

La propaganda Disney en la Segunda Guerra Mundial.

Un análisis desde el orientalismo y la conceptualización de Jun Tosaka

Trabajo Final de Grado (Universitat Autònoma de Barcelona),
tutorizado por la profesora Montserrat Crespín Perales

Beatriz Nieto Navia

Graduada en Estudios de Asia Oriental,
Universitat Autònoma de Barcelona;
estudiando actualmente un
Máster en Relaciones Internacionales,
Seguridad y Desarrollo, UAB.

1. Introducción

Durante la Segunda Guerra Mundial, la lucha contra el fascismo por parte del bloque de los Aliados, liderado por Estados Unidos, conllevó el uso de todas las fuerzas disponibles al servicio de la guerra.

En este contexto, la propaganda se convirtió en un elemento importante para la comunicación entre el poder central y la población en todos los países implicados. Estos mensajes contenían una gran carga ideológica, que era consecuente con el discurso gubernamental. Como ejemplo, el Gobierno estadounidense utilizó todos los medios a su alcance para transmitir un mensaje concreto a la población de “unión ante los fascismos”, y, para ello, el uso de los cartoons era especialmente útil como medio propagandístico. *The Walt Disney Company*, aun relativamente joven en la época, fue una de las empresas de animación más implicadas en dicho deber patriótico, hecho que resulta curioso para las actuales generaciones. Esta empresa produciría una serie de *cartoons* que no solo transmitirían una serie de mensajes muy concretos sobre el fascismo a la población, sino que, también, representaban la difícil situación que se estaba viviendo en el momento, y, a través del humor, aportaban un medio para reducir la tensión provocada por la implicación en el conflicto bélico. Parte de estos *cartoons* tenían un claro contenido antifascista, principalmente dirigido al nazismo alemán, y, en menor medida, al ultranacionalismo japonés, siendo estos últimos el objeto de estudio de este trabajo. Esto permitirá la realización de un análisis individual de cada *cartoon*, tanto del mensaje como del medio de transmisión, a través de la perspectiva de dos teóricos. Por un lado, desde la obra de Edward Said (1935-2003), *Orientalismo* (1978), y la aplicación práctica de las ideas expuestas en dicha obra al marco concreto de este trabajo. Esto permitirá analizar el tipo de representación animada específica del “enemigo japonés”, en consonancia con el discurso central del gobierno estadounidense. Por otro lado, se utilizarán, complementados, los conceptos teorizados por Jun Tosaka (1900-1945) sobre las películas, el cine, y el uso de los medios de comunicación de masas con un objetivo ideológico, y sus consecuencias en el espectador, así como la representación visual específica de ciertos elementos del discurso estadounidense en los cortos seleccionados.

Considero este tema de vital importancia, ya que se desarrolla en un período crítico en la historia, del que deriva no solo el orden mundial actual, sino también la relación en la actualidad entre Estados Unidos y Japón. Además, considero clave el cambio de discurso estratégico en base al marco situacional, y el modo en que afecta a las relaciones internacionales tal y como las conocemos. Como elemento clave para la selección concreta de los *cartoons* que se analizarán en este trabajo, he tenido en cuenta la existencia en los mismos de cualquier elemento de crítica antitotalitaria referente al ultranacionalismo japonés. La cantidad numérica en comparación con aquellos de contenido antifascista alemán es mucho menor, lo que es también reflejo de la posición que ocupaba el Japón imperialista en la escala estadounidense de amenazas fascistas. Sin embargo, existía la necesidad de ser tratado como un enemigo con características concretas, que requería estrategias específicas y diferenciadas de ataque. El análisis de forma cronológica de estos *cartoons* permitirá, además, observar la evolución del mensaje discursivo y su representación a lo largo del conflicto bélico. Por otro lado, la elección de los autores mencionados anteriormente para este análisis viene motivada por la intencionalidad de analizar estos *cartoons* del modo más completo posible, tanto desde el punto de vista del mensaje como desde el de su difusión, y su relación con el contexto situacional. Considero, además, que la inclusión de las características del medio de representación a este análisis permite obtener una comprensión más completa del contenido. Por último, la elección concreta de Jun Tosaka, como teórico para parte del análisis de este trabajo, proviene de un amago de crítica a la supremacía histórica occidental del conocimiento, así como un intento por demostrar la validez de sus ensayos (específicamente los relacionados con este trabajo) en la aplicación, con ciertos matices, a todas las partes involucradas en el conflicto.

