino que intervienen otros factores neutrales. Referida a los hechos existen tres tipos de mentiras: la debilidad, consistente en ocultar algún suceso para que no se puedan valer de ello los enemigos y atacar en el peor momento. La fuerza, que sirve para una doble condición, tanto esconderla para realizar un ataque no esperado por el adversario, como mostrarla utilizándose como objeto de intimidación. Por último, las faltas cometidas, siempre se ocultan, al contrario que las dos anteriores que se podían mostrar o esconder, a los enemigos para que no se aprovechen y les dañen, a los neutrales para mantener su consideración y los súbditos para que se mantengan motivados y caigan en la debilidad.

Si nos centramos en las mentiras respecto al adversario, las intenciones no es un factor a tener muy en cuenta ya que resulta complicado conocerlas. Debido a este motivo, en este apartado solo se investigan los hechos y los actos en los que se divide entre: debilidad y fuerza, fuerza del adversario, debilidad del adversario y las faltas cometidas por este.

Tanto la fuerza como la debilidad dependen en sí mismo la una de la otra y van interrelacionada ya que si uno de los dos, emisor o receptor, muestra signos de debilidad el otro va a presentarlos de fortaleza, y viceversa. En el ámbito propagandístico ocultar la fuerza del enemigo o la debilidad de nosotros mismos, se entiende como una misma cosa, dependiendo de la situación en la que se encuentre; se oculta nuestra debilidad para que no sea aprovechada por el frente enemigo y nuestros súbditos caigan en un pensamiento negativo o que nuestros aliados dejen de prestarnos las ayudas en la lucha. Si bien es cierto que también se puede ocultar la debilidad del enemigo, pero no es conveniente puesto que la podemos utilizar en nuestro beneficio, para que los aliados lo sigan viendo como un enemigo fuerte y sigamos recibiendo la ayuda y para que la victoria parezca fácil de conseguir.

La fuerza del enemigo se puede considerar desde dos perspectivas contrarias. Si se decide mostrar es para que al ardor y furor del pueblo en la batalla y contra el enemigo decaiga al pensar que pueda ser una batalla fácil de ganar. Por el contrario, si se oculta o minimiza es por motivos muy dispares, desde que los aliados y neutrales no vean un claro vencedor en la batalla y por ese motivo se niegue a seguir prestando asistencia, hasta que el propio pueblo mantenga la fe y confianza tanto en el ejército como en sus jefes.

Algo que, por el contrario, si se muestra libremente incluso tendiendo a la invención y a la exageración son las faltas cometidas por el adversario. Tanto el pueblo propio como el enemigo, los súbditos, y los aliados y neutrales tienen conciencia de las faltas que el enemigo comete para así de un modo u otro jactarse y utilizarlas en beneficio propio.

Basándonos en la dimensión temporal existen mentiras referidas al presente, al pasado y en cierta medida al futuro. Las más usadas son las relativas al presente. Cuando se tratan de mentiras referentes a un tiempo pasado, los pruebas, signos perceptibles y huellas van desapareciendo a lo largo del tiempo, por lo que en el momento que se produzca la mentira quizás las pruebas sean menos numerosas, los testigos hayan desaparecido y la memoria colectiva se transforma, lo que proporciona una facilidad con la que las mentiras del presente no cuentan. Las mentiras del pasado pueden incidir sobre actos y hechos que a posteriori pueden convertirse en intenciones. Las mentiras sobre el futuro no están tan claras, ya que no es algo que haya sucedido aun o ni siquiera se sabe a ciencia cierta que puede pasar, no hay objetos ni hechos en los que basarse. Normalmente se

producen mentiras en el presente pero concernientes al futuro creando entre los interlocutores una falsa situación relativas a lo que está por llegar.

Signos de la mentira

En la mentira existe una parte más significativa, aquello que se ve u oye, lo que es intercambiado entre emisor y receptor. A la hora de mentir utilizamos desde palabras; orales y escritas, imágenes; fijas o en movimiento, hasta falsos fenómenos, personajes, objetos, documento o acciones.

- Palabras

Las palabras son signos de índole convencional puesto que para que la mentira tenga el resultado precisado, ambos interlocutores deben hablar en la misma lengua y utilizar la misma significación, para que así el acto comunicacional opere de manera fructífera. En otras ocasiones, es una identidad lo que se representa a través de marcas con las ambas partes de la locución pueden llegar a entenderse, un ejemplo es "*Made in England*", este conjunto de palabras concibe una marca, universalmente conocida, que es interpretada por ambas partes, aunque no sea cierta.

Con frecuencia las palabras son utilizadas para realizar el acto de mentir porque ya en sí mismo es más fácil debido al ínfimo esfuerzo que representa tanto la energía como el control sobre uno mismo que se realiza a la hora de expresar lo contrapuesto a lo que en nuestra mente se refleja.

- Imágenes

Si hablamos de mentiras a través de imágenes debemos diferenciar entre aquellas que están en movimiento, como los reportajes o películas, y fijas, como las fotografías y dibujos. Dependiendo del caso donde suceda la mentira, esta tomará un carácter convencional o no. Las imágenes se basan en una escena real que acompaña a un hecho o acontecimiento y si bien es cierto, puede estar falseada representando una realidad que no es la verdadera, pero que de una forma más o menos clara puede llegar a descubrirse ya que se contracta con la realidad más fácilmente que las palabras.

Mas allá del trucado brusco e imperfecto en el que se añade o suprime algún objeto o personaje que se cree conveniente, donde la mentira se torna burda y fácilmente identificable, están las prácticas más sutiles, cuyo fin es el mismo, cambiar las significación de la escena a través de la representación de esta desde distintos ángulos, distintas tomas bien pensadas y la selección del momento adecuado para que a través de las más impalpables técnicas, la mentira llegue a la mente de los receptores.

- Falsos personajes, falsos objetos y falsos fenómenos

El uso de personajes ficticios, objetos irreales o hechos que no han sucedido, viene ligado a las prácticas de guerra, donde durante el conflicto, se muestra armas y material que no es real solo para engañar al enemigo, es el caso de la Segunda Guerra Mundial, donde los países enfrentados hicieron acopio de armas y equipamiento como tanques, buques y misiles ficticios de materiales inflables. Por sí solos, dichos objetos no constituyen un signo, pero en el contexto que se presentan simbolizan intenciones y aspiraciones de ataque y victoria, lo que les da significación y por lo tanto se constituyen como signos. A la hora de utilizar este tipo de signos, se hace desde dos perspectivas diferentes; desvinculándolos de su sentido original al constituirse como elemento de una convención

y siendo utilizado en un ámbito distinto, haciéndolo a través de mentiras verbales o imágenes que tácitamente representan la realidad. Por contrario, el uso de signos no convencionales mediante tretas y engaños. El uso de signos convencionales tiene efectos más generalizados ya que son conocidos por la mayor parte de la sociedad.

- Falsas acciones

A la hora de utilizar el embaucamiento para llegar al engaño, existen una serie de acciones que ayudan a conseguir el objetivo. En esta ocasión vamos a diferenciar entre seis formas de embaucamiento:

1. El uso de la provocación al adversario es el primero de ellos, con lo que se pretende es la exaltación, llevándole a cometer actos pendencieros, reprensibles, agresivos e ilegales con el único objetivo de justificar el contraataque.
2. El segundo consiste en la imitación de las acciones que se quieren llevar a cabo con la intención de que el adversario se haga eco de ellas disimulando así las verdaderas estrategias y acciones que se están preparando y así mantenerlo inquieto sobre el momento de ataque.
3. El tercero se basa en la organización manifestaciones de forma premeditada, pero pareciendo espontaneas, acompañadas de mentiras del tipo verbal que creen provocación tanto en la población al incitar el odio al adversario como en el propio enemigo.
4. El uso de factor psicológico está implícito en el cuarto, a través del uso de operaciones reales con el objetivo de que se causen efectos psicológicos en lugar de materiales como es lo común.
5. En quinto lugar, vemos la recreación de una escena que no ha sucedido en la realidad para la elaboración posterior de un documento que lo pruebe. En sí el documento no es falso, ya que se basa en hechos reales, lo falso es la escena.
6. Por último, encontramos el embaucamiento más elaborado estratégicamente. En él, se causan incidentes, tales como crímenes, de los que se acusa al enemigo, o simplemente en periodos de tensión bélica cualquier tipo de acusación es suficiente para encender la mecha. Con ello, se pretende incitar al adversario, haciendo aumentar los motivos para llevar a cabo la agresión y excusando sus propios propósitos de ataques a través del odio del pueblo y las tropas tras lo sucedido.

Las operaciones de la mentira

Existe una realidad, mirada desde distintos puntos de vista, cuando esta se pretende transformar para dar lugar a una mentira es cuando hablamos de operaciones de la mentira. Existen tres clases principales de operaciones, dos de ellas basadas en el propio objeto de la mentira y su existencia, la tercera en cambio profundiza más sobre su naturaleza y características.

La primera operación se basa en el interés por hacer creer que algo que en realidad existe, no existe. Es lo que conocemos como supresiones, la ocultación de un objeto como tal. Dentro de este nivel incluimos la negación, la omisión, y por otro lado la supresión de objetos materiales con técnicas como esconder o destruir objetos, documentos o huellas.

La negación en la mayor parte de los casos incurre sobre acciones o fines, a los que se les suele acompañar nuevas aserciones con el fin de reemplazar aquello que se ha dicho. La intención siempre es sustituir una afirmación por otra, nunca destruirla. Se caracteriza por una naturaleza difícil de verificar, lo que resulta útil en el mundo de la propaganda y contra-propaganda, ya que cuando se niega algún objeto, esa negación va acompañada de una acusación al adversario de que sus afirmaciones no son ciertas, ya que, si ambos afirman algo contrario sobre un mismo objeto, uno de las dos mentes necesariamente.

Existe la posibilidad de que aquello de lo que se miente no sea sustituido como veíamos anteriormente, sino que directamente se omita. En eso consiste el recurso de la omisión, aunque en muchos casos no se considera una mentira ya que simplemente se está privando de información sin llegar a testificar falsa información. Esta técnica es frecuentemente utilizada, por su fácil práctica, tanto verbalmente como cuando se trata de intenciones. En el caso de los hechos, la omisión no tiene un resultado satisfactorio, son más fácilmente detectables que las intenciones, dependiendo de los conocimientos del destinatario y los medios de información a los que pueda acceder, la omisión de un hecho tendrá más o menos estabilidad. Si aplicamos la omisión a la propaganda, es ampliamente utilizada en periodos de guerra como medio para crear tensión en el enemigo utilizando entre otros métodos la censura de información periodística y la interferencia de emisiones radiofónicas. Por lo tanto, vemos que este recurso es de acción pasiva frente al adversario o incluso frente al propio pueblo o aliados. En el caso de que lo que se omita sea un objeto físico, algún documento o prueba, es decir algo material, se hace bien por destrucción u ocultación. En momentos bélicos es bastante habitual utilizar el camuflaje como mejor arma para ocultar objetos que no quieren ser mostrados para no revelar planes de ataques o crear intranquilidad y nerviosismo en el adversario.

En contraposición a las supresiones de las que hablábamos anteriormente, cabe la posibilidad de que lo que se pretenda es hacer creer en la presencia de algo que no existe, lo que conocemos como adiciones, una imitación de la realidad, de algo que ya se conoce. Utilizadas con menos frecuencia que las supresiones y deformaciones por su mayor complejidad a la hora de ser usadas, requiere de una gran imaginación y personalidad. Los motivos que lleven a crear esa adicción son imprescindibles para diferenciar entre cuatro tipos:

El embellecimiento, aplicado en el campo amigo y aliado; y el deslucimiento del campo del adversario. Cuando se trata de deslucir al enemigo, si no se encuentran los suficientes fallos o faltas se tiende a acusarlo de atrocidades como justificación para poder iniciar el ataque y despertar el odio en sus tropas.

Justificar la agresión al campo enemigo, provocando la intervención a través de la invención de lo necesario para justificar dichas acciones.

Disimular planes de ataque, utilizado principalmente en estados de guerra en los que el atacante no quiere que sus planes sean descubiertos por el adversario sirviéndole como ventaja para el contraataque.

En último lugar, podemos referirnos a algo que existe, que se percibe, pero con ciertas variaciones, es decir, deformándola, creando así una mentira que puede afectar a uno o varios objetos. El sujeto que la lleva a cabo conoce bien aquello de los que se trata y lo modifica a su conveniencia para modificar la respuesta del receptor a su conveniencia. Las deformaciones se dividen en tres categorías bien diferenciadas entre ellas: las

deformaciones cuya naturaleza es cuantitativa donde destacan la minimización y exageración. Deformaciones de índole cualitativa; también conocidas como calificaciones falsas. En propaganda destacamos la propaganda negra, muy utilizada ya que son afirmaciones que proceden de la población enemiga, pero se hace creer que la fuente es del campo amigo o neutral dándole una mayor veracidad. Por último, la denominación, por lo contrario, que puede ser tanto de naturaleza cuantitativa como cualitativa.

4.3 Propaganda en la Segunda Guerra Mundial

En líneas generales, la propaganda siempre se ha utilizado como un arma de guerra a manos del Estado para conseguir sus objetivos y despertar en el pueblo un sentimiento beligerante. Los medios de comunicación han servido como principal instrumento para conseguirlo y llegar a la mente de los ciudadanos. Si nos remontamos a tiempos anteriores, la relación guerra-medios no fue idílica, los medios de comunicación intentaron mantenerse al margen de la propaganda política y todo aquello relacionado con instituciones, partidos políticos o el ejército. En el ámbito de la Segunda Guerra Mundial, este ambiente de tensión entre ambas partes cambia para dar lugar a una unión en la que los dos sectores se complementarían, y no es de otra forma que, a manos de los medios de comunicación privados, los cuales sin mucha influencia han sabido encajar sus intereses tras esta acción comunicacional.

Para llegar de forma eficaz a la mente de los receptores el sujeto no debe percibir que está siendo manipulado a través de distintas técnicas y tiene que pensar que está actuando en todo momento bajo su propio criterio, es por ello que la propaganda se emite como simple información, u oculta bajo las características propias de la información. Cuando buscamos persuadir la mente del destinatario para justificar los motivos que nos llevan a la lucha no pretendemos buscar causas lógicas ni argumentos coherentes, sino intentamos ser eficaces y es por ello que recurrimos a la mentira como forma de conseguirlo a corto plazo. El principal cometido de la mentira a la que se recurre en la propaganda es el de evitar a toda costa que el ciudadano piense por sí mismo, para ello se tiende a personificar el miedo, hacerlo visible y con un rostro reconocido, de esta forma se mantiene a la población asustada y cohibida incapaz de tener sus propios pensamientos sobre lo que acontece.

A pesar del interés de aquellos que propugnan la propaganda de guerra en los medios de comunicación, estos últimos también han sabido sacar partido de la propaganda para satisfacer sus intereses y verse beneficiados.

La propaganda de guerra, no es otra cosa que aplicar los modelos y técnicas de la propaganda general en tiempos de conflicto bélico. Es constituida como uno de los grandes modelos de la propaganda, y era aplicada sin tal término desde los tiempos más primitivos a través de las acciones psicológicas de la actividad humana. Desde que la guerra existe, de una forma u otra hemos podido apreciar la propaganda y es en estos momentos es cuando alcanza su punto más álgido.

