



UNIVERSIDAD DE BELGRANO

Las tesis de Belgrano

Facultad de Humanidades
Carrera Licenciatura en Relaciones Públicas
e Institucionales

Cine y Propaganda: una relación encubierta
Un recorrido desde la IIGM hasta las Guerras
pos-ataentados 2001

N° 492

María Julia Richmond

Tutor: Facundo Ponce

Departamento de Investigaciones
2011

Universidad de Belgrano
Zabala 1837 (C1426DQ6)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Argentina
Tel.: 011-4788-5400 int. 2533
e-mail: invest@ub.edu.ar
url: <http://www.ub.edu.ar/investigaciones>

Índice General

Capítulo 1: Introducción	
1.1 Título	5
1.2 Tema	5
1.3 Introducción.....	5
1.4 Problema	5
1.5 Justificación.....	6
1.6 Objetivos	6
Capítulo 2: Condiciones de Producción	
2.1 Comienzos del cine	7
2.2 Estados Unidos y el cine	7
• La era muda	8
• Edad de Oro.....	8
• Nuevo Hollywood	8
• Posmodernismo	9
Capítulo 3: Contexto Histórico	
3.1 Segunda Guerra Mundial	9
3.2 Guerra Fría.....	10
3.3 Guerras pos-atentados septiembre de 2001	11
Capítulo 4: Marco Teórico	
4.1 Naturaleza del cine.....	12
4.1.1 Walter Benjamin "La obra de arte en la época de su Reprod.Técnica.....	12
4.1.2 Christian Metz "El significante imaginario: Psicoanálisis y Cine	13
• Lacan: "lo real, lo imaginario y lo simbólico"	14
• Lacan: "el estadio del espejo"	14
• Teoríaescinematográficas	14
4.2 Propaganda.....	17
4.2.1 Concepto de Propaganda	17
4.2.2 Historia de la Propaganda.....	17
• El papel de la Propaganda en las Grandes Guerras	18
• Propaganda Nazi	18
• El papel de la Propaganda en la Guerra Fría	19
• El papel de la Propaganda luego de los atentados de 2001	20
4.2.3 Edward Bernays "Propaganda"	20
4.3 Medios de Comunicación: un recorrido por las distintas visiones.....	21
4.3.1 Estudios de la MassCommunicationResearch.....	21
4.3.2 Estudios de la Escuela de Frankfurt.....	22
4.3.3 Estudios Culturales de la Escuela de Birmingham.....	23
4.4 Análisis del Discurso	24
Capítulo 5: Análisis Metodológico	
5.1 Análisis Metodológico.....	25
5.2 Técnicas de recolección de datos	26
• Análisis de casos	26
5.3 Películas seleccionadas.....	26
• Casablanca	27
• Rambo III.....	28
• American Soldiers: A day in Irak	28
5.4 Herramientas de recolección de información	29
• Análisis de contenido, del discurso y del contexto.....	29
Capítulo 6: Análisis e Interpretación	
6.1 Casablanca: Introducción.....	31
6.2 Contexto Político	32

6.3	Trama del film.....	32
6.4	Mensaje Propagandístico.....	33
	• Personajes.....	33
	• Países involucrados.....	34
6.5	Casablanca: la conclusión.....	37
7.	Rambo	
7.1	Introducción.....	38
7.2	Contexto Político.....	39
7.3	La llegada de Reagan al poder.....	39
7.4	Rambo y Reagan.....	40
7.5	Trama del film.....	40
7.6	Mensaje Propagandístico.....	41
	• John Rambo: el héroe.....	41
	• Coronel Trautman.....	42
	• Coronel Zaizen en el rol de la URSS.....	42
	• Rambo reflejo de una situación política.....	42
	• El enemigo exterior.....	44
7.7	Rambo III: la conclusión.....	45
8.	American Soldiers: a day in Irak	
8.1	Introducción.....	46
8.2	Contexto Político.....	46
8.3	Trama del film.....	47
8.4	Mensaje Propagandístico.....	48
	• Los buenos contra los malos.....	48
	• Un pueblo unido lucha por vivir en un país libre.....	50
8.5	American Soldiers: la conclusión.....	50
9.	Recordando la historia	51
	Capítulo 7: Conclusiones Generales	
	Conclusiones.....	53
	Bibliografía	54

Capítulo 1: Introducción

1.1 Título

Propaganda y Cine: una relación encubierta. Un recorrido desde la Segunda Guerra Mundial hasta las Guerras pos-atentados 2001.

1.2 Tema

La construcción de la técnica de la propaganda como estrategia de relaciones interpersonales en tres periodos históricos del cine norteamericano. La significación de la Segunda Guerra Mundial, de la Guerra Fría y de las guerras pos-atentados de Septiembre del 2001.

1.3 Introducción

«Las ideas ya no se escriben en papel. Se escriben en pantallas»¹

Este es un trabajo que lleva inevitablemente a un viaje al pasado y a miles de acontecimientos que modificaron el curso de la historia. Política y Cine comparten el mecanismo de la ilusión y el de la ficción. Desde el momento en que se transformó en el arte masivo del siglo XX, se adjudicó a su vez, el rol de trasmisor de ideología. En ese sentido, la historia del cine es también la historia del siglo, y a la inversa.

Se seleccionaron tres períodos americanos para contrastar distintos discursos políticos y propagandísticos bajados en la práctica del cine. La Segunda Guerra Mundial, la Guerra Fría y las guerras posatentados a las Torres Gemelas en el 2001, son los tiempos elegidos para efectuar este proyecto. Estos períodos dejaron una huella imborrable en el tiempo y en las generaciones que las vivieron y padecieron. De la mano del cine americano recordaremos más de cincuenta años de historia.

A continuación se detallan las partes que conforman este trabajo:

En el primer capítulo se presenta al cine desde su nacimiento, efectuando un breve recorrido por las distintas épocas de la industria fílmica de los Estados Unidos. El segundo capítulo está dedicado a las condiciones de producción del objeto de análisis de esta investigación. Para ello se destacan los acontecimientos más relevantes tanto en el ámbito político, económico, como social y cultural, del mundo en general y particularmente de Norteamérica en los periodos ya mencionados. El capítulo tres pertenece a las categorías teóricas. Se procuró establecer los conceptos centrales necesarios para efectuar el posterior análisis. Este marco conceptual está centrado primero en la naturaleza del cine, en el cual se trabaja con teorías de autores de la talla de Walter Benjamín y Christian Metz. En segundo lugar con el concepto de propaganda, su historia y su puesta en práctica a través de los años. Luego se destacan las ideas principales de las teorías de comunicación de los medios masivos. Por último se pone el acento en los discursos sociales y políticos desde la visión de Eliseo Verón. En el capítulo cuarto se establecen las categorías metodológicas utilizadas, donde se describen también las películas seleccionadas. Ya en el capítulo quinto entramos al análisis e interpretación de los films en cuestión y a contrastar ficción con realidad. Por último, el sexto capítulo pertenece a la conclusión, donde se presentan las ideas principales trabajadas en este proyecto efectuando también, una reflexión sobre cuál es el aporte de este tema en el campo de las Relaciones Publicas.

1.4 Problema

¿Cómo se construye mediante el cine de ficción las técnicas propagandísticas norteamericanas en la Segunda Guerra Mundial, en la época de la Guerra Fría y en la guerra post- atentado septiembre 2001?

¹ Ray, AmitShovon. Doctor en Economía y Tecnología del desarrollo, de origen indio.



1.5 Justificación

El nacimiento de las Relaciones Publicas a fines del siglo diecinueveviene asociado generalmente, a la ideade aquellos periodistas que trabajaban como agentes de prensa. Estos tiempos estuvieron marcados por la falta de profesionalidad en la actividad. Pero fue primero Ivy Lee y luego Edward Bernays, los que dotaron a las Relaciones Publicas de un marco legal, profesionalidad y una metodología rigurosa. Sin embargo, por entonces aún no estaban delimitados los alcances de prácticas similares y por esta razón es que Propaganda y Relaciones Publicas fueron términos que se utilizaron indistintamente. Con el correr de los años se establecieron sus diferencias, aunque por sus orígenes comunes nunca podrán disociarse completamente.

Lo cierto es que ambas tienen por objeto la persuasión, aunque por excesos cometidos a través de la historia, se suele asociar a la Propaganda con la manipulación y con regimenes totalitarios. Pero la verdad es que ambas están más emparentadas de lo que se cree, y no es cierto que en países democráticos no se la utilice, con el fin de modificar actitudes, acciones o hábitos; al igual que lo hacen las Relaciones Publicas. Tal vez sus métodos sean diferentes pero persiguen un mismo objetivo. El padre de las Relaciones Publicas, Edward Bernays al escribir su libro Propaganda, dejaría estas prácticas unidas de por vida.

Habiendo establecido la relación entre ambas, la intención de este trabajo es centrarse en el uso de la Propaganda en un país democrático como es Estados Unidos durante el siglo veinte, a través de un medio de comunicación masivo como es el cine.

La elección de este medio de comunicación como dispositivo de propaganda para el análisis de este trabajo, surge del atractivo que posee y decómo teniendo una finalidad recreativa, puede llegar a tener alcances tan poderosos como para lograr crear, modificar o eliminar conductas y formartambién nuevos valores.

Claramente el cine es un medio propagandístico y en los tres períodos en los que se concentrará este trabajo se encuentran múltiples películas que lo demuestran. Estados Unidos viene utilizando esta técnica desde la Primer Guerra Mundial, cuando Bernays comenzó a armar campañas propagandistas con el objeto de unir a la sociedad civil a la causa del gobierno norteamericano, utilizando para ello a los medios de comunicación.

Por otro lado la selección de estos períodos se debe a que son etapas en las que se evidencia como este país modifica de una época a otra a “su enemigo público”. Un claro ejemplo lo encontramos en su enemigo de los últimos tiempos: Afganistán, quien fuera un aliado y hasta “amigo” del gobierno estadounidense en la época de la Guerra Fría y en los últimos años fue su adversario más acérrimo.

Para dar respuesta a la problemática de este trabajo, se analizarán distintas películas norteamericanas filmadas en cada una de las etapas seleccionadas.

1.6 Objetivos

Objetivo General:

- *Analizar el cine norteamericano como dispositivo de propaganda durante la Segunda Guerra Mundial, la Guerra Fría y guerras pos atentados de septiembre 2001.*

Objetivos Particulares:

- *Describir cómo actúa el cine como transmisor de ideología.*
- *Identificar películas con fines propagandísticos en cada una de las épocas seleccionadas.*
- *Identificar cual es la finalidad principal propagandística en cada época seleccionada.*
- *Contrastar los procesos de comunicación propagandística en cada época.*

Capítulo 2: Condiciones de Producción

2.1 Comienzos del Cine

“Mi invento no es para venderlo. Puede ser explotado durante algún tiempo como curiosidad; aparte de eso, no tiene ningún futuro comercial.”

Auguste Lumière

¿Mito o realidad? Lo cierto es que se ha convertido en leyenda popular, la historia de aquel tren abanzándose sobre los espectadores provocando que salieran despavoridos a las calles parisinas. Este hecho que quedaría en la historia por siempre, ocurrió el 28 de diciembre de 1895 cuando los hermanos Lumière, presentaron en el Salón Indien Du Grand Café de Paris las primeras imágenes en movimiento. Ese día se considera el nacimiento del cine tal como lo conocemos en la actualidad.

Gracias a la invención de estos franceses, la realidad pudo ser captada a través de imágenes no estáticas. Ellos la denominaron cinematógrafo; la cual fue una inspiración del kinetoscopio del americano Thomas Edison. Lo cierto es que Auguste y Louis Lumière² no tenían mucha confianza en su invención, y por temor a que nadie concuerriera alquilaron una sala pequeña para proyectar las diez películas cortas que habían filmado. Entre ellas la que permanecería entre los hitos de la historia del cine sería “La Llegada del Tren”. Cabe señalar que cada una de estas cintas no tenían más de un minuto de duración. Ese 28 de diciembre Auguste y Louis colocaron un cartel afuera del café anunciando: “Cinematógrafo Lumière. Entrada 1 franco” y treinta y tres parisinos compraron la entrada para ver de qué se trataba el nuevo invento.



Según las crónicas de la época, este grupo reducido luego del susto causado por el tren, quedaría maravillado. Es que partiendo de la idea que tan solo cincuenta años antes, el hombre recién había podido reproducir la realidad en una fotografía; a partir de ese momento solo se podían ver imágenes fijas, sino que también podían verse en movimiento. Ellos serían los primeros en presenciar el comienzo del llamado séptimo arte.

Un arte que los mismos Lumière en principio, creyeron que sería un entretenimiento pasajero y por un tiempo así lo fue. Lo que ocurrió es que luego de la emoción del primer momento, poco a poco la gente fue perdiendo el interés ya que siempre veían lo mismo. Sin embargo, sería un invitado a esa primer función el que unos años después le daría la popularidad a este medio. Su nombre era Georges Méliès, de origen francés e ilusionista de profesión. Él fue el que llevó su magia y creó el cine de ficción a través de los efectos especiales. Una de sus películas más famosas sería Viaje a la Luna, filmada en 1902.

Desde entonces el cine ha evolucionado. Por un lado la tecnología cinematográfica ha ido cambiando con el correr de los años: del cinematógrafo mudo de los hermanos Lumière se ha pasado en la actualidad al cine digital. Por otro lado, el lenguaje de este medio de comunicación ha ido desarrollándose y se han creado distintos géneros en el cine.

2.2 Estados Unidos y el cine

La industria cinematográfica norteamericana desde comienzos del siglo XX, no solo ha causado grandes efectos en el cine mundial sino que ha llegado hasta los lugares más lejanos del planeta. Se la suele dividir en cuatro periodos.



² Auguste Lumière (1862-1954) y Louis Lumière (1864-1948).



- **La era muda**

Los pequeños productores en un principio se congregaron en New York. Aunque luego descubrieron que el clima de California era ideal para filmar durante los doce meses del año. Algunas de las ventajas con que contaban eran: diversos paisajes, más horas de luz por día y sobre todo, costos más bajos ya que no se tenía que pagar las tasas abusivas impuestas por Thomas Edison, quien era propietario de las patentes sobre el cinematógrafo. Así es como los pequeños productores se trasladaron al pueblo de Hollywood. En esta época surgirían grandes directores de cine mudo como Alfred Hitchcock y Charles Chaplin.

Particularmente en este país, con una gran población de inmigrantes y siendo el idioma una barrera para muchos, el cine mudo fue un gran éxito como medio de esparcimiento. Hollywood se convirtió de esta manera en la meca del cine mundial.

- **Edad de Oro**

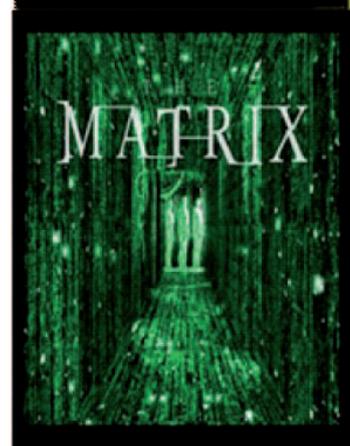
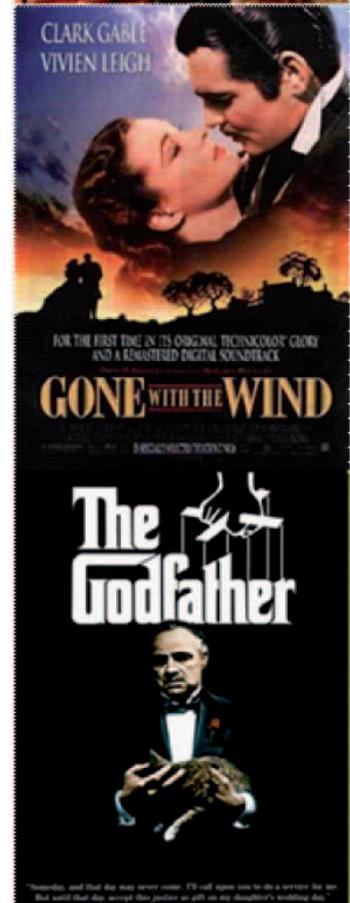
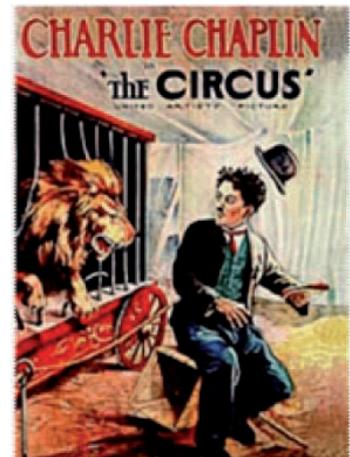
En 1927 se dio un gran paso con la filmación del "Cantante de Jazz", la cual fue la primer película sonora. A partir de allí, se complejizaron las tramas y los presupuestos fueron mayores. Ya en 1939 con "Lo que el viento se llevó", las películas dejaban de ser en blanco y negro para ser a todo color. Entre unos pocos estudios, entre ellos Paramount, Universal y MGM, se disputaban el control de la producción filmica. No solo tenían bajo su dominio el manejo de la carrera de los actores, sino también los canales de distribución de las cintas filmadas y los cines en donde se proyectaban las mismas. Durante estos años la industria cinematográfica americana se internacionalizó, generando millones de dólares para sus productores y dominando el mercado mundial.

Durante la Segunda Guerra Mundial se creó una Oficina Cinematográfica, dentro de la "Office of WarInformation", donde se regulaba la participación de Hollywood en la campaña propagandística a favor de los Aliados y en contra del Eje. A partir de 1945 una vez concluida la guerra, los estudios de cine se enfrentaron a dos grandes problemas. Uno fue la popularización de la televisión y el otro una numerosa cantidad de juicios contra ellos, con el objeto de ponerle fin al monopolio que ejercían. De esto último resultó que solo podrían limitarse a la producción de las películas. En relación al primer problema, la industria se reinventó para poder hacerle frente al nuevo medio masivo de comunicación. De esta forma buscaron resaltar aquellos aspectos en los que la televisión no podía hacerle frente. Logrando espectacularidad, mediante nuevos avances tecnológicos.

- **Nuevo Hollywood**

En los sesenta mientras se trataba de superar la crisis, surgieron nuevas formas de hacer cine. Nuevos directores trataron de privilegiar una mirada más personal sobre la comercial que predominaba en la época. Algunos fueron Martin Scorsese, Francis Ford Coppola y Woody Allen.

En la década de los setenta, afectadas por los sucesos que ocurrieron en la época, como la Guerra de Vietnam y el escándalo del Watergate, las películas que se rodaban en Estados Unidos se caracterizaron por ser oscuras. Algunas de las más destacadas fueron Cabaret, Apocalipsis Now y El Padrino. Sin embargo, en 1977 con el estreno de la película "La guerra



de las Galaxias” de George Lucas, se le dio un nuevo giro a este medio de comunicación. Comenzaron a crearse franquicias de los films que serían golpes de taquilla. Millones de dólares se generaron a través del merchandising en torno a las películas, sus personajes y sus canciones. Durante estos años el cine comercial entró en su apogeo, perdiendo profundidad en sus temas para atraer una mayor cantidad de espectadores.

- **Posmodernismo**

A fines del siglo XX el cine americano entra en la época del posmodernismo, donde lo que busca son experiencias más amplias que incluyan también Internet. Los estudios apuestan grandes presupuestos en el cine comercial, donde las ganancias radican en la atracción de grandes audiencias, a través de estrellas mediáticas y publicidad masiva. Pese a lo anteriormente dicho resurge el cine independiente. Las películas hechas de esta forma se destacan por su innovación y creatividad y su sello personal es la alta calidad profesional del guión, de la interpretación y de la dirección.

Con el desarrollo de efectos digitales, films como Matrix en sus principios y en los últimos tiempos películas como SkyCaptain y ToyStory, comienzan a delinear los pasos de una experiencia nueva al ver cine, distinta a las generaciones anteriores.



Capítulo 3: Contexto histórico

3.1 Segunda Guerra Mundial (1939-1945)

Han transcurrido setenta años de una guerra que sumió a la humanidad entera en una noche de horror, desesperanza y locura. El planeta en su totalidad luego de un breve lapso de tranquilidad, se encontraba nuevamente en crisis.

Los conflictos si bien comenzaron en Europa, se extendieron rápidamente al resto de los continentes y los países que en un principio se declararon neutrales, terminaron también involucrados de una forma u otra.



Estados Unidos a fines de la década del 30, veía la guerra que se desarrollaba al otro lado del Atlántico como algo lejano, los intereses “de otros” eran los que estaban en juego. Sin embargo, el ataque japonés en Pearl Harbour el 07 de diciembre de 1941, interrumpe el sueño americano y la tierra de la prosperidad y la esperanza comienza a correr peligro.

Este país contaba con un gran potencial industrial y su entrada a la guerra más sangrienta de la historia no se hizo esperar. Estados Unidos de América gobernado desde 1933 por Franklin D. Roosevelt, junto con Gran Bretaña, la por entonces URSS y Francia principalmente, formaron el bando de los Aliados. Los denominados “Potencias del Eje”: Japón, Alemania e Italia, eran el bando enemigo.