En base a todo lo anterior, este trabajo pretende defender varias hipótesis. La primera es que el Gobierno estadounidense hizo uso de *The Walt Disney Company* (y otros estudios de animación) para la creación de *cartoons* con características pro-discurso gubernamental. Su objetivo era inculcar una serie de ideas de contenido antifascista, y, en este caso, específicamente relacionadas con el ultranacionalismo japonés, en un intento de crear un esfuerzo colectivo que velara por los intereses estadounidenses. La premisa que justificaba todo esto es que Estados Unidos no entró en la Guerra hasta que no sufrió el ataque directo a Pearl Harbor. Como *puzzles* relacionados con esta hipótesis, cabe preguntarse por la implicación personal del propio Walt Disney en estas producciones, y las posibles críticas al discurso justificativo que, de alguna forma, exculpaba a Estados Unidos por algunos de sus actos durante la Guerra.

La segunda hipótesis está relacionada con la proyección en los cines, durante la Guerra, de estos *cartoons*. A este respecto, la identificación conceptual realizada por Jun Tosaka acerca del uso de las películas con fines ideológicos no solo resulta, así, aplicable universalmente, sino que permite visualizar la capacidad de adoctrinamiento realista de estas proyecciones. Estas, además, manifiestan la relación orientalismo-discurso-medios de comunicación como algo clave en el uso ideológico de los medios de comunicación de masas. Las preguntas relacionadas con esta afirmación son varias, empezando por los elementos mostrados en los cortos que son parte del discurso ideológico gubernamental, su representación visual de los estereotipos que terminaban de “dar forma” al discurso, y las técnicas específicas de los estudios para realizar esta transmisión visual del mensaje. También sería necesario considerar la respuesta del público a nivel social acorde a los objetivos de dichos *cartoons*, los motivos por los que algunas de las películas seleccionadas sufrieran censura tras la guerra, y la imagen que tendría la industria de la animación en esa época por su asociación con el Gobierno central. Por último, habría que tener en cuenta la consideración de aquellos personajes Disney representantes de ese tipo de *cartoons*, y como consecuencia, de unos valores específicos americanos durante la guerra.

Por último, la tercera hipótesis está relacionada con el tipo de mensaje transmitido por el Gobierno. Este no era solo un mensaje de tipo orientalista centrado en una serie de ideas sesgadas y parciales sobre “lo japonés”, que permitía la identificación de Estados Unidos como una potencia “superior” al Imperio japonés. Además, este discurso encontraría en la animación (que también explota las ideas parciales, y visiones sesgadas, manipuladas, y frecuentemente ridiculizadas, y siendo, así, por tanto, un medio que podría ser considerado “orientalista”) el vehículo perfecto para realizar una representación visual de este discurso. En relación con esta hipótesis, cabe preguntarse por la consideración de esas imágenes como ofensivas, o no, en la actualidad, y sobre el uso de otros medios de comunicación transmisores de ideología. Además, es necesario preguntarse sobre la interiorización de esos estereotipos sobre el “enemigo japonés” representados, y sobre la elección concreta del personaje de *Donald Duck* como representativa de muchos de estos *cartoons*.

Son muchos los estudios y análisis realizados sobre la propaganda en periodos bélicos, así como del uso de *cartoons* con este fin (y no únicamente por parte de fuentes académicas), al igual que sobre las aplicaciones del orientalismo a la sociedad japonesa (aunque, en su mayoría, no incluyen la Segunda Guerra Mundial). Al ser un campo tan ampliamente desarrollado, no ha sido complicado encontrar información sobre la que basar este estudio. A modo de breve repaso bibliográfico, las obras fundamentales que utilizaré en este trabajo son *Orientalismo* (Said, 2002), y *Tosaka Jun: A critical reader* (Kawashima, Schöfer, y Stolz, 2013). De esta última, tomaré como base los ensayos dentro de dicha obra *Film as a reproduction of the present: custom and the masses* (1936), y *Film art and film: towards the function of abstraction* (1937), así como *Filmic materiality and historical materialism: Tosaka Jun and the prosthetics of sensation* (2013), que aportarán el marco teórico y conceptual de este trabajo. Además, como medio audiovisual, y fuente de los *cartoons* objeto de análisis, se utilizará la edición especial en DVD *Disney Treasures: on the front lines* (The Walt Disney Company, 2004), cuyo contenido complementario resultará muy útil para comprender la visión estadounidense en el conflicto. Por último, como artículos orientativos relacionados, mencionar *The propaganda model: theoretical and methodological considerations* (Klaehn, 2009), y *Propaganda technique in the World War* (Lasswell, 1927), que ofrecerán una panorámica más amplia del uso de la propaganda durante la Guerra, y complementarán el uso de otras fuentes tanto académicas como no académicas sobre diversos temas relacionados. Todo esto permitirá tener una mayor visión del contexto, y que serán de utilidad para complementar el tema central del trabajo.