A la hora de la contienda, en el campo de batalla se utiliza como arma de lucha la violencia, pero cuando se trata de una lucha psicológica, la persuasión es la mejor arma a la que un ejército puede atenerse, con ella se consigue minar la moral del contrario, fortalecer la de su pueblo y aumentarles el deseo y la causa de lucha, además de mantener

alejados a los neutrales y su posible intención de entrar en la disputa. Es por ello que decimos que la persuasión es una forma de violencia psicológica.

A través de un discurso previo a la contienda y una serie de pasos se intentará llegar de una forma eficaz a la población emitiendo una información que cree o refuerce en el caso de ya estar creada, ciertas creencias en la mente de los ciudadanos. No siguen un orden riguroso: 1) En primer lugar se atemoriza a la población 2) se crea un enemigo realmente ruin y malvado 3) se le otorga a la población causas y pruebas que justifiquen la intervención 4) y, por último, los “buenos” llegan para salvarlos. Apelar al miedo es una de las técnicas más fáciles y satisfactorias de aplicar ya que es una emoción de fácil manipulación. Recurrir a este medio nos permite controlar y someter a la población, y no solo del país aquel al que se pretende atacar, sino también del propio pueblo que apoya la lucha y su causativa. (Aparici, Díez, Tucho, 2007).

Cuando se aplica la propaganda de guerra no se hace con objeto de conseguir un solo objetivo como es creído, existen múltiples objetivos: en primer lugar, se preocupa por sus propios combatientes, aquellos que se enfrentan en la contienda y a lo que se le quiere mantener la moral ante el ataque de las fuerzas enemigas que crean resultados devastadores no solo a nivel físico, sino también psicológico. El segundo gran objetivo es el ejército adversario, a los que minar su moral es una implacable técnica que los debilita en el conflicto. Por último, los neutrales, aquellos que presencia la guerra de forma ajena, y a los que se pretenden mantener en esa situación, es decir neutrales a la contienda, pero sobre todo que no se posicionen a favor del bando contrario y que si es posible apoyen la lucha de su bando.

La Segunda Guerra Mundial llega con una gran preparación teórica sobre el ámbito de la propaganda de guerra, los países enfrentados habían sabido utilizar de forma satisfactoria lo aprendido en guerras anteriores. Es por ello que esta guerra contó con amplio despliegue propagandístico, con medios que hasta entonces no habían sido utilizados con estos fines como la radio e incluso con medios muy desarrollados en esos tiempos como el cine. La radio fue el gran olvidado en la gran guerra y llegado este momento resultó ser un instrumento extraordinario para llegar a los países enemigos, ya que entraba casi sin ser percibida a los hogares de los ciudadanos pasando por encima de fronteras y de frentes de batallas. En el caso de cine, vemos como soberano en el ámbito de los medios de comunicación, muy valorado en la época se pone al servicio de los intereses bélicos de la nación.

Defenderse de un sistema que aplique la propaganda es una tarea cada más ardua y difícil de conseguir, pero es en tiempos de guerra cuando se puede lograr más fácilmente ya que es cuando más visibles y por ello menos efectiva a la hora de persuadir la mente del ciudadano.

4.4 Propaganda y educación

Existen diferentes concepciones de lo que se entiende por propaganda en lo referido al ámbito educativo, puesto que las fronteras entre la propaganda y la educación son un tanto borrosas. Parte de la sociedad actual cree que los anuncios de productos como los zumos o las pastillas puede considerarse como propaganda ya que son un intento de vender algo a la audiencia a un precio con el que no se corresponde.

El diccionario de la Real Academia Española, define educación como; “dirigir, encaminar y doctrinar” y propaganda como “acción y efecto de propagar doctrinas, opiniones, etc.”, por lo tanto, la labor de diferenciar entre educación y propaganda es más complicada de lo que a simple vista puede parecer, puesto que la educación es un hecho que comúnmente es confundido con el acto propagandístico. Un ejemplo claro de ello es “la forma en la que la enseñanza de la aritmética es impartida en los colegios de EE.UU, puesto que es concebido como un acto aparentemente no contaminado por doctrinas o teorías, que goza de objetividad, es decir, intrínsecamente educativo, peor en realidad no es lo que parece, puesto que los ejemplo dados en los libros de aritmética que se daban en primaria, la mayoría de los casos expuestos tenía que ver con la compra , venta, alquiler, trabajo asalariado, y temas de informática, lo que es un reflejo del sistema capitalista en cuyo ámbito discurre la enseñanza.” 291. *La era de la propaganda. A. PRATKANIS*

En realidad, existen diversos fenómenos que diferencian la propaganda de la educación. Uno de ellos es la intención comunicativa que impulsa a cada una de ellas. La comunicación puede verse como un medio educativo y la educación como un procedimiento comunicativo entre el educador y el educando.

Por otro lado, el hecho de que una persona considere algo a su juicio como propagandístico o educativo en su modo de instrucción depende en gran parte del sistema de valores que posea; dependiendo del conjunto de ideas éticas y la perspectiva con la que se mire, temas como el consumo de drogas o el uso de protección en las relaciones sexuales en las charlas y películas que se imparten y emiten en los colegios e institutos de secundaria pueden verse y considerarse de una forma u otra. Es por ello que subrayamos el relevante cometido que tanto los valores como las emociones cumplen a la hora de clasificar algún hecho como educativo o si por el contrario es propagandístico. Lo que deriva en la imposibilidad de producir una forma de comunicación neutral y objetiva.

Si hablamos desde el punto de vista de una instancia de poder, vemos como a lo largo de los años se ha probado que las distintas instancias de poder han utilizado la enseñanza desde un punto de vista propagandístico, favoreciendo la divulgación de ideas a su favor. Debido a esto, hacemos referencia a Adrián Huici Módenes en su “diferenciación entre educación propagandística y propaganda educativa. La primera de ellas se basa en la instrumentalización de la escuela por regímenes políticos (tanto democráticos, como no democráticos), ya que la escuela despierta un ámbito de interés para el poder y sus propagandistas; sobre todo cuando los educandos se encuentran en edades tempranas. En cambio, la segunda se fundamenta en el hecho de que algunas campañas políticas pueden tener un efecto educativo”. *Propaganda y educación. Criterios de diferenciación conceptual y comunicacional Antonio PINEDA CACHERO.*

En muchas ocasiones la educación sirve de moderador de los efectos de la propaganda, y neutraliza algunas de las técnicas utilizadas, debido a que la enseñanza desvela los procedimientos y objetivos de la comunicación propagandística al reconocer la existencia e influencia de esta.

Además de en el ámbito educativo, la propaganda ha servido de herramienta en la esfera económica y como arma de propaganda bélica. Este último ámbito es el que concierne al tema a tratar. En la mayoría de ocasiones clasificar y etiquetar algo como “educación” o “propaganda” resulta complejo, y en muchas circunstancias erróneo, solo por el hecho de que concuerde o no con los valores e ideas que tenemos establecidos. La propaganda bélica la información propagandística viene encubierta con el nombre de “noticia” y de “información necesaria para cohesión del país”.

En la teoría, la propaganda puede ser una forma de educación si se tratase de formas comunicativas de signo positivo, pero, por el contrario, en la mayoría de los casos se aplica de forma de forma negativa deformando y falseando la realidad a su favor y bienestar.

Es por ello que decimos que lo que se entienda por educación o propaganda, y tachar a la comunicación con uno de estos dos conceptos, es más complejo y complicado de lo que parece a simple vista. Los fines propagandísticos de cada uno va a poner en manifiesto el tipo de comunicación del que se trata, dejando de lado los valores del receptor.

4.5 El cine como medio de propaganda bélica en la Segunda Guerra Mundial

Siempre se ha sabido sobre el gran potencial del cine a la hora de intentar entrar en la mente de los ciudadanos, se constituye como una perfecta arma de manipulación ya que a la hora de construir su mensaje lo hace de forma consecuyente y artificial, intentando encubrir los aspectos más despreciables de la vida cotidiana o presentando escenas que conciernen una verdadera realidad, y evitando películas que puedan avivar la lucha de clases o los conflictos por diferentes tipos de intereses. En la Segunda Guerra Mundial es cuando se da un paso más allá incluyendo el cine de animación como medio de propaganda de la forma más sutil y perspicaz. Durante este periodo la gente acudía al cine para evadirse de sus problemas del día a día, sin saber la susceptibilidad que mostraba ante el bombardeo propagandístico que recibía casi de forma imperceptible. Ambos bandos enfrentados utilizaron el cine como instrumento propagandístico, tanto el cine documental como el de argumento fueron los más utilizados. Los receptores de este tipo de propaganda solían ser su propio ejército y los países aliados o neutrales, y en menor medida el bando contrario.

A lo largo de su historia, el cine ha contado con tres formas de impulsión que le han ayudado a mantenerse en auge; el primero de ellos es su uso propagandístico, utilizado en este ámbito por su elevada popularidad, su gran alcance e impacto emocional y su supuesto realismo, siempre al servicio de la causa nacional o social. Su forma de manipulación consiste en la mezcla de escenas divertidas y que llamen la atención con mensajes didácticos manipulando la supuesta realidad que se muestra sin restarle credibilidad. Las otras dos formas de impulsión, no notorias, pero no por ello menos importantes fueron la creación del documental y la llegada de las escuelas de cine (Pizarroso, 1990).

En general, las películas de cine con contenido propagandístico en periodo bélico no buscaban solo despertar emociones y sentimientos en la sala de cine como normalmente sucedía, sino pretendían general un cambio en el comportamiento y en la actividad una vez proyectada la película, y para ello hacia uso de su poder emocional. Algunas características destacables es la representación de la belleza a través de la imagen de la mujer, perfectamente uniformada y ataviada para cada ocasión, y la representación del personaje negro, en la mayoría de ocasiones, en condiciones de inferioridad, excepto en las películas de combate donde se pretendía fomentar la unidad e igualdad de grupo a favor de la lucha.

Si se ahonda en el contenido de algunos de los países más importante de la guerra, es destacable como en Alemania el cine de evasión predominaba sobre aquel de contenido político dirigido principalmente a su bando y al de los aliados, y donde la mayoría de sus

películas se dedicaban a enaltecer figuras como la de Hitler² principalmente, y en menor medida las de otros personajes representativos de imperio Nazi, además de otros temas como el sacrificio por la causa Nazi, la exaltación histórica de Alemania y el odio antisemita (Pizarroso, 1990). El Estado controlaba a los estudios UFA³ a cargo de las producciones más importantes de la época, y vinculados al régimen desde el momento en el que comienza la guerra. En este ámbito propagandístico de la Alemania Nazi cobraron importancia los noticiarios que llegaban a todo el mundo gracias a su capacidad de mezclar argumentos verbales y visuales y cuya única y exclusiva finalidad es meramente propagandística.

En el caso del cine francés, no fue hasta la caída de Francia el momento en el que dejó de estar al servicio de la propaganda el servicio cinematográfico del ejército preparó el “*Journal de Guerre*”, un noticiario cinematográfico publicado semanalmente el cual en un primer momento solo tuvo difusión en sus soldados y en extranjero, no fue hasta unos años más tarde cuando llegó hasta sus propios ciudadanos (Pizarroso, 1990).

En la industria cinematográfica británica, casi todos los géneros incluyeron contenido propagandístico y la mayoría de medios estaban en manos de empresas privadas, desde el cine comercial hasta los noticiarios y los documentales cinematográficos. (Pizarroso, 1990).

A pesar de la gran repercusión que el cine había tenido en este conflicto, la Unión Soviética no siguió el mismo ejemplo ya que, durante el desarrollo del mismo, fue perdiendo gran parte de sus infraestructuras y limitando la distribución a las zonas más urbanas y con mayor población que no hubiesen sufrido la invasión alemana. (Pizarroso, 1990).

El caso contrario es el dado en la potencia estadounidense, las productoras más importantes no dudaron en ponerse al servicio de la lucha lanzando extraordinarias películas de tema bélico donde el poder de la evasión hacia presencia, con el objetivo de mantener avivada la moral de su ejército. El cine documental junto con los noticiarios al igual que en el resto de países, tuvieron una gran importancia, tanto en el contenido elaborado para los países del exterior como para el reservado para el uso interno. Con este último lo que pretendía era convencer al pueblo estadounidense de su lucha en la guerra sin que cupiese lugar a la duda, en este tipo de documentales destacamos una serie de siete de ellos titulados “*Why We Fight*”, cargados de contenido propagandismo mostrado libremente y con gran efectividad. El contacto entre los Estados Unidos y la industria cinematográfica se establece a través de la OWI, *Office Of War Information*, o la Oficina de Información de Guerra de los Estados Unidos, más concretamente a través del *Bureau of Motion Pictures* que más tarde formaría parte de la *Domestic Branch*. Este tenía como función principal el contacto con las industrias de Hollywood y la difusión de documentales creados por otras agencias a servicio del gobierno. Por otro lado, la industria hollywoodiense facilitó la relación con la administración gubernamental con la creación de un *War Activities Committe*, aunque las relaciones entre ambas partes no siempre fueron fáciles. (Pizarroso, 1990).

La efectividad a la hora de difundir sus producciones era una de las mayores preocupaciones y problemas que tuvo que enfrentar la industria cinematográfica americana, pretendían no pagar mucho por sus producciones pero que sin embargo fuese efectiva,

² Político y dictador alemán de origen austriaco, líder del Partido Nacional Socialista Alemán de los Trabajadores

³ Principal estudio cinematográfico de Alemania durante el Tercer Reich

querían una correcta elección del medio audiovisual, y que las copias emitidas fueran las precisas.

Las producciones de la factoría hollywoodense en su gran mayoría eran de entretenimiento y comerciales, con temas destacados como el odio hacia los alemanes y el nazismo, y la continua idea de vencer a Hitler. Estaban cargadas de estereotipos como la victoria de la guerra por parte de su bando, los aliados, y la degradación del resto de potencias enfrentadas, encarnando la idea del mal en sus líderes políticos.

La propaganda de este periodo tenía consigo una gran elaboración haciendo uso de la creatividad que en cine aportaba como recurso para llegar de forma fácil y efectiva a las masas. Un buen ejemplo de ello se podía apreciar en el cine de animación, donde través del humor más puro conseguían transportar todo el contenido propagandístico de las pantallas de los cines a la mente de sus públicos, y no solo de los más jóvenes, sino también de los adultos, puesto que una gran cantidad de ellos acudían a las salas para ver películas de animación.

Algunas de las películas más importantes de la época fueron "*Mission in Moscow*," "*Fighting Men*", "*Kill or be Killed*", con las que se pretendía presentar a las naciones aliadas de una forma favorable. "*Mission in Moscow*" es una película que presenta una imagen tergiversada de la Unión Soviética (Pizarroso, 1990).

Años más tarde, una vez terminada la guerra, la televisión empieza a cobrar importancia y el cine queda relegado a un segundo plano, perdiendo el monopolio que hasta entonces había tenido en el ámbito propagandístico y por lo tanto terminando el comportamiento intervencionista del estado.