Los campos de batalla se encontraban “lejos de casa” y si bien, seguía recuperándose de los estragos provocados por la caída de Wall Street; era un país que no se detenía en su crecimiento. Grandes rascacielos ya habían sido construidos y marcas como la Ford y General Motors se imponían en el mercado. Si bien los pueblos más alejados no contaban con los mismos medios, gran parte de la sociedad americana disfrutaba de los avances tecnológicos. La televisión ya había hecho su primera transmisión; el tener un auto dejaba de ser un lujo solo reservado para algunos, la música country era promovida por todo el país y la moda se adaptaba a las necesidades de la época. El cine vivía su época de oro, donde las productoras no cesaban de filmar nuevas películas que llegaban a todo el mundo, en las que se mostraba el estilo de vida americano basado en tres pilares: capitalismo, democracia e individualismo. “La propaganda

antihitleriana quedaba también asegurada mediante un flujo regular de cintas patrióticas, antinazis y de películas de guerra que exaltaban el coraje de las tropas norteamericanas “.³

Tras años de batallas e invasiones, el 6 de agosto de 1945 Estados Unidos haría muestra de todo su poderío, lanzandodos bombas nucleares que destrozarian las ciudades de Hiroshima y Nagasaki en Japón, poniendo fin a la Segunda Guerra Mundial.

Sería el único país enriquecido.

3.2 Guerra Fría(1945-1991)

El mundo quedaba quebrado en dos a causa de las distintas posturas sobrequé modelo debía predominar en la era de pos-guerra. Por un lado, el bloque occidental-capitalista y por otro el bloque oriental-comunista. El primero era liderado por Estados Unidos y el segundo por su ex aliado, la Unión Soviética.

Ambos bloques en todo el período no tomaron nunca acciones directas contra el otro. No obstante, fueron más de cuatro décadas en las cuales se vivió bajo el temor latente de una nueva guerra mundial.



Estados Unidos era la nación más poderosa del mundo occidental. Los planes de expansión de su proyecto liberal y democrático hacia el resto del globo, se veían impedidospor su aliado en tiempos de guerra, quien planteaba otra visión del mundo. La Unión Soviética ahora era su mayor enemigo. Ambos iniciarían una carrera armamentista y espacial en pos de vencer al otro.

Sin embargo, la prosperidad en suelo americano no se encontraba repartida en forma igualitaria. En los inicios de la década del '60, más de cinco millones de americanos se encontraban sin trabajo.En los setenta, la guerra de Vietnam dividió al pueblo. Como consecuencia de ello, se hicieron costumbre las marchas antibélicas. Éstas reunían pacifistas, grupos religiosos y organizaciones de estudiantes de izquierda que se oponían al militarismo americano en el extranjero. En el transcurso de la guerra, el escándalo de Watergatellevaría al por entonces presidente Richard Nixon, a ser el único jefe de estado en la historia de este país en dimitir del cargo. En estos tiempos surgiríatambién, el nacionalismo negro, la revolución sexual y el movimiento feminista.

Pese a los acontecimientos anteriormente comentados, las corporaciones americanas continuaban floreciendo, convirtiéndose en multinacionales. Cada base militar estadounidense se transformó en un puesto de avanzada de la cultura y marca americana. En el 69 en un transbordador americano, el hombre llegó por primera vez a la luna. La población mundial compartió ese momento trascendental en vivo, desde los televisores de sus hogares. En el mundo, la Coca Cola y los blue jeans eran símbolos de la cultura del consumismo, objetos que millones aspiraban lucir. Se estimulaba a través del cine, la radio, la televisión, de los diarios y de las revistas, el deseo por acceder a un mundo ideal y fantástico, al cual sólo se ingresaba comprando determinadas “marcas” de productos.Este mundo ideal era el llamado “theamericanway of life”.

En otro orden de hechos ocurridos en estos años, frente a la amenaza latente y constante del comunismo, se creó un Comité de Actividades Antiamericanas que emprendió una investigación sobre “infiltraciones comunistas” en Hollywood. Se diseñó una lista negra donde todos aquellos que se encontraban en ella, se le cerraban las puertas de los estudios de filmación. Para recuperar su trabajo debían pasar por un Comité de Investigación y como muestra de buena fe, dar nombres de comunistas. Recién a partir de 1955 la casa antibrujas comenzó a disminuir. Asimismo, un importante elemento de propaganda fueron los comics. En la época de la Guerra Fría, héroes como el Capitán América o Superman protegían al mundo occidental de la amenaza constante del enemigo ruso.

³ Tavernier, B., Coursodon, J. (1997). *50 años de cine norteamericano*. España:Ediciones Akal.

Seis presidentes norteamericanos gobernaron el país desde la Segunda Guerra Mundial hasta la Caída del Muro de Berlín, hito histórico asociado con el fin de la Guerra Fría; término popularizado por el periodista Walter Lippmann. Sin embargo, concluiría definitivamente en 1991 con la culminación de la amenaza comunista, año en el cual se disolvió la Unión Soviética.

La extensión de la democracia y el sistema capitalista en Europa del Este y en Rusia, representó la victoria del mundo libre y colocó a Estados Unidos como la nueva potencia mundial.

3.3 Guerras pos- atentados septiembre de 2001

Ante los ojos de la sociedad internacional, el 11 de septiembre de 2001 Estados Unidos dejó de ser un país invencible. Terroristas del grupo Al-Qaeda atacaron el World Trade Center de la ciudad de Nueva York y El Pentágono cerca de Washington D. C., matando a casi tres mil personas. Pese a haber circulado que el gobierno estadounidense tenía conocimiento sobre un posible atentado, fue el ataque de un enemigo al que nadie vió venir. Se lo considera el día más negro de la historia norteamericana y para muchos el Pearl Harbour del Siglo XXI. Ese día el mundo cambiaría para siempre y la administración Bush respondió rápidamente lanzando una "guerra contra el terrorismo". A finales de 2001, las fuerzas estadounidenses invadieron Afganistán, derrocando al gobierno talibán y destruyendo los campos de entrenamiento de Al-Qaeda. En 2002, Bush comenzó a presionar un cambio de régimen en Iraq con motivos controversiales. Con la falta de apoyo de la OTAN y sin un mandato explícito de la ONU para una intervención militar, el presidente organizó la "Coalición de la Voluntad" junto a Inglaterra principalmente. Las fuerzas de la coalición, inmediatamente invadieron Iraq en 2003 derrocando al dictador Saddam Hussein.

En medio de la guerra contra el terrorismo, en 2005 el huracán Katrina causaba una destrucción severa a lo largo de la costa del Golfo de Norteamérica, devastando la ciudad de Nueva Orleans y provocando el desastre natural más caro en la historia nacional. George W. Bush a fines de su mandato dejaba un país con desempleo, aumento en los precios de los combustibles y alimentos, y un difícil acceso al servicio de salud. Ésta, fue la mayor crisis después de la Gran Depresión de los años veinte.

El 4 de noviembre de 2008, en medio de una recesión económica mundial, Barack Obama fue elegido el presidente número cuarenta y cuatro; siendo el primer afroamericano en ocupar el cargo. Se tomaron medidas inmediatas para recuperar el control. Así es como al año siguiente, se implantó una ley de reinversión y recuperación para el país, proporcionando un estímulo para el crecimiento económico. Para proteger la seguridad nacional se reforzó aún más el control fronterizo y la política migratoria. En relación a la salud, para el 2014 se estima que quedara implantada completamente la política de seguro médico universal, que en la actualidad solo gozan algunos estados.

No hay duda que Norteamérica es una superpotencia, pero ya no es todopoderosa. Pese a esta política migratoria más estricta, Estados Unidos se hizo a sí mismo gracias al trabajo de personas de todas partes del mundo. Por esta razón, continúa siendo una tierra de oportunidades para todos aquellos con una mentalidad emprendedora. Crisol de Razas, para el 2008 su población ascendía a más de 310 millones de habitantes; siendo uno de cada ocho norteamericanos, extranjero.

En la era del Internet, fue en este país donde ocurrió el boom de las empresas.com a fines de la década pasada. Sitios web como Google, Facebook, Wikipedia, entre otros, son inventiva americana. Sin ir más lejos, hace tres años 200 millones de hogares ya contaban con banda ancha.



Destacando los hechos más im-septiembre, el puebloamericano se unió al gobierno para luchar en contra del conflicto, la falta de empleo, el comienzo 2008, la sociedad comenzó a reclamar. que apoyaban la guerra y del otro lado es como tras varios años de creciente nómicos, una guerra que ya nadie sabía deteriorada, el pueblo norteamericano avanzar. Por eso es que quizás, uno de empeñando el actual presidente es el de paso ya lo ha dado, este año todas las territorios ocupados.

"El camino por delante será largo. Nuestro ascenso será empinado. Puede que no lleguemos ahí en un año o quizás en un mandato, pero Estados Unidos nunca he tenido tanta esperanza como en esta noche en que llegaremos"

*Barack Obama
(Primer discurso como Presidente en Chicago, 2008)*

portantes desde aquel fatídico 11 de como nación. En un principio apoyó enemigo, pero ante la prolongación del de la recesión y la crisis financiera del Se formaron dos bandos: de un lado los los que pedían el fin del conflicto. Así descontento ante problemas socioeco-justificar y una imagen internacional parecía no poder encontrar la forma de los roles más destacados que está des-inspirar de nuevo a su país. El primer tropas se retirarán paulatinamente de

Capítulo 4: Marco teórico

A continuación se analizarán conceptos claves para el análisis del presente trabajo. El objeto del mismo es el análisis de películas propagandísticas y su relación con los espectadores; en los periodos de tiempo y contextos anteriormente detallados. Por esta razón, es necesario primero buscar cual es la naturaleza del cine, su significación y como este arte llega a las masas.

4.1 Naturaleza del cine

4.1.1 Walter Benjamin: "La obra de arte en la época de su reproductividad técnica"

En los años treinta, Walter Benjamin⁴ en "La obra de arte en la época de su reproductividad técnica" realiza un análisis sobre el cine como obra de arte y sobre sus modos de significación. Más concretamente lo que este autor alemán propone es una nueva teoría sobre la condición de la obra de arte y los nuevos modos de significación en las sociedades industriales. Esta significación no es más, que la experiencia sensorial y cognitiva que tienen estas nuevas sociedades tecnológicas e industriales y como, esas experiencias se modifican gracias a la aparición de un nuevo instrumento de reproductividad desconocido hasta ese momento que es la fotografía y el cine.

Benjamin estructura su pensamiento sobre la siguiente hipótesis: ***Dentro de grandes espacios históricos de tiempo se modifican, junto con toda la existencia de las colectividades humanas, el modo y manera de su percepción sensorial. Por lo tanto la empresa del investigador no puede ser otra que poner de manifiesto las transformaciones sociales que hallaron expresión en esos cambios de la sensibilidad. Benjamin (1936, p.7).***

En un principio coincidió con Adorno y Horkheimer en que toda obra capaz de reproducirse técnicamente, pierde el aura que originariamente la elevaba a una reliquia sagrada; en otras palabras lo que pierde es su autenticidad⁵. Sin embargo, lo que lo diferencia de sus maestros es que estos la veían como una "desestificación del arte", y él comola posibilidad de nuevas formas de percepción colectiva, y con ello la expectativa de que el arte también pueda llegar a las masas y no solo a unos pocos privilegiados. Con esta concepción se modifica también, la naturaleza misma de lo que se consideraba arte hasta por entonces. En la era de la reproductividad técnica lo que cobra preponderancia no es más su valor cultural sino su valor exhibitivo.



⁴ Walter Benjamín (1892-1940) Filósofo y crítico literario alemán, asociado con la Escuela de Frankfurt y adepto a la filosofía marxista. Fue discípulo de Theodor Adorno.

⁵ "...Incluso en la reproducción mejor acabada falta algo: el aquí y ahora de la obra de arte, su existencia irreplicable en el lugar que se encuentra. El aquí y ahora constituye el concepto de su autenticidad. Lo auténtico conserva su autoridad plena, mientras que no ocurre lo mismo con la reproductividad técnica. En la época de la reproducción técnica de la obra de arte lo que se atrofia es el aura de esta..." (Walter Benjamin)

Sostiene que el cine transforma el modo en que el hombre archiva información en su memoria y como modifica también la formación de conceptos: ***El rodaje de una película, y especialmente una película sonora, ofrece aspectos que eran antes completamente inconcebibles. Representa un proceso en el que es imposible ordenar una sola perspectiva sin que todo un mecanismo (como los aparatos de iluminación, entre otros), que de suyo no pertenece a la escena filmada, interfiera en el campo del espectador. La naturaleza de su ilusión es un resultado de un montaje.*** Benjamin (1938, p.8). Asimismo, este medio de comunicación ha enriquecido el mundo perceptivo del público de una forma inconcebible en el pasado. En palabras del autor ***“la naturaleza con la que habla la cámara no es la misma con la que habla el ojo. La cámara interviene con sus medios auxiliares, sus subidas y sus bajadas, sus cortes, sus ampliaciones y sus disminuciones”.*** Benjamin (1938, p.8).

Pero por otro lado, el público pese a tener una actitud de espectador y una actitud crítica frente al cine, no deja de ser un examinador que se dispersa. Así lo sostiene el autor francés Georges Duhamel⁶: ***“ya no puedo pensar lo que quiero. Las imágenes movilizadas sustituyen a mis pensamientos”.*** De todo lo antedicho, Benjamin coloca también al cine como un fabricante de valores culturales. Pues le permite al público expresarse pero no que haga valer sus derechos. Para este escritor, ***“las reacciones de cada uno, cuya suma constituye la reacción masiva del público, jamás han estado como en el cine tan condicionadas de antemano por su inmediata, inminente masificación. Y en cuanto se manifiestan, se controlan”.*** Benjamin (1938, p.8).

En el pensamiento de Walter Benjamin se puede ver la relación que existe entre fascismo, propaganda, guerra y cine. Él sostiene que el fascismo manipula a las masas de manera tal que puedan expresarse pero limitándose a no hacer valer sus derechos. Similar mecanismo al que se observa en el cine. El desarrollo tecnológico diseñado desde el poder acentúa el poder. A lo que se refiere con esto es que la técnica dirige la comunicación, la lleva a la masa y de esta manera la convierte en un instrumento de control, por parte de las clases dominantes. Posteriormente, se logra transformar el discurso. Ya no es posible tomar conciencia por medio de la experiencia, sino que se la sustituye por una construcción artificial de la realidad, en este caso por medio del cine.

Una circunstancia técnica resulta aquí importante, sobre todo respecto de los noticieros cuya significación propagandística apenas podrá ser valorada con exceso. A la reproducción masiva corresponde en efecto la reproducción de masas. La masa se mira a la cara en los grandes desfiles festivos, en las enormes celebraciones deportivas y en la guerra, fenómenos todos que pasan ante la cámara. Este proceso, cuyo alcance no necesita ser subrayado, está en relación estricta con el desarrollo de la técnica reproductiva y de rodaje. Los movimientos de masas se exponen más claramente ante los aparatos que ante el ojo humano. Esto es, que los movimientos de masas y también la guerra representan una forma de comportamiento humano especialmente adecuada a los aparatos técnicos. Benjamin (1936, p.10)

4.1.2 ***Christian Metz: El significante imaginario: Psicoanálisis y Cine***

Para poder comprender al semiólogo francés Christian Metz⁷, es necesario primero detenerse en los aportes realizados por el psicoanalista Jacques Lacan⁸ y luego, en la teoría cinematográfica.

En relación a la primera cuestión, los siguientes conceptos son clave para poder comprender el pensamiento de Metz:

⁶ (1884-1966) Escritor y poeta francés.



⁷ Christian Metz (1931-1993) Semiólogo, sociólogo y teórico cinematográfico francés, reconocido por haber aplicado las teorías de Ferdinand de Saussure al análisis del cine, así como conceptos lacanianos y otros provenientes del psicoanálisis.



⁸ Jacques Lacan (1901-1981) Médico Psiquiatra y Psicoanalista francés conocido por sus aportes al psicoanálisis basándose en la experiencia analítica y en la lectura de Freud, incorporando a su vez elementos del estructuralismo, de la lingüística estructural, de las matemáticas y de la filosofía.

Lo real, lo imaginario y lo simbólico:

Lacan (1966) afirma que la constitución subjetiva de la persona se estructura dinámicamente en tres registros interrelacionados entre sí.

- 1) *Registro de lo real*: es todo aquello que no se puede expresar por el lenguaje, lo que no se puede decir, no se puede representar. Está siempre presente pero mediado por lo imaginario y lo simbólico.
- 2) *Registro de lo Imaginario*: es el proceso de formación que el sujeto puede identificar su imagen como un yo, diferenciado del otro y en relación a un objeto. Es el conocimiento del yo primitivo. Éste es el aspecto no lingüístico de la psique.
- 3) *Registro de lo simbólico*: el significante genera una reflexión a nivel comunitario del conocimiento primitivo del yo y crea el primer conjunto de reglas que gobiernan el comportamiento e integran a cada sujeto en la cultura. Éste es el registro más evolucionado y el que caracteriza al ser humano.

Por el lenguaje se construye un sujeto y el ser humano padece este lenguaje desde el nacimiento, aportándole a cada uno el pensamiento. Es por esta razón que el significante precede al sujeto. Éste se desarrolla mediante su inserción en el orden simbólico, momento en el cual se adquiere la habilidad de utilizar el lenguaje, es decir de materializar su deseo mediante el discurso.

El estadio del espejo:

Es el proceso en que los seres humanos forman su personalidad mediante su identificación con lo inconsciente colectivo (lenguaje común a todos). El yo se constituye en un reconocimiento entorno a la imagen del otro o en su imagen en el espejo. Es la etapa en la cual el niño se encuentra por primera vez capacitado para percibirse, para detectar su imagen corporal completa en el espejo. En esta fase se desarrolla el Yo como instancia psíquica. El infante se percibe por primera vez como totalidad en el espejo y no solo como partes parciales. El reconocimiento de la propia imagen especular ocurre con la ayuda de, y en relación a otro semejante (la madre). Este mecanismo identificatorio con la imagen del otro igual como una totalidad permite la unificación imaginaria. Así es como se necesita un procesamiento de información visual y un semejante (otro). Para la subjetivación total además de un Yo y Otro se necesita un tercero, que es la función paterna. Pese a ello se reconocerá y desconocerá al mismo tiempo, porque aquello que reconoce no es él, sino justamente una imagen de él. Una imagen que no le pertenece. Es una ilusión.⁹

Con respecto a la *teoría cinematográfica*, Stam¹⁰ (2001) sostiene que ésta tiene como objeto comprender la relación existente entre el cine, la sociedad, los espectadores y las demás artes. En sus inicios procuro entender este nuevo medio de comunicación a través de dos conceptos: "imagen-movimiento" e "imagen-tiempo" ya que con el cine aparecía una nueva forma de pensar el movimiento. El psicoanálisis, la lingüística, la semiótica y la antropología, son algunas de las disciplinas aplicadas en esta teoría. La misma se puede dividir en tres corrientes, a saber:

- 1) *Teorías Formalistas*: los elementos del lenguaje cinematográfico deben encontrarse por encima de lo que se narra o representa. Lo importante no es el qué, sino el cómo. El cineasta crea una realidad a través del arte distinta a la realidad misma.
- 2) *Teorías Realistas*: la función principal del cine es registrar la realidad de la manera más fiel posible. Este medio de comunicación además de tener una mayor capacidad expresiva, tiene la ventaja respecto a otras artes de poder aproximarse a la realidad.
- 3) *Teorías Contemporáneas*: busca acercarse al cine de un modo más científico y menos especulativo. Sus mayores exponentes son los franceses: Jean Mitry, quien comprendía el cine como una forma estética que utiliza la imagen como medio de expresión y cuya sucesión es un lenguaje y

⁹ Lacan, Jaques (1966). *Escritos*. Paris: Editions du Seuil.

¹⁰ Stam, Robert (2001). *Teorías del Cine: Una Introducción*. Madrid: Ediciones Paidós Ibérica.

Christian Metz a quien se le debe el desarrollo de la semiología del cine aplicando conceptos de psicología y lingüística.

Retomando la obra de Christian Metz, su finalidad fue encontrar el enfoque adecuado para abordar el estudio de la significación en el cine. Junto a Roland Barthes¹¹ postularon la necesidad de abandonar el campo de la lingüística por ser insuficiente al estudio de la significación. En el desarrollo de sus obras pusieron la teoría olvidada hasta por entonces de Charles S. Peirce¹² sobre la concepción del signo.

Así es como Metz construyó una semiótica del cine que postulaba el estudio de un lenguaje no lingüístico. Lo denominó *El significante imaginario*, en el sentido de lo que Barthes llamó "la aventura semiológica".

Una de las primeras aclaraciones que Metz (1977) efectuó, es que no existe una lengua en el cine. La riqueza perceptiva del séptimo arte permite distintos tipos de signos -imágenes, sonidos, palabras articuladas- que se combinan en ausencia de la materialidad de lo representado (la condición fantasmática de las imágenes externas y sonoras del cine).

Ahora bien, la teoría del film plantea el problema de la impresión de realidad que percibe el espectador al ver el film. Éste, se desconecta del mundo real pero aún tiene que realizar una "transferencia de realidad", debe poder identificarse en algo y eso solo puede ocurrir en tanto y en cuanto el espectáculo se asemeje al mundo real. Dicho de otra manera, una película proporciona el sentimiento de asistir a un espectáculo casi real y además crea un proceso perceptivo y afectivo de participación del espectador.

Por la naturaleza misma del cine, es un arte que atrae a las masas debido a la facilidad con la que "entra" al espectador. Otras artes se podrían considerar un poco más elitistas, en cambio el cine siempre tiene un público, aunque el film sea malo o bueno. Esto podría ser debido a que el film da al espectador, una presencia y una cercanía que otras artes no dan. Como lo cercano se identifica con lo real debe existir un convencimiento por parte del público de eso. Todo film debe tener algún elemento de la realidad, aunque sea una obra de ciencia-ficción para que se logre esa identificación.

Otra de sus características que genera que sea uno de los artes más realistas, es su capacidad de movimiento. Le otorgan solo a las cosas un índice extra de realidad sino también cuerpo, cosa que la foto no da ya que convierte a los objetos en elementos planos. La clave del cine consiste en colocar muchos índices de realidad en las imágenes, pero aún así sigan percibiéndose por lo que son. Por otro lado, en la irrealidad de la imagen se acentúa la realidad del movimiento, realzando lo imaginario.