2. Contextualización

En este apartado se introducirá, primero, una relación de los diferentes acontecimientos del contexto histórico para definir cómo los actores de relevancia fundamental en este trabajo (Estados Unidos y Japón) actuaron en el desarrollo de la Guerra, hasta su final en 1945. Esto ayudará a situar cada uno de los *cartoons* analizados posteriormente. Después se introducirán las características de la propaganda, en varias de sus formas, durante periodos bélicos (concretamente la Segunda Guerra Mundial), así como una aproximación al uso de la animación en Japón en el mismo periodo. Por último, se expondrá la aportación específica de *The Walt Disney Company* al esfuerzo colectivo estadounidense por la Guerra.

2.1. Contexto histórico

En el s.XIX, el progreso y el poder internacional se medían no solo en base a los intercambios económicos, sino también a través de la posesión de empresas coloniales, gobiernos

constitucionales, la industrialización, la burocracia nacional, y la posesión de una armada naval y terrestre moderna. La transformación de Japón en potencia colonial, como único Imperio no occidental con “características propias”, ha de ser entendida en su contexto histórico y geográfico a partir de los acontecimientos internacionales desde mediados de dicho siglo. Elementos como el momento histórico, la preocupación por la seguridad nacional, su posición marginal en el Asia en ese momento, y el dominio de la derecha ultranacionalista, facilitan la contextualización de sus acciones. Aunque ejerció un colonialismo por la vía dura, se presentó como un defensor de la población “no blanca” contra los “blancos” (Hobsbawm, 1998, pp.175-176), y la actitud mostrada hacia sus colonias provenía de su sentido de afinidad cultural.

La expansión imperial japonesa fue previa a su desarrollo industrial, y terminaría ejerciendo mayor control sobre Corea y Taiwán, aunque sus ambiciones iniciales eran China y Manchuria, sobre las que ya tenía cierto control. Tras 1918, el deterioro de las relaciones entre Estados Unidos y Japón hizo que este pasara a ser su principal potencia enemiga, en sustitución de Rusia. Las hostilidades se agravarían con la extensión del control japonés sobre los territorios del Pacífico durante los periodos de Taishō y Shōwa. A pesar de la importancia de la figura del Emperador como base sobre la que se construyó todo el discurso militarista, en esta parte del trabajo tendrá la consideración de “figura representativa”, quedando relegado ante las funciones del Parlamento japonés y del Primer Ministro (Duus, 1988, pp.217-227, y 315).

Es posible identificar tres fases diferenciadas en la política colonial japonesa: una fase inicial conservadora, seguida de una más liberal, y, por último, la fase de militarización. Tras la estabilización del mando japonés en las colonias, se impuso un colonialismo autoritario y explotador, basado en los privilegios, el enriquecimiento y la autoridad (al igual que el modelo de las colonias europeas), obteniendo, así, poco afecto por parte de los sujetos coloniales. Sin embargo, esta segunda fase supuso para Japón una posición internacional como respetable poder colonial que, a través de la disminución del personal militar en la administración, reformas responsables, etc., parecía llevar paz y orden a sus territorios. La posterior expansión de 1920 obligaría tanto a una unificación administrativa como a la revisión de las políticas de defensa nacional en 1930 (provocada por el crecimiento de la armada naval estadounidense) (Duus, 1988, pp.232-244, y 318).