5.6 El cine de animación norteamericano durante la Segunda Guerra Mundial

El cine de animación ha supuesto un importante cambio en el arte del siglo XX, ya que ha empezado a cobrar importancia en este siglo con el uso de técnicas novedosas y revolucionarias. Los años 30 y 40 se convirtieron en la época de oro para la animación en Estados Unidos ya que, a pesar de no contar con muchos recursos técnicos debido a los pocos avances del momento, los resultados de sus producciones eran de gran calidad. En este tipo de cine se incorporan a las escenas de las obras, imágenes realizadas con técnicas como la pintura y el dibujo. El primer momento cumbre en la historia del cine animación es el desarrollo de la Segunda Guerra Mundial, ya que sus imágenes sirvieron como medio de evasión y diversión a gran parte tanto del público infantil como del adulto, menos acostumbrado a este tipo de películas.

Los Estados Unidos utilizaron la animación hacer llegar su ideología a lugares estratégicos durante el conflicto, como las trincheras donde se encontraban sus soldados a los que había que recordarles continuamente la lucha por la causa, o como los pueblos propios o de países aliados. Con esta nueva forma de entretenimiento se pretendía generar un cambio social pero siempre manteniendo los valores tradicionales y mirando continuamente por los proyectos y necesidades gubernamentales. La clase media norteamericana era el principal destinatario en toda esta labor, puesto que el consumo de películas de animación era mayor que el del resto de la población.

La relación entre el cine de animación y la propaganda bélica no había sido de lo más idílica ya que desde un primer momento se estableció un autocontrol a modo

de censura, que no se podía considerar del todo como tal ya que no existía un sistema legal que lo regulase, simplemente el hecho de que los dibujos animados pudiesen suscitar la risa de los ciudadanos por mostrar a los líderes políticos de forma humorística. La industria hollywoodiense también estableció algún tipo de prohibiciones como el hecho de mostrar un beso, crueldad animal, imágenes de determinados tipos de monstruos, referencias a Dios, acciones como escupir o restricciones contra la presentación de la autoridad fascista de forma parodiada. (Vidal, 2006). Cuando los Estados Unidos entran en guerra, muchas de estas restricciones cambian, se empiezan a crear películas de animación específicamente para los soldados y se empiezan a parodiar ciertos tipos de escenas referentes a líderes políticos del bando contrario y de sus ejércitos. Dentro de la censura que se seguía imponiendo, algunos estudios contaban con cierta benevolencia entre los que encontramos el de Walt Disney, que no estuvo sometido a la censura impuesta en la época de conflictos bélicos.

El alcance de las producciones estadounidenses de dibujos animados traspasó fronteras ya que en un principio la forma en la que la Alemania Nazi se abastecía de este tipo de películas era por los que le llegaban de Estados Unidos, destacaron películas como "*Félix The Cat*" o la serie "*Out of the Inkwell*", pero sobre todo las producciones de Walt Disney. Más tarde, Hitler a través de Goebbels, uno de sus colaboradores más cercanos, como encargado de una comisión para realizar dibujos animados, ordenó que se copiaran las obras procedentes de Norteamérica por considerarlas eficaces y ayudarles en la lucha contra los judíos, representándoles como villanos frente a los alemanes Nazis que desempeñaban el papel de héroes. (Vidal, 2006).

5.7 El papel de Walt Disney en la Segunda Guerra Mundial

5.7.1 Antecedentes de Walt Disney

Desde siempre se ha relacionado a Walt Disney con el mundo de los dibujos animados ya que, a pesar de no haber sido inventado por él, se le ha visto desde muy joven trabajando de manera autodidacta en el mundo de las animaciones. Lo que si se le puede atribuir es el hecho de haberlo aplicado al mundo de la persuasión, más concretamente a la publicidad comercial a través de un anuncio para concienciar a los niños de la importancia de la higiene dental. A los veintitrés años crea su propio estudio de cine de animación, el primero en la historia de Hollywood, donde pasa de realizar publicidad comercial a realizar cortometrajes con finalidad lúdica. Su estudio que en un principio se llamó Disney BROS Studio, después pasó a llamarse Walt Disney Studio, contaba con técnicas innovadoras y experimentales a la hora de producir puesto que empezó a mezclar la animación y las imágenes reales Su primer cortometraje no tarda en llegar, 1928 llega "*Steamboat Willie*", el primer cortometraje de animación sonoro en el que presenta a su nuevo personaje y emblema de la compañía que alcanzaría una fama mundial, el ratón Mickey Mouse. (Vidal, 2006).

Su afán por seguir innovando lo lleva a crear la primera escuela de animadores en los años 30, donde enseñaban todos los métodos de animación y a la anatomía humana y animal. En esta escuela es donde se crea el primer largometraje de dibujos animados, resultando difícil su producción hasta el punto de que Disney tuviese que arriesgar su fortuna personal para financiar el proyecto debido a la elevada cifra que los costes alcanzaron. Tras luchar con estos imprevistos sale a la luz "*Blancanieves y los siete enanitos*",

largometraje que convirtió a Walt Disney en millonario, pero lo más importante es que a partir de ese momento el cine de animación empezó a cobrar importancia y se vio como una experiencia seria no solo para el público infantil, sino para todo tipo de públicos (Vidal, 2006).

4.7.2 Primer contacto de Disney con la propaganda

Los inicios de Walt Disney en el mundo propagandístico surgen con la elaboración de películas de instrucción para trabajadores y soldados. Se trataba de animación simple que jugaba con la superposición de líneas de puntos y acetatos que deslizaban sobre un fondo para crear la imagen. En marzo de 1940 veía la luz un primer intento de este tipo de películas, *“The Riveter”*, uno de los estrenos más valorados en el cine de Hollywood, en el que se podía ver un equipo de construcción en el que uno de los miembros de la plantilla era el conocido Pato Donald, un personaje significativo en los estudios Disney, caracterizado por su mal carácter y malos modos y en este caso no fue menos, y protagonizó una peculiar escena en la que se le veía desencajado. Dicha película sirvió para que muchos trabajadores reconocieran dichas escenas en su día a día laboral y se identificasen con la alienación laboral que sufre el protagonista en la obra. Tal era el interés de Walt Disney por las películas de instrucción que él mismo se ofreció como voluntario para costear una película en colaboración con la fábrica de aviones Lockheed Aircraft Corporation. Así surgió *“Four Methods of Flush Riveting”*, la primera película oficial de instrucción para los empleados de la fábrica, un mero experimento para Disney que le serviría para seguir ahondando en este terreno (Vidal, 2006).

Tras ello, Disney se sumergió más de lleno en el mundo de la propaganda de la mano de Grierson, un miembro de la Comisión de la Mesa Nacional de Cine de Canadá y cineasta de documentales. Comienza a efectuar trabajos para Canadá, se trataban de películas de contenido propagandístico que mezclando un tono humorístico y despreocupado con uno más serio y formal intentaba incentivar a los canadienses a la compra de bonos de ahorro. Para las obras empleó a sus personajes más conocidos, haciendo uso de animaciones que habían sido utilizadas para otras escenas incluyéndolas en fondos entornados en Canadá. Se trataba de cuatro filmes con un mismo formato, dos minutos de presentación usando un tono humorístico y un minuto más serio que incluía la propaganda mediante el uso de eslóganes al final de las películas les aportaban un fuerte contenido propagandístico, con las se intentaba convencer a la población canadiense para la adquisición de los bonos de ahorro de forma que también participasen así en la financiación de la guerra. “La primera película se tituló *“The Thrifty Pig”* en la que se empleó animación de *“The Three Little Pigs”*. El filme *“The Seven Wise Dwarfs”* fue el segundo, donde se podía ver la secuencia de la mina de Blancanieves y los siete enanitos. La tercera conocida como *“Donald’s Decision”*, se utilizó escenas de *“Donald’s Better Self”* y tenía como protagonista a el Pato Donald. La última de ellas contó con los personajes más populares de Disney para hacerla conocida más universalmente, es por ello que se tituló *“All Together”*. (87. *La actividad propagandística de Walt Disney durante la Segunda Guerra Mundial*. R. VIDAL). Estos filmes les aportaron nuevos conocimientos y oportunidades a los estudios Disney, despertando el interés de su creador por el cine de animación como medio de educación mirando más allá del entretenimiento.

A partir de este momento, la vinculación del cine de animación de Disney con la propaganda fue extendido a nivel mundial, despertando el interés del gobierno de los Estados Unidos por sus películas de animación que fue bien acogido por Disney ya que permitió mantener su estudio y a los artistas contratados.

4.7.3 Análisis del contenido de las películas Disney durante la Segunda Guerra Mundial

Basándonos en estudios de contenido de la generalidad de trabajos filmicos que Walt Disney llevo a cabo durante la Segunda Guerra Mundial, podemos destacar los sientes datos:

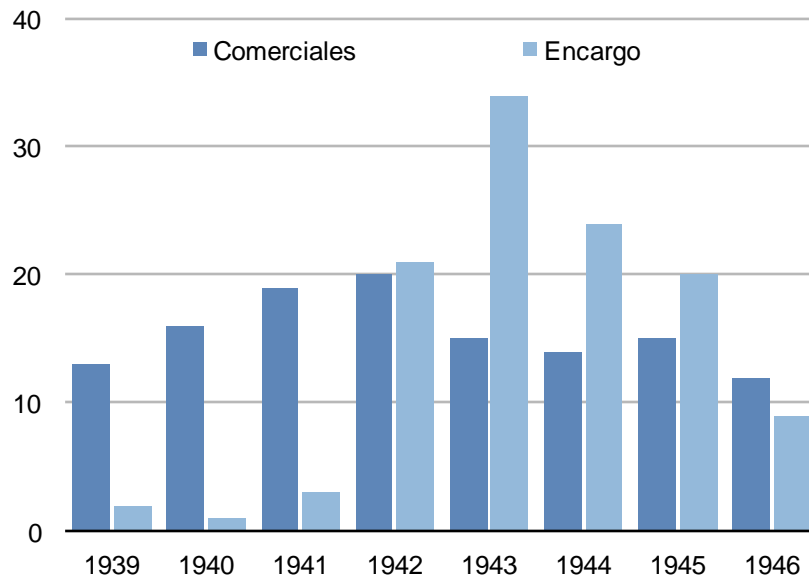
- El total de la producción anual que durante el periodo que comprende la Segunda Guerra Mundial Disney elaboró; diferenciando entre las películas que se realizaban por petición de empresas públicas o privadas cuya finalidad era publicitaria o propagandística de aquellas que realizaban con objetivo puramente comercial para salas convencionales. (Vidal, 2006).

Tabla I: Total de producción anual de Walt Disney en la Segunda Guerra Mundial

Año	Comerciales	Encargo	Total
1939	13	2	15
1940	16	1	17
1941	19	3	22
1942	20	21	41
1943	15	34	49
1944	14	24	38
1945	15	20	35
1946	12	9	21

(258-259. *La actividad propagandística de Walt Disney durante la Segunda Guerra Mundial.* R. VIDAL)

Gráfico I: Total de producción anual de Walt Disney en la Segunda Guerra Mundial



Fuente: Libro *La actividad propagandística de Walt Disney durante la Segunda Guerra Mundial*

El estudio está comprendido desde 1939, año de inicio de la guerra, hasta 1946, un año más tarde del final de esta. Esto se debe a que las repercusiones de sus películas perduraron en el tiempo una vez finalizada la contienda. Como se puede observar, el año en el que hubo más producción fue en 1943, año de gran compromiso de la industria cinematográfica norteamericana con la propaganda, alcanzando un total de 49 trabajos. Por otro lado, en todos los años se puede ver como las películas por encargo superan a las comerciales, alcanzando estas últimas cifras mínimas en 1940 con una sola película de este tipo.

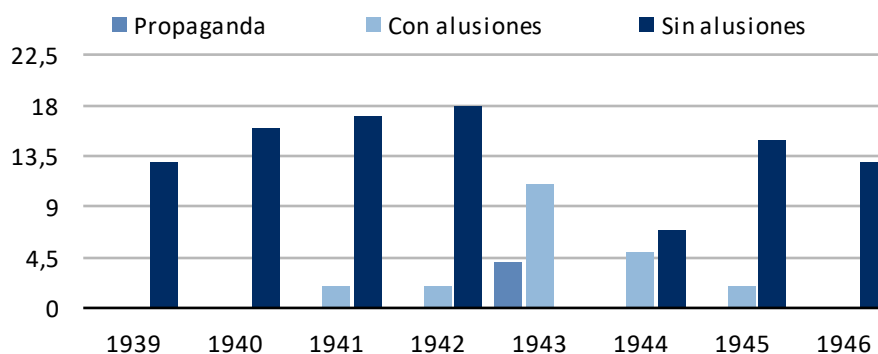
- El grado de implicación que mostraban las películas comerciales durante el conflicto bélico, destacando tres categorías principales: propaganda de forma directa, con alusiones al momento histórico vivido o sin ningún tipo de alusiones ni compromisos con la guerra, es decir, simplemente entretenimiento (Vidal, 2006).

Tabla II: Grado de implicación de las películas comerciales de Walt Disney en la Segunda Guerra Mundial

Año	Propaganda	Con Alusiones	Sin alusiones
1939	0	0	13
1940	0	0	16
1941	0	2	17
1942	0	2	18
1943	4	11	0
1944	0	5	7
1945	0	2	15
1946	0	0	13

(259-260. *La actividad propagandística de Walt Disney durante la Segunda Guerra Mundial*. R. VIDAL

Gráfico II: Grado de implicación de las películas comerciales de Walt Disney en la Segunda Guerra Mundial



Fuente: Libro La actividad propagandística de Walt Disney durante la Segunda Guerra Mundial

El periodo que ocupa es el mismo que el del estudio anterior, 1939-1946. Como se puede observar, en líneas generales, las películas comerciales no solían ser propagandísticas, solo en 1943 es cuando se pueden ver cifras mayores siendo cuatro películas con propaganda directa y once con alusiones al momento histórico.