Efectuando una comparación con el teatro, pese a necesitar las mismas condiciones perceptivas por parte del espectador, aquel necesita la continua presencia de sus signos. En cambio el cine, permite la ausencia de lo representado bajo la presencia material de imágenes y sonidos externos al sujeto que se encuentra en la sala. La principal consecuencia es que el lenguaje cinematográfico desarticula entonces el signo lingüístico y la oposición clásica entre lengua y habla.

La actividad de percepción en el cine es real pero lo percibido no es realmente el objeto, es su sombra, su fantasma. La posición específica del cine respecto a este doble carácter de su significante es su riqueza perceptiva pero marcada de irrealidad. El cine en mayor escala que en otras artes, o de manera más singular, nos enrosca en el imaginario: hace que la percepción, en su totalidad, venga desde arriba, pero de forma de hacerla caer inmediatamente en su propia ausencia, que pese a ello, es el único significante presente. Metz (1977, p. 53).

Con respecto a cuál es el papel que desarrolla el espectador en el proceso de construcción discursiva; desarrolla el concepto de identificación cinematográfica a partir de ideas de Sigmund Freud y Lacan. Señala tres fenómenos que van a permitir considerar el cine como un significante imaginario, en



¹¹ Roland Barthes (1915-1980) Filósofo, escritor y semiólogo francés. Fue parte de la escuela estructuralista, y su obra está influenciada por el lingüista Charles S. Peirce.



¹² Charles Sanders Peirce (1839-1914) Filósofo, lógico y científico estadounidense. Es considerado el fundador del pragmatismo y el padre de la semiótica moderna.

el que se refleja el espectador durante la percepción decualquier obra cinematográfica. En primer lugar, utilizando el concepto lacaniano del estadio del espejo, asemeja la pantalla del cine con éste pero estableciendo una diferencia: la imposibilidad del cine para reflejar el cuerpo del espectador. Esto explica el hecho que el sujeto se identifique necesariamente con los personajes, y simultáneamente, consigo mismo.

El espectador se identifica ya que de lo contrario el film se tornaría incomprensible, mismo aquellas películas más incomprensibles, siguen dependiendo de ese juego identificatorio permanente sin el cual no habría vida social. Metz (1977, p.58).

En segundo lugar, introduce el concepto de voyeurismo entendido como un deseo de ver, que se caracteriza por no querer tocar el objeto deseado, sino por querer que siga siendo algo distinto y distante. El cine permitirá agrandar esta separación entre deseo y objeto por el hecho de utilizar como material la imagen (que tan sólo es una sombra, una comprobación de la ausencia de la realidad) y su poder de jugar con su presencia y ausencia a través del montaje y los distintos tipos de tomas.

El espectador de cine mantiene con los filmes verdaderas relaciones de objeto. El voyeurismo del espectador es similar a la experiencia del espejo. La relación con el objeto es una relación fantasmagórica, bien distinta a las relaciones reales con objetos reales. Metz (1977, p. 60)

Por último, el autor habla del surgimiento a lo largo del proceso de un cierto fetichismo. Es decir, una admiración hacia la propia técnica cinematográfica exhibida en el plano del significante.¹³

4.1.3 **Roland Barthes: Sobre el cine**¹⁴

Al igual que Metz; Barthes no integra el cine a la esfera del lenguaje. La lógica de su razonamiento radica en el hecho que el modelo de todos los lenguajes es la palabra. ***Ese lenguaje articulado es un código, utiliza un sistema de signos no analógicos (y que en consecuencia pueden ser, y son, discontinuos).*** Barthes (2005, p.7). En cambio el cine lo que ofrece es una expresión continua y analógica de la realidad. Al poseer estas dos características no se sabría donde tomar el punto de partida para comenzar un análisis de tipo lingüístico. ***“La expresión cinematográfica pertenece también a este orden de las grandes unidades significantes, que corresponden a significados globales, difusos, latentes, que no son de la misma categoría que los significados aislados y, discontinuos del lenguaje articulado”.*** Barthes (2005, p.7). Asimismo, en relación a los significados y a los significantes explica la ambigüedad que existe en su naturaleza: ***Los significantes son siempre ambiguos; el número de significados excede siempre al número de significantes: sin eso no existiría ni literatura, ni arte, ni historia, ni nada de lo que hace que el mundo se mueva. Lo que constituye la fuerza de un signifiante, no es su claridad sino que sea percibido como signifiante. El lazo del signifiante con el significado tiene mucha menos importancia que la organización de los significantes entre sí.*** Barthes (2005 p.9).

Por otro lado, destaca que el cine es sintagmático y metonímico y sostiene que de insistir con una lingüística del cine, debería ser basada en los sintagmas y no en los signos. ***Una “buena historia” es efectivamente, en términos estructurales, una serie lograda de dispatchings sintagmáticos: dada tal situación (tal signo) ¿de qué puede ser seguida? Existe un cierto número de posibilidades, pero esas posibilidades son finitas (es esta finitud, esta clausura de lo posible lo que funda al análisis estructural), y es en esto donde la elección que el director hace del “signo” siguiente es signifiante; en efecto el sentido es una libertad, pero una libertad vigilada (por lo finito de los posibles); cada signo (cada “momento” del relato, del film) sólo puede ser seguido por algunos otros signos, por algunos otros momentos. Porque naturalmente, cada dispatching tiene su parte de responsabilidad en el sentido final de la obra.*** Barthes (2005, p.10).

Barthes resalta la idea que no es posible el cine en tanto lenguaje, pero que naturalmente es un arte dotado de sentido, pero éste no está encerrado en el significado. Para evitar caer en el disfrute del cine

¹³ Diéguez, Facundo. *La vocación empírica de la semiótica*. (En red). Disponible en:

<http://www.lafuga.cl/metz/319>. Facundo Diéguez es Investigador y docente argentino de las cátedras Comunicación y Cultura de la Universidad de la Plata).

¹⁴ Barthes, Roland. (2005). *El grano de la voz: Entrevistas 1962-1980*. Paris: Editions du Seuil.

como un objeto solo meramente de placer, completamente privado de significación, se debe ir “más allá” y dejar de centrarse en el significado. Es necesario entonces, poner el acento en el significante:

Una visión mucho más amplia, mucho menos centrada sobre el significado (todo lo que hemos dicho del sintagma va en esta dirección). Ya que el significante es la más alta categoría de lo inteligible. En el fondo, es lo inteligible humano lo que nos interesa. ¿Cómo el cine manifiesta o reúne las categorías, las funciones, la estructura de lo inteligible elaboradas por nuestra historia, nuestra sociedad? Es a esta pregunta a la que podría responder una “semiología” del cine. Barthes (2005, p.11).

4.2 Propaganda

“el dominio de corazones y mentes es la continuación de la propia guerra”.

Ramonet¹⁵

4.2.2 Concepto de Propaganda

Del sinnúmero de significados que existen en relación a este término, a los fines de este trabajo se utilizará el que propone Richard Alan Nelson¹⁶, en su libro *A Chronology and Glossary of Propaganda in the United States* (1996, p. 38): **La propaganda es definida como una forma intencional y sistemática de persuasión con fines ideológicos, políticos o comerciales, con el intento de influir en las emociones, actitudes, opiniones y acciones de los grupos de destinatarios específicos a través de los medios de comunicación masiva.**

4.2.3 Historia de la Propaganda

Sus comienzos se remontan a la época del Imperio Romano, cuando se buscaba la adhesión a la ciudad de Roma. Posteriormente, la Iglesia Católica utilizó esta herramienta en su proyecto de misionar en el Nuevo Mundo.

La relación entremedios de comunicación y propaganda se inició a mediados de los años diez y en sus comienzos se la divide en tres períodos. El primero, desde el inicio de la Primera Guerra Mundial hasta principios de 1915. Estos años se caracterizan por el predominio de la censura y los enfrentamientos que la misma origina con los medios de comunicación. Los distintos países crearon instituciones para filtrar información, aunque todavía no se vislumbraba una tarea propagandística sistemática. El segundo período va desde mediados de 1915 a mediados de 1917, donde ya se relacionaba la información con la propaganda, en cuanto que los medios de comunicación tendían a ocultar lo negativo en beneficio de sus propios intereses. Ya a partir de 1917, se terminaron de consolidar las instituciones propagandísticas en todos los países.¹⁷



¹⁵ Ignacio Ramonet (1943-) Periodista y Crítico Cinematográfico Español. Es doctor en Semiología e Historia de la Cultura. Especialista en geopolítica y estrategia internacional y consultor de la ONU.

¹⁶ Especialista en Comunicación, Relaciones Públicas y Propaganda. Consultor y Profesor en la School of Mass Communication, Louisiana University. Autor.

¹⁷ Paz, María Antonia y Montero, Julio. (2002). *El cine informativo 1895-1945: Creando la realidad*. Madrid: Ariel Comunicación.

- **El papel de la propaganda en las grandes guerras**

Sin embargo fue en la Primera Guerra Mundial cuando se comenzó a utilizar esta herramienta con métodos científicos. En Estados Unidos, Edward Bernays y el periodista Walter Lippmann¹⁸ fueron los primeros en armar una campaña anti-alemana para que el pueblo norteamericano aprobase la entrada del país a la Guerra. Crearon una agencia de propaganda: el Comité para la Opinión Pública, que se reveló de máxima eficacia sobre todo en lo relacionado con lo que ellos denominaban “los ideales de libertad”.

El gobierno español también la utilizó durante la Guerra Civil Española. Norteamérica y otros países la volvieron a poner en práctica durante la Segunda Guerra Mundial, donde se demostró el gran potencial que tenía su uso como medio de control de la opinión pública. Los americanos crearon entonces dos agencias oficiales de propaganda: la OWI (Office of War Information) y la OSS (Office of Strategic Service). La OWI se encargaba de distribuir información en territorio americano y extranjero. La OSS, por su parte, estaba encargada de conducir la “guerra psicológica” contra el enemigo.

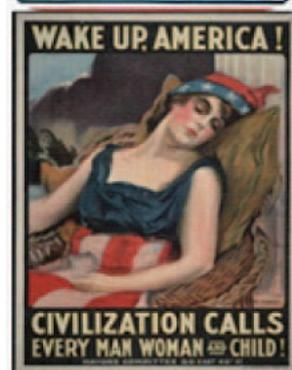
Tras el ataque japonés a Pearl Harbour en diciembre de 1941 y la entrada de EE.UU. en la contienda, los estudios de Hollywood se transformaron en “arsenales destinados a la producción de propaganda bélica” Paz, Montero (2002, p. 67), aportando sus instalaciones y equipos para la realización de documentales. De igual modo ponían a sus estrellas a disposición de los organizadores de giras benéficas o las enviaban a actuar ante las tropas. De esta suerte es como numerosos actores se alistaron como voluntarios en el Ejército. Desde fines de 1941 a mediados de 1942 se filmaron en Hollywood más de setenta películas bélicas. Los enfoques propagandísticos de las mismas estaban claramente delimitados por el gobierno federal. Se procuró inculcar actitudes y principios desde las siguientes premisas:

Un único pueblo, aunque distinto: respecto a la política exterior, el mensaje consistía en que la guerra era necesaria. No luchar equivalía a rendirse ante un enemigo que no aceptaba la paz ni la independencia de los demás. Abstenerse en la lucha implicaba someterse a los alemanes. Como este enemigo era brutal y traicionero, no era posible ningún tipo de negociación sin victoria previa. Se defendía sin limitaciones a los países aliados, inclusive a la Unión Soviética. En relación a la política interior, la consigna general era mostrar un país unido más allá de la raza y la condición social frente al enemigo común.

¡Así son los malos!: la lógica del discurso propagandístico norteamericano de las películas de ficción tuvo un elemento común: su definición con rasgos negativos netos. Se trataba de separar a los alemanes de los nazis y a los italianos de los fascistas. Se procuró también, una vez que la guerra parecía ganada por los aliados, establecer diferencias claras con el gobierno nazi y la Gestapo.¹⁹

Propaganda nazi

El responsable de la propaganda nazi fue Joseph Goebbels, quien tenía a cargo el Ministerio de Educación Popular y Propaganda, creado por Adolf Hitler a su ascenso al poder en 1933. Goebbels monopolizó los medios de comunicación e ideó todo un sistema de consignas que eran transmitidas en el cine, la radio, el teatro, la prensa y la literatura. El mensaje transmitido giraba en torno al sentimiento de



¹⁸ Walter Lippmann (1889-1974) Intelectual Americano, escritor, periodista y comentarista político. Ganó el Premio Pulitzer en dos ocasiones.

¹⁹ Ibid.

orgullo por ser alemán y al odio por las minorías; utilizando argumentos muy alejados de la realidad. Toda la propaganda creada por los nazis se centró en tres pilares: anticomunismo, anticapitalismo y antisemitismo.

Se le atribuyen once principios:

Principio de simplificación y del enemigo único: adoptar una única idea y un único símbolo. Se debe individualizar al adversario en un único enemigo.

Principio del método de contagio: reunir distintos adversarios en una sola categoría o individuo.

Principio de transposición: cargar sobre el adversario los propios errores o defectos, respondiendo el ataque con el ataque. “Si no puedes negar las malas noticias, inventa otras que las distraigan”.

Principio de la exageración y desfiguración: convertir cualquier asunto, por pequeño que sea, en una amenaza grave.

Principio de vulgarización: toda propaganda debe ser popular y con un mensaje claro y sencillo. Se lo debe adaptar al nivel de los individuos menos inteligentes. Cuanto más grande sea la masa a convencer, más pequeño debe ser el esfuerzo mental que realicen. La capacidad receptiva de las masas es limitada y su comprensión escasa, además, tienen gran facilidad para olvidar.

Principio de orquestación: la propaganda debe limitarse a un número limitado de ideas y repetirlas constantemente, presentarlas una y otra vez desde diferentes perspectivas, pero siempre enfocándose en un mismo concepto. “Si una mentira se repite suficientemente, se termina convirtiendo en verdad”.

Principio de renovación: hay que emitir constantemente informaciones y argumentos nuevos a un ritmo tal que, cuando el adversario responda, el público ya esté interesado en otra cosa. Las respuestas del adversario nunca deben de poder contrarrestar el nivel continuo de acusaciones.

Principio de verosimilitud: construir argumentos a partir de distintas fuentes con contenido fragmentado.

Principio del silencio: acallar las cuestiones sobre las que no se tienen argumentos y disimular las noticias que favorecen al adversario.

Principio de transfusión: la propaganda opera a partir de una idea preexistente, esto es una historia, odios o prejuicios tradicionales. Se trata de difundir argumentos que puedan arraigar esos pensamientos.

Principio de unanimidad: llegar a convencer a la masa que su pensamiento es común a todos, creando una falsa idea de unanimidad.²⁰



• El papel de la propaganda en la Guerra Fría

Los intereses de los países protagonistas de este conflicto: Estados Unidos y la Ex Unión Soviética evitaron un enfrentamiento directo en los más de cuarenta años que duró el conflicto. El desarrollo de la Guerra Fría estuvo marcado principalmente por el combate simbólico y retórico impulsado por los líderes de ambos bloques siendo la propaganda el arma principal.

²⁰ Ibid.

Nuevas formas de la misma surgieron por entonces: la propaganda negra²¹, la propaganda blanca²² y la propaganda gris²³. Ejemplos de ellas se pueden encontrar en ambos bandos.

En el caso de la propaganda blanca, la estación oficial de Estados Unidos conocida como la "Voz de América" era utilizada por el gobierno para emitir su discurso de manera tal de llegar a la mayoría de la población. El uso de la propaganda gris lo llevó a cabo especialmente fuera del territorio, sobre todo en la URSS y Europa del Este. Se emitían noticias y programas de entretenimiento en los que se insertaban mensajes correspondientes a la ideología estadounidense. Los mensajes eran recibidos a través de dos emisoras controladas por la CIA: Radio Free Europe y Radio Liberty. Uno de los autores más visionarios de la Guerra Fría fue George Orwell²⁴, quien en sus obras *Animal Farm* y *1984* ejemplifica perfectamente el uso de la propaganda. Las dos obras fueron usadas para fines propagandísticos explícitos. De hecho la CIA financió secretamente una versión animada de *Animal Farm* en los años 50²⁵.

Del lado de los soviéticos también se utilizaron estrategias similares: tenían la Radio Moscow donde se transmitían los discursos oficiales y las emisoras Radio Peace y Freedom con alcance en el territorio norteamericano. Del mismo modo, ambos sectores introdujeron la propaganda negra, sobre todo en periodos de crisis.

• El papel de la Propaganda luego de los atentados del 11 de septiembre de 2001

Después del 11-S el gobierno estadounidense, por entonces a la cabeza de George W. Bush, inició lo que se conoció como "Guerra contra el terrorismo". Se hizo uso de los medios masivos de comunicación, especialmente de la televisión y de Internet. El mensaje transmitido se centraba en propagar el "choque de civilizaciones" y la maldad del "Eje del Mal" (Irak, Irán, Libia, Siria, Cuba y Corea del Norte). Bajo esta propaganda se logró el respaldopopular para invadir Iraq. El argumento se sustentaba en la creencia -que aún hoy sigue sin probarse- que Saddam Husein tenía en su poder armas de destrucción masiva y que apoyaba también a la red terrorista AlQaeda. Ante la ausencia de pruebas, el gobierno de Bush debió cambiar sus fundamentaciones. No obstante, el descreimiento en la guerra contra el terrorismo por parte del pueblo norteamericano no se ha revertido.

4.2.3 Edward Bernays: Propaganda

En relación al tema Edward Bernays²⁶, el cual veía a las masas como un rebaño al que había que conducir, en su libro *Propaganda* publicado en 1928 se refería a este asunto de la siguiente forma:

La manipulación consciente e inteligente de los hábitos y opiniones organizados de las masas es un elemento de importancia en la sociedad democrática. Quienes manipulan este mecanismo oculto de la sociedad constituyen el gobierno invisible que detenta el verdadero poder que rige el destino de nuestro país. Quienes nos gobiernan, moldean nuestras mentes, definen nuestros gustos o nos sugieren nuestras ideas son en gran medida personas de las que nunca hemos oído hablar. Bernays (1928, p. 32).²⁷

Asimismo explica cómo opera la influencia en las masas. Señala que son muchas las fuerzas externas que se unen para influenciarla, entre ellas, los padres, la escuela, la prensa, la publicidad y el cine.

²¹ Se utiliza para distorsionar o criminalizar el mensaje del enemigo.

²² Se lanza identificando la fuente u origen de la misma. De esta manera, el mensaje en cuestión puede ser emitido de un modo oficial o puede quedar claramente identificado con unos intereses específicos.

²³ Se presenta como neutral, pero proviene del adversario y transmite información falsa.



²⁴ Georges Orwell. (1903-1950) Reconocido escritor y periodista británico.

²⁵ Ramonet, I. (2001). *Propagandas Silenciosas*. Editora Campo das Letras.



²⁶ Edward Bernays (1891-1995) Reconocido como el Padre de las Relaciones Públicas. Nació en Austria en 1891 y falleció en Estados Unidos en 1995. Provenía de una familia judía y era sobrino de Sigmund Freud. Fue publicista y periodista.

²⁷ Bernays, Edward. (1928). *Propaganda*. New York: HorageLiveright.

Frente al interrogante si ésta es maleable o no, sostiene que existen tres posturas: *Rey Lennon (2006, p. 167)*.

La primera afirma que los medios de comunicación tienen una pequeña influencia sobre la opinión pública. La segunda sostiene que los mass media son responsables de la uniformidad de la misma y que los medios de comunicación provocan un cambio definitivo en la opinión pública. Ahora bien, existe una tercera posición, la cual Bernays cree que "quizás esté más cerca de la verdad": es posible controlar y regimentar a la masa de acuerdo con nuestros deseos y sin que éstas lo adviertan al menos hasta cierto punto y dentro de ciertos límites, ya que el público no es una masa amorfa que puede ser modelada como uno desee. Estos efectos tienen limitaciones. Estos son: los prejuicios y predisposiciones del público, los anunciantes y el público de calidad.²⁸

4.3 Medios de Comunicación: un recorrido por las distintas visiones

Durante las dos grandes guerras mundiales, junto a la formación de una teoría sobre la propaganda, comenzaron igualmente estudios relacionados con la opinión pública y la influencia de los medios de comunicación masivos en la sociedad. En esta época es cuando el término sociedad de masas comienza a aplicarse desde tres paradigmas que basan sus teorías sobre cuatro conceptos: medios, comunicación, sociedad y cultura. Estos paradigmas serán los desarrollados por la MassCommunicationResearch en Estados Unidos, la Escuela Crítica de Frankfurt y los Estudios Culturales de la Escuela de Birmingham.

4.3.1 Estudios de la MassCommunicationResearch

Sus principales representantes fueron Robert Merton²⁹ y Paul Lazarsfeld³⁰. En un principio esta escuela afirmaba que la influencia de los medios era a corto plazo, y posteriormente entendieron que era de tipo acumulativa cognitiva. Las principales teorías que se agrupan dentro de este paradigma son:

- **Efectos a corto plazo**

La teoría con la que comenzaron sus estudios en la Primera Guerra Mundial fueron la de la Aguja Hipodérmica y luego la del modelo de Comunicación de Laswell³¹. Estos son estudios que la MassCommunicationResearch efectuó con una concepción de medios todopoderosos, capaces de moldear las conductas de las personas. Es importante resaltar para comprender estas teorías, que en esa época la sociedad de masas era entendida como una sociedad que a causa de la industrialización había perdido las tradiciones, y como resultado se había debilitado la conexión de los individuos, provocando aislamiento y alienación.