El resultado de otros precedentes bélicos, como la Guerra Civil española (1936-1939), la invasión italiana de Etiopía (1935-1936), o la segunda Guerra Sino-japonesa (1937, y enlazaría con la Segunda Guerra Mundial), sería el ascenso de los fascismos. Primero, Mussolini en Italia, y después, Hitler en Alemania, que terminaría arrastrando también a Japón a la creación del “Eje”. La guerra de conquista del Eje, llevada a cabo entre 1931 y 1941, estaba encabezada por Alemania, y sus acciones sobre Austria y Polonia, lo que indicaba que era la potencia fascista más decidida a destruir los valores e instituciones de la “civilización occidental”. Por ello, para Occidente, el término “fascismo” era sinónimo de guerra ideológica, lo que le llevaría a buscar alianzas en pro de la democracia y de un patriotismo poco definido. Un ejemplo es el frente común entre Estados Unidos, la URSS y China. Este requería tanto políticas reales de resistencia como la disposición de ponerlas en práctica, lo que conllevaría años de desarrollo, permaneciendo aún una desconfianza mutua profundamente arraigada (Hobsbawm, 1998, pp.149-178).

Las actividades bélicas y conquistas del Eje alcanzaron su punto máximo en Asia en 1937, con la invasión de China (y el comienzo de una ofensiva que no sería interrumpida hasta 1945), y en Europa en 1939, con un conflicto que desencadenaría la Segunda Guerra Mundial. El trasvase de votos de republicanos a demócratas, que llevaría al nombramiento de Roosevelt como Presidente de los

Estados Unidos en 1933, llevaría a una lucha clara contra los fascismos, considerados “intolerables”, convirtiéndose en un tema tanto político como militar una vez entró en guerra (Hobsbawm, 1998, pp.151-176). La idea básica del imaginario bélico estadounidense se basaba en haberse visto forzado a ello tras haber sufrido el ataque directo a Pearl Harbor; sin embargo, previamente había colaborado de forma indirecta en el frente europeo. Idea cuestionada, otras posibles motivaciones que se barajan son económicas (por el desarrollo de la industria armamentística), o intereses en colonias o protectorados amenazados por el avance fascista. Los comportamientos de Estados Unidos y Japón presentan, así, similitudes, ante el objetivo común de expansión de sus fronteras para la ampliación de capital y recursos naturales (Navarro, n.d.).

Japón presentaba, como Imperio colonial, ciertas dificultades en el control de sus territorios, especialmente en 1940 con el avance hacia el Sureste asiático para ampliar su influencia (Duus, 1988, p.220). Sus problemas de sobrepoblación y control de la inmigración en 1931, y las dificultades para comerciar, le dejaron únicamente la opción de la expansión territorial. En 1938 empezaría a difundir el discurso de la “liberación” de la presión occidental, lo que requería colocar bases japonesas en el continente, así como control de comunicaciones, policía y ejército chinos. En 1939, una ofensiva agresiva con base logística en Taiwán y Corea, con el objetivo de la creación de una “Esfera de Co-Prosperidad de la Gran Asia Oriental”, conllevó acciones calificables como “colonialismo”, bajo el lema de la liberación de la opresión blanca. La “legitimidad” defendida por Japón era continuamente cuestionada por Estados Unidos (Beasley, 1968, pp.270-274). Además, dentro del propio Japón, la lucha de poder entre diferentes facciones de las fuerzas armadas provocó diversos “incidentes”, como el de Manchuria y sus consecuencias, y permitiría un dominio progresivo del ejército, que, en 1938 llevaría a grandes hostilidades. La conquista de la mayoría de las zonas chinas más ricas y densamente pobladas, y a las atrocidades cometidas por parte de Japón, marcarían su reputación hasta el final de la Guerra. En 1939, el agotamiento tanto bélico como económico le llevaría a cambiar de estrategia y hacer uso de sus ventajas políticas, pero el estallido de la Guerra en Europa hizo que su conflicto con China fuera absorbido en un contexto mucho más amplio, forzándole a buscar aliados (Beasley, 1968, pp.271-276, y Duus, 1988, pp.325-326).