- Por último, la tipología de los filmes que realizaba por encargo de entidades privadas, donde diferenciamos entre aquellas que eran de entrenamiento, de formación con contenido sanitario o de contenido propagandístico para provocar

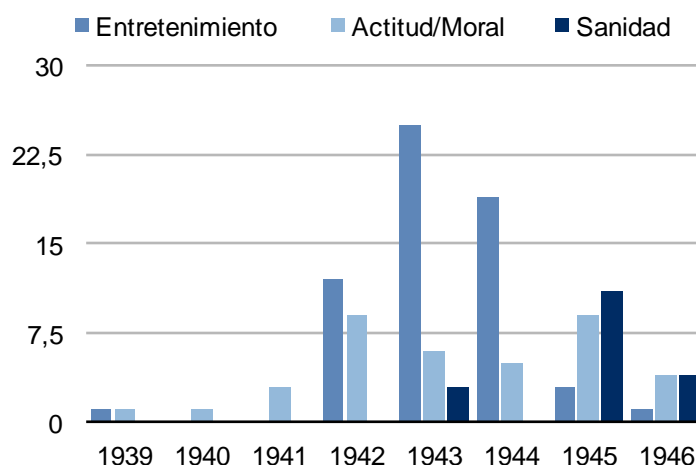
un cambio de actitud y moral. (257. *La actividad propagandística de Walt Disney durante la Segunda Guerra Mundial*)

Tabla III: Tipología de las películas realizadas por Walt Disney para empresas privadas en la Segunda Guerra Mundial

Año	Entretenimiento	Actitud/Moral	Sanidad
1939	1	1	0
1940	0	1	0
1941	0	3	0
1942	12	9	0
1943	25	6	3
1944	19	5	0
1945	3	9	11
1946	1	4	4

(261. *La actividad propagandística de Walt Disney durante la Segunda Guerra Mundial*. R. VIDAL)

Gráfico III: Tipología de las películas realizadas por Walt Disney para empresas privadas en la Segunda Guerra Mundial



Fuente: Libro La actividad propagandística de Walt Disney durante la Segunda Guerra Mundial

El periodo que abarca este estudio es de 1939 a 1946, y en él se muestra cómo los años 1942, 1943 y 1944 son en los que más encargos de películas de entretenimiento se realizan, mientras que del resto de temas como el cambio de actitud y moral se mantiene constante casi todos los años exceptuando los dos primeros por ser el comienzo de la guerra, y los de sanidad aumentan sus cifras en la recta final del conflicto.

4.7.4 Disney tras el conflicto

Una vez finalizado el conflicto, la situación económica que caracterizaba a la industria del cine norteamericana sirvió de impulso para Walt Disney y se lanzó a la creación de su primer largometraje con actores, es decir en vivo, para lo que aprovechó el *Baby Boom* surgido en los Estados Unidos tras la guerra. Todo ello le permitió tanto a él como a su equipo destapar su lado más creativo y experimentar en el mundo de las películas en vivo, el cine de animación y los documentales de naturaleza que caracterizarían a la industria cinematográfica de los años 50 en los Estados Unidos.

Cabe destacar el hecho de que una vez el conflicto llega a su fin, los dibujos animados pierden la importancia que tenían, empiezan a resultar embarazosos. Empiezan a establecerse relaciones comerciales, como por ejemplo entre Estados Unidos y Japón, por lo que se evita el uso de cualquier estereotipo para no perjudicar su actividad comercial.

5. Hipótesis

La hipótesis de la que se parte sirve como punto de inicio para la investigación. A través de ellas se pretende llegar a una conclusión esclarecedora que confirme lo planteado inicialmente o, por el contrario, lo desmienta.

Por lo tanto, la hipótesis de partida es la idea de que las grandes empresas cinematográficas del momento, en este caso concreto Walt Disney, estaban al servicio del gobierno norteamericano durante el conflicto bélico de la Segunda Guerra Mundial, en su lucha contra las potencias que constituían el bando beligerante, el Eje, pero principalmente contra el régimen nazi. Conjuntamente, la aplicación y estructuración de procedimientos persuasivos que ayudan a conseguir los objetivos fijados. Además del poder persuasivo y adoctrinador de la industria cinematográfica infantil sobre el público adulto e infantil.

6. Metodología

La metodología utilizada para la investigación está basada en un estudio de diferentes casos de obras audiovisuales a través de métodos de revisión bibliográfica. Dará como resultado un estudio de tipo cualitativo, tratando de satisfacer las respuestas a todas las preguntas planteadas de una forma más subjetiva que objetiva. Las fuentes utilizadas para el estudio son secundarias, sacadas a partir de una información primaria sintetizada y reorganizada.

El contenido utilizado data principalmente entre los años que comprenden el conflicto de la Segunda Guerra Mundial, 1939 hasta 1946, aunque la guerra finaliza en 1945, las repercusiones de la filmografía utilizada para el conflicto bélico se extienden hasta 1946.

El estudio se basa en obras audiovisuales de animación producidas por una de las grandes compañías del momento; Walt Disney Studio, donde se muestra a la perfección las técnicas y tácticas utilizadas para llegar a su cometido principal. Como base principal de referencia hemos tomado el estudio realizado por Rodolfo Vidal González en su libro *“La actividad propagandística de Walt Disney durante la Segunda Guerra Mundial”*. Los cortometrajes escogidos son *“Education for death”*, *“Der Fuehrer’s Face”*, *“Spirit of ’43”* y *“Commando Duck”*.

Para un pautado, ordenado y correcto análisis del contenido se va a utilizar el siguiente esquema:

- Ficha técnica
- Temas
- Resumen de la trama
- Estructura narrativa
- Personajes
- Análisis de la imagen
- Análisis del sonido
- Uso de reglas y procedimientos específicos de la propaganda
- Simbología significativa
- Valoración

7. Análisis práctico

7.1 Education for death (Enseñanza para la muerte)

Ficha técnica

Título original: Education for Death: The Making of the Nazi
(Enseñanza para la muerte: la formación de un nazi)

Productor: Walt Disney

Director: Gerry Geronimi

Guionista (el guión se basa en el utilizado en el libro con el mismo nombre escrito por Gregor Ziemer)

Estreno: 15 enero de 1943

Duración: 10 minutos

Música: Oliver Wallace

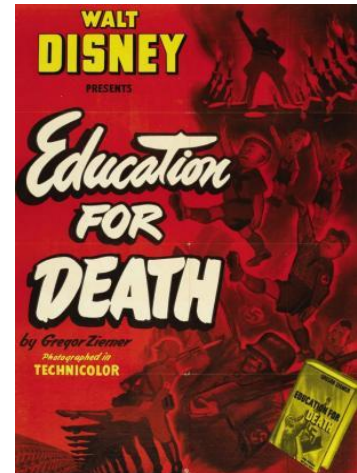


Imagen 1: Portada de la película Education for death, 1943

Temas

Adoctrinamiento educativo a los niños de la Alemania Nazi, superioridad de Hitler y de la raza aria.

Resumen de la trama

El cortometraje se basa en la representación de la educación que recibe un niño y sus compañeros de clase a lo largo de su vida para acabar formando parte del ejército y de la lucha de su país. Las mentes de los niños son manipuladas y programadas para actuar sin voluntad propia y dedicarse exclusivamente a servir a la causa. Tanto el líder carismático Hitler como Alemania, son representados en una fábula dotándole de un carácter cómico y personificando al país en una mujer con rasgos característicos de los habitantes del país con aspecto ridículo.

Estructura narrativa

En el corto podemos apreciar la división en las siguientes escenas:

- Presentación a la explicación de lo que en el cortometraje definen como “proceso de creación de un nazi”
- La historia comienza con un matrimonio que acude al registro a presentar a su hijo recién nacido. Una vez allí se deciden por la elección de un nombre, el cual no debe estar en la lista de nombre prohibidos donde se encuentran nombre de figuras destacadas de los Estados Unidos, se deciden por llamarlo Hans. Se les hace entrega de un documento hereditario donde se le sugiere que puede inscribir a

doce hijos más. Finalmente, como recompensa se le hace entrega de un libro representativo en el imperio nazi “*Mein Kampf*”.

- Comienza la explicación del proceso de educación de los que ellos conocen como niños de Hitler y se hace a través de la adaptación del cuento de “La Bella Durmiente”, en el que los personajes son una bruja llamada Democracia, el heroico caballero representado por Hitler y la princesa del cuento llamada Germania y representada por una joven con un aspecto burlón y cómico.
- En dicho cuento la malvada Democracia hechiza a la princesa, tras lo que aparece el heroico caballero Hitler, para derrotar a Democracia y salvar a la bella Germania y llevársela junto a él.
- Tras ello, aparece un grupo de niños en clase, entre los que se encuentra Hans, haciendo el saludo oficial del régimen nazi ante un cuadro de Hitler ataviado como un heroico caballero.
- En el interior de una habitación aparece Hans enfermo en una cama con su madre a su lado que lo cuida. Ante ellos aparece un soldado nazi que duramente ordena a la madre que deje de mirarlo y que se recupere pronto o tendrán que llevárselo y hacerle desaparecer.
- Hans, ya recuperado, vuelve a aparecer en una clase de la escuela con el resto de alumnos haciendo el saludo oficial nazi ante una imagen de Hitler y recitar el juramento de obediencia y fidelidad al régimen. En la clase también hay cuadros con la fotografía de Goering y Goebbels, figuras destacables del estado ario.
- La clase da comienzo y el profesor inicia la lección en la que mediante la metáfora de un zorro que persigue una liebre la cual en un principio intenta escapar, pero finalmente es devorada por el zorro. El profesor pregunta que es lo que han aprendido los niños con esta moraleja, y ante la respuesta errónea de Hans, lo castiga enviándolo a un rincón y ridiculizándolo antes sus compañeros, el resto de niños responden de forma correcta lo que conlleva una expresión satisfactoria de la cara de Hitler que está en el cuadro que encabeza la clase.
- A continuación, se muestra imágenes de soldados con armas y antorchas encendidas que simulan la guerra.
- Para finalizar el corto y con ello en proceso educativo de los niños, estos aparecen ya siendo adultos marchando y jurando lealtad a Hitler y al régimen nazi.

La estructura narrativa sigue un orden lineal y lógico mediante el que se cuenta la historia:

La introducción corresponde con la presentación del personaje, el contexto en el que se encuentra y el inicio del proceso educativo de los niños de la Alemania Nazi.

El desarrollo se basa en exposición y explicación detallada del proceso educativo de los niños de Hitler en las escuelas del país y el tipo de enseñanza utilizada.

El desenlace del cortometraje coincide con el final del proceso educativo de los alumnos con un resultado satisfactorio en su enseñanza ya que finalmente estos niños, ya convertido en hombres marchan a la lucha junto al resto de militares del ejército nazi.

El narrador de la historia es omnisciente ya que no aparece en ningún momento, pero conoce al por menor todos los detalles e incluso los pensamientos más íntimos de

los personajes. Nos va narrando lo que está pasando en el momento y sabe lo que va a suceder en el futuro.

Personajes

Protagonista

El papel de protagonista recae sobre Hans, un niño alemán, al que tras sus padres inscribirlos en el registro civil alemán, es obligado a recibir una educación instructiva para formar parte del régimen nazi. A pesar de mostrar rasgos físicos propios y valorados en la raza aria, su comportamiento es totalmente distinto al de este tipo de sociedad, en un principio se muestra tímido y contrario a los pensamientos dominantes en la casta aria.

Personajes secundarios

- Entre los personajes secundarios encontramos a los padres de Hans, tanto su madre como su padre están sometidos a las exigencias del régimen nazi y a la presión de seguir teniendo hijos desde el momento en el que el soldado alemán del registro se lo sugiere.
- Hitler y el resto de representantes del régimen nazi como son Goering y Goebbels, representados a través de imágenes caricaturescas en fotografías, forman partes de este elenco. En estas caricaturas se les muestra de forma risible y burlesca, resaltando características poco favorecedoras.
- Los personajes del cuento de “La Bella Durmiente”, también son personajes secundarios, la bruja Democracia, la princesa Germania, representada cómicamente como una mujer de cabellos rubios y largos, complexión gruesa, piel blanca, nariz grande, mejillas coloradas y con adicción a la cerveza, con lo que se pretende ridiculizar a los alemanes arios con estas características, y al heroico caballero Hitler, ya mencionado anteriormente.



*Imagen II: Imagen de la película
Education for death, 1943*

Análisis de la imagen

- Planos

En este cortometraje los planos cobran una gran importancia a la hora de mostrar ciertas situaciones y crear distintas atmosferas y climas.

Abundan los contrapicados para así enfatizar la superioridad y el poder de los miembros del estado nazi como el profesor de la escuela de enseñanza o el soldado que acude a la casa de los padres de Hans, mientras que los ciudadanos y los padres aparecen generalmente en planos picados para acentuar lo indefensos o débiles que son frente a ellos.



*Imagen III: Imagen de la película
Education for death, 1943*

En las tres partes, tanto en la introducción, el desarrollo como en el desenlace, vemos que el plano que predomina es el general, donde se permite una visión amplia y desarrollada del contexto, para mostrar la totalidad de elementos que se quieren destacar por ser representativos en la historia y transmitir sensación de adoctrinamiento, pobreza, guerra, etc. otros planos característicos son los primeros planos de ciertos elementos como la entrega del “*Mein Kampf*”, la medicina del protagonista o las fotografías de las figuras autoritarias, que sirven para mostrar cercanía, profundizar en la idea y crear empatía con el espectador.



*Imagen IV: Imagen de la película
Education for death, 1943*

- Sombras

Es importante el empleo de las sombras, estas se usan para agrandar las figuras de los soldados o miembros del régimen nazi. Cuando estas se reflejan en las paredes, como por ejemplo en el registro civil, donde podemos ver la figura del soldado mucho más grande o amenazante en contraste con la de los padres del protagonista: también vemos este ejemplo en el momento en el que el soldado va a advertir a la madre de que si su hijo no mejora el estado se lo llevará, para de igual forma enfatizar el poder de los militares y en general del imperio alemán nazi.



*Imagen V: Imagen de la película
Education for death, 1943*

También se utilizan para crear zonas oscuras en los soldados que marchan a la lucha y en algunos miembros del estado, para así conseguir que no se aprecien los rasgos faciales consiguiendo deshumanizar la figura de estos, arrebatándoles la personalidad y dando aspecto tenebroso logrando que todos ellos sean figuras del régimen de igual forma, sin ningún tipo de distinciones.

- Color e iluminación

La elección cromática y el uso correcto de la iluminación ayudan al emisor a transmitir el mensaje de forma correcta y eficaz. Se pretende comunicar un mensaje desolador, un entorno oscuro y pobre, donde persiste la tristeza, el adoctrinamiento continuo a los jóvenes alemanes por parte del régimen nazi. Por todo ello es que en la gran mayoría del cortometraje se utilizan tonos oscuros y apagados, mostrando una atmósfera tenue y lúgubre.

En las dos primeras partes abundan los colores grises, negros, rojos, verdes y azules oscuros, sin ningún tipo de brillo. Encontramos una excepción en el momento de la representación del cuento de “La Bella Durmiente” donde en oposición, aparecen colores más vivos y brillantes como el rojo, el verde de los árboles o el azul en el vestuario de uno de los personajes, esto se debe a que se ha querido mostrar de forma más divertida y distraída, haciendo un receso en el clima sombrío creado en la realidad exterior.

En la parte final de la historia, los colores siguen siendo oscuros, pero a su vez muchos más intensos. El negro del fondo de las escenas, el rojo intenso del cielo, el gris de las nubes que cubren el cielo, el naranja del fuego de las antorchas, ayudan a dar intensidad y generar un fuerte dramatismo.



*Imagen VI: Imagen de la película
Education for death, 1943*

En lo referido a la iluminación, debido a la intención de crear un clima triste y opaco, no se utiliza, es casi inexistente, excepto en la escena del cuento y en la escena final donde se utiliza para dar intensidad a los tonos oscuros que se utilizan.

- Decorado y vestuario

Ambos elementos, tanto la decoración utilizada como el vestuario elegido por el emisor, forman parte de un todo que sigue en consonancia con el resto de los recursos utilizados.