La Aguja Hipodérmica se basa en que la manipulación es posible ya que frente al enorme y creciente poder de los medios, no hay ningún elemento de resistencia. El mensaje se dirigirá por los medios de comunicación de masas, y a partir de ahí, es posible crear un estímulo, un mensaje tan fuerte que se "inyecte dentro de la piel de cada miembro de la sociedad" (de ahí el nombre "aguja hipodérmica"). Entre emisor y receptor, entre estímulo y respuesta no hay ninguna intermediación que impida conseguir los objetivos, hay una relación directa de causa-efecto, algo mecánico.

Laswell proyectó sus estudios al análisis de la propaganda. Su objetivo era poder entender el acto comunicacional. Asimismo, su preocupación por los efectos de los mass media en la formación de la opinión pública - en este periodo marcado por las tensiones mundiales de entreguerras - lo lleva a buscar

²⁸ Bernays, Edward. (1923) *Crystallizing Public Opinion*. New York: Boni and Liveright, citado por Rey Lennon, Federico. (2006). Edward Bernays: El día que se inventaron las Relaciones Públicas. Buenos Aires: Educa.



²⁹ Robert Merton (1910-2003). Sociólogo norteamericano.



³⁰ Paul Lazarsfeld (1901-1976). Austriaco quien cuando creció emigró a Estados Unidos. Matemático, físico y sociólogo.



³¹ Lasswell, Harold. (1902 – 1978). Sociólogo americano, pionero de la Ciencia Política y de las teorías de la comunicación.

la relación existente entre persuasión y comunicación. Es autor de la fórmula «¿Quién dice qué, a quién, por qué canal y con qué efecto?», que se ha convertido para la sociología de la comunicación en un esquema rector de los análisis de contenido.

Al culminar la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos se encuentra en una posición de ventaja en relación a una Europa devastada, un Japón derrotado y una URSS con una política de fronteras cerradas. De esta forma, se constituyen en un modelo de sociedad deseable para todos, es decir, imponen su modo de vida, su cultura y su sistema económico y político como el ideal de toda sociedad civilizada. En este contexto, para mediados del siglo pasado, las teorías de los efectos a corto plazo, en base a ideas conductistas son dejadas de lado y comienzan a tomar forma estudios basados en conceptos funcionalista de la mano entre otros, de Robert Merton y Paul Lazarsfeld. Se intenta producir un sistema de conocimiento objetivo que sea capaz de formular condiciones de equilibrio y autorregulación social.

En relación a los efectos que producen los medios de comunicación, se dirá que el receptor tiene un papel más activo, selecciona el mensaje y activa su interpretación de acuerdo a los rasgos de su personalidad (conocimientos, actitudes y percepciones que poseen los sujetos). También están presentes elementos de la persuasión, pero siempre sujetos a la particular manera en que el sujeto, puede interpretarlos en un momento determinado.

• Efectos a largo plazo

En la década de los setenta, esta escuela proclama que los medios no pueden influir en lo inmediato pero que efectivamente existe una influencia en la opinión pública. Se analiza la relación de los medios (especialmente la prensa gráfica) y su influencia en el público.

Entre los estudios de la época se encuentra la teoría de la Agenda Setting, postulada principalmente por Donald Shaw³² y Maxwell Mc Combs³³. Se concentran en la influencia que tienen los diferentes mass media en la audiencia, mediante los temas considerados de mayor relevancia para los medios y que directamente influyen en la opinión pública, indicando sobre los temas sobre los que tienen que pensar. En palabras de sus autores: **como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido.**³⁴

4.3.2 Estudios de la Escuela Crítica de Frankfurt

Paralelamente a los estudios que se efectuaban en el continente americano en la década del treinta, surge la Escuela Crítica en Frankfurt, Alemania. Si bien comenzó en Europa, a causa de la persecución nazi³⁵ durante la Segunda Guerra Mundial, sus miembros debieron escapar, radicándose en Nueva York. Sus principales representantes fueron Theodor Adorno³⁶ y Max Horkheimer³⁷ y sus estudios están basados en el marxismo.



³² Shaw, Donald. (1936-). Periodista americano. Docente de la Facultad de Periodismo y Comunicación de Masas de la Universidad de Carolina del Norte.



³³ McCombs, Maxwell. (1940-). Sociólogo americano. Presidente de la WorldAssociationforPublicOpinionResearch.

³⁴ McCombs, Maxwell(1985).La comunicación de masas en las campañas políticas: información, gratificación y persuasión. Barcelona: Gustavo Gili, S.A.

³⁵ Sus ideas eran de izquierda y la mayoría eran judíos



³⁶ Adorno, Theodor. (1903-1969). Filósofo alemán.



³⁷ Horkheimer, Max. (1895-1973). Filósofo y sociólogo alemán.

Contemporánea a la Aguja Hipodérmica, la teoría crítica tiene una actitud de denuncia frente a las industrias culturales. Reflexionan sobre la industria cultural como proceso de mistificación de masas. Para estos teóricos la ilustración y el pensamiento racional que la misma promovía son necesarios para la emancipación humana por un lado, pero por otro lado, en ellos está el germen de la sociedad totalitaria. En la época de la industria cultural la unidad del sistema que el capital ha promovido llegó hasta los medios e impide el desarrollo de una razón crítica. **“Durante el tiempo libre el trabajador debe orientarse sobre la unidad de la producción”**. Adorno (2006, p. 121). Así es como la industria cultural logra imponerse por lo irracional de las sociedades. Esto determina que para los consumidores no hay nada para clasificar, todo ya fue anticipado por la industria cultural. En la elaboración de los contenidos, hasta los estereotipos son delimitados previamente. Estos estereotipos funcionan como *reproductores de lo ideológico y permiten que el público acceda a la producción de sentido de la industria cultural, sin ninguna reflexión*.³⁸

Otro de los exponentes de esta teoría, fue Walter Benjamín, el cual en páginas anteriores ya se ha analizado. Sin embargo se debe destacar, que si bien su actitud frente a los medios de comunicación también era crítica, se diferenció de sus maestros destacando como los nuevos medios de comunicación de la época (fotografía y cine) generaban relaciones positivas con los espectadores.

4.3.3 Estudios Culturales de la Escuela de Birmingham

A diferencia de los dos paradigmas anteriores, el aporte de los Estudios Culturales viene dado por poner el acento en el receptor, como agente activo del proceso comunicacional y productor de sentido en contraposición de la Escuela Crítica y los MassCommunicationResearch que lo hacían en el emisor. Esta escuela surge en la década de los sesenta en Inglaterra y tendrá dos etapas que se suelen delimitar con el antes y el después de la influencia de Louis Althusser³⁹ a los Estudios Culturales de la Escuela de Birmingham. La primer etapa estará basada en ideas humanistas y la segunda en ideas estructuralistas. En la década de los ochenta, los Estudios Culturales llegan a los Estados Unidos y se retoman ciertas ideas humanistas de la primer época de esta escuela.

El inicio de esta teoría ocurre en la década de los sesenta. Hoggart⁴⁰, uno de los padres fundadores de este paradigma, describe la vida de la clase obrera en el período anterior a la Segunda Guerra mundial y la compara con la cultura de masas vigente en la Inglaterra de la posguerra. Sostiene que la industria cultural ha “colonizado el mundo de la vida” de las clases populares inglesas. El cine, la televisión y las revistas de entretenimiento han desarraigado a los obreros de su propia cultura, exponiéndolos a la perversa influencia de la sociedad de consumo.⁴¹ Sin embargo, todavía la clase trabajadora de Inglaterra está en posición de luchar frente al poderío de la cultura de masas.

La segunda etapa de esta escuela comienza a principios de los setenta, cuando Stuart Hall⁴² asume la dirección del Centro. Los valores, las expectativas y los comportamientos de los obreros o de cualquier sujeto social en particular, dejan de ser el objeto de estudio y le dan lugar a los dispositivos a partir de los cuales la cultura es producida y ofrecida al público como mercancía. El análisis de la cultura se convierte de este modo en una crítica del capitalismo. El cambio de paradigma se relaciona como se mencionó, a la influencia de Althusser y su concepto de ideología y la cultura como un dispositivo que promueve la dominación o la resistencia. Hall en su modelo de codificación – decodificación de 1973, afirma que en la producción del significado de un mensaje, intervienen los procesos de emisión y recepción de forma

³⁸ Ponce, Facundo. (2010) Formaciones discursivas sobre la gestión presidencial del primer mandatario Néstor Kirchner. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.



³⁹ Althusser, Louis. (1918-1990) Filósofo Marxista y nacido en Argelia.

⁴⁰ Hoggart, Richard. (1918-). Sociólogo británico. Es considerado como uno de los grandes pensadores ingleses del siglo pasado.

⁴¹ Castro Gómez, Santiago. Profesor de Filosofía y Estudios Culturales en la Universidad Nacional de Colombia.



⁴² Hall, Stuart. (1932-). Sociólogo jamaicano radicado en Inglaterra.

activa, y la posición social de las audiencias emplea un papel importante en estos. El emisor realiza la codificación para transmitir un mensaje, que es decodificado por el receptor e interpretado según sus propias circunstancias.⁴³

4.4 Análisis del Discurso

Teun Van Dijk⁴⁴ es uno de los miembros de la corriente “Análisis Crítico del Discurso” orientada a la investigación crítica relacionada con el uso de la lengua o con la comunicación. Este autor destaca la relación existente entre discurso y sociedad y distingue tres áreas dentro del ámbito discursivo.

La primera es que, a muchos niveles, las estructuras sociales —desde la interacción cotidiana hasta las estructuras de grupos o de organizaciones— son condiciones para el uso del lenguaje, es decir para la producción, la construcción y la comprensión del discurso.

La segunda es que el discurso, de muchas maneras, construye, constituye, cambia, define y contribuye a las estructuras sociales.

Y la tercera “interfaz” entre discurso y sociedad uno puede llamarla “representativa” o, en el sentido de que las estructuras del discurso hablan sobre, denotan o representan partes de la sociedad.

Van Dijk (1997) entiende que no todo depende o se construye desde el discurso en la sociedad pero que si tiene un papel importante no solo como acto en la interacción y en la constitución de relaciones sociales entre grupos, sino también en la expresión, en los conocimientos, ideologías, normas y valores compartidos en una sociedad y que son reguladores y controladores de los actos.

Los grupos dominantes saben que para controlar los actos de los otros es necesario controlar sus estructuras mentales. Para que un discurso logre afectar a una masa es necesario que dicha masa conozca la lengua y que, por lo tanto, haya formado ya unos esquemas cognitivos que le permitan inscribir en ellos lo que ve, oye o lee. Van Dijk (1997, p. 123). El discurso tiene la capacidad de poder influir en la sociedad a través de las cogniciones sociales. Sin embargo, la condición necesaria para lograrlo es que esas grandes masas, o grupos de personas puedan comprenderlo.⁴⁵

Para entender la forma en que el discurso puede influir en la sociedad es necesario comprender que es la ideología. Este término se trabajara en el presente trabajo desde el concepto que propone este autor holandés en su artículo Discurso e Ideología ⁴⁶: **Esto significa que es una representación mental, almacenada en (a largo plazo) la memoria, que puede ser usada para actividades tales como la interpretación de acontecimientos y acciones, la comprensión de un discurso o la producción de (inter-) acciones. Por otro lado, una ideología es también un sistema social, porque es compartida por los miembros de un grupo, y porque su conducta puede controlarse por dicha ideología. También, se adquieren y se cambian, de manera característica, dentro de contextos sociales. Un sistema ideológico de actitudes, no sólo organiza las creencias y opiniones, ‘existentes’ para interpretar el mundo sino que al mismo tiempo es un instrumento para generar aquéllas.** Van Dijk (1980, p. 40).

Para que los grupos dominantes logren que los demás actúen de acuerdo a sus intereses, en su artículo señala varias formas de alcanzar dicho objetivo. Una es por medio de la fuerza física, otra es a través del control sobre el uso de recursos necesarios como la comida, la vivienda, el trabajo o el dinero.

⁴³ Cabello, Martín. (2008). *Comunicación, Cultura e Ideología en la obra de Stuart Hall*. Revista Internacional de Sociología. Madrid. VOL. LXVI, N° 50, MAYO-AGOSTO, 35-63.



⁴⁴ Van Dijk, Teun. (1943-) Lingüista Holandés. Es uno de los fundadores del Análisis Crítico del Discurso.

⁴⁵ Van Dijk, Teun. (1997) *Racismo y Análisis Crítico de los Medios*. Barcelona: Paidós Comunicación.

⁴⁶ Van Dijk. (1980) *Ideología y la teoría del discurso* Traducción: Georgina Trigos. (Universidad Veracruzana, Xalapa, México), n° 5, julio-diciembre de 1980, pp. 37-53.

Pero una forma más sutil es controlando el discurso público. De esta manera: **sólo pueden expresarse y circular formas específicas de conocimiento y opinión, y éstas pueden conducir persuasivamente a modelos mentales y representaciones sociales que sirven a los intereses de los poderosos. Una vez que estas representaciones mentales están instaladas, los grupos dominados y sus miembros tenderán a actuar de acuerdo con el interés del grupo dominante por su propia voluntad.** Van Dijk (1980, p. 44). Por medio de este control discursivo se ejerce poder y se transmite la ideología perteneciente al grupo dominante.

Por último, reconoce la gran influencia que ejercen las imágenes como vehículo transmisor de ideología: **“Además del discurso verbal, otros mensajes semióticos (imágenes, fotos, películas, etc.) al igual que otras prácticas sociales, también pueden tener efectos ideológicos sobre los miembros sociales”.** Van Dijk (1980, p. 48).

Capítulo 5: Análisis Metodológico

5.1 Análisis metodológico

Este trabajo es de carácter descriptivo y cualitativo. Taylor y Bogdan⁴⁷ definen este tipo de estudio como **“la investigación del mundo empírico que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable”.** Taylor, Bogdan (1986, p. 15). De esta manera no se busca demostrar ningún tipo de hipótesis, sino, utilizando una frase de estos autores, lograr un trabajo coherente más allá de si se está en lo correcto o no.

Sus características son:

1. La investigación cualitativa es inductiva.
2. Se trabaja desde una perspectiva holística; las personas, los escenarios o los grupos no son considerados como un todo.
3. Se interactúa con los informantes de un modo natural y no intrusivo.
4. Los investigadores cualitativos se identifican con las personas que estudian para poder comprender cómo ven las cosas.
5. El investigador cualitativo suspende o aparta sus propias creencias, perspectivas y predisposiciones.
6. Para el investigador cualitativo, todas las perspectivas son valiosas. Este investigador no busca “la verdad”.
7. Los métodos cualitativos son humanistas.
8. Los investigadores cualitativos dan énfasis a la validez en su investigación.
9. Para el investigador cualitativo, todos los escenarios y personas son dignos de estudio.
10. La investigación cualitativa es un arte. Los métodos cualitativos no han sido tan refinados y estandarizados como otros enfoques investigativos.

⁴⁷ Taylor, S .J. y Bogdan, R. (1986). “Introducción: ir hacia la gente”, en *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. México: Editorial Paidós.

5.2 Las técnicas de recolección de datos con las que se trabajara serán:

- **Análisis de caso**

Los films propagandísticos son el material de estudio de este trabajo. Al haber una cantidad ilimitada de películas, se establecieron dos parámetros para seleccionar el caso representativo a analizar en cada etapa. Así es como se decidió que los films deben ser norteamericanos, ya que lo que se analizara será la técnica de la propaganda en ese país y por último, deben ser contemporáneas a cada periodo elegido. Esto es así, ya que lo que procura este trabajo es dar cuenta de cuál es el mensaje que se busca transmitir, en cada uno de los contextos seleccionados según los intereses de turno del Gobierno Norteamericano. Es necesario destacar que las cintas tomadas para el análisis de esta investigación, no son estudiadas como recursos propagandísticos primarios, o sea la propia instancia de poder sino como secundarios, esto es, como aquella en la que un individuo o grupo, por las razones que sea, actúa como vocero de la ideología de aquella. *Pineda Cachero (2005 p. 612)*. Las razones de tomar el camino de este tipo de propaganda pueden ser: influencias, motivos personales, los cuales toman la forma de un "patriotismo cinematográfico" basado en adhesión de los creadores cinematográficos a la ideología representada en el gobierno de los Estados Unidos y por último imperativos comerciales, entendidos como la colaboración de instituciones gubernamentales ya sea técnica o logísticamente para reducir los costos de la producción del film.

5.3 Una vez aplicados estos parámetros, las películas que se analizarán son:

1er Período: Segunda Guerra Mundial

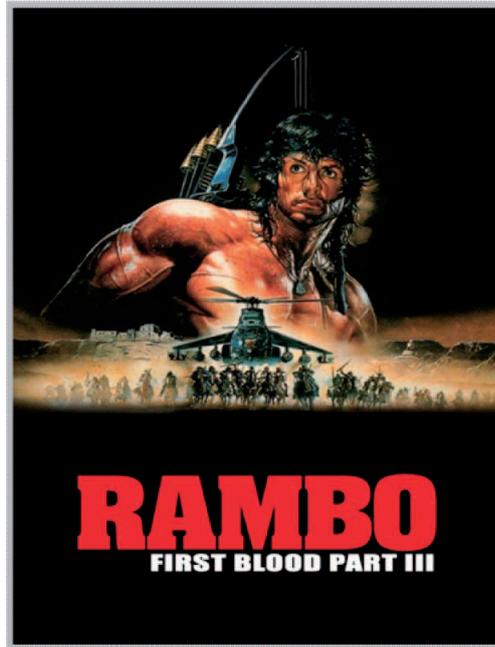
- **Título Original:** Casablanca
- **Año:** 1942
- **Duración:** 102 minutos
- **País:** Estados Unidos
- **Director:** Michael Curtiz
- **Guión:** Julius J. Epstein, Philip G. Epstein, Howard Koch
- **Reparto:** Humphrey Bogart, Ingrid Bergman, Paul Henreid, Claude Rains, Conrad Veidt, Sydney Greenstreet, Peter Lorre, S.Z. Sakall, Madeleine LeBeau, Dooley Wilson, Joy Page, John Qualen, Leonid Kinskey, Curt Bois.
- **Productora:** Warner Bros. Pictures
- **Género:** Drama Romántico
- **Sinopsis:** Durante la Segunda Guerra Mundial, Casablanca era una ciudad a la que llegaban huyendo del nazismo gentes de todas partes: llegar era fácil, pero salir era casi imposible, especialmente si el nombre del fugitivo figuraba en las listas de la Gestapo. En esta ocasión el principal objetivo de la policía secreta alemana es el líder checo y héroe de la resistencia Víctor Laszlo, cuya única esperanza es Rick Blaine, propietario del 'Rick's Café' y antiguo amante de su mujer, Ilsa. Cuando Ilsa se ofrece a quedarse a cambio de un visado para sacar a Laszlo del país, Rick deberá elegir entre su propia felicidad o el idealismo que rigió su vida en el pasado.



Warner Bros. 1942

2do Periodo: Guerra Fría

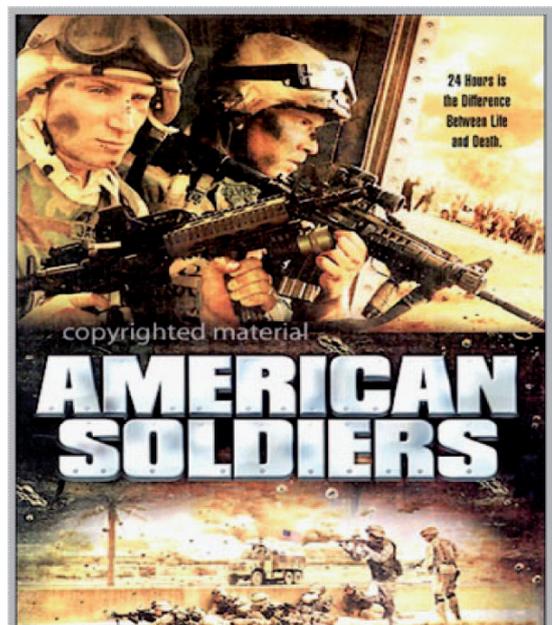
- **Título Original:** Rambo III
- **Año:** 1988
- **Duración:** 101 minutos
- **País:** Estados Unidos
- **Director:** Peter MacDonald
- **Guión:** Sylvester Stallone & Sheldon Lettich
- **Reparto:** Sylvester Stallone, Richard Crenna, Marc de Jonge, Kurtwood Smith, Spiros Focas, Doudi Shoua, Sasson Gabai.
- **Productora:** Universal Pictures.
- **Género:** Bélico – Acción.
- **Sinopsis:** Cuando descubre que el coronel Trautman ha caído en manos soviéticas en Afganistán, Rambo regresa al servicio para intentar liberar a su amigo. Después de contactar a la resistencia afgana, entra en la zona sitiada por las tropas enemigas.



Universal Pictures- 1988

3er Periodo: Guerras Pos Atentados del 2001

- **Título Original:** American Soldiers: A day in Irak
- **Año:** 2005
- **Duración:** 103 minutos
- **País:** Estados Unidos
- **Director:** Sydney J.Furie
- **Guión:** Greg Mellott
- **Reparto:** Curtis Morgan, ZanCalabretta, Jordan Brown, Eddie DellaSiepe, ShaunGarret, Rachae-Ancheril, Michael Belisaro, PhilippeBuckland.
- **Productora:** Peace Arch Entertainment Group
- **Género:** Belico
- **Sinopsis:** Irak, año 2004. Durante una salida rutinaria, una patrulla estadounidense cae en una emboscada y queda atrapada al otro lado de las líneas enemigas teniendo que enfrentarse a los Fedayines de Irak, enemigos declarados con poco que perder y un gran conocimiento de la zona, que harán que los soldados tengan que luchar desesperadamente por sus vidas en un encarnizado combate.