Aunque la pretensión inicial japonesa era avanzar en sus conquistas territoriales a través de la diplomacia, y dejar a un lado la ofensiva bélica como último recurso, se terminó favoreciendo su asociación con el régimen nazi alemán a través de varios acuerdos. Al Pacto Tripartito entre Alemania, Italia y Japón en septiembre de 1940, le siguió un Pacto de Neutralidad con la URSS al año siguiente por mediación de Alemania, reforzando esta unión. Con esto se pretendía, entre otras cosas, eliminar la influencia estadounidense sobre su avance territorial, y aumentar la presión sobre China para provocar su rendición. A pesar de estos acuerdos, Alemania terminaría por invadir Rusia, y las acciones japonesas fueron consideradas una provocación para que Estados Unidos entrara en la Guerra. El ascenso de Hideki Tōjō al poder, con el consecuente control del Gobierno japonés por la vía militar dura, llevaría a un claro uso de la fuerza por el fracaso de la diplomacia. Mientras que, para Japón, la expansión era algo “necesario”, Estados Unidos la calificaba de totalitarismo (Duus, 1988, pp.324-333). El éxito del ataque a Pearl Harbor el 7 de diciembre de 1941 permitió que Japón pudiera realizar rápidas campañas en el Sureste Asiático, manteniendo el Imperio, y permitiendo considerar ampliaciones posteriores (Beasley, 1968, pp.276-283).

Así, Japón pasó a sustituir al dominio occidental, realizando la asimilación de sus territorios a través de la difusión de la lengua japonesa, realizando reformas educativas, aboliciones, etc., así como una nueva red de alineación política. Sus territorios poseían diferentes grados de independencia: había

estados satélite (como Indochina y Siam); estados títere (como Manchukuo y Birmania), y colonias propiamente dichas, como las islas holandesas. Las ejecuciones y torturas en estos territorios, lejos de generar cooperación, daban lugar a mayor resistencia, y la falta de conocimiento de los territorios conquistados, de experiencia administrativa, y las opiniones discrepantes de los comandos militares, dificultaban la implementación de las políticas centrales. Entre 1942 y 1945, las acciones ofensivas de los Aliados obstruían sus comunicaciones marítimas y perjudicaban su producción interna, haciendo que perdieran algunos de sus territorios. La rendición alemana en 1945 permitió dedicar todos los esfuerzos a Japón, con lo que la ofensiva fue cada vez más dura. Los bombardeos provocaron muchísimas víctimas mortales, falta de recursos, problemas de comunicación, y un aislamiento cada vez mayor. La desinformación de la población era grande, y se hacía efectiva fundamentalmente a través de la radio, utilizando cualquier argumento para seguir aportando hasta el último recurso. La Guerra cada vez consumía más recursos humanos y materiales, y la pobreza y el hambre eran cada vez mayores. En 1944, la calidad de vida había disminuido notablemente, y el gasto en consumo descendió un 37%. La propia debilidad nacional causaba debilidad en las tropas mientras los Aliados ganaban terreno, lo que obligó a Tōjō a dimitir ese mismo año tras una gran pérdida de apoyo (Beasley, 1968, pp.283-289, y Duus, 1988, pp.362-363).



Fig.1. Esfera de Co-Prosperidad japonesa, vía *blogspot*.

El final de la Guerra y el comienzo de la Ocupación, sumado al cambio radical en las vidas de los japoneses tras las bombas de Hiroshima y Nagasaki, llevaron hacer pública la rendición el 15 de agosto de 1945 (Hobsbawm, 1998, pp.180-181). Sin embargo, seguían existiendo problemas y divisiones internas que intentaron impedir el comunicado del Emperador a la población, habiendo altercados, numerosos suicidios, etc. (Beasley, 1968, p.290). Este golpe, amargo para Japón, apenas tuvo relevancia en Estados Unidos, donde, una vez desaparecido el fascismo, su principal problema era el recurrente enfrentamiento con el comunismo.

2.2. La propaganda durante la guerra

A continuación, se hará una introducción al tema de la propaganda, de forma generalizada, con referencias parciales a ciertos medios concretos (prensa, animación, y cine), y se identificarán las características generales en su uso en periodos bélicos, concretamente durante la Segunda Guerra Mundial. Para ello, se hará una comparación entre la propaganda tanto estadounidense como japonesa durante dicho periodo. Estas características son, en su mayoría, observables en los *cartoons* analizados en este trabajo, y posee gran relación tanto con el marco teórico y conceptual, así como con la actuación gubernamental durante dicha época.