En primer lugar, los niños de la escuela que reciben la educación propia de la Alemania del momento, cuando comienzan el proceso educativo visten con un uniforme de peto marrón con pantalón corto y camisa azul claro de mangas cortas, una vez ya avanzado en la enseñanza visten pantalones marrones oscuros y camisa verde militar. Los colores que presenta tanto el primer uniforme como el segundo, se acercan a los tonos de los utilizados por los militares nazis, adelantando en cierta forma el color que llevarán posteriormente una vez finalizado el proceso educativo.

Los padres visten prendas típicas de la época, humilde y sencilla, con colores sombríos como verde oscuro y marrón. Ello le sirve para seguir creando ese halo de tristeza que caracteriza al corto y generar la sensación de pobreza, lo que ayuda también a resaltar el contraste entre la inferioridad de los padres de Hans y los soldados nazis cuyos uniformes se encuentran más recargados.

Los soldados nazis se encuentran ataviados con el uniforme propio del régimen, utilizando un color verde militar en una variante oscura tanto para el pantalón como para la chaqueta y la camisa. La esvástica, principal simbología nazi, se encuentra presente en varios elementos de su vestuario, como la gorra, el casco o el brazalete.

Los personajes que forman el cuento de “La Bella Durmiente” llevan un atuendo muy característico que les hace encajar con el personaje que representan. La bruja lleva túnica oscura que le da un aspecto tenebroso, la princesa viste con un camisón azul claro que les hace resaltar su figura y sus rasgos corporales, y el heroico caballero viste una armadura propia de los caballeros de la época medieval.

En el decorado de las diferentes escenas, la simbología nazi sigue estando presente, pero en menor medida que el cortometraje anterior. No resalta por su recargamiento, ya que se muestran interiores simples, con la elección cuidada de los elementos que se exhiben.

Análisis del sonido

- Banda sonora

En el análisis de la composición musical utilizada, vemos como se utiliza una única canción que aparece en distintos momentos del cortometraje. Se trata de una composición clásica creada por Wagner, compositor afín al régimen nazi, y titulada “*La Cabalgata de las Valquirias*”, y la podemos escuchar en el momento de la moraleja del cuento, en el momento de marcha de los militares del ejército nazi, en el momento de la enseñanza con la metáfora del conejo y el zorro, y en el momento de presentación del libro en el que se basa el cortometraje.

- Efectos sonoros

Los efectos sonoros son un gran recurso que se emplean para poner énfasis en el momento y clima que se vive. En este caso, se emplean sonidos graves, ruidosos y de gran estruendo para las escenas de lucha con lo que se quiere generar y transmitir el terror y la tensión propugnadas por ejército nazi.

Por otro lado, algunos de estos efectos son utilizados para reforzar ciertas acciones y generar más sensaciones, como por ejemplo en los destellos que aparecen en el campo de batalla mientras las bombas caen, en el momento en el que el militar nazi golpea la puerta de la habitación de Hans, para crear un clima de tensión.

- Dialogo

En el desarrollo de la historia, encontramos dos tipos de diálogos; por un lado, el establecido entre los personajes, los cuales presentan un dialecto alemán, con su léxico y acento característico, un acento rudo y grave por parte de los militares y más suave y leve por parte de los niños y los padres de Hans.

Por otro lado, el narrador, una voz masculina adulta con un dialogo totalmente opuesto. Narra la historia en inglés con un acento americano bastante marcado. Tiene un papel bastante crítico, narra la historia y los diferentes acontecimientos empleando la ironía y el sarcasmo.

Uso de reglas y procedimientos específicos de la propaganda

Esta producción filmica pretende conseguir unos efectos persuasivos de gran magnitud en los espectadores, por lo que la dimensión propagandística adquiere una elevada importancia.

En primer lugar, se observa el uso de estereotipos que recaen principalmente sobre la población nazi y sus soldados, y que, sirven a la hora de conducir las mentes de los espectadores hacia ciertos pensamientos e inclinaciones.

La selección de datos significativos e importantes que resulten adecuados para explicar al receptor los fines propuestos como es por ejemplo el proceso de adoctrinamiento de los militares nazis, excluyendo aquellos detalles que pueden dificultar el logro de su cometido.

Simbología significativa

Este cortometraje es uno de los más crueles y críticos contra el nazismo entre los producidos por Walt Disney en el periodo bélico, por lo que ejerce una fuerte persuasión en la mente de los destinatarios. El uso de la inocencia de la niñez en un contexto de guerra y violencia, es usado como una potente arma propagandística.

- El uso repetitivo de metáforas, como la del cuento de “La Bella Durmiente”, donde la Democracia se representa como una bruja “maléfica” y a Hitler como un “apuesto” caballero, con aspecto cómico debido a su estatura y complexión física, al igual que la “bella” princesa Alemania, en representación al país, Alemania. En ella, se hace una representación del punto de vista de la sociedad alemana donde el sistema democrático no es aceptado y ven a Hitler y su país como personajes

de cuento, apuestos y heroicos. Se hace en modo de burla y con intención de ridiculizar ese tipo de pensamientos. También encontramos la metáfora del conejo en representación a América y el zorro al imperio nazi, para mostrar la supuesta superioridad del régimen nazi sobre Norteamérica que la población alemana cree tener y el objetivo de establecerse como principal potencia para así poder vencer al resto de potencias.

- Empleo de simbología bélica a lo largo del cortometraje y de elementos propios de la guerra. Las esvásticas están expuestas en las diferentes escenas del cortometraje, desde los uniformes militares, hasta las paredes y cortinas de las diferentes estancias. Además, las espadas y las armas que acompañan a los soldados a la lucha. Existen algunos elementos bélicos que se encuentran encubiertos y se muestran indirectamente, por ejemplo, el fuego que hace arder las iglesias, el de las antorchas, la quema de libros significativos en la sociedad americana, representa la lucha, el enfrentamiento y la violencia.
- El control y adoctrinamiento por parte del régimen nazi hacia sus soldados, controlando sus pensamientos, sus palabras y en general, la decisión de actuar por propia voluntad.
- El registro como símbolo de la grandeza y ostentación que los nazis le dan a Alemania, es un entorno gigantesco con un gran equilibrio visual donde vemos a unas personas diminutas lo que le ayuda a transmitir la inseguridad de los padres de Hans, y para más énfasis, la posición del soldado al cargo del registro ya que está en una gran mesa en un lugar mucho más elevado que ellos. A ello le añadimos el hecho de que el soldado le sugiera a los padres tener doce hijos más, con lo que se quiere mostrar la falta de soldados en su ejército hasta el punto de querer que sus ciudadanos tengan una cantidad desmedida de hijos.
- Referencia final a la muerte, expuesto mediante la imagen de los soldados que marchan a la guerra que acaban transformados en tumbas. Con lo que quiere enfatizar el destino final de dichos soldados.

Valoración

El conjunto de elementos utilizados por parte de Disney le ayuda a mostrar de forma abierta el objetivo propagandístico que tiene el cortometraje, utilizando un tono cínico y sarcástico.

En esta producción, los personajes son mucho más realista, en pocas ocasiones los personajes parecen de forma ridícula, con lo que claramente se deja ver la dureza y crueldad que en todo momento ha querido transmitir.

El uso de metáforas le ayuda a que el mensaje sea mucho más visual y atractivo para el público más joven con el objetivo de ejercer un efecto persuasivo sobre él. Con esto último se deja al descubierto las intenciones del emisor, ya que Disney realiza este cortometraje como crítica al proceso educativo de adoctrinamiento que sufren los niños de la Alemania nazi, sin embargo, él realiza la misma labor a través de este corto de animación dirigido hacia los más pequeños.

7.2 Der Fuehrer's Face (El rostro del Fuehrer)

Ficha técnica

Título original: Donald Duck: Der Fuehrer's Face

Productor: Walt Disney

Director: Jack Kinney

Guionista: Dick Huemmer, Joe Grant

Fecha de estreno: 1 enero 1943

Duración 8 minutos

Música: Oliver Wallace

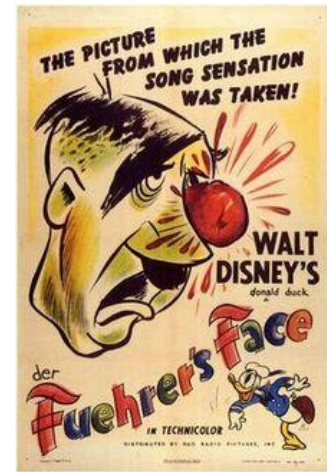


Imagen VII: Portada de la película *Der Fuehrer's Face*, 1943

Temas

El tema principal que más destaca es la crítica y mofa al régimen Nazi. Otros temas relevantes son el patriotismo americano, la producción industrial bélica, el sometimiento y subordinación, y el odio hacia las potencias enemigas, el Eje.

Resumen de la trama

La trama se centra en la forma de trabajo del régimen Nazi, haciendo énfasis en la explotación que sufren sus trabajadores, la presión a la que están sometidos y el continuo adoctrinamiento que se les impone. Se hace de forma crítica y ridícula hacia este tipo de régimen, sobre todo hacia su máximo representante, Hitler, y en menor medida hacia los representantes del resto de potencias del Eje. La finalidad es la de desprestigiar siempre al enemigo ante los espectadores y exaltar el patriotismo americano. El protagonista tras una dura jornada laboral en una fábrica de producción de armas alemana, despierta aliviado al ver que todo había sido un sueño y sigue estando en América, expresando el orgullo que siente de ser ciudadano de los Estados Unidos.

Estructura narrativa

El corto se divide principalmente en las siguientes escenas:

- En primer momento vemos aparecer una orquesta compuesta por cinco integrantes, oficiales del Eje, que marchan al ritmo de la canción “*Der Fuehrer Face*” y de sus instrumentos.
- Tras ello aparece el Pato Donald en su cama, es obligado a despertarse, y cuando lo hace se encuentra en la Alemania Nazi. Se viste con el uniforme Nazi y toma su desayuno para disponerse a trabajar.

- Los integrantes de la orquesta dirigen el pato hacia el lugar de trabajo, una fábrica de proyectiles de la industria alemana.
- Una vez dentro de la fábrica, Donald realiza la labor de ensamblar cabezas de balas y bombas siempre a un ritmo rápido y contante.
- Tras un periodo trabajado, se invita a personaje a unas vacaciones ficticias que consisten en un fondo decorado al aire libre con naturaleza y montañas.
- Vuelve al trabajo que se torna más rápido y duro, aumenta la producción y la presión a la que está sometido hasta el punto en el que empieza a desvariar y sufrir alucinaciones.
- A continuación, Donald despierta en su cama y se da cuenta de que todo había sido un mal sueño y que continúa en los Estados Unidos, mostrando su alegría al abrazar la Estatua de la Libertad.
- Para finalizar, aparece la cara de Hitler que recibe un tomatazo por parte del Pato Donald para concluir con el título "*The End*".

Podemos destacar tres partes principales en la estructura narrativa de la producción fílmica que sigue un orden lineal y lógico en su desarrollo:

La introducción en la que se realiza una presentación de la Alemania Nazi y del tipo de régimen que había impuesto. Se explica la situación que se vive en el momento, racionamiento y carencia de alimentos, y se presenta al protagonista.

El desarrollo o nudo se basa en exposición del momento de trabajo forzado para Hitler en la fábrica de proyectiles.

El desenlace que coincide con el final del corto donde el protagonista se despierta de la pesadilla ya en su habitación de América, sintiendo orgullo de ser americano.

La historia se narra desde un punto de vista omnipresente, lo que quiere decir que los espectadores están presentes en todo momento en la historia que se está desarrollando, desde el principio de sigue la jornada laboral del protagonista hasta el final. En cuanto al personaje que relata el cortometraje, se trata de un narrador omnisciente, lo hace desde la tercera persona y conoce todos los detalles de lo que está sucediendo, así como los pensamientos de los personajes.

Personajes

Protagonista

El protagonista de la historia es un célebre personaje creado por Walt Disney muy presente en sus producciones. Se trata del Pato Donald, representado por un personaje del género animal, un pato. La elección de este personaje se debe a su carácter irritable e irascible, lo que les supone a los creativos una facilidad a la hora de encuadrarlo en una personalidad nazi. En primer momento se le presenta como un soldado del régimen nazi que es obligado a trabajar, sin disfrute alguno, pero que cuando descubre que sigue siendo un ciudadano americano se muestra orgulloso de ello.

Personajes secundarios

- Los componentes de la orquesta; un grupo de cinco soldados ataviados con uniformes militares nazis que tocan distintos instrumentos:
 - El primero de ellos que va a la cabeza del grupo es un alemán muy alto y delgado que va tocando la trompa, presenta una postura arqueada y rasgos faciales prominentes, boca y nariz grande, a modo de burla.
 - El segundo personaje en un primer momento parece ser alemán por llevar puesto el uniforme nazi y taparle el casco su cara, pero más tarde la muestra para dejar ver que se trata de Hirohito, líder del imperio japonés que forma parte de las potencias enemigas. Va tocando el trombón y se le representa físicamente como bajo y rechoncho, con facciones grandes y unas gafas enormes y ridículas, con ello se pretende enfatizar su aspecto cómico y ridiculizarlo.
 - En tercer lugar, vemos a un alemán grande y robusto cuya cara va tapada completamente por su casco. Se encuentra tocando un pequeño tambor que parece ridículo a su lado. Sus características corporales como su gran trasero y barriga lo hacen parecer risible.
 - El siguiente hombre es un alemán con pose afeminada, alto y gordo que toca la flauta travesera. Por sus poses como el movimiento de sus caderas y su comportamiento afeminado lo convierte en un ser cómico.
 - El último de ellos, se oculta tras un bombo, pero al mostrar su cara se puede apreciar que se trata de Mussolini, líder de Italia, otras de las potencias enemigas. Muestra características propias del líder real. Al igual que el resto de personaje aparece con un aspecto ridículo. El hecho de situarlo al final del grupo y estar llevando un bombo mucho más grande que él denota la intención de empequeñecerlo frente al resto de integrantes y quitarle poder.



*Imagen VIII: Imagen de la película
Der Fuehrer's Face, 1943*

- Los capataces de la fábrica que obligan al Pato Donald a trabajar. No se muestran completamente ya que solo aparecen sus brazos y manos o a través de diferentes objetos como espadas, megáfonos, etc.

- Hitler, el líder del régimen Nazi, que aparece al final de la película para recibir un tomatazo por parte del Pato Donald, ridiculizando su persona. Además, aparece en repetidas ocasiones su imagen en cuadros y fotografías, por lo que su figura está presente en la mayoría de la historia.

Análisis de la imagen

- Planos

Los planos se caracterizan por su poca variedad y por su larga duración, es decir planos sintéticos, es decir simples e individuales que muestran visualmente lo que se oye sin necesidad de presentar conexión entre el resto de planos. La mayor parte de los planos son generales con la finalidad de que además de ver al personaje y la acción que realiza, se preste atención al escenario que se encuentra repletos de elementos en contra del régimen nazi.

En la primera parte al tratarse de una escena descriptiva la mayor parte de los planos son generales donde se muestra la generalidad de los elementos que componen el plano, como la habitación en Alemania de Donald, y que nos sirven para situarnos. El resto de planos son primeros planos y planos detalles para focalizar en ciertos elementos con relevancia como los miembros de la orquesta, el reloj de cuco, el reloj despertador, el gallo, el desayuno del Pato Donald, los cuadros de los representantes de las potencias del Eje. En el momento que aparece el protagonista el plano se reduce mostrando una imagen más cercana para comprender la situación y sentimientos del personaje.