Peace-Arch,EntertainmentGroup - 2005

5.4 Ya seleccionadas las cintas se trabajará con las siguientes herramientas de recolección de información:

- **Análisis del contenido, del discurso y del contexto**

En cada uno de los films seleccionados se estudiará detalladamente el contenido y la estructura del discurso de los mismos. Asimismo, en mi investigación toma relevancia el contexto, ya que en él se encuentra no solo el tiempo y el lugar de la situación de producción del discurso, sino también los participantes.

Para dar cuenta cómo opera el contexto dentro de la producción del sentido que generan los discursos, se trabajará con la teoría de los discursos sociales de Eliseo Verón.⁴⁸ En el marco teórico ya se desarrolló la idea que no es posible hablar de un lenguaje del cine: el análisis debe hacerse poniendo el acento en el significant. Justamente en los años setenta, se rompe con el paradigma del sistema binario de Saussure y de la lingüística y se retoma la teoría olvidada de Peirce; donde se propone un sistema trinario teniendo como eje la productividad de sentido. De esta manera, surge una teoría de los discursos sociales, alejados de la lengua y poniendo el foco en el funcionamiento de la semiosis social.

Por semiosis social se entiende la dimensión significante de los fenómenos sociales en tanto que procesos de producción de sentido. Verón (1988, p.20)

Verón explica que esta teoría descansa en dos premisas: Verón (1988)

Toda producción de sentido es necesariamente social: no se puede describir ni explicar satisfactoriamente un proceso significante, sin explicar sus condiciones sociales productivas.

Todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido, cualquiera que fuere el nivel de análisis (más o menos micro o macro sociológico).

Un discurso es una configuración espacio – temporal de sentido. **“Las condiciones productivas de los discursos sociales tienen que ver, ya sea con las determinaciones que dan cuenta de las restricciones de generación de un discurso, ya sea con las determinaciones que definen las restricciones de su recepción”.**⁴⁹ Verón (1988, p.25). Las primeras son las condiciones de producción y las segundas son las condiciones de reconocimiento; y entre ellas circulan los discursos sociales. El análisis de los discursos es la descripción de las huellas de ambas condiciones. Éstos jamás pueden analizarse aisladamente.

Toda producción de sentido se manifiesta en un soporte material, el cual constituye un fragmento de la semiosis social. Verón entiende que **lo ideológico y el poder son dos dimensiones del funcionamiento de los discursos sociales, en donde lo ideológico es el sistema de relaciones de un discurso con sus condiciones de producción cuando estas ponen en juego mecanismos de base del funcionamiento de una sociedad. El poder es el sistema de relaciones de un discurso con sus consecuencias, cuando las condiciones de reconocimiento conciernen esos mecanismos de base.**⁵⁰ Verón (1988, p.27)

A efectos de este proyecto, las películas seleccionadas son el soporte material que reproducen las huellas del discurso oficial, convirtiéndose en elementos significantes de la sociedad, de cada una de las épocas elegidas para la presente investigación.

Para el análisis del discurso oficial de los periodos a analizar, se trabajará desde la perspectiva que propone este autor en su artículo “La Palabra adversativa”. El mismo es un camino de aproximación al estudio de los complejos procesos de producción y formas de manifestación de sentido.



⁴⁸ Verón, Eliseo. (1935-). Sociólogo, antropólogo y semiólogo argentino. Ganador del premio Guggenheim y Konex. Entre sus obras figura la *Semiosis Social* (1988) y *La Producción de sentido* (1980).

⁴⁹ Verón, Eliseo. (1988). *La Semiosis Social*. México: Editorial Gedisa.

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ Verón, Eliseo. (1996) *La Palabra Adversativa: El discurso político. Lenguajes y Acontecimientos*. Buenos Aires: Editorial Hachette.

Verón (1996) Dentro de los discursos sociales, se encuentran los discursos políticos que son aquellos producidos por líderes y partidos políticos. Se debe tener en cuenta para el análisis de los mismos los siguientes elementos:

Enunciador y Destinatarios

Enunciador: quien emite un mensaje. En este caso el gobierno de turno durante la Segunda Guerra Mundial, la Guerra Fría y luego de los atentados a las Torres Gemelas en 2001.

Destinatario: son aquellos a quienes se dirige el discurso. En este nivel, Verón destaca estrategias que apuntan a la adhesión o negación del mensaje, esto es al Otro Positivo o al Otro Negativo:

Pro-destinatario: este tipo de destinatario toma forma de colectivo de identificación y representa al otro positivo. Adhiere a la creencia del enunciador. Corresponde con el “nosotros inclusivo”.

Contra-destinatario: es el destinatario que se encuentra excluido del colectivo de identificación. Es el otro negativo, y toma la forma de “nosotros exclusivo”, ya que no comparte la creencia del enunciador. Por esta razón, en los discursos se manifiesta descalificado

Paradestinatario: es el destinatario que no está decidido. Por lo tanto la función del enunciador es la de persuadir, debe lograr que este destinatario adhiera a sus creencias.

Componentes:

Son el nexo entre el enunciado y la enunciación, definiendo las distintas maneras que el enunciador utiliza para formar su red de relaciones con el imaginario colectivo. Se distinguen cuatro tipos:

Componente Descriptivo: se describe una situación, se utiliza para mostrar un pensamiento o el estado de la situación del momento. Este componente está asociado al contradestinatario.

Componente Didáctico: se enuncia una verdad o un principio universal. Se lo relaciona con el verbo “enseñar”.

Componente Prescriptivo: el enunciador da una orden. Formula lo que se debe hacer.

Componente Programático: se describe el presente, la realidad actual y se programa el futuro. Está asociado a promesas y propuestas.

Capítulo 6.: Análisis e Interpretación



Análisis e Interpretación de CASABLANCA

6. Casablanca

6.1 Introducción:

Casablanca quedó en el inconsciente colectivo como una de las máximas historias de amor de todos los tiempos. Sin embargo en plena Segunda Guerra Mundial, la película se pensó como un instrumento de propaganda camuflado en una ficción. Al descodificarla e interpretarla, se logra llegar a estratos más profundos de significación, donde el romance es solo el sentido más llano y sencillo de toda la trama.



La opresión, el nazismo, la corrupción, la desesperación, la guerra y también el amor y la esperanza de un mundo mejor, se hacen presentes en este relato.

Del director Michael Curtiz⁵², el proyecto se empezó a gestar el 8 de diciembre de 1941. Al día siguiente del ataque japonés contra Pearl Harbor y el mismo día en que Estados Unidos entró en la guerra.



⁵² Curtiz, Michael (1886-1962). Director de cine húngaro-americano. En Europa dirigió más de cincuenta films y más de cien en Estados Unidos. Ganó un Oscar como Mejor Director por Casablanca.

Al momento de filmar, la oficina de Propaganda del gobierno de Roosevelt, "Office of WarInformation" participó de la producción del film con la finalidad de controlar la imagen a transmitir de dicho film.

La historia se basó en una obra de teatro no estrenada titulada "Everybody comes to Rick's", la cual se modificó para que el guión tenga los tintes propagandísticos deseados. Esto es, sensibilizar a los estadounidenses sobre la Segunda Guerra Mundial. Finalmente, se estrenó para la prensa a fines de 1942 y para el público en general el 23 de enero de 1943. El gobierno norteamericano luego elaboró un informe muy positivo sobre la película. El discurso oficial a transmitir en el film era: "Estados Unidos, refugio para los oprimidos".

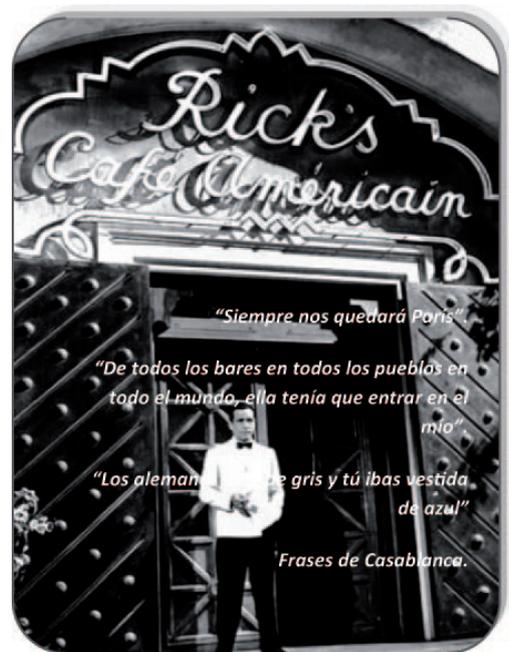
6.2 Contexto Político

Durante la II Guerra Mundial, los alemanes ocupaban incluyendo Paris, la mitad de Francia. El gobierno francés se encontraba replegado en Vichy, en el sur del país. Debilitados, los franceses pese a haber pactado la paz con el gobierno de Hitler a cambio de colaboración, dudaban en que bando quedarse.

El relato transcurre en la ciudad de Casablanca, Marruecos; protectorado francés, dependiente del régimen de Vichy y por entonces territorio no ocupado.

6.3 Trama del film:

Humphrey Bogard⁵³ da vida a Rick, un norteamericano duro y solitario con un "pasado dudoso", exiliado en Casablanca, Marruecos. En esta ciudad es dueño del café más popular. Allí, esperan refugiados de toda Europa un permiso para volar a Portugal y de ahí a los Estados Unidos: la tierra de la esperanza y la libertad. Lisboa es el punto principal de salida al nuevo continente, sin embargo, para muchos no es tan sencillo alcanzar tierras portuguesas. La ruta de los refugiados comienza en Paris, continua por Marsella, y desde allí por el Mediterráneo hasta Orán, Argelia. Luego, ya sea en tren, a pie o en auto, se bordea el continente africano hasta llegar a Casablanca donde comienza la lucha por conseguir una visa y un asiento en un avión con destino a Lisboa y por ultimo a la tierra prometida. Tener dinero, influencias o suerte son los tres caminos posibles para obtener el permiso y así una nueva vida. Rick transcurre sus días junto a su fiel amigo y pianista negro Sam en su café, donde se dan cita conspiradores, espías, ladrones, nazis y refugiados. Una noche dos hechos cambian su vida. Ugarte, un vendedor de permisos a Portugal, le pide que custodie dos pasaportes que valen millones, robados a unos alemanes los que además asesinó. Estos salvoconductos más tarde, se volverán el bien más preciado a alcanzar para todos aquellos que se les negara la visa. Son permisos abiertos para cualquier persona, solo es necesario completar los nombres de los que viajen, y así poder transitar libremente por la Europa ocupada hasta llegar a la neutral Lisboa. La policía local al mando del Capitán Louis Renault, un corrupto oficial de la Francia de Vichy sólo busca complacer de todas las formas posibles a los nazis. Él detiene a Ugarte y éste muere al intentar huir.



Minutos después, Ilsa, nacida en Noruega, interpretada por Ingrid Bergman⁵⁴ entra junto a su marido Víctor Laszlo al Café de Rick. Sin embargo, los personajes principales habían vivido una historia de



⁵³ Bogart, Humphrey. (1899-1957) Actor norteamericano de cine y teatro. Ganó un Oscar como mejor actor en 1951.



⁵⁴ Bergman, Ingrid. (1915-1982) Actriz sueca y ganadora de tres premios Óscar. Desarrolló su carrera en Suecia, Alemania, Inglaterra, Estados Unidos, Italia, Francia e Israel.

amor en París durante 1938 hasta que la llegada de los alemanes a la ciudad los separa y Rick huye a Casablanca. Se reencuentran esa noche, mientras Sam toca "As Time Goes By" a pedido de Ilsa, en un contexto muy distinto al que los unió años anteriores.

Todo ocurre muy rápidamente. Ilsa y Víctor se encuentran en la ciudad en búsqueda de las visas que los lleven a la libertad. Laszlo es checo y es un importante líder de la Resistencia y de él dependen la vida de miles de personas. Aunque existe un problema, se encuentra acorralado ya que significa una amenaza para los nazis y éstos, jamás le otorgarían los pasaportes que necesita para llegar a Estados Unidos junto a su mujer. Su única salvación son las cartas que tiene en su poder Rick. Pero el amor que éste siente por su esposa es más fuerte y se niega a dárselas.

Entre el amor, la guerra, la libertad y el deber ser, a pesar que Ilsa elige que su vida sea junto a Rick, le pide que decida por todos. De esta forma y en un gesto heroico resumido en la frase: **"No soy muy noble, pero veo que nuestro problema es muy pequeño en este mundo"**, Rick deja a un lado el amor que siente por Ilsa. De esta forma, prioriza la libertad de miles de personas y lecede los salvoconductos a Laszlo, viéndolo partir junto a su amada en un avión rumbo a Lisboa. En ese momento, el prefecto de policía Louis, decide tomar partido ayudándolo, para que el matrimonio pueda escapar de los oficiales alemanes nazis. Una vez que Ilsa y Laszlo despegan, le aconseja a Rick que desaparezca por un tiempo ya que mientras el matrimonio huía, cometió varios delitos para que no detengan el avión.

Este relato culmina con la frase: **"Este es el comienzo de una gran amistad"** dicha por Rick a Louis Renault mientras caminan juntos, entre neblinas en el medio de la noche de Casablanca.

6.4 **Mensaje Propagandístico:**

En el contexto de la guerra, en Casablanca se destacan múltiples simbolismos y recursos propagandísticos que aparecen en los diálogos y en las puestas en escena.

Personajes: se procuró que todos los países involucrados en la contienda estén representados en el film.

Rick Blaine: es un norteamericano, excombatiente de la Guerra de Etiopía en 1935 cuyo objetivo en esa lucha era impedir la ocupación italiana. También participó de la Guerra Civil Española en el bando de los republicanos. Por razones desconocidas no puede volver a su país y se encuentra exiliado en Casablanca. Él representa el papel de Estados Unidos en la guerra. No toma partido en ningún asunto que ocurre en la ciudad, sólo se preocupa de sí mismo y de sus negocios. Pero el caso es que un hecho determinante lo involucra y su accionar favorece a la resistencia en contra de los alemanes. La posición que toma Rick es una metáfora de la postura del gobierno norteamericano frente a la guerra. En un principio se muestra indiferente al conflicto, encerrado en sus asuntos y políticas hasta que el ataque japonés en Pearl Harbor lo sitúa como protagonista en la II Guerra Mundial y gracias a su intervención los aliados comienzan a ganar.



Víctor Laszlo: es checoslovaco. Estuvo un año preso en un campo de concentración y logra escaparse para unirse a la resistencia contra la Alemania nazi. En la película, es la pieza fundamental para alcanzar la libertad de todos los pueblos oprimidos. Transmite un mensaje esperanzador y procura levantar la moral de todos aquellos que esperan en Casablanca la liberación de los tormentos alemanes.⁵⁵



Ilsa Lund: Junto a su esposo simbolizan la lucha del Viejo Continente en favor de la justicia y la libertad aunque es uno de los personajes principales con menor carga propagandística. Proviene de Noruega y es la mujer de Laszlo. Conoce a Rick en París mientras creía a su marido muerto en un campo de concentración nazi. En



⁵⁵ El discurso del enunciador posee un componente pragmático para dirigirse a sus destinatarios. Es un mensaje que envuelve una promesa personificada en el accionar de Víctor Laszlo, graficando nítidamente que Estados Unidos tiene un plan para derrotar al enemigo.

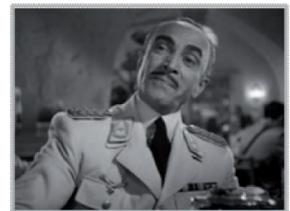
Casablanca es quien logra convencer a su amor norteamericano de la importancia de la misión que tiene que llevar su marido a cabo.

Capitán Renault: es la analogía de la postura de la Francia no ocupada mostrando ambivalencia. Por un lado, en un principio está sometido a Alemania, como el personaje francés, cumpliendo todas las órdenes dadas por los oficiales nazis. Por otro lado, aún está a tiempo de unirse al bando de los aliados, como Renault hace al final del relato al ayudar a Ilsa y a su marido a escapar. La frase “este es el comienzo de una hermosa amistad” que le dice Rick al capitán en la última secuencia, pone de manifiesto como Francia debe también aliarse a los Estados Unidos.⁵⁶



Representación de los países involucrados: se reflejan en la trama las posturas que mantienen los países en relación al conflicto y las que -según el gobierno norteamericano y la industria de Hollywood- son las adecuadas a seguir en el futuro. Así es como por ejemplo, los refugiados y miembros de la resistencia son de Centroeuropa.

Alemania: Los alemanes son los malos. El militar Strasser, frío y soberbio, simboliza la figura del Tercer Reich. Pese a lo anteriormente dicho, es necesario hacer una distinción: siguiendo los lineamientos del plan propagandístico norteamericano, se debía diferenciar entre los nazis y el pueblo de Alemania. Por esta razón, en el film se destaca un matrimonio judío alemán, víctima de los nazis y esperanzados de poder huir a Norteamérica como el resto de los refugiados.



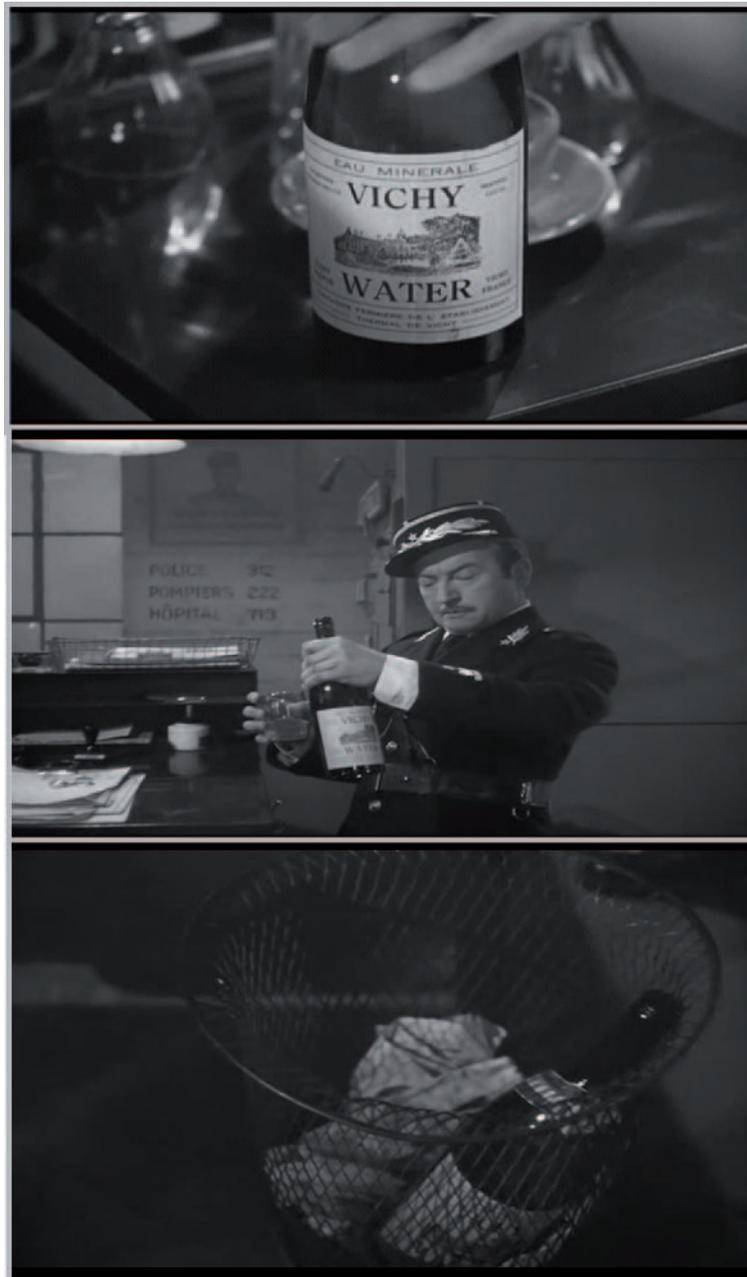
Estados Unidos: los americanos son los buenos, los héroes que lograrán terminar con tanto sufrimiento. Estados Unidos es la tierra de la felicidad. Como ya se mencionó, Rick es el representante de lo que significa la intervención o no de este país en la guerra. Éste renuncia a la mujer amada a cambio de la libertad de todos los pueblos sumidos a los designios de los miembros del Eje. Como los norteamericanos veían con recelo la participación estadounidense en la guerra, el mensaje⁵⁷ que deja Casablanca

⁵⁶ Estados Unidos siendo el enunciador, a través de un componente prescriptivo, procura ordenarle a Francia que deje la ambigüedad a un lado, se aleje de los alemanes y se una a la causa de los aliados.

⁵⁷ En la producción de sentido del discurso oficial, el enunciador claramente es el gobierno norteamericano. En relación a los destinatarios, al ser un discurso que intenta persuadir no existe un pro-destinatario sino para-destinatarios. En este caso son principalmente los norteamericanos y los franceses. Sin embargo, la intención es que terminen identificándose con la causa y representen, citando a Verón “un nosotros inclusive” convirtiéndose de este modo en pro-destinatarios. Por otro lado, los contra-destinatarios son Alemania e Italia ya que no comparten la creencia del enunciador y así es como en el discurso oficial aparecen descalificados. Por último dentro de este mensaje se encuentran componentes prescriptivos señalando que es lo que se debe hacer para triunfar y ponerle punto final a la guerra.

esque el deseo y beneficio personal se debe subordinar a un objetivo mayor, que es el bien colectivo y en este caso la derrota del enemigo.⁵⁸

Francia: Los personajes franceses mantienen una actitud ambivalente sin convicción frente a los nazis. El Capitán Renault personifica esta postura. Él es la autoridad francesa en Casablanca, y si bien en un principio sigue las órdenes del militar alemán, al final de la historia opta por luchar por una Francia Libre. A modo de anclaje del mensaje, en este fragmento, el sentido se refuerza con la imagen del militar francés tirando al suelo una botella de agua de Vichy y caminando junto a Rick.