Para empezar, la propaganda constituye una forma de comunicación relevante en la toma de decisiones a nivel político. A partir de la década de 1920 es cuando se empieza a observar la potencialidad de los medios de comunicación de masas, como la radio y el cine, como difusores de este tipo de propaganda política, frente a otros utilizados previamente, como la prensa o la comunicación directa (Vallès, 2003, pp.289 y 294). Su uso en periodo bélico, y las consecuentes

connotaciones negativas de este uso, fueron estudiadas por Harold Dwight Lasswell (1902-1978), conocido politólogo del siglo XX, que teorizaría sobre su éxito para este fin. La carrera de Lasswell está fuertemente marcada por su entrada en la Universidad de Chicago en 1918, y sus colaboraciones con Charles Edward Merriam, director del Departamento de Ciencia Política de dicha facultad. El interés de Merriam en la relación entre moral, propaganda y entrenamiento cívico en la explicación del comportamiento político llevaría a Lasswell al tema de su tesis doctoral "*Propaganda Technique in the World War*", que situaba la propaganda en el contexto de la teoría política. Aunque su referencia era la Primera Guerra Mundial, sus ideas son también de aplicación al conflicto de la Segunda Guerra Mundial (Almond, 1987, pp.249-254). Para él, la propaganda es "the management of collective attitudes by the manipulation of significant symbols" (Lasswell, 1927, *The Theory of...*, p.627), y ha sido usada a través de la historia por los gobiernos con todo tipo de objetivos, incluso en tiempos de paz, y de forma más o menos secreta. La propaganda inculcaba ideas a través de ciertas imágenes, omitiendo los elementos que no servían para defenderlas. En periodos bélicos, la propaganda se fundamentaba en dirigir el odio hacia el enemigo, desmoralizarle, y empatizar con los propios aliados, influyendo también en la actitud internacional. Para ello existía toda una estructura profesional dependiente del Gobierno, con editores, equipos públicos, etc., que producían un tipo de "propaganda profesional" que evitaba las críticas al poder (Lasswell, 1927, *Propaganda Technique...*, pp.11-46, y 82-83).

A nivel táctico, el interés debía centrarse sobre grupos específicos, la eliminación de ideas inconvenientes, y la prevención de la "falta de la verdad" (considerando la fuente de la que proviene dicha "verdad", ya que la propaganda no siempre recibe crédito por parte del receptor). Como ejemplo, durante parte de la Segunda Guerra Mundial, se llevó a cabo una exposición exagerada al público sobre la importancia del poder aéreo para ganar la Guerra (en consonancia con el análisis en este trabajo de "*Victory Through Air Power*") (Lasswell, 1927, *Propaganda Technique...*, pp.38-39). Además, generalmente, en periodos bélicos la representación de las propias víctimas se hace a través de elementos que impliquen una respuesta emocional y movilicen a la opinión pública, mientras que las víctimas del enemigo son ignoradas o carecen de valor (Klaehn, 2009, p.48).

En apariencia, la propaganda es leal a la nación, y presenta de forma atractiva ciertos aspectos seleccionados por interés. Aunque considerada racional, el uso del simbolismo popular y el presentar hechos incompletos la convierte en algo ilusorio, aunque de gran utilidad a nivel ideológico. Es ahí donde reside su conexión con la conceptualización de Jun Tosaka, explicada más adelante en este trabajo. Esto supone que cualquier hecho es susceptible de manipulación y adaptación a las condiciones necesarias, con lo que el éxito de la propaganda no solo depende del uso de los medios, sino también de que le sean favorables ciertas condiciones, por ejemplo, sociales. Ejemplos de estas últimas son los prejuicios tradicionales, la conexión objetiva entre naciones, y la consideración popular de la Guerra. En la propaganda, para la transmisión de estas ideas, el material visual es especialmente importante, y se han de evitar contradicciones que creen confusión (Lasswell, 1927, *Propaganda Technique...*, pp.185-222).