*Imagen IX: Imagen de la película
Der Fuehrer's Face, 1943*

En la siguiente parte continuamos viendo planos generales, pero en menor medida, se utilizan para la presentación de las industrias armamentística alemana, de la fábrica en la que trabaja Donald y del escenario con el fondo en el que se realizan las vacaciones ficticias. Los planos medios y americanos son los más abundantes en el momento en el que el protagonista realiza la jornada laboral. Los planos detalles se utilizan para mostrar las bombas y las balas con las que trabaja Donald.

En la tercera parte la mayor parte se realiza en un plano general de la habitación, en este caso ya en Estados Unidos, del Pato Donald. Con ello se pretende al igual que con la primera escena, describir el entorno del protagonista y les sirve para hacer una comparación con la habitación en la que se encontraba al principio. Existe la excepción de un primer plano muy estudiado para mostrar cercanía en el momento en el que Donald abraza a la Estatua de la Libertad.

- Color e iluminación

Encontramos diferencias apreciables entre las distintas partes que componen la producción filmica en cuanto a colores e iluminación se refiere. La primera escena abunda los colores blancos y grisáceos que junto al color marrón de uniformes nazis militares denotan tristeza y frialdad. Los colores oscuros se utilizan para crear una atmosfera sobria y pesimista en la segunda escena. En la segunda escena encontramos colores como el rojo del cielo y de algunos elementos de la fábrica se relaciona con el color de la sangre y la violencia, y sirve para crear un ambiente de tensión. El gris está presente en el interior de la fábrica denota frialdad y ausencia de trato humano. Vemos verde y rojo utilizado en las bombas y misiles, y en las alucinaciones que tiene Donald se usa transmitir locura y perdida de la mente. En la escena final vemos un gran contraste en los colores utilizados con respecto al resto de escenas, son mucho más vivos y alegres, destacando el azul, el rojo y el blanco, colores de la bandera estadounidense.



*Imágenes X, XI: Imágenes de la película
Der Fuehrer's Face, 1943*

En cuanto a la iluminación destacamos la falta de iluminación en la segunda escena que junto a los colores oscuros crean una atmosfera pesimista. La primera escena tiene una iluminación neutra ya que se trata de una escena descriptiva. La iluminación da giro total en la última escena donde se vuelve abundante para dar más viveza a los colores y transmitir sensación de tranquilidad y alegría.

- Decorado y vestuario

El decorado de las escenas destaca por el recargamiento de simbología nazi. En las dos primeras escenas la simbología nazi como las esvásticas y la imagen de Hitler están presente en todos lados, desde la forma más directa como en cuadros y fotografías hasta la más indirecta como el cuco del reloj con similitudes al líder ario o la forma de las casas de los militares nazis. La simbología americana destaca en la escena final, hay una acumulación de simbología norteamericana como el estampado de estrellas en la pared y las cortinas de la habitación de Donald o la estatuilla de la Estatua de la Libertad.

El vestuario en un primer momento cuando el personaje se encuentra en la Alemania nazi es el propio de los militares del régimen ario, uniforme oscuro y simple, mientras que en el momento en el que protagonista se despierta siendo americano el vestuario, un pijama se caracteriza por llevar un pantalón de franjas rojas y blancas y una camiseta de estrellas blancas y fondo azul, simulando la bandera de Estados Unidos.

Análisis del sonido

Se utiliza una canción monótona y repetitiva que se usa a modo de himno la cual cantan los miembros de la orquesta. La canción tiene un estribillo pegadizo y representativo “*Ven der Fuehrer says ve iss der Master RACE, Ve Heil! Heil! Right in der Fuehrer’s face*”, el idioma utilizado para este es una mezcla entre el alemán y el inglés utilizando distinto tono dependiendo del personaje que este cantándola, pero en el momento en el que se pronuncia el saludo oficial “*Heil Hitler*”, se utiliza un tono duro y autoritario que simula al utilizado por los alemanes. La intención deseada con la canción es que mediante la repetición de expresiones verbales y la melodía utilizada penetre en la mente del espectador para así ser recordada.

- Efectos de sonido

Los sonidos son utilizados en concordancia con el momento que se desarrolla. En el momento en el que se presentan con más vivacidad y de forma muy consecutiva es en la escena de la fábrica de ensamblaje armamentístico donde trabaja Donald, se usa estruendos, y ruidos fuertes y desagradables para crear un ambiente de crispación y tensión, y simular sensación de locura, agobio y desasosiego. En cambio, para enfatizar el contraste entre la situación que el protagonista sufre en la Alemania nazi y la que finalmente vemos cuando despierta siendo ciudadano norteamericano, en esta última la melodía utilizada es mucho más dulce y armoniosa, plasmando un clima mucho más tranquilo, seguro y confortable. Cabe destacar como ambos efectos van seguido uno del otro en el orden de las escenas para crear una sensación de equilibrio y normalidad tras la ansiedad y malestar precedentes.

- Diálogos

La mayoría de personajes utilizan el léxico propio usado en la Alemania nazi de la época. No se emplea un diálogo abundante más allá de la canción que se canta al principio y el saludo “*Heil Hitler!*” que se repite una y otra vez en el desarrollo de la historia por parte del protagonista, para profundizar en el adoctrinamiento. Los miembros de la orquesta, en su diálogo utilizan tanto el idioma alemán como el inglés siempre para alabar la figura del líder alemán.

El protagonista, el Pato Donald, a pesar de encontrarse en tierras alemanas, sigue mostrando un acento americano y se puede apreciar su característica voz además de expresiones muy utilizadas por él en otras producciones como “*Oh boy, Oh boy, Oh boy*”. En su diálogo, además del saludo ya mencionado anteriormente, destacamos otras frases como “*Am I proud to be a citizen os United States of America*”, referenciando al orgullo que siente el personaje por ser ciudadano estadounidense.

Uso de reglas y procedimientos específicos de la propaganda

En este tipo de producciones se suele utilizar la mentira en modo de deformación con respecto al enemigo. La realidad que envuelve al adversario es deformada en condición de exageración. En este caso vemos como se presenta al régimen nazi en mayor medida y en menor al resto de potencias del Eje, con una realidad deformada y exagerando todo aquello que le rodea.

El uso repetitivo de palabras claves, como “*Heil Hitler!*”, el saludo oficial del estado ario, que crea énfasis y que la idea penetre en la mente del destinatario.

Simbología significativa

En este tipo de producciones bélicas la simbología utilizada tiene un papel muy relevante y significativo ya que se puede utilizar de una forma u otra para llegar a conseguir transmitir la sensación deseada.

- El uso repetitivo de la figura del líder del imperio alemán, la cara de Hitler aparece representada continuamente en cuadros y fotografías de forma más directa pero también la podemos ver su representación de forma más sutil en el cuco del reloj de pared, en la forma de las casas donde viven los militares del ejército nazi, etc.
- La simbología nazi está presente de forma reiterada en diversos elementos como paredes, reloj despertador, uniformes militares e incluso en los bolsillos traseros de dichos uniformes con intención de ridiculizarla.
- Pretenden mostrar un fuerte y continuo adoctrinamiento al que están sometidos los ciudadanos alemanes a través de representaciones como la obligación de realizar el saludo a Hitler de forma agotadora incluso el gallo o la entrega del libro “*Mein Kampf*”, además de la canción la cual resulta instructiva debido a la repetición de elementos.
- La explotación y la pobreza también son remarcadas mediante la jornada laboral de 48 horas, la presión y el volumen de trabajo al que está sometido el protagonista, las vacaciones ficticias que se le ofrecen y el desayuno de este donde se muestra el racionamiento y la falta de alimento ya que Donald guarda en una caja fuerte un grano de café que introduce con una cuerda en su vaso para volverlo a utilizar en el futuro, un frasco con esencia de bacón que echa en su boca o la dureza del pan que corta literalmente con una sierra.
- Las figuras de Hitler y Goebbels son alabadas continuamente, junto con el resto de líderes de las potencias del Eje, Hirohito y Mussolini. En numerosas ocasiones el protagonista los saluda con el saludo oficial nazi e incluso hasta el punto de verse obligado a hacerlo.
- Ridiculización del régimen Nazi y de su máximo representante. Vemos como en varias ocasiones utilizan la similitud en la pronunciación entre “nusty” en inglés que significa lelo y “nazi”, cuando el soldado en varias ocasiones se refiere a los militares alemanes con la expresión de “nusty”. Atribuirle a la Alemania nazi el nombre de “Nustyland”, en referencia al significado anteriormente decíamos que recibía la palabra “nusty”. El momento en el que el Pato Donald arroja un tomate en la cara de Hitler.
- El patriotismo americano, cuando se compara la sombra de Hitler que el protagonista al despertarse en su cama al ver se asusta y descubrir que es la de la Estatua de la Libertad, representando que en América es su único líder y manifestar el orgullo de sentirse americano.

Valoración

La película se utiliza para realizar una fuerte crítica al régimen nazi y a su máximo representante, Hitler. La burla y el sentido cómico que se le atribuye le sirve de ayuda para conseguir el objetivo de desvalorizar al enemigo y subir la moral del propio ejército y de los espectadores. Además, el resto de representantes de potencias del Eje son representados de igual forma, mediante caricaturas que los ridiculizan. Lo que finalmente se pretende es hacer una comparación con la vida y política de los Estados Unidos para resaltar esta frente a la que impera en la Alemania nazi.

7.3 The Spirit of '43 (El espíritu del 43)

Ficha técnica

Título original: The Spirit of '43

Productor: Walt Disney

Director: Jack King

Guionista: Joe Grant

Fecha de estreno: 7 enero 1943

Duración: 6 minutos

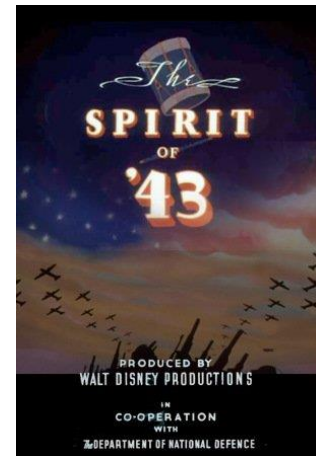


Imagen XII: Portada de la película *The Spirit of '43*, 1943

Temas

Concienciación de la población estadounidense por parte del gobierno para fomentar la participación ciudadana haciéndoles participe en el conflicto. Otros temas relevantes son el patriotismo americano y la producción industrial bélica.

Resumen de la trama

El Pato Donald se debate entre pagar sus impuestos, contribuyendo con ello a que el estado de Norteamérica pueda ganar la guerra, o por el contrario malgastar su dinero en cosas innecesarias, favoreciendo así al imperio nazi. Ambas opciones están personificadas a través de dos personajes, el de personalidad confiada que lo incita a guardar su dinero para hacer frente al pago de impuestos, y el de personalidad egoísta, que lo instiga a malgastar todo aquello que ha ahorrado en malos hábitos.

Estructura narrativa

Dentro de la estructura narrativa que sigue el cortometraje analizado, podemos destacar las siguientes escenas que resultan relevante para el correcto entendimiento de la historia.

- En primer momento aparece el Pato Donald, el cual es sorprendido por la voz del narrador y va portando en sus manos una gran cantidad de billetes, su salario.
- A continuación, aparece la personalidad confiada, que intenta convencer a Donald para que guarde su dinero, y la personalidad egoísta, que lo incita a malgastar su dinero en sitios como clubes y bares. Ambas personalidades son referidas como pensamientos propios de un trabajador estadounidense.
- Tras un momento de indecisión, Donald parece decantarse por el lado del personaje egoísta, pero lo que en realidad hace es golpearlo para deshacerse de él y elegir el bando confiado.
- De esta forma, el Pato Donald paga sus impuestos y comienza la explicación de los fondos a los que van dirigidos los mismos.
- Hacen referencia a que mediante el pago de los impuesto ayuda a mantener las fábricas americanas que se dedican a la creación de armas.
- Las tasas también ayudan a favorecer a la industria aérea.
- El pago de impuestos para destinar su dinero a la industria marina, los barcos y submarinos utilizados en la lucha.
- En definitiva, el narrador concluye haciendo referencia a que las armas son necesarias para vencer al enemigo, conseguir la libertad y que la democracia triunfe finalmente.

El cortometraje está dividido en distintas partes, las cuales se encuentran bien diferenciadas para hacer llegar el mensaje al destinatario de una forma clara y concisa, en este caso el proceso del pago de impuestos y su inversión.

La introducción sirve para mostrar una visión detalladas tanto del personaje que representa al ciudadano estadounidense como de sus pensamientos, representados en dos personalidades.

El desarrollo coincide con el momento de incertidumbre y tensión en el que el personaje presenta dudas sobre cuál va a ser su elección, hasta que finalmente se decanta por uno de los bandos.

A modo de desenlace, encontramos los distintos fines a los que se destinan las tasas pagados por los ciudadanos norteamericanos.

Nos encontramos con un narrador omnisciente, a una voz en off adulta y masculina que tiene conocimiento de todo lo que ocurre y que ejerce el papel de la conciencia o de mentor del Pato Donald ya que en todo momento le advierte e intenta guiar, explicándole lo que sucede cuando realiza el pago de los impuestos y lo que ocurre si no lo hiciese.

Personajes

Protagonistas

El Pato Donald es el protagonista de la historia. Una vez más el popular personaje creado por Walt Disney es el elegido por la productora debido a su resaltable carácter y su universalidad, puesto que es conocido por los espectadores al aparecer en otras producciones con la misma temática.

Personajes secundarios

Existen dos personajes secundarios de gran relevancia en el desarrollo de la película; las personalidades confiada y egoísta personificadas en ciudadanos, los cuales intentan influenciar al Pato Donald:

- Ciudadano confiado es representado a través de un pato, otro famoso personaje de Walt Disney, el cual hace aparición por primera vez en el mundo de la animación, y cuyo nombre es Scrooge McDuck también conocido como el “Tío Gilito”. Aquí lo podemos ver vestido de escocés, con boina y falda y haciendo especial gala de su naturaleza tacaña, intentando hacer que Donald no malgaste sus ahorros y contribuya con el deber nacional de apoyar la lucha del estado norteamericano.



Imagen XIII: Imagen de la película *The Spirit of '43*

Ciudadano egoísta, el que malgasta su dinero. Este segundo personaje se encarna en un pato no conocido con anterioridad, vestido de una forma muy singular debido a que luce una vestimenta típica de los años veinte, con chaqueta, corbata y sombrero. Todo ello se debe a que la forma de vida de esos años era más alegre y despreocupada donde los ciudadanos tenían más poder adquisitivo para gastar en cosas innecesarias y que en la época de guerra era considerado un despilfarro. Asimismo, cabe destacar, que a veces este personaje lleva un bigote reconocible en la figura de Hitler, tratando de asociar a que malgastar el dinero, es ayudar al enemigo, como referencia varias veces en la película.