Otra secuencia que procura identificar a Francia como un país que debe ser libre y por ello debe dejar de estar bajo el mando de Alemania es el momento que cantan "La Marsellesa":

⁵⁸ Una de las premisas básicas de la propaganda es lograr simplificación. Para ser captado en su totalidad, el mensaje debe ser breve y claro. Esta es la intención en este film al crear los personajes que representan por un lado a los americanos y por el otro a los alemanes. Desaparecen los términos medios: las cosas son buenas o malas. El propagandista "posee la verdad absoluta" y decide cuál es el bando bueno y cuál el malo.



Todos los que se encontraban en el bar de Rick, siguiendo la actitud de Laszlo se unen a él confrontando a los alemanes que habían comenzado a entonar “El guardia sobre el río Rín”, convertida en himno patriótico en la Alemania nazi.

Este escenario no es nada más ni nada menos que el mensaje que Estados Unidos busca transmitir a Francia. Los franceses deben dejar de sentir temor, cambiar su postura y unirse en la lucha frente al enemigo. Se reafirma esta línea de pensamiento con otra serie de imágenes que muestran a una francesa que estaba junto a un alemán, y al escuchar los acordes del himno francés rompe a llorar y emocionada comienza a cantarlo, al igual que los gendarmes que se encontraban en el Café de Rick.⁵⁹

Como la semiosis es ilimitada, se pueden encontrar aun significaciones más profundas en estas escenas. Francia es el icono de la lucha de la Igualdad, la Libertad y la Fraternidad. La Marsellesa simboliza la larga y dura batalla del hombre por los derechos humanos alcanzados luego de que el pueblo unido, enfrentó a aquellos que los oprimían. Acaso, ¿quién puede resistir los acordes de este himno y no recordar el difícil camino recorrido es pos de la emancipación en la Revolución Francesa?⁶⁰ Es un mensaje propagandístico elaborado a la perfección, que inevitablemente lleva a



⁵⁹ Recurso propagandístico que apela al sentimiento. Analizando esta escena no ya desde un enfoque propagandístico sino desde la teoría de los discursos sociales, esta secuencia tiene un claro componente descriptivo dirigido a Alemania como destinatario destacando la situación actual. Esto es, un pueblo unido es capaz de derrotar cualquier enemigo. En esa secuencia se observa en el momento que los nazis dejan de cantar su himno y solo se escuchan las notas de La Marsellesa.

⁶⁰ Queda evidenciado el mecanismo propagandístico utilizado para propagar el mensaje y alcanzar las emociones deseadas del pueblo. Un símbolo musical, en esta situación “La Marsellesa”, común a una población que necesita esperanzas en el medio de tanta confusión, se convierte en una técnica de propaganda capaz de fortalecer la unión del grupo e introducir en él nuevas ideas fáciles de descodificar y retener. No es más que una de las técnicas claves de la persuasión, esto es: simplificación y unanimidad del grupo, recurriendo a ideas comunes como expresiones masivas para transmitir valores.

una sola conclusión: es necesario unir fuerzas y luchar contra los nazis, o de lo contrario se retrocederá nuevamente de la civilización a la barbarie.

Italia: los italianos están simbolizados en la figura de un militar italiano sumido a los designios del alemán Strasser, quien es el representante del gobierno nazi en Casablanca. En el conflicto real, el militar italiano es Mussolini y el alemán es Hitler y lo que se intenta transmitir es como Italia está a merced de los deseos de la Alemania Nazi.⁶¹ En el caso del pueblo italiano, también se hace una distinción entre ellos y los fascistas.

Países de Europa del Este: están personificados en una pareja búlgara que le pide ayuda a Rick para ganar en la ruleta del bar y de esta forma, obtener el dinero necesario para las visas y el viaje a Estados Unidos. Ellos representan a los pueblos oprimidos por el gobierno de Hitler, los cuales necesitan la ayuda de los aliados para poder liberarse.⁶²

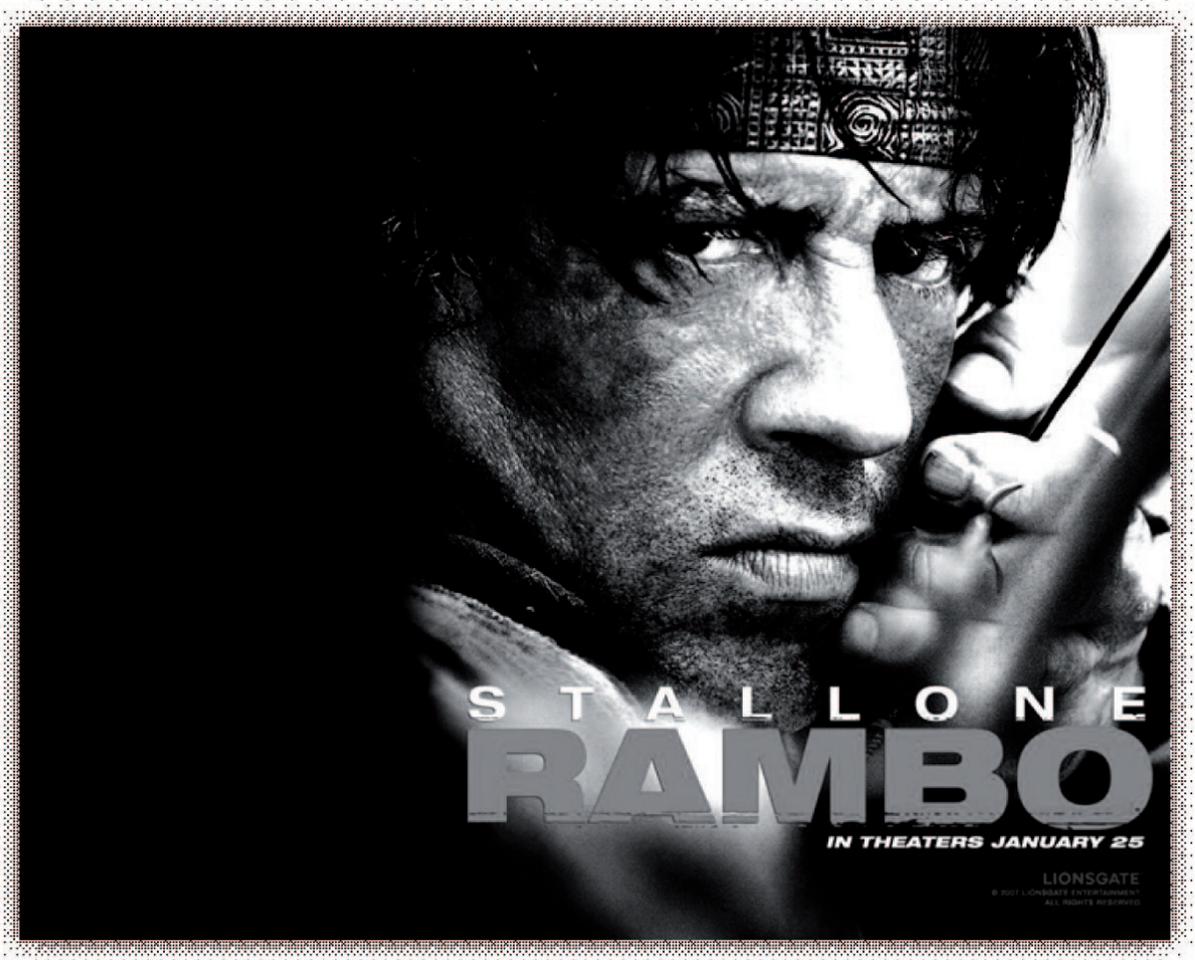
6.5 Casablanca: la conclusión

Para que un mensaje propagandístico sea interpretado con la intención que se lo creó, éste debe ser claro y conciso. En plena guerra, los sentimientos que se buscaban aflorar en el ánimo del espectador con el proyecto de Casablanca, se pueden ver claramente escena tras escena. En este film queda demostrado como el cine es vehículo de propaganda.

Entre líneas, esta película va reflejando las distintas posiciones y posturas políticas que dividían al mundo por entonces. Es una llamada constante al despertar de la conciencia de norteamericanos y franceses especialmente.

⁶¹ Nuevamente aparece el componente descriptivo dirigido esta vez a Italia como contra-destinatario, destacando como Mussolini es un títere de Hitler.

⁶² En el simbolismo de la pareja búlgara como representante de todos los pueblos oprimidos, Estados Unidos se dirige a sus para-destinatarios por medio de un componente programático. Mostrando como es su situación actual y que por medio de la promesa de la intervención de los norteamericanos en la guerra, logran la liberación.



Análisis e Interpretación de RAMBO III

7. Rambo

7.1 Introducción:

Icono popular por excelencia cuya notoriedad continúa hasta la actualidad, Rambo es uno de los personajes americanos preferidos de las generaciones que crecieron durante la década de los ochenta.

En un mundo dividido entre capitalistas vs. comunistas, esta historia de guerra aparece por esos años en los cines. Proponía un enfoque distinto al de la mayoría de las cintas de este género, las cuales presentaban un marcado carácter antibelicista, como *Apocalypse Now*, *1979* y *Nacido el 4 de julio*, *1989*. Sylvester Stallone⁶³ es el protagonista de la trilogía, representando a John Rambo, un ex combatiente de Vietnam⁶⁴. La historia, aunque modificada, está basada en la novela "Primera Sangre" de David Morrel. Para el objeto de este estudio, se trabajará principalmente con la tercer parte de esta saga, sin embargo para una correcta interpretación, es importante previamente, efectuar un recorrido por el argumento de *Rambo I* (1982) y *II* (1985), incorporándolas al posterior análisis. En la primer parte, el personaje principal vuelve de la guerra a los Estados Unidos y al ser confundido por un vagabundo es detenido y maltratado



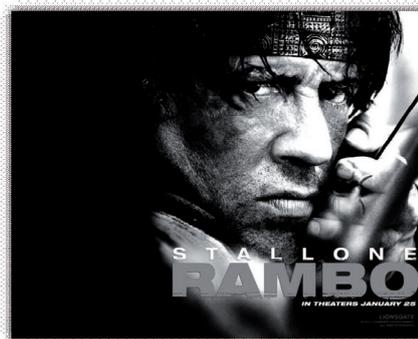
⁶³ Stallone, Sylvester (1946-) Actor, guionista y director norteamericano.

⁶⁴ Es importante destacar que su participación en este proyecto no se limita solamente a la actuación, sino también a la producción y al guion del mismo.

por la policía de un pueblo, haciéndole recordar las torturas sufridas en Vietnam. Por ello, reacciona violentamente y emprende su propia “guerra” contra el pueblo en cuestión. Solo el Coronel Trauman⁶⁵, su amigo incondicional y ex jefe, logrará frenarlo. En la segunda parte, Rambo vuelve al país asiático, una vez concluido el conflicto, para rescatar prisioneros de guerra americanos. Pero terminará iniciando una “Nueva Guerra de Vietnam” al ser traicionado por políticos de la Casa Blanca. Finalmente logra escapar victorioso, liberando también numerosos compatriotas que se encontraban encarcelados. En la tercer parte de la saga, se encuentra recluido en Tailandia colaborando a construir templos con los monjes budistas, pero debe ir a Afganistán a liberar al Coronel Trauman. Éste se encuentra capturado por las fuerzas soviéticas que ocupaban el territorio, cuando iba a efectuar una entrega de misiles para ayudar al pueblo afgano en su lucha contra la Unión Soviética.

Rambo se estrenó en los EE.UU. el 25 de mayo de 1988 y fue dirigida por Peter MacDonald.⁶⁶

Lo que lleva a esta película a ser parte de este análisis, es que ese soldado parco y rudo, es un símbolo que contiene una fuerte carga ideológica vinculada con el pensamiento conservador del Presidente Ronald Reagan⁶⁷. De esta manera, la trilogía original de Rambo se caracteriza por tener un claro mensaje propagandístico, alineado a la política reaganiana de los últimos años de la Guerra Fría. El público concurría a los cines a ver Rambo y a priori tenía el conocimiento que era una película de acción, sin embargo lo que desconocían era la fuerte carga propagandística camuflada entre tiros y golpes. Jean Marie Domenach (2001) sostiene que la propaganda puede presentarse bajo diferentes aspectos y cuenta con múltiples recursos. El cine es uno de ellos y cuando es utilizado como instrumento de propaganda bajo la apariencia de un medio de entretenimiento, éste suele ser más eficaz ya que el espectador se conecta más fácilmente con el mensaje.



7.2 Contexto Político

El relato transcurre en Afganistán durante la década de los ochenta y en el contexto de la Guerra Fría. Este país se encontraba ocupado desde 1979 por el ejército de la URSS. El conflicto se extendió hasta 1989. Paralelamente, desde 1981 en Estados Unidos ocupaba la presidencia Ronald Reagan, quien había sucedido a Jimmy Carter. Dirigió la política estadounidense hasta fines de la década de los ochenta.

7.3 La Llegada de Reagan al poder

Estados Unidos luego de la Guerra de Vietnam había quedado en una situación nunca antes acontecida; era la primer guerra perdida y se la consideraba un rotundo fracaso. La sociedad norteamericana, luego de la prolongada ocupación en esas tierras asiáticas y de la derrota,⁶⁸ se encontraba fuertemente dividida. Por esta razón, Estados Unidos modifica su actitud frente a políticas internacionales y decide “alejarse de la esfera internacional” reclusándose en sus asuntos. Con la llegada al poder de Ronald Reagan, se decide abandonar esta postura y se vuelve a colocar en un primer plano a la Guerra de Vietnam. Su objetivo se traduce en reescribir la historia transformándola en positiva para la opinión pública. Se perseguía convertir la lucha en el país asiático, en un lugar simbólico del heroísmo americano, superando la visión negativa que se tenía hasta por entonces. Reagan con su discurso la transforma en una misión justa y honorable.



⁶⁵ Crenna, Richard. (1926-2003) Actor de cine norteamericano.

⁶⁶ MacDonald, Peter. (1957-) Director y productor inglés.



⁶⁷ Reagan, Ronald Wilson (1911-2004). Perteneciente al Partido Republicano, fue el cuadragésimo Presidente de los Estados Unidos desde 1981 hasta 1989.

⁶⁸ La administración de Nixon admitió el fracaso americano en Vietnam y retiró las tropas del país en 1975 luego de diez años de ocupación.

Así lo demuestra un fragmento de su discurso inaugural en Washington en 1981:

“...más allá de esos monumentos al heroísmo está el Río Potomac, y en la orilla más lejana las colinas inclinadas del Cementerio Nacional de Arlington con sus filas y filas de blancas lapidas con cruces o Estrellas de David. Ellos no son sino una pequeña fracción del precio que se ha pagado por nuestra libertad. Cada una de las lapidas es un monumento a los tipos de héroes a los que me refería antes. Sus vidas terminaron en lugares llamados Belleau Woods, el Argonem Omaha Beach, Salerno y al otro lado del mundo en Guadalcanal, Tarawa, PorkChop Hill, la Reserva Chosin y un centenar de arrozales y junglas de un lugar llamado Vietnam...” (Ronald Reagan, 1981).

7.4 Rambo y Reagan

El presidente creía que la derrota de la guerra, en buena parte fue causada por la falta de fe en los valores tradicionales americanos y que se debía hacer todo lo necesario para restaurarlos. La saga de Rambo grafica esta situación. En este contexto, el primer mensaje persuasivo de la trilogía es unacrítica al mal modo en que son tratados los excombatientes por parte de la población estadounidense.⁶⁹ De hecho en la escena final, el protagonista dice “No era mi guerra. Me llamaron ustedes a mí, no yo a ustedes. Yo hice lo que tenía que hacer...”. En la segunda parte se dignifica la lucha en tierras vietnamitas ya que Rambo triunfa y de esta manera se persigue que los ciudadanos americanos se sientan orgullosos de la acción emprendida.

Desde los comienzos del mandato de Reagan quedo claro que era un presidente que estaba a favor de “la paz por la fuerza”. El personaje principal se configura bajo esta premisa. Rambo es violento, pero su agresión esta siempre justificada. No mata por matar, sino que hace lo que tiene que hacer para ganar. Sería un típico ejemplo de la frase de Maquiavelo “el fin justifica los medios”.

7.5 Trama del film:

Alejado de sus tiempos de soldado, Rambo vive sus días colaborando a reparar un templo budista en Tailandia, donando a los monjes todas las ganancias que obtiene de las peleas en las que participa. El Coronel Trauman junto a un asesor militar logran ubicarlo y le solicitan su colaboración en una misión. El objetivo de ésta era suministrar misiles y armas a los afganos en su lucha contra el ejército soviético. Sin embargo se niega a participar ya que sostiene que ésta no es su guerra y desea olvidar sus tiempos de guerrero. Insiste en seguir con su vida y así es como se despide de su amigo. Trauman y su equipoparten a Afganistán pero son capturados por los rusos, sufriendo crueles torturas e interrogatorios en una base comandada por el Coronel Cayesen⁷⁰. El asesor militar norteamericano vuelve a buscar a Rambo, ya que es el único que puede liberarlos e inmediatamente emprende el rescate. Primero viaja a Pakistán donde se encuentra con MousaGani, un afgano que cumple la función de enlace con los americanos y juntos viajan a las tierras desérticas y montañosas afganas. En el pueblo más cercano a la base, se encuentran con Masoud, jefe de los mujaidines “soldados de la libertad”⁷¹, quien ofrece toda su ayuda para sacar a los norteamericanos de la base militar. Luego podría reunirse con las armas y luchar contra los invasores de URSS que venían ocupando estas tierras, arrasando con todo aquello que se les cruzara por el camino. Sin embargo, en un principio los planes quedan truncados, ya que han sido delatados y Zaysen alertado de la presencia de Rambo decide bombardear el pueblo. El protagonista al ver la situación desoladora y totalmente en desventaja en la que se encuentra la población, decide elaborar un nuevo plan para rescatar a su amigo y terminar con los rusos. Así es como junto a los afganos, logran rescatar a Trauman y al resto de los prisioneros. Pero el Coronel ruso, no dejaría de luchar tan fácilmente, y cuando aquellos ya se creían a salvo, los ataca con Spetnaz⁷², tanques y helicópteros. Cuando parece que no hay escapatoria, Mashoud y sus soldados acuden en su ayuda y logran vencer al ejército de la URSS. De esta manera, esta historia culmina con Rambo destruyendo al coronel ruso y Mashouddándole las gracias en nombre

⁶⁹ Por un lado, la reinserción social de aquellos fue bastante difícil ya que no se reconocía el heroísmo de los soldados que habían luchado en Vietnam y por otro lado, todos los que estaban en contra de la intervención militar los rechazaban porque los consideraban los culpables de la guerra. Asimismo, los partidarios de la acción bélica, los acusaban de la derrota.

⁷⁰ Interpretado por Marc de Jonge, actor de cine francés.

⁷¹ Guerrilleros afganos.

⁷² Comandos militares especiales rusos.

de todo su pueblo. Ahora tienen los medios para luchar en un pie de igualdad contra la Unión Soviética y Rambo y Trauman pueden volver a casa tranquilos.

7.6 Mensaje Propagandístico

• John Rambo: el héroe

La característica que se destaca del físico de Rambo es su trabajada musculación. El armamentismo que representa a la década de los ochenta, trae aparejado la creación de un estereotipo de héroe muy combativo y guerrero. Sylvester Stallone y Arnold Schwarzenegger son los máximos exponentes de este tipo de personajes de la época. Esta estructura corporal lleva a la conclusión que son héroes no solo fuertes sino también disciplinados.

John Rambo posee todas las características del superhéroe. El mismo Stallone al describir a su personaje lo hace de la siguiente forma **“Rambo es un supersoldado. Es más que un hombre. Es un ser superior”**⁷³. El poseer características sobrehumanas pero no inverosímiles, ni ser de otro planeta, permite un acercamiento mayor con el espectador. Así es como se pueden crear más fácilmente sentimientos de identificación porque sus virtudes se humanizan y su poder es alcanzado gracias a la astucia, la habilidad bélica y la rapidez y no, por dones sobrenaturales.



Por otro lado, se enfrenta a múltiples enemigos y siempre termina triunfante. Es emprendedor y valiente. Profundizando esta idea desde el aspecto propagandístico, se puede decir que el personaje interpretado por Stallone representa los valores estadounidenses impuestos por los miembros de la Casa Blanca de entonces⁷⁴. El mismo protagonista del film no oculta su admiración por Reagan afirmando: **“Quiero mucho al hombre. Es un hombre del pueblo, viene del pueblo y piensa como el pueblo. Él cree todavía en los valores tradicionales de América”**. Bajo González (1994, p.195). Asimismo Reagan reconoció varias veces su admiración hacia el personaje de Rambo, considerándolo como un héroe americano. Se transmite un mensaje persuasivo basado en la idea de mostrarle a la sociedad americana y al mundo el poderío único del país.⁷⁵

⁷³ Extraído del documental “Making of: Creating the reality of war”, en Kotcheff, Cosmatos & MacDonald (2008).

⁷⁴ Siguiendo una de las tácticas eficientes de la propaganda, es la ejemplificación de la regla de la simplificación y del enemigo único. “Concentrar en una sola persona las esperanzas del campo al cual se pertenece o el odio que se siente por el campo adverso es, evidentemente, la forma de simplificación más elemental y más beneficiosa”. Jean Marie Domenach, (1986, p.54).