En el contexto concreto de la Segunda Guerra Mundial, a través de la propaganda se traspasaba la resistencia psicológica a la guerra, justificándola a través de la creación de la identidad del "enemigo", proveniente de una nación extranjera, como culpable. Este debía ser visto como una amenaza a los valores nacionales, y, por consiguiente, se le consideraba cruel, problemático, y destructivo. Este "enemigo" era satanizado, demonizado, y culpabilizado a través de la ejemplificación de su insolencia, su depravación, su perversidad y su incorregibilidad. La clara división "ellos-nosotros"

muestra una imagen orientalista, conseguida a través de la naturaleza injuriosa de la propaganda. La consideración del “enemigo” incluía elementos asociados a su mala conducta, como el ataque inminente, la idea de invasión a gran escala, e incluso la existencia de espías. Esto conllevaba el tomar medidas determinadas, y llevaría a acuerdos con significados y objetivos muy concretos, como el de Westfalia. Todo esto muestra que, en origen, la guerra se lleva a cabo entre las naciones y sus ideas, con el objetivo de conseguir supremacía por razones evidentes (como el éxito financiero, etc.), por lo que, irónicamente, se la termina asociando con conceptos como “democracia”. Esto es también algo muy visible en los *cartoons* analizados más adelante. La propaganda amplifica esta dualidad creada en la mente del público, induciendo el deseo del triunfo del “bien” sobre el “mal” a través de un sentimiento nacionalista de llamada a la unidad y a la victoria. Para ello, se apela a un pasado histórico común, al valor sentimental, y, además, se crea una barrera tanto física como psicológica contra la propaganda proveniente del propio enemigo (Lasswell, 1927, *Propaganda Technique...*, pp.47-108).

Durante la Guerra, la propaganda representaba tanto a los Aliados como a los “enemigos” fascistas y a los neutrales, incluyendo instituciones, bandos, políticos, etc. (Lasswell, 1927, *The Theory...*, p.630). La figura clave sobre la que se sostenía todo el odio era el líder principal de las fuerzas enemigas, en este caso Hitler, Mussolini, y Hirohito o Tōjō (hecho comentado en la parte de análisis del trabajo), de modo que se polarizaba el sentimiento hacia el enemigo en algo concreto. Además, era indispensable introducir la “ilusión de la victoria” para que no colapsara todo el entramado. Para ello, se insistía en la idea de que el esfuerzo y el sacrificio llevarían a la victoria, y se hacía énfasis en la debilidad del enemigo porque, al ser “malo”, estaba destinado a la derrota. Esta idea es recurrente en algunos de los *cartoons* mencionados más adelante, a través de elementos como referencias a los “victory ships”, o al eslogan “V for Victory”. También era necesario que los Aliados mostraran solidez frente al Eje, representado en la propaganda como algo central, a través de iniciativas como preparación militar, construcción de barcos, suministros alimentarios, bonos de guerra, ayuda humanitaria, etc. (Lasswell, 1927, *Propaganda Technique...*, pp.89-115, y 167).

Esta producción de propaganda por la vía dura por parte de los Aliados introducía, con relativa facilidad, sentimientos negativos hacia los fascismos a través de medios como el cine o la prensa. Además, tendía a transformar de forma efectiva la “neutralidad” en “cooperación” con la excusa de evitar un conflicto. La influencia personal era particularmente importante, conllevando operaciones beligerantes que requerían de supervisión neutral. Este uso variable de la propaganda dependiente de la ideología obligaba, por ejemplo, a realizar modificaciones o censura en la producción cinematográfica de aquellos elementos considerados “políticamente incorrectos”, lo que es reflejo del cambio de influencias al que se ve sometido el espectador (Lasswell, 1927, *Propaganda Technique...*, pp.131-161).

El control de la actitud colectiva se conseguía “visualizándola” a través del uso de ciertos símbolos con determinados significados, independientemente de las diferencias culturales. Este uso no era equivalente a la educación, y convertía al elemento cultural en algo central, y de utilidad para revertir la hostilidad, y provocar, como poco, indiferencia. Los símbolos aparecen representados de forma física, a nivel pictórico, escrito, musical, etc., aportando infinidad de estímulos, así como gran cantidad de componentes de inferioridad racial y supremacía étnica. La estimulación visual era constante, y un ejemplo de esto fue la creación del “espíritu de guerra” (“*war spirit*”), a través de la repetición continua en posters y propaganda de eslóganes que mostraban el apoyo desde el “*homefront*”. Un ejemplo es “*help our troops*”, que terminaría convirtiéndose en parte de la cultura

popular (Navarro, n.d.). A través del control en la forma de participación, y precaución, se evitaba la revolución social hostil (Lasswell, 1927, *The Theory...*, pp.627-630).