Imagen XIII: Imagen de la película *The Spirit of '43*

Análisis de la imagen

- Planos

Con respecto al empleo de planos, destacamos generalmente con planos largos, especialmente planos medios y generales; lo que se debe a la necesidad de describir las acciones que se realizan por parte de los personajes. Además, en el desarrollo del corto se aprecian planos detalles que sirven para centrar la atención en elementos y reforzar así reforzar la narrativa, como por ejemplo el momento en el que finalmente el protagonista se decide a pagar los impuestos o la aparición de la esvástica en el bando de la personalidad egoísta.

En la primera parte abundan los planos medios ya que transmiten la cercanía necesaria para ver las reacciones de ambos patos, pero a su vez distantes para que podamos ver la lucha que tienen ambos, como por ejemplo cuando el pato egoísta quiere llevar al protagonista a bares y clubes. También nos encontramos con planos detalles necesarios para apoyar a la narrativa como son los planos detalles de los carteles del bar donde podemos ver lo que ponen.

En la segunda parte, los planos detalles resaltan por encima del resto, mostrando distintos elementos con más detalle para hacer al espectador participe de la incertidumbre del protagonista, así como resaltar ciertos aspectos importantes, como la simbología que se utiliza tanto para representar a la Alemania nazi como a Estados Unidos.

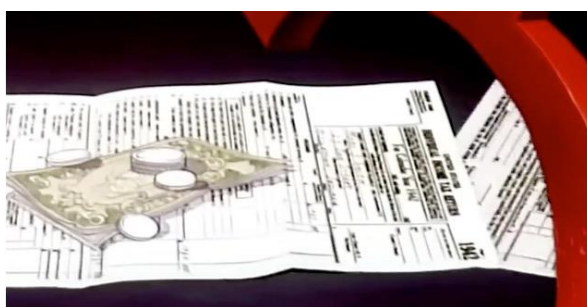


Imagen XIV: Imagen de la película The Spirit of 43

En la tercera parte los planos generales vuelven a aparecer en la pantalla, esto es debido a que quieren mostrar y describir cosas extremadamente grandes como por ejemplo barcos, aviones y fábricas armamentísticas, con lo cual no encajarían en otros tipos de planos.

- Color e iluminación

En referencia a la variedad cromática utilizada, no se aprecia un gran cambio en las distintas partes que se establecen en el desarrollo de la historia. Los colores oscuros y apagados siguen predominando en la totalidad del cortometraje, exceptuando ciertas escenas donde el intencionado uso del color les sirve hacer destacar ciertas representaciones.

En la primera parte, un fondo negro predomina en su totalidad, lo que le ayuda a conseguir intención de resaltar la acción sobre los personajes, tanto el protagonista como los secundarios; cable destacar los colores de la personalidad confiada, que sí paga sus impuestos y que viste claramente un atuendo con los tonos de la bandera de América.

Las tonalidades oscuras y el fondo negro siguen estando presente en la segunda parte del cortometraje, colores como el marrón oscuro y gris tiñen las escenas, exceptuando el

momento en que aparece representado en la pared del lado confiado una bandera estadounidense, se emplean colores más vivos y brillantes.

En la tercera parte podemos ver más variedad de colores, aunque siguen teniendo un tono oscuro, pero ya nos encontramos muchas imágenes teñidas de rojo para representar la violencia y la guerra, tonos grises que crean una atmósfera fría, o cielos teñidos de los colores de la bandera de Estados Unidos.



Imagen XV: Imagen de la película The Spirit of '43

Es destacable el hecho de que los personajes de la obra, visten colores vivaces y llamativos en su atuendo, a pesar de la atmósfera tenue que les rodea.

La iluminación no juega un papel fundamental en esta historia, descartando el uso de ella a excepción de ciertas escenas como por ejemplo el momento donde se presenta la industria armamentista del estado norteamericano, dónde a través de la iluminación junto a un tono gris del humo de las fábricas, se quiere mostrar una atmósfera fría y llena de contaminación.

- Decorado y vestuario

La mayor parte del cortometraje destaca por la ausencia de decorado, solo un fondo negro que hace destacar aquello que se está contando y dar mucha más visualidad a los elementos principales. Como excepción, se encuentra la escena final con un cielo engalanado con aviones y que, mediante el cielo estrellado y el humo de la estela de los aviones, forman la imagen de la bandera estadounidense.



Imagen XVI: Imagen de la película The Spirit of '43

El vestuario tiene un importante papel, desde el punto en el que sirve para resaltar las intenciones de ambas personalidades.

El protagonista, el Pato Donald, viste su característico atuendo de marinero, con camisa y gorra azules, para mostrar simpleza al ser representado como un ciudadano más. Por otro lado, el resto de personaje se encuentran bien ataviados con vestimentas muy representativas, el pato de carácter confiado luce un vestuario típico de los habitantes de Escocia con los colores de la bandera de Estados Unidos, boina y falda rojas y camiseta

azul, mientras el pato de personalidad egoísta, lleva un característico atuendo de los años 20 con tonalidades vivas, camisa rosa, pantalón azul, gabardina roja, sombrero amarillo y un parche en el ojo.

Análisis del sonido

- Banda sonora

En la primera parte nos encontramos dos melodías claramente diferenciadas, cuando habla el pato egoísta y que no paga sus impuestos suena una música de jazz, alegre, típica de los años 20 y sonada con frecuencia en bares y clubes de bailes en dicha época. En contraste, cuando habla el ciudadano confiado que, si paga sus tasas, suena una música de gaitas, instrumento típico de países como Escocia, mucho más sobria y templada. Esto se hace con motivos de reforzar las acciones de los personajes y sus características más destacables.

La segunda parte no cuenta con una música destacable ya que notamos su ausencia para dejar paso a ciertos efectos sonoros que ayudan a poner énfasis en ciertos momentos y distintos actos de los personajes.

La tercera parte, se acompaña de una melodía mucho más tensa con ciertas partes reconocibles de "*La 5ª Sinfonía*" de Beethoven, que finalmente acaba en un coro y una canción mucho más épica y honorable que les sirve para mostrar la grandiosidad de América.

- Efectos de sonido:

Los distintos efectos del sonido que identifican a la primera y segunda parte, en su mayoría se tratan de ruidos que acompañan a una acción para remarcarla y que se haga más notar, un ejemplo de ello es el estruendo de cristales rotos o golpes.

No obstante, en la parte final, resalta mucha más variedad de sonidos que nos ayudan a meternos en la narrativa como el ruido de aviones descendiendo a gran velocidad, bombas y disparos que simulan a los sonidos propios de la guerra.

- Diálogos

En el desarrollo de la trama, localizamos cuatro fuentes distintas de diálogos bien diferenciados, procedentes de los tres personajes y del narrador.

Por un lado, el protagonista, el Pato Donald, personaje norteamericano, que presenta un marcado acento inglés de los Estados Unidos y que utiliza un registro coloquial de ciudadano medio americano y poco culto. Utiliza expresiones propias del personaje como "*Oh boy, oh boy, oh boy...*" y expresiones propias del léxico de los habitantes de Norteamérica como "*Ok, that's right*".

El dialogo usado por ambos personajes secundarios es abundante debido a su intención de convencer e influenciar al protagonista. Ambos dos hablan en inglés, sin embargo, el ciudadano confiado muestra un léxico más culto y usa una voz más seria, mientras que el personaje que representa la personalidad egoísta tiene una voz más grave y turbia con el uso de un léxico más coloquial y vulgar.

El narrador tiene un papel fundamental en este aspecto, cuenta con un extenso dialogo en el cortometraje ya que tiene como misión responsabilizar al espectador del debe que

tiene como ciudadano de velar por su país a través del pago de sus impuestos. Se trata de una voz adulta masculina, profunda, con un marcado acento inglés que narra la historia utilizando un léxico culto y que intenta crear sensaciones mediante el empleo de distintos tonos vocales, como por ejemplo el contraste entre el tono más neutro que utiliza al principio de la narración hasta el más duro usado en el momento de las escenas finales de combate.

Uso de reglas y procedimientos específicos de la propaganda

Para hacer más énfasis en la intención propagandística el emisor emplea distintos recursos como el empleo de estereotipos, como el del típico ciudadano americano, mediante su vestimenta y su forma de pensar. Además, una adecuada selección de aquellos datos que se presentan, mostrando solo aquellos más adecuados para persuadir al espectador, como el hecho del fin al que destinan los impuestos o el honorable acto de pagar los mismos.

Por otro lado, la individualización del enemigo, es decir de un colectivo, en un personaje como es este caso, sirve como procedimiento persuasivo para conseguir una mayor efectividad a la hora de lanzar ataques argumentativos.

Simbología significativa

El principal cometido que se pretende con esta producción es la persuasión y el convencimiento sobre la mente de los ciudadanos estadounidenses, es por ello que la simbología tiene un papel importante.

- Necesidad de hacer partícipe a la sociedad norteamericana en la lucha por la guerra a través del pago de impuestos.
- Establecer el pago de tasas como un deber por parte de un buen ciudadano estadounidense que quiere mirar por su país.
- Comparación entre el enemigo, la Alemania nazi y Estados Unidos, representado a ambos a través de dos personajes, uno mucho más confiado y seguro que simboliza a Norteamérica el cual transmite seguridad y confianza, y al enemigo a través de una personalidad descarada y derrochadora.
- Referencia directa al hecho de que el mal empleo del dinero ayuda a la lucha nazi en contra del país americano, con intención de crear culpabilidad e inquietud en la mente de los ciudadanos estadounidenses.
- Empleo de simbología bélica como el uso de esvásticas para mostrar al enemigo, el régimen nazi, y el empleo de la bandera estadounidense y los colores que la caracterizan para representar el propio estado.
- El patriotismo estadounidense está presente mediante el uso reiterado de los colores propios, rojo, azul y blanco y la aparición de su bandera a través de distintos componentes como la bandera formada en la pared de la habitación donde se disputan las dos personalidades o la que aparece en el cielo en la escena final formada por las estelas de los aviones de combate.

- Muestra del imperio nazi tanto como del japonés como enemigos recalando su derrota en las escenas finales. En el caso del régimen nazi mediante la caída de sus aviones de combate y en el caso del régimen japonés con la caída de su flota y el hundimiento del símbolo representativo del imperio japonés denominado como “el país del sol naciente”.

Valoración

Este cortometraje es un claro ejemplo de cómo no solo se utilizaba el cine de animación para enfrentar a la población contra los países enemigos o alentar a la lucha de los soldados. En esta producción de Walt Disney, se aprecia como mediante elementos manifiestamente propagandísticos se pretende convencer a la población norteamericana de la necesidad del pago de sus impuestos. A pesar de que el protagonista, el conocido Pato Donald, había aparecido en otros cortometrajes, el hecho de hacerlo tomar el papel protagonista en este cortometraje suponía un riesgo ya que en el resto de obras se le mostraba con un carácter bastante iracundo y susceptible, lo que podía ser utilizado en su contra a la hora de representar a un ciudadano norteamericano de esta índole. No obstante, el hecho de que ya hubiese aparecido en la precuela de esta película “*The New Spirit*”, lo establecía en cierta forma como obligación.

7.4 Commando Duck

Ficha técnica

Título original: Commando Duck

Productor: Walt Disney

Director: Jack King

Guionistas: Carls Barks, Jack Hannah

Fecha de estreno: 2 junio de 1944

Duración: 7 minutos

Música: Oliver Wallace

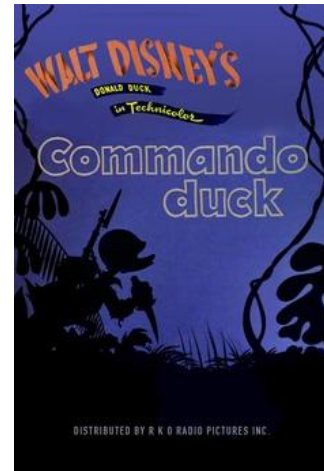


Imagen XVII: Portada de la película Commando Duck, 1944

Temas

El tema principal del corto la preparación de los cuerpos de paracaidistas del ejército norteamericano, el imperio japonés como enemigo perteneciente a las potencias del Eje y el patriotismo americano.

Resumen de la trama

La trama trata como de la forma más ridícula, los Estados Unidos pueden vencer a los japoneses, esto es debido a principalmente a las características del propio imperio japonés a consecuencia en cierto modo de su cobardía, su excesiva educación y de poseer unos medios muchos más anticuados, en comparación con los adelantos técnicos se los estados unidos.

Estructura narrativa

El corto se divide en las siguientes escenas:

- En la primera se ve una escena donde el Pato Donald aparece junto a su sargento dentro de un avión, donde este le está dando las instrucciones que debe seguir una vez haya llegado al lugar de aterrizaje.
- En la segunda escena una vez se ve que Donald durante su descenso saca un libro de entrenamiento sobre como aterrizar, pero queda enganchado a varios metros del suelo en unos árboles.
- Después de caer de los árboles, Donald aterriza en una charca donde hay dos cocodrilos los cuales vence con simplemente consiguiendo cerrarle la boca como si de una cremallera se tratase.

- Una vez ya en la orilla el Pato Donald saca una pequeña cajita de su bolsillo en la que guarda una diminuta balsa de emergencias al cual hincha para proseguir su misión.
- Entonces se ve por primera vez a dos enemigos japoneses disfrazados para camuflarse con el entorno, uno de piedra y otro de árbol, pero en el momento de disparar al pato, uno de ellos causa que su compañero se acabe disparando él mismo, lo que provoca que empiecen a reverenciarse el uno al otro indefinidamente.
- El pato Donald prosigue su camino río abajo rumbo a la estación aérea, mientras baja se puede ver como soldados japoneses están tendiéndole una emboscada.
- Tras salir ileso de la emboscada acaba resbalando por la catarata, pero se aferra con una cuerda para caer del todo. Entonces aparece un soldado japonés el cual dispara al único medio que hacía que la balsa se despeñase por la catarata.
- Para la fortuna de Donald la balsa queda enganchada a la rama de un árbol llenándose poco a poco con el agua de la catarata intentando que esta no toque ningún objeto punzante ya está que cada vez es más y más grande y le persigue. Finalmente, un objeto punzante la revienta, comenzando así a perseguirle una gran masa de agua.
- Cuando el pato se encuentra acorralado y no tiene escapatoria, esta masa de agua lo lanza hacia arriba y prosigue su camino arrasando por completo la base aérea de los japoneses, la cuál debía destruir el Pato Donald.
- Entonces se ve toda la base arrasada y Donald subido encima de un árbol escribiendo, una carta al general contándole que la misión ha sido un éxito.

La estructura narrativa del cortometraje sugiere una división en tres partes planteamiento, desarrollo y desenlace.

En el planteamiento se presenta al personaje principal que es el Pato Donald, al sargento, y se cuenta la misión que debe llevar a cabo.

En el desarrollo se ve como Donald lleva a cabo la misión desde su aterrizaje hasta la huida de la masa de agua que lo persigue, pasando por diferentes escenas acción. Se presenta también por primera vez al enemigo: los japoneses.

Por último, en el desenlace se puede apreciar como Donald descubre que todos los aviones han sido destruidos y escribe una carta al general para contarle que la misión ha sido un éxito.