⁷⁵ El personaje de Rambo es una analogía de Estados Unidos como país. Los rasgos físicos característicos de este soldado representan lo que la Casa Blanca desea mostrarle al mundo. Siguiendo a Verón, el enunciador a través de un componente didáctico, “enuncia su verdad” a los distintos destinatarios con una doble intencionalidad. Por un lado, el mensaje transmitido sobre “el poderío norteamericano”, llega a su contradestinatario, Rusia, demostrando que son un país al que se le debe temer y al que es difícil vencer. Pero por otro lado, el mismo mensaje es entendido como demostración de seguridad y tranquilidad para con sus prodestinatarios, en este caso, los ciudadanos norteamericanos.

- **Coronel Trautman**

El otro personaje principal es el Coronel Trautman, interpretado por el actor Richard Crenna. Como todo héroe, el Coronel representa la debilidad de Rambo. Además de ser el único capaz de controlar su ira, vendría a ser una figura paternatambién. Por otro lado, el militar cumple el rol de definir y ser la voz de Rambo, ya que es un héroe de pocas palabras. Se puede ver claramente esta actitud en un dialogo de la película con un militar ruso:

Zaysen (URSS) - Está loco. ¿Un hombre solo contra comandos adiestrados? ¿Quién se imagina que es? ¿Dios?

Trautman– No. Dios tendría piedad. Rambo no.

- **Coronel Zaizen en el “rol de la URSS”**

Los rusos representados principalmente en el personaje del Coronel Zaizen son enemigos terroríficos. Son los malos e inescrupulosos.⁷⁶ Por el contrario Rambo y sus pocos compañeros son representantes de la democracia y la libertad. Así lo demuestra un diálogo entre un afgano y el protagonista: **“Nuestros niños mueren por los contagios, las minas y el gas venenoso. Las mujeres son violadas y asesinadas. El año pasado mataron a seis mil afganos.**

A las mujeres las cortaron con bayoneta y arrojaron sus hijos al fuego. Lo hacen para no tener que luchar contra la próxima generación de afganos.”Queda a la vista la intención de demonizar al adversario y generar miedo hacia el comunismo.



- **Rambo reflejo de una situación política**

No es casualidad que la trama ocurra en Afganistán. Este país al tiempo que se rodaba la película hacía años que estaba ocupada por fuerzas militares soviéticas.⁷⁷ Justamente una de las políticas de Reagan fue volver a instalar el poder estadounidense en el mundo, postura dejada a un lado luego del desastre causado en Vietnam. Esta cinta contiene un mensaje propagandístico que busca prolongar el sentimiento antisoviético alimentado desde el inicio de la Guerra Fría. El film es una denuncia a la situación del país durante la ocupación de la URSS. Se responsabiliza a los soviéticos sobre la carrera armamentista y sobre el uso indebido de armas químicas por las tropas rusas en Afganistán.

⁷⁶ Es un mensaje que el enunciador desea transmitir a sus para destinatarios. El concepto de la peligrosidad del enemigo es dirigido a todos aquellos norteamericanos que aun no comprenden el peligro que significa la URSS para los Estados Unidos. La finalidad buscada es que adhieran a su creencia y se conviertan en pro destinatarios.

⁷⁷ La Guerra de Afganistán (1979-1989), fue un conflicto armado de nueve años de duración que implicó al Ejército Soviético, conjuntamente y en apoyo al gobierno del Partido Democrático Popular de Afganistán (PDPA) contra los fundamentalistas islámicos insurrectos, autodenominados muyahidines, tanto de Afganistán como del extranjero, y que eran apoyados por Estados Unidos y otras naciones, en el contexto de la Guerra Fría.



Estos argumentos coinciden con algunos puntos centrales de la Administración Reagan. Se apuntaba contra ***“la barbarie de la represión soviética y al derecho de la autodeterminación de los pueblos”***⁷⁸.

En relación a la represión ejercida sobre el pueblo afgano, ya desde los primeros minutos de la película cuando el jefe de la operación le explica la situación que está ocurriendo en el país a Rambo, se demuestra esta idea:

No sé lo que sabe sobre Afganistán, mucha gente ni siquiera sabe encontrarlo en el mapa. Pero más de dos millones de civiles, la mayoría campesinos, han sido aniquilados sistemáticamente por las fuerzas invasoras soviéticas. Todas las armas, incluidas las bacteriológicas, se han utilizado para eliminar a esta gente, y a distintos niveles han tenido mucho éxito. Supongo que no estará al corriente del estado actual de la guerra, pero después de nueve años de lucha, las fuerzas afganas están recibiendo envíos de misiles Stinger⁷⁹ y empiezan a contrarrestar los ataques aéreos.⁸⁰

Con respecto a la política de la autodeterminación de los pueblos y al apoyo a las fuerzas rebeldes afganas por parte del gobierno americano, en el film se puede apreciar la misma situación. Estas fuerzas rebeldes son los llamados mujaidines –antes denominados: guerrilleros antigubernamentales de Afganistán-, que fueron apoyados por EEUU durante la ocupación soviética. En la película son los “luchadores por la libertad” y Trautman los define del siguiente modo cuando se dirige a su enemigo ruso: ***“Usted sabe que no habrá ninguna victoria. Cada día, su maquinaria de guerra pierde terreno frente a un grupo de luchadores por la libertad, desarmados y mal equipados. Pero lo cierto es que subestiman al enemigo. Si conociera su historia, sabría que esa gente jamás se ha rendido ante nadie. Prefieren morir antes que ser esclavizados por un ejército invasor. No pueden ganarle a un pueblo así. Nosotros lo intentamos, y obtuvimos nuestro Vietnam. Ahora ustedes tienen el suyo”***.⁸¹

Se vuelve a respaldar a estos grupos cuando en otra escena el líder rebelde le explica a Rambo ***“Los que aquí ve son soldados mujaidines, guerreros sagrados. Para nosotros es una guerra santa, para los mujaidin no existe la muerte porque ya hemos recibido los últimos sacramentos, y ya***

⁷⁸ Revista Comunicación, Nro. 6, Vol. 1, año 2009, p. 97.

⁷⁹ Misil perseguidor infrarrojo diseñado en los Estados Unidos y utilizado por todos los servicios armados de este país, entró en servicio en 1981.

⁸⁰ Este diálogo tiene un componente prescriptivo. El único camino posible después de conocer lo que ocurre con el pueblo afgano, es actuar y luchar contra del enemigo. Claramente se formula lo que se debe hacer.

⁸¹ Diálogo elaborado intencionalmente hacia el “otro negativo”. Su único destinatario es la URSS y está conformado con un componente descriptivo de la situación.

nos consideramos verdaderamente muertos. Para nosotros, morir por nuestra tierra y nuestro Dios es un honor”.

Estos luchadores por la libertad, son caracterizados como personas valientes, luchadoras que buscan la democracia y la libertad. De hecho la película está dedicada **“al valeroso pueblo de Afganistán”.**

Analizando esta conversación, se desprende la idea de que Estados Unidos consideraba que ya era oportuno instalarse nuevamente en el rol de líder mundial. Así es como toma un rol protector contra los “indefensos afganos”. Claro está, que en esos años aún no se sabía lo que ocurriría casi dos décadas después con los mismos “soldados de la libertad”.

El enemigo exterior

Otra finalidad propagandística de esta saga está asociada a la “Doctrina Weinberger”⁸². Para ésta, era condición necesaria el apoyo de la sociedad para legitimar la intervención frente a un conflicto armado. Esta limitación a las libertades gubernamentales exigía aplicar un plan propagandístico para persuadir a la población norteamericana. En este contexto, Reagan procuraba que el enemigo exterior principal del país –la URSS–, se viera ante la opinión pública como el “Imperio del Mal”.

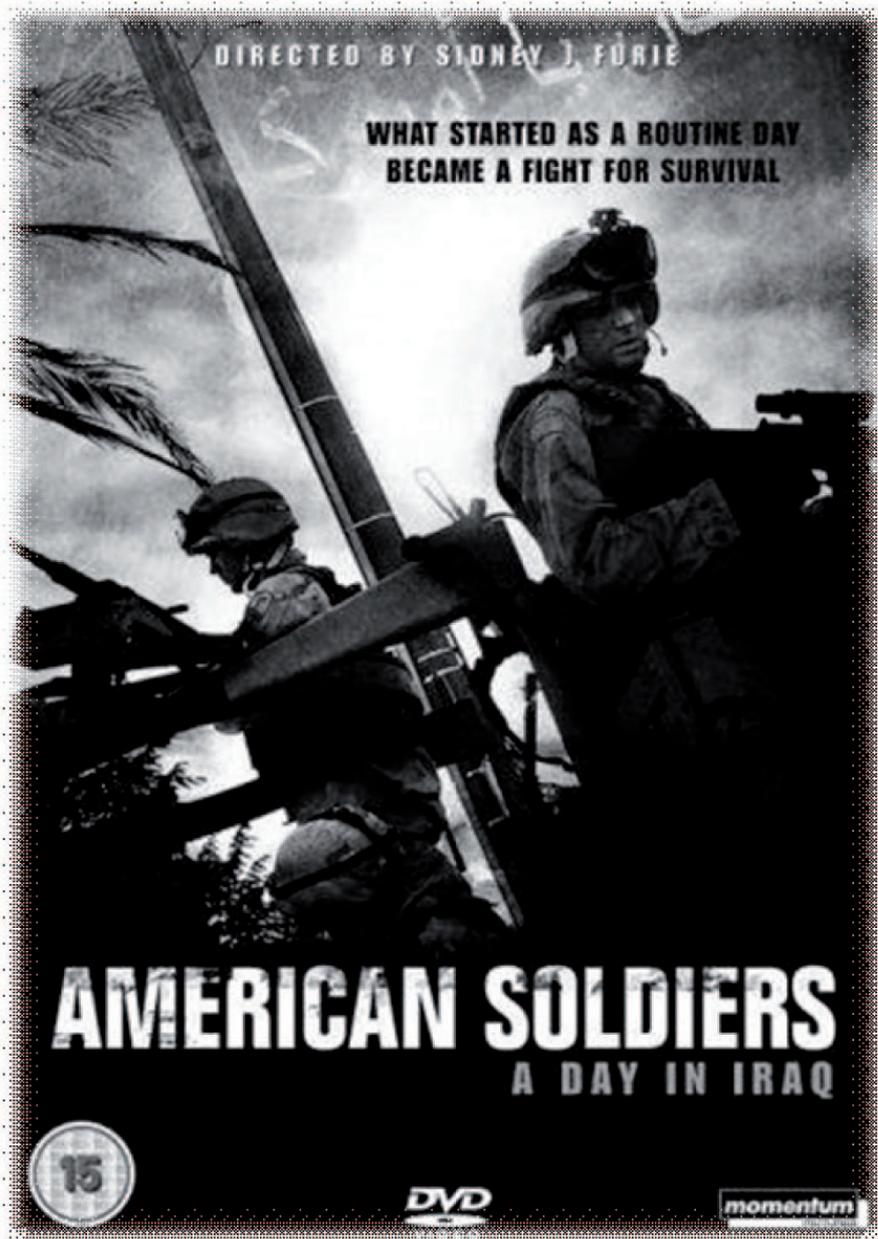


Con el suministro de armas y apoyo expreso de EEUU a los mojadines en Rambo y la intervención encubierta en territorios como Afganistán durante el mandato presidencial de Ronald Reagan, quedan demostrados los fines perseguidos por el film, al unirse en un mismo punto, ficción y realidad.

⁸² Caspar W. Weinberger (1917-2006) fue un político estadounidense que, tras ocupar cargos relevantes en distintas administraciones, ocupó la Secretaría de Defensa durante la Presidencia de Reagan hasta su dimisión en 1987. Tenía como función principal, poner en práctica la idea reaganiana de “la paz por la fuerza”, convirtiéndose en una figura clave durante los últimos años de la Guerra Fría. Dispuso del mayor presupuesto militar de EEUU en tiempo de paz, desarrolló una política de rearme e impulsó una política implacable contra la URSS. (Stout, 2006). Su doctrina consistía en seis criterios que EEUU debía cumplir para poder hacer uso de la fuerza en el ámbito internacional. Estos criterios, buscaban superar el llamado “Síndrome de Vietnam”. Solo se debía intervenir en conflictos que afecten a sus intereses, que, si se actúa, debe ser con decisión y compromiso, se debe contar con objetivos políticos y militares claros, la relación entre objetivos y fuerzas debe ser coherente todo el tiempo, que debe haber apoyo del pueblo y el Congreso y que la fuerza debe ser el último recurso .

7.7 Rambo III: la conclusión

El análisis se ha centrado en Rambo III, pero no solo esta cinta sino también sus dos películas anteriores, contienen una marcada carga propagandística alienada a la política estadounidense de los ochenta, o más específicamente a la del Presidente Ronald Reagan. Cada uno de estos films, más allá de sus similitudes y diferencias, sigue la misma línea de intención persuasiva. No cabe duda de que el personaje de Rambo fue un catalizador de la sociedad norteamericana, un símbolo de la transformación de su política exterior: **“Reagan reivindicaba que EEUU debía volver a liderar el mundo, y para ello, debía intervenir allí donde se considerase necesario. La trilogía original de Rambo contribuyó a legitimarlo”**.⁸³



Análisis e Interpretación de AMERICAN SOLDIERS

⁸³ Selva Ruiz, David (2009). *Cine y Propaganda reaganista en la trilogía original de Rambo*. Revista Comunicación, Nro. 6, Vol. 1, p. 104.

8. American Soldiers: A day in Irak

8.1 *Introducción*

Las guerras que se sucedieron luego de la caída de las torres gemelas en el 2001, no han gozado de una alta popularidad en la opinión pública. Los argumentos por parte del gobierno de George W. Bush justificando la invasión a Afganistán y luego la de Irak no fueron del todo convincentes. La realidad es que el pueblo nunca encontró la relación directa entre Saddam Hussein, las armas bacteriológicas y las miles de personas que fallecieron ese 11 de septiembre en New York. Sumado a este último punto, a medida que pasaron los años y las bajas americanas no hicieron más que aumentar, los estadounidenses dejaron de creer que el heroísmo de sus soldados fuese la clave para recuperar lo que habían perdido: la paz y la seguridad.



El objetivo original comunicado a la población en los primeros discursos: defender el modelo occidental de libertad y democracia, atacado y puesto en riesgo, quedaba en un segundo plano. Los intereses políticos de turno tomaron el protagonismo por encima del deseo del pueblo de luchar por la memoria de los cientos y cientos de almas que murieron en los atentados ese fatídico día.

Desde los inicios del cine bélico, éste fluctúa entre dos extremos. Por un lado el cantar propagandístico y por otro lado la visión crítica y combativa en torno a los infiernos de la guerra. Por todo lo expuesto, esta década frente a las guerras contra Irak y Afganistán, cuenta con una mayoría de producción fílmica anti beligerante, como *Weweresoldiers*, 2002 y *Lion for Lambs*, 2007. No obstante, como en todas las épocas, aún se pueden encontrar un puñado de películas a favor de la guerra y *American Soldiers: a day in Irak*, es una de ellas. Es una cinta con un fuerte contenido propagandístico. Relata hora por hora como es un día de guerra en Bagdad para un batallón de marines americanos.

A través de un mensaje ideológico cuyo objetivo es modificar la actitud de los ciudadanos americanos frente al conflicto, la trama central de *American Soldiers* gira en torno a la justificación de involucrarse necesariamente en este conflicto.

Del director Sydney J. Furie⁸⁴, ésta película bélica de bajo presupuesto y actores desconocidos, fue filmada en Ontario, Canadá y presentada en los festivales a partir del 2005. La realidad es que ha recibido muy malas críticas, pero el objetivo de este trabajo no es analizarla desde el punto de vista estético o actoral sino desde la perspectiva del mensaje político que contiene.

8.2 *Contexto Político*

Luego de los atentados del 2001, Estados Unidos a la cabeza del presidente George W. Bush⁸⁵ abrió dos campos de batalla. El primero comenzó el 7 de octubre del mismo año en territorio afgano con la llamada "Operación Libertad Duradera" y continúa en nuestros días, aunque finalmente poco a poco las tropas se están retirando. El objetivo principal de la invasión era encontrar a Osama Bin Laden⁸⁶ y otros miembros de Al Qaeda. También se debía derrocar al régimen Talibán⁸⁷ que apoyaba y daba refugio a



⁸⁴ Furie, Sydney J. (1933-) Director de cine canadiense.



⁸⁵ Bush, George W. (1946-). Miembro del Partido Republicano, fue el cuadragésimo tercer presidente de los Estados Unidos desde el 20 de enero de 2001 hasta el 20 de enero de 2009.

⁸⁶ Osama Bin Laden - Al Qaeda. Red de terrorismo internacional, es una organización paramilitar que emplea prácticas terroristas y se plantea como un movimiento de resistencia islámica alrededor del mundo. Su fundador y líder fue Osama Bin Laden (1957-2011), multimillonario de origen saudí. En marzo, un plan liderado directamente por el presidente actual de los Estados Unidos, Barack Obama, logró capturarlo y derribarlo en Pakistán. Múltiples fuentes indican que Bin Laden fue financiado por la CIA en la lucha contra las tropas de la Unión Soviética en Afganistán en plena guerra fría.

⁸⁷ Grupo islámico que gobernó Afganistán desde 1996 hasta que fue derrocado a finales de 2001, cuya idea de sociedad está basada en interpretaciones estrictas y extremistas de lo que debe ser la vida de un musulmán. Se ha reagrupado desde 2004 y revivió como un fuerte movimiento insurgente.

los miembros de esta organización terrorista. El segundo campo de batalla se inició en el año 2003 y se extendió hasta el 2010 y se la conoció como “Operación Libertad Iraquí”. La principal justificación por parte del presidente norteamericano y sus aliados en la coalición para la invasión, fue la falsa afirmación de que Irak poseía armas de destrucción masiva y de esta forma representaba una amenaza a los Estados Unidos, a su gente y al resto de los países occidentales. Otro de los argumentos que se sostuvo fue la cooperación entre Saddam Husein⁸⁸ y el régimen de Al Qaeda.

La invasión llevó a la rápida derrota de las fuerzas iraquíes, el derrocamiento del presidente del país y su ejecución en diciembre de 2006. Sin embargo poco después de las acciones militares iniciales, la violencia contra las fuerzas de la coalición y entre los diversos grupos étnicos dio lugar a una guerra que hasta el año pasado parecía no tener fin. Las estimaciones del número de personas muertas fluctúan entre 150.000 a más de 1 millón de personas.

La historia de *American Soldiers: a day in Irak* transcurre en este contexto de sangrientos enfrentamientos entre las fuerzas de la coalición y los grupos insurrectos iraquíes.

8.3 Trama del film:

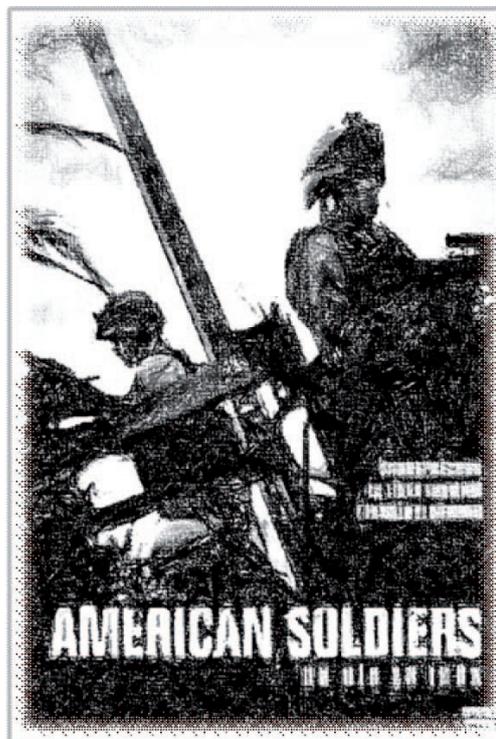
Durante el mes de abril de 2004 se registró la mayor baja de soldados norteamericanos en lo que llevaba de transcurrida la guerra. Esta es la historia de uno de esos días.

A las 6:25 de la mañana, un escuadrón americano formado por jóvenes marines y liderado por el Sargento Delvecchio inicia sus tareas de defensa y relevamiento en Bagdad. Media hora más tarde, son sorprendidos por el ataque de un grupo de Fedayines⁸⁹ y el líder del batallón es gravemente herido. Como el sargento necesita ser operado con urgencia, todo su equipo decide arriesgarse y llevarlo a un hospital donde se encontraran con nuevos peligros. Pasadas las 10 de la mañana, intentan regresar a la base de operaciones, pero se encuentran con una bomba en el medio del camino, la cual – de no haber sido salvado por uno de los soldados – casi mata a un niño iraquí. El marine justifica su accionar al decirle a sus compañeros: **“... tengo dos hermanos como él en casa, no quiero que mi familia muera, no quiero que ninguna familia muera, no me aliste para eso...”**.

Amenazados constantemente a un sinfín de peligros, un rato más tarde se cruzan con un coche bomba que hiere a mas miembros del equipo, quedando acorralados en un edificio abandonado. Uno de los soldados muere y piden refuerzos, pero desde la base militar les informan que no pueden ayudarlos ya que han sido atacados. Atrapados y sin muchas esperanzas, deciden implementar “la huida suicida”, si bien es una táctica sumamente peligrosa, es la única salida que les queda. Sin embargo, la policía iraquí, al mando del Comandante Ahmed entra en escena, enfrentándose a los terroristas y los norteamericanos quedan a salvo. Pero cuando tratan de refugiarse en el cuartel de policía de Irak, un fundamentalista se inmoló frente de ellos, matando a civiles inocentes.

Sin darles tregua, para el mediodía, son atacados nuevamente y el Sargento Delvecchio se encuentra cada vez más grave. Afortunadamente, les informan que un helicóptero está yendo en su ayuda y creyendo estar ya a salvo, comienzan a hacer planes de lo que harán cuando logren sobrevivir a ese día. Pero sus sueños, se desmoronan rápidamente cuando se enteran que queda anulada la evacuación porque los enemigos han derribado a sus rescatistas.

Las horas van transcurriendo, una vez más están por su cuenta y les tienden nuevas emboscadas, pero la suerte “esta vez está de su lado” y otro batallón americano que había escuchado su llamada de



⁸⁸ Hussein, Sadam. (1937-2006). Político y militar iraquí. Fue dictador de su país desde 1979 hasta la invasión norteamericana en 2003. En el 2006 siguiendo las practicas iraquíes fue condenado a la horca por delitos de lesa humanidad.

⁸⁹ Milicia paramilitar dirigida por el primogénito de Sadam Hussein. Juraron venganza cuando derrocaron a su líder.

auxilio, se unen en contra de los fayines y salvan nuevamente sus vidas. Este escuadrón, es una unidad de policía que dentro de sus funciones tiene a cargo el entregar prisioneros a la CIA. A las tres de la tarde, éstos y el batallón del Sargento Delvecchio, llegan al cuartel donde se realizara la entrega de los hombres capturados pero se encuentran con que algunos miembros del servicio de inteligencia, efectúan interrogatorios excesivamente crueles y abusivos, violando la Convención de Ginebra. De esta manera, los marines enfrentan a quien estaba al mando de estas operaciones -el Comandante Federico de la Roja, cuya misión es“extraer información”- y se llevan con ellos a todos los capturados.

En un día que parece no tener fin, abandonados y constantemente perseguidos, antes de las seis de la tarde son atacados nuevamente. Sin poder huir, se enfrentan valerosamente y sufren la muerte de varios compañeros, entre ellos la de su líder; quien da su vida para salvar a su batallón.

Finalmente, luego de más de diez horas de luchas y la muerte de varios de sus amigos, los soldados logran sobrevivir a ese día en Irak.

8.4 ***Mensaje Propagandístico:***

Siendo un tributo a todos los caídos en las emboscadas del mes de abril del 2004 en tierras iraquíes, American Soldiers es quizás una de las pocas películas propagandísticas de la guerra de Irak, que justifica la invasión americana en Medio Oriente: “...**después del 11S debemos luchar contra el enemigo, Saddam es nuestro enemigo...**”⁹⁰

- **Los buenos contra los malos**

Esta película hace uso y abuso de la estrategia propagandística más usada en todas las guerras.

Los buenos son los soldados americanos, ellos son compasivos, nobles, sacrifican su vida constantemente por sus compañeros y por todo aquel que corra peligro. En la trama se efectúan constantemente comparaciones del modo de actuar de los marines y el de los fayines. Frente a una dudosa situación y pese a haber sido atacado en el trascurso de ese día varias veces, el sargento Stalker le dice a uno de sus compañeros: “...**No ataques, son amigos, hasta que no demuestren lo contrario...**”. Otro soldado responde, “... **construimos escuelas, hospitales y carreteras y solo recibimos odio a cambio...**”⁹¹



En la secuencia donde deciden rescatar al insurrecto que estaba siendo torturado por un miembro de la CIA, los marines enfrentan al Comandante De la Roja con el argumento que está violando la Convención de Ginebra.

Se busca transmitir el mensaje que bajo ninguna circunstancia se debe de dejar de hacer lo correcto. Así lo deja claro el Sargento Jackson: “...**en este sitio hay palizas y torturas. No se trata de ellos, sino de nosotros, de si defendemos algo o no. Nosotros tenemos un Código de Justicia Militar, que dice que esto no se puede hacer. Tenemos el deber de no cerrar los ojos. Sé lo que es justo, y esto no lo es...**”⁹²



⁹⁰ Siguiendo la teoría de Eliseo Verón, esta frase tiene un componente programático. Enuncia la realidad actual y se programa el futuro.

⁹¹ Como esta guerra no goza de gran popularidad entre los americanos, todo el mensaje de la película persigue modificar la actitud de los ciudadanos que se configuran como para destinatarios con el objeto principal de transformarlos en pro destinatarios, esto es en el “Otro Positivo”.

⁹² En esta escena aparece un componente didáctico, indicando que es lo que se debe hacer y cuál es la forma correcta de actuar.

Los malos están representados en el grupo paramilitar de los fayines. Ellos son crueles y asesinos hasta con la misma sociedad iraquí.

La escena ocurre dentro del hospital cuando uno de los terroristas utiliza como escudo a una enfermera.



Un insurrecto se inmola frente a los americanos matando a iraquíes inocentes

Este film tampoco está exento de efectuar una clara distinción dentro de la sociedad iraquí, de aquellos que son los malos, de los que son víctimas e inocentes. Este concepto está concentrado en la figura del Capitán Ahmed, que es el jefe de la policía iraquí. Él también es víctima de los terroristas y acude a ayudar al batallón del Sargento Delvecchio porque **“...son los enemigos de mis enemigos...”**

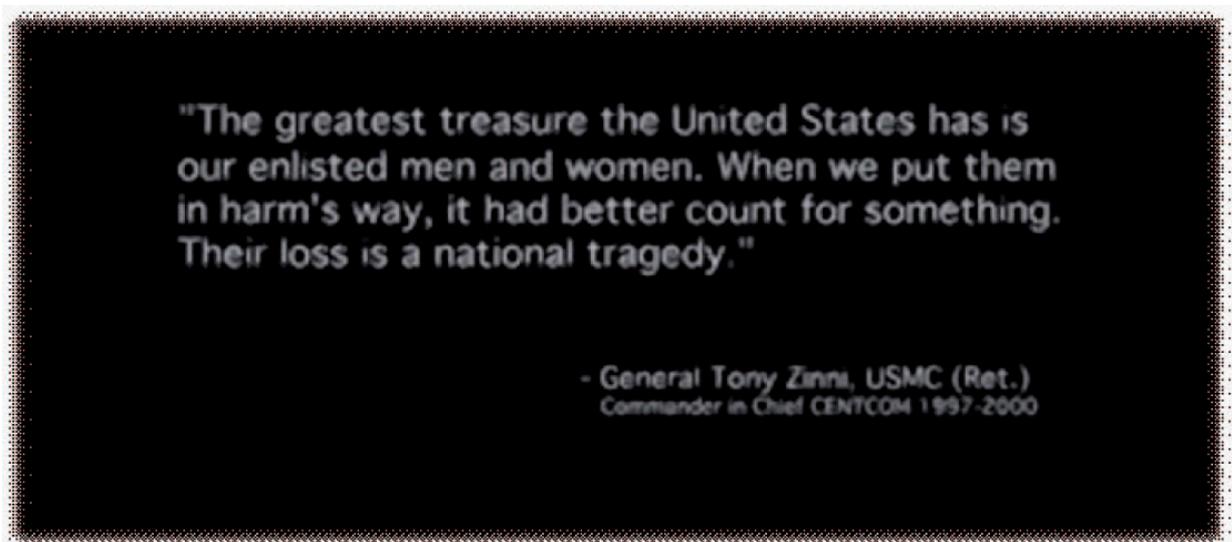


- **Un pueblo unido lucha por vivir en un país libre**

La sociedad norteamericana es un rico crisol de razas y en esta película se buscó reunir actores con orígenes diversos para representarlo. No es fruto de la casualidad que dentro del grupo de los marines haya latinos, negros, blancos e italianos para nombrar a algunos. Así tenemos al soldado Peña, al soldado Stanley, al sargento Jackson y al sargento Delvecchio unidos luchando por la misma causa.

8.4 **American Soldiers - A day in Irak: la conclusión**

Excede a este análisis el juzgar si la mirada con la que se realizó American Soldiers es correcta o no. Sin embargo, lo que queda claro es la fuerte carga propagandística del mismo. Las siguientes frases son la conclusión perfecta para plasmar la intención de este film: **“... El ejército me hizo un hombre, hay que defender a la patria...”**, **“... Solo debemos hacer que nuestras vidas sirvan de algo, hemos cumplido con nuestro deber. Somos soldados y este es nuestro trabajo...”**



“El mejor tesoro de los Estados Unidos son los hombres y mujeres alistados en el Ejército. Es mejor que el ponerlos en peligro, sirva para algo. Su pérdida es una tragedia nacional”. (Última escena de American Soldiers antes de los títulos).

9. Recordando la historia

Ya sea para elevar la autoestima de las propias tropas, para desalentar al enemigo o para favorecer una actitud social que favorezca la intervención armada, la propaganda ha sido desde la antigüedad, una de las principales armas de guerra.

En la década de los treinta, luego durante la Guerra Fría y después del 2001, la estrategia de la Casa Blanca para legitimar la intervención en un conflicto determinado, es generar en la sociedad norteamericana un grado de alarma y sensación de amenaza tales, que no quede otro camino que defender a la patria. No solo la patria sino los valores norteamericanos corren peligro y la guerra es indeseable, pero es la única solución.

Las películas propagandísticas utilizadas en este trabajo, buscan imbuir en el pueblo norteamericano sentimientos de amenaza y confianza en el poder militar norteamericano para combatirla.

Desde la Segunda Guerra Mundial hasta la actualidad y en distintos contextos, Estados Unidos viene sistemáticamente utilizando estrategias propagandísticas para defenderse del enemigo de turno, pero siempre bajo los mismos argumentos.

Haciendo un breve recorrido por los tres periodos analizados, durante la Segunda Guerra Mundial, Rusia es uno de los aliados de Estados Unidos en su lucha contra las potencias del eje, sin embargo, durante cincuenta años pasa a ser su enemigo número uno y no duda en financiar a otros países para derrocar al enemigo. Durante los ochenta, Afganistán, sometido a los designios del gigante rojo, es un pueblo débil al que se lo debe cuidar. Claro que veinte años después; estas tierras protegen a aquellos que han interrumpido el sueño americano y se convierten automáticamente en el blanco de la Casa Blanca. Así, los enemigos de Norteamérica son los aliados de antes.

En la historia de Rambo III se encuentra la ironía mayor. La romántica descripción de los mujahedeen como "los guerreros de la libertad", no tiene nada que ver con la idea que nos presentan de ellos hoy. En la última escena, Rambo pelea junto a ellos, simbolizando la libertad americana, combatiendo junto a los que serían luego los terroristas del 11-S.

7. Conclusiones

Conclusiones generales

El cine es a la vez drama, espectáculo, industria, arte y también un medio de propaganda. En el presente trabajo de investigación se ha podido observar como el cine puede ser utilizado como dispositivo de transmisión de ideas propagandísticas. Lo cierto es, que la política, la industria cinematográfica y esta herramienta de comunicación han recorrido juntos gran parte de la historia de los Estados Unidos, desde los inicios del siglo veintiuno hasta nuestros días. Esta relación ha estado determinada, por la ideología del espacio-tiempo de los discursos políticos de cada gobierno de turno norteamericano.

El cine no solo es entretenimiento, sino que es uno de los medios de comunicación masivos con mayor eficacia a la hora de presentar ideas, conductas o conceptos. Esto se debe a ser una de las tecnologías que reúne más semejanzas con el mundo real. El único requisito para su efectividad, esto es, la identificación del público, o "transferencia de la realidad" en términos de Christian Metz, es que contenga algún rasgo creíble.

La comunicación de masas tiene un trabajo ideológico, en el cual se dan por sentadas ciertas ideas que quedan plasmadas e institucionalizadas en los medios de comunicación y particularmente en nuestro estudio de análisis, en el cine. Desde los tiempos en que se creía que el receptor era un ser totalmente pasivo, se pasó luego a teorías más realistas, donde los efectos son menos ilimitados y dependen de distintas variables; pero aun así claramente influyentes en la opinión de una persona, grupo o sociedad. Así como las actitudes, y por tanto la acción, resultan moldeadas en el sentido de que interpretamos lo que está sucediendo en el momento de ver un film; y este aporta ciertos conceptos que luego serán la base desde la que nuestra conciencia juzgue lo que sucede, condicionando el pensamiento en el sentido de que lo constituya y hasta llegue a determinarlo.

En otras palabras, el séptimo arte da una cercanía y una presencia que otras artes no dan y como lo cercano se asocia a la realidad, éste se convierte en un significativo imaginario capaz de lograr que el espectador se vea reflejado en él, evidenciando así, como queda al servicio de la construcción discursiva política y a los intereses de turno.

Por ello, a lo largo de toda esta investigación se procuró dejar en claro cuál es la naturaleza del cine y a partir de allí mostrar porque es un medio eficaz de transmisión ideológica, ya sea ésta con mayores o menores efectos en la audiencia, siguiendo la línea de las teorías anteriormente mencionadas. A través del estudio de películas con una fuerte carga propagandística en la Segunda Guerra Mundial, en los tiempos de la Guerra Fría y luego de los atentados del 2001, se presentó de qué modo opera el cine como dispositivo de propaganda.

Por medio de las cintas seleccionadas se mostraron los distintos objetivos propagandísticos perseguidos. Se diseñaron en cada periodo procesos comunicacionales específicos dirigidos a sus ciudadanos, centrados en la idea que se viera como la consecuencia inevitable de todo un proceso generado por "el mal" (el Otro), del que "el bien" (los nuestros) sencillamente se defienden. De esta forma, Estados Unidos procuraba fundamentar su accionar bélico, otorgándole así legitimidad a su participación en estos conflictos.

En Casablanca, el mensaje se concentra en mostrar a Estados Unidos como el país de la libertad, donde los sueños se pueden cumplir, donde el único camino válido para defender este modelo, es luchar contra Alemania, Italia y Japón. Así se persuadió al pueblo norteamericano para que éste apruebe la entrada del país a la Guerra. Durante los años de la Guerra Fría, esta relación tendría como finalidad demonizar a la Unión Soviética, representada como un mal al que es imperioso derrotar. Ya en épocas más actuales, luego del 2001, los enemigos serían los musulmanes fundamentalistas liderados por Osama Bin Laden y todo aquel país que colaborará con ellos. El nuevo fundamento era luchar para defender la libertad de este lado del planeta, ya que lo que corría peligro era la forma de vida occidental.

Desde la época del Imperio Romano, la política y la propaganda tuvieron un vínculo estrecho. A partir de la expansión comercial del cine, éste se les unió como una fiel y eficaz herramienta. El objetivo de

este trabajo final de carrera, fue poder ver como las películas pueden tener una poderosa influencia en muchas personas a través de ese proceso, donde el público queda atrapado entre imágenes y sonidos; involucrándose con los personajes y recibiendo más fácilmente el mensaje deseado.

Aquel día que Bernays y Lippmann junto a la oficina gubernamental "Office of War Information", diseñaron la campaña anti-alemana con la colaboración de la industria hollywoodense, dieron inicio a una larga relación que uniría al cine y a la política americana durante gran parte de la historia contemporánea. La intencionalidad de los gobiernos americanos, como la del resto de los países, desde la Primera Guerra Mundial en adelante, utilizando como herramienta la propaganda no puede ser juzgada como correcta o incorrecta sino como una estrategia más, en pos de transmitir su visión o su "verdad".

Creo conveniente cerrar esta investigación con una conclusión acerca de la elección del tema de estudio y la "popularidad" de la significación actual del concepto de propaganda. Es cierto que dentro de los discursos sociales de los últimos tiempos, el término propaganda ha tenido mala prensa, y ha sido acompañado generalmente a una idea negativa. Tal vez ello se deba a que quedó en el inconsciente colectivo como uno de los pilares de la política hitleriana, ya que mientras existió el Tercer Reich, ésta fue empleada de una forma sistemática. Por esta razón, en la actualidad se pretende dejar en claro que las Relaciones Públicas tienen como finalidad persuadir y no manipular, el cual vendría a ser el objeto asociado a la Propaganda. Pero lo cierto es que es una herramienta estratégica comunicacional, que como muchas otras, depende en manos de quien este y con qué finalidad se la quiera utilizar.

Todo lo que rodea a la comunicación, ya sea en lo cotidiano, en áreas de trabajo o en sectores políticos, busca de un modo u otro influir en las emociones, actitudes, acciones u opiniones del otro. La diferencia con la propaganda es que ésta lo hace de un modo intencional y organizado. Para destacar este punto, es necesario remitirnos al "Padre de las Relaciones Públicas", el cual, como ya se ha dicho, publicó allí a finales de los años veinte, su libro Propaganda, dejándonos así, un legado al que no podemos ser indiferentes.

La selección del tema para la realización del presente trabajo, surgió de la necesidad de reivindicar este concepto. Si bien la naturaleza de la relación comunicación de ambas es distinta por su esquema y método, desde el punto de vista empírico, presentan puntos de contacto. Por eso se concluye que hay que comprender que Relaciones Públicas y Propaganda tienen una misma fin, y el buen o mal uso que se haga de ellas ya es una cuestión ética, pero este es un asunto que ya excede el presente estudio.

María Julia Richmond

BIBLIOGRAFÍA

- Barthes, Roland. (2005) *El grano de la voz, Entrevistas 1962-1980*. Paris: Editions du Seuil.
- Benjamin, Walter. (1936). *La obra de arte en la época de su reproductividad técnica*. Buenos Aires: Taurus.
- Bernays, Edward. (1928). *Propaganda*. New York: HorageLiveright.
- Bernays, Edward. (1923). *Crystallizing Public Opinion*. New York: Boni and Liveright. Citado por Rey Lennon, Federico. (2006) *Edward Bernays: El día que se inventaron las Relaciones Publicas*. Buenos Aires: Educa.
- Domenach, Jean Marie. (2001). *La Propaganda Política*. Buenos Aires: Eudeba.
- Engelhardt, Tom. (1997). *El fin de la cultura de la victoria: Estados Unidos la guerra fría y el desencanto de una generación*. Barcelona: Paidós.
- Hazan, E. (2007) *La propaganda de cada día*. Madrid: La Oveja Roja.
- Keegan, John. (1989). *The Times Atlas of the Second World War*. New York: Times Books.
- Lacan, Jaques (1966). *Escritos*. Paris: Editions du Seuil.
- LaFeber, Walter. (1993) *America, Russia, and the Cold War, 1945-1992*. Barcelona: Ed. Paidós.
- McCombs, Maxwell. (1985). *La comunicación de masas en las campañas políticas: información, gratificación y persuasión*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Metz, Christian. (1975) *El significante imaginario: Psicoanálisis y Cine*. Paris: Communication (École des Hautes Etudes e Editions du Seuil).
- Nelson, Richard. (1996). *A Chronology and Glossary of Propaganda in the United States*. New York: Greenwood.
- Paz, M. y Montero, J. (2002) *El cine informativo 1895-1945: Creando la realidad*. Buenos Aires: Ariel Comunicación.
- Pineda Cachero, Antonio. (2006). *Elementos para una teoría comunicacional de la propaganda*. Sevilla: Alfar.
- Pizarroso, Alejandro. (1988). *Las Relaciones Públicas en el mundo de la comunicación política y la propaganda en Estados Unidos*. RRPP y Protocolo. Cuartas Jornadas de Comunicación Social. Pontevedra. p. 47-69.
- Ponce, Facundo. (2010) Formaciones discursivas sobre la gestión presidencial del primer mandatario Néstor Kirchner. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Buenos Aires, Argentina.
- Ramonet, I. (2001) *Propagandas Silenciosas*. Madrid: Editora Campo das Letras.
- Robertson, James C. (1993). *The Casablanca Man: The Cinema of Michael Curtiz*. London: Routledge.
- Stam, Robert. (2001) *Teorías del Cine: Una Introducción*. Madrid: Ediciones Paidós Ibérica.
- Tavernier, B., Coursodon, J. (1997). *50 años de cine norteamericano*. España: Ediciones Akal.
- Taylor, S.J. y Bogdan, R. (1986). *Introducción: ir hacia la gente; en Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. México: Editorial Paidós.
- Trumpbour, John (2002). *Selling Hollywood to the World: U.S. and European Struggles for Mastery of the Global Film Industry, 1920-1950*. Cambridge UniversityPress.

- Van Dijk, Teun. (1997) *Racismo y Análisis Crítico de los Medios*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Vázquez, S., Aldea, I. (1991). *Estrategia y manipulación del lenguaje*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza.
- Verón, Eliseo. (1996). *La Palabra Adversativa: El discurso político. Lenguajes y Acontecimientos*. Buenos Aires: Editorial Hachette.
- Verón, Eliseo. (1988). *La Semiosis Social*. México: Editorial Gedisa.
- Weinberg, Gerhard L. (1995). *Un mundo en armas. La Segunda Guerra Mundial: una visión de conjunto*. Madrid: Grijalbo.
- Woodward, Bob (2003). *Bush en Guerra*. Madrid: Península.

ARTÍCULOS DE REVISTAS Y PUBLICACIONES DIGITALES

- Cabello, Martín (2008). *Comunicación, Cultura e Ideología en la obra de Stuart Hall*. Revista Internacional de Sociología. Madrid. VOL. LXVI, N° 50, MAYO-AGOSTO, p. 35-63.
- Kotcheff, Cosmatos & MacDonald, (2008). Documental: "Making of: Creating the reality of war".
- Revista Comunicación (2009). Nro. 6, Vol. 1. p. 97.
- Selva Ruiz, David. (2009). *Cine y Propaganda reaganista en la trilogía original de Rambo*. Revista Comunicación, Nro. 6, Vol. 1 p. 104.
- Teorías sobre los medios de comunicación. (En red) Disponible en: www.nombrefalso.com.ar
- Van Dijk, Teun. (1980). *Ideología y la teoría del discurso*. Traducción: Georgina Trigos. (Universidad Veracruzana, Xalapa, México), n° 5, julio-diciembre p. 37-53.
- (En red) <http://www.escribiendocine.com/peliculas/rambo>.