Personajes

Protagonista

El papel principal en este cortometraje recae sobre el Pato Donald, el ya conocido personaje representado por un pato, creado por Walt Disney, y utilizado por su peculiar carácter incontrolado para este tipo de producciones. En esta ocasión, se presenta como

un militar perteneciente al cuerpo de paracaidistas del ejército estadounidense. En un primer momento antes de descender en paracaídas se muestra miedoso, pero una vez salta del avión hace alarde de valentía. En el posterior desarrollo de la historia, el protagonista se convierte en un ser aventurero y heroico, pasando por una serie de vivencias de las que sale indemne.

Personajes secundarios:

- El militar del ejército norteamericano que da indicaciones a Donald de cómo debe saltar del avión y la misión que debe de llevar a cabo para derrotar al enemigo. se trata de un hombre al que solo se le conocen las manos con las cuales da las explicaciones al protagonista.
- Soldados del imperio japonés, caracterizados con un aspecto divertido, baja estatura, amplia sonrisa, dientes grandes, ojos rasgados, piel de tono amarillo y voz aguda. Su personalidad es educada y respetuosa ya que en todo momento pide permiso y avisa sobre la acción que va a emprender.



Imagen XVIII: Imagen de la película Commando Duck, 1944

Análisis de la imagen

- Planos

En este cortometraje existen multitud de planos generales y planos medios largos esto es debido en cierta medida a la gran cantidad de movimiento y acción que hay en el cortometraje que conlleva a la necesidad de tener que recurrir a estos para poder describir al máximo la acción y los movimientos.

En la primera parte aparecen con más planos medios largos y cortos debido a que los personajes están manteniendo una conversación con lo que se necesita más cercanía para ver sus acciones, pero también sus movimientos ya que gracias a estos se puede observar el temor que tiene el pato, ya que se puede verlo temblar. También, se ven planos detalles del mapa de la misión muy significativos porque ayudan a apoyar las palabras del general y conocer los detalles.



Imagen XIX: Imagen de la película Commando Duck, 1944

En la segunda parte se usan mayoritariamente con planos generales ya que es la parte donde se desarrolla la mayor parte de la acción del corto y necesitan ser más descriptivos, como por ejemplo la huida de Donald de la masa de agua o de los disparos de los japoneses.

En la tercera parte generalmente hay planos generales para poder describir como ha quedado todo después de que pasase la masa de agua y destrozase la base aérea japonesa. Además, se aprecia aquí un plano detalle muy importante que es como Donald escribe la carta al sargento para explicar que la misión ha sido todo un éxito o el momento en el que se decide a saltar por el precipicio para hacer notar su valentía.



Imagen XX: Imagen de la película Commando Duck, 1944

- Color e iluminación

En cuanto al análisis del color se puede ver como en este cortometraje utilizan colores más vivos que en otras producciones de este estilo para dar un tono cómico y desenfadado a la narración.

También se aprecia la diferencia de colores entre los uniformes de Donald y de los japoneses ya que el uniforme del pato es de colores más vivo mientras que el tono de los uniformes de los soldados japoneses son más oscuros y sobrios.

Es destacable un plano que aparece en el tramo final del cortometraje donde se muestran colas de avión destruidas con un atardecer de fondo simbolizando la bandera del imperio japonés, la imagen teñida de un color rojo con intención de transmitir una atmósfera de tensión y violencia, y simbolizando la sangre derramada en ese campo de batalla.



Imagen XXI: Imagen de la película Commando Duck, 1944

- Decorado y vestuario

La vestimenta que presenta el protagonista es un uniforme compuesto camisa verde militar y casco gris, propio de soldados paracaidistas que llevaban a cabo labores militares. Los personajes secundarios, como son los soldados japoneses van ataviados con el uniforme de su ejército; pantalón, camisa y botas verde oscuro y un casco de ese mismo color.

El decorado que se muestra a lo largo del desarrollo de la obra es el propio de la escena que se representa. En el caso del bosque predomina la naturaleza y el recargamiento de elementos, mientras que, en el momento de la derrota al ejército japonés, el ambiente es más desolador con ausencia de decorado, usando simplemente un fondo azul en representación del agua.

Análisis del sonido

- Banda sonora

El cortometraje se encuentra acompañado en su totalidad por una melodía instrumental, que en varios puntos recuerda a una marcha militar, esta sirve de ayuda para enfatizar la acción que se desarrolla en todo momento volviendo más tensa y con más ritmo según aumenta la acción.

Además, acompaña en muchas acciones supliendo el uso de los efectos de sonido como, por ejemplo: el sonido de cuando Donald se lanza en paracaídas o le cierra la boca de golpe a los cocodrilos.

- Efectos de sonido

A pesar del uso de la banda sonora como sustituto de los efectos de sonido, nos encontramos situaciones en las que el uso de esta no es suficiente para el acompañamiento de la acción que estamos viendo como, por ejemplo, el momento en el que Donald comienza a chocar las rodillas y aumentar así la sensación de miedo que nos transmite.

- Diálogos

Los diálogos son más abundantes en la primera parte del corto porque es allí donde el sargento le introduce la misión al protagonista, aquí podemos ver como el sargento utiliza un tono de autoridad haciendo gala de su mayor estatus militar mientras que el pato tartamudea mostrando así estar atemorizado por la misión que debe realizar.

En la segunda parte ya se encuentran otros tipos de diálogos mucho más distintos que en la primera porque en este lugar los que hablan son los japoneses. Estos tienen un marcado acento asiático, aunque hablan en el mismo idioma que Donald, usan unas palabras muy correctas y educadas mostrando así un rasgo que caracteriza a la cultura japonesa.

Para finalizar, en la tercera parte nos encontramos con un monólogo de parte del Pato Donald ya que este mientras escribe la carta al sargento está leyendo lo que le está contando a este.

Uso de reglas y procedimientos específicos de la propaganda

El empleo de estereotipos en la representación de los militares japoneses es el procedimiento más reseñable en la labor persuasora de esta obra, creando unos clichés que serán utilizados posteriormente para crear en la sociedad estadounidense un sentimiento de odio y rechazo hacia el enemigo.

Por otro lado, la selección de ciertos datos más significativos, como por ejemplo el hecho de que el enemigo es cobarde al atacar por la espalda, refuerza la intención de instituir rencor y justificar el ataque.

Simbología significativa

En este cortometraje, la simbología acompaña a la intención cómica y de entretenimiento que se quiere conseguir.

- Representación del imperio japonés como enemigo débil y sin recursos armamentísticos relevantes, puesto que en todo momento ridiculiza sus ataques contra el protagonista, desde el momento en el que confunde las balas de sus armas con mosquitos que no son capaces de atravesar el casco de Donald, hasta la situación en la que sus aviones son deteriorados con el simple paso del agua.
- Uso de simbología propia de la potencia japonesa como es emblema de su bandera “el Sol Naciente”, en diferentes escenas de la trama.
- Ridiculización del enemigo mediante su representación física y de carácter, además de presentarlos como cobardes cuando tratan de disparar por la espalda
- Depreciación del equipamiento del ejército japonés debido a su rápido detrimento.
- Representación de la caída y derrota del enemigo a través de la imagen de un atardecer mostrado con el emblema de la bandera japonesa junto con aviones enterradas en la tierra al que solo se les reconoce la cola, dejando ver un contraluz similar al de cruces de tumbas.
- Exaltación de la valentía y arrojo de los soldados estadounidenses puesto que en el momento en el que el protagonista se cree derrotado hace alarde su valentía y salta por un precipicio para intentarse salvar

Valoración

Esta obra producida por Walt Disney es creada en los últimos años de la confrontación bélica, en 1944, por lo que tiene un carácter menos crítico y violento que en las producidas en años anteriores. La animación se vuelve más alegre, con elementos más divertidos y con contenido persuasivo más ameno, sin el uso excesivo de simbología bélica que caracterizaron a cortometrajes anteriores.

8. Conclusiones

Mediante el análisis de los cortometrajes producidos por Walt Disney en el periodo que comprende la confrontación bélica entre Estados Unidos y las potencias del Eje, se aprecia de forma clara el momento en el que las obras tornaban un carácter más crítico y más violento, correspondiendo con los años de mayor confrontación entre ambos bandos. En 1942 y 1943, la animación en este tipo de cortometrajes tenía un evidente objetivo propagandístico que se dejaba ver sin ningún tipo de reparo para conseguir su principal cometido, penetrar en la mente de los espectadores e impactarle mediante el uso del realismo en imágenes crueles donde lo que aparecía estaba bien seleccionado. Los posteriores años del conflicto, también se caracterizaron por el carácter persuasivo de las producciones, pero en este periodo la violencia y la fuerte intimidación quedan en un segundo plano convirtiendo la ridiculización en la principal táctica. El empleo de la ridiculización siempre ha existido porque era una eficiente técnica para desmoralizar al enemigo.

El cine de animación se caracteriza por la diversión y el entretenimiento, con lo que se asegura que el mensaje llegue al espectador y tenga una buena acogida por este. Este tipo de cine iba dirigido tanto a niños como a adultos, con lo que el gobierno estadounidense se aseguraba que ese proceso de educación militar comenzase desde edades tempranas, o que el caso de los adultos el odio hacia el enemigo siempre se mantuviese presente. Lo expuesto lleva al planteamiento de cómo sirve de crítica al enemigo todo aquello que de forma encubierta se está realizando; Disney ataque al imperio nazi por el adoctrinamiento de los más pequeños, sin embargo, en sus cortometrajes se realiza lo mismo de una forma más indirecta, pero que a la vez resulta en ocasiones más efectiva ya que es transmitida no como información, sino como entretenimiento.

La subordinación de Walt Disney bajo las órdenes del estado norteamericano queda manifiesta de forma clara, además de los objetivos que se pretenden conseguir como alentar a la lucha por la libertad, la moralización del pueblo y del ejército, y por lo tanto la desmoralización del ejército enemigo, mantener la neutralidad o apoyo de las potencias aliadas y la contribución económica por parte de la sociedad estadounidense.

La combinación de diferentes procedimientos y elementos dotan a los cortometrajes de un marcado simbolismo. Se juega con recursos complejos como el uso de metáforas, que les ayuda a comparar a ambos bandos de la contienda de forma atractiva y entretenida, y en ocasiones basándose en cuentos ya conocidos por la población, lo que le aseguraba un mayor entendimiento para hacerles llegar su odio contra las potencias del Eje, y sobre el fascismo en general.

Otros elementos como los colores, bien seleccionados, otorgan de una manera casi imperceptible el sentimiento que se quiere transmitir en cada momento. Los colores oscuros caracterizan a las escenas de lucha y violencia creando sensaciones en el espectador que lo evaden de tener sus propios pensamientos haciéndole participe indirectamente de la escena que acontece. Por otro lado, los colores vivos y en la mayoría de ocasiones representativos de la bandera estadounidense, unidos a la idea de orgullo y protección, pretenden transmitir seguridad y sosiego al destinatario. Ambas escenas vienen sucediendo la una a la otra, en primer lugar, las escenas con colores oscuros y fríos tras las que aparece un bonito escenario con tonos vivos e iluminados, lo que se utiliza como punto de comparación.

La música acompaña en todo momento a la acción, es una música continuada que sirve de apoyo a las imágenes y que a su vez cobra una relevante importancia. Persistentemente se agrega a las acciones de los personajes efectos, canciones y bandas sonoras que evitan que el espectador se distraiga y aparte los ojos de la pantalla. Muchas de estas canciones, como por ejemplo la del cortometraje “*Der Fuehrer’s Face*” llego a vender cds con su canción más simbólica.

Una voz en off narra la historia, siendo siempre un hombre adulto de voz firme que trasmite seguridad y cuyo idioma es el inglés con un acento marcado.

Walt Disney en su elección de personajes, cuando representa a militares, siempre utiliza personas humanas acercándose más a la realidad. A pesar de ello, tiene como protagonista a un pato, el Pato Donald, con lo que resalta el contraste entre la parte más realista y aquella más ilusa o utópica. En la mayoría de cortometrajes, exceptuando “*Education for death*” utiliza como protagonista al Pato Donald aprovechando su carácter irascible y su grado de universalidad, sin embargo, su personaje más conocido y emblemático era el ratón Mickey Mouse.

En la guerra, Walt Disney cambia su forma de dibujar a los personajes, pasando por dibujarlos de forma atractiva a aquellos afines al régimen, y ridículos y feos al enemigo para reírse de ellos intencionadamente.

Tras el análisis de los cortometrajes se esclarece las intenciones persuasivas por parte del gobierno de los Estados Unidos que quedaban al descubierto a pesar de sus intentos de mostrar contenido neutral y objetivo. Sus ansias de manipulación y adoctrinamiento plasmadas en las diferentes producciones dejan al descubierto sus intenciones de guiar el pensamiento del espectador, pensando y actuando por él.

Tanto Walt Disney como el estado norteamericano, supieron aprovechar la época de auge de la industria cinematográfica, con mucha afluencia en las salas de cine norteamericanas. Además de la capacidad visual de los dibujos animados para transmitir y hacer llegar el mensaje de forma concisa y de gran potencia visual.

9. Bibliografía

PIZARROSO QUINTERO, A. (2009). *Diplomáticos, propagandistas y espías: Estados Unidos y España en la Segunda Guerra Mundial*. Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Madrid: Colección América

HUICI MÓDENES, A., PINEDA CACHERO, A. (2004). *Propaganda y comunicación: una aproximación plural*. Sevilla: Comunicación Social edición y publicaciones

- PIZARROSO QUINTERO, A. (1990). *Historias de la propaganda: notas para un estudio de la propaganda política y de guerra*. Madrid: Eudema
- DURANDIN, G. (1982). *La mentira en la propaganda política y en la publicidad*. Barcelona: Ediciones Páidos
- LOZANO, J. (2012). *Persuasión. Las estrategias del creer*. Bilbao: servicio editorial de Universidad del País Vasco
- PRATKANIS, A., ARONSON, E. (1994). *La era de la propaganda: uso y abuso de la persuasión*. Barcelona: Páidos
- APARICI, R., DíEZ, A., TUCHO, F. (2007). *Manipulación y medios en la sociedad de la información*. Madrid: Ediciones de la Torre
- ROIZ, M. (1994). *Técnicas Modernas de persuasión*. Madrid: Eudema
- HUICI MÓDENES, A. (2004). *Los heraldos de acero: la propaganda de guerra y sus medios*. Sevilla: Comunicación Social
- VIDAL GONZÁLEZ, R. (2006). *La actividad propagandística de Walt Disney durante la Segunda Guerra Mundial*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia

Webgrafía

- PINEDA CACHERO, A. (2012). *Propaganda y educación. Criterios de diferenciación conceptual y comunicacional*. Recuperado 26 septiembre 2017, desde <http://revis-tas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/38662/37386>
- VAN WVEREN, G. (1997). *Documental Ducktators. Dibujos en guerra*. Recuperado 16 noviembre 2017, desde <http://tu.tv/videos/documental-ducktators-dibujos-en-guerra>

Filmografía

- Education for death. Dir. Clyde Geronimi, 1943
- Der Fuehrer' Face. Dir. Jack Kinney, 1942
- Spirit of 43. Dir. Jack King, 1943
- Commando Duck. Dir. Jack King, 1944