Entre otros usos de esta propaganda, se pueden mencionar la desmoralización del enemigo a través del ataque a su moral, y (aunque durante la Segunda Guerra Mundial era imposible concebirla), la recuperación de la paz evitando el conflicto, usando “propaganda antipatriótica”. La premisa general de cualquier uso de la propaganda es la confianza de la sociedad en las ideas ofrecidas por el Gobierno, en este caso concreto, basadas en el hecho de que la causa del “enemigo” estaba destinada al fracaso. Esto permitía el mantenimiento de la situación creando nuevos “odios” de forma continua (Lasswell, 1927, *Propaganda Technique...*, pp.161-167, y 182). Sin embargo, la interpretación de la propaganda era variable, y en ello intervenían factores como las condiciones socioeconómicas, la situación política, y la atmósfera social (Navarro, n.d.). Un ejemplo de esta necesidad de adaptación a las diferentes sociedades y al momento histórico es la exportación cinematográfica como herramienta diplomática. Esta permitió, por ejemplo, la llegada de propaganda estadounidense a Latinoamérica durante la Guerra, a través de la vinculación entre la industria de Hollywood y el Departamento de Estado. Para ello se hicieron producciones específicas y adaptadas que consolidaran el mensaje estadounidense, aunque la representación de elementos considerados “racistas” hirió la sensibilidad identitaria de parte de la ciudadanía. Sin embargo, son muestra de la importancia de Latinoamérica como apoyo a Estados Unidos durante la Guerra (Purcell, 2010).

La radio y las películas eran considerados el medio más efectivo de transmisión ideológica, ya que generaban información a mayor escala, y la animación y la música daban vida a aquello que mostraban los posters (Navarro, n.d.). La prensa poseía un comportamiento mediático que conectaba el poder ideológico y comunicativo con el político, económico y social (Klaehn, 2009, p.43). Las noticias operaban estructuradas entre sí, siendo el anuncio su atractivo principal para transmisión de la propaganda. En cuanto a la animación, su uso es aún hoy día diverso. Está fundamentalmente dirigida hacia el entretenimiento infantil (en Occidente), así como hacia los anuncios comerciales, la propaganda y las películas educativas (como las orientadas a la formación técnica de los soldados en el frente, de tipo descriptivo-explicativo). A pesar de ser considerado uno de los medios más efectivos de transmisión ideológica durante la Guerra, su consideración histórica ha sido la de un medio que no transmite “hechos reales” (Hann, 2012, pp.3-5). Además, en la producción de propaganda, las dimensiones política y económica tienen un peso considerable, pero el dominio llega a través de las instituciones y su ideología como componente clave. Así, existen ciertas lecturas “preferidas”, que no solo movilizan contra el “enemigo”, sino que permiten explorar la introducción del miedo en los discursos mediáticos. Aunque pudiera parecer que los principales intereses del poder son la democracia y la educación pública, en realidad, lo más relevante son los elementos históricos y políticos. Su legitimación posee una estructura predispuesta que obtiene un mayor éxito si existe consenso, al menos parcial, entre las élites (Klaehn, 2009, pp.43-48).

La propaganda proveniente de Estados Unidos y de Japón durante la Segunda Guerra Mundial posee tanto elementos comunes como diferencias, fundamentalmente en la representación. Japón copió muchos de los elementos del expansionismo occidental adaptados a sus propios métodos de conquista en Asia. En este caso, el discurso japonés defendía, fundamentalmente, la liberación de Asia de la “invasión y presión blancas”, aunque los mensajes negativos hacia China eran habituales. Japón no reconocía, así, sus malas acciones, ya que estas perseguían buenas intenciones. Además, consideraba a los occidentales blancos como mestizos, velludos, demoníacos, como ricos y arrogantes colonizadores que dominaban a las poblaciones nativas de sus territorios conquistados,

y vivían de los pobres. Sin embargo, por su raza, su nación y su condición de asiático, se consideraba a sí mismo el más cualificado para llevar a cabo el “propósito divino” de vencer al “enemigo”. Por ello, sus películas de propaganda incitaban al coraje, y mostraban la debilidad asociada a la guerra, representando no tanto la maldad del “enemigo”, sino cómo les afectaba a ellos la Guerra, y el sacrificio, como elementos para crear empatía con el espectador (Navarro, n.d.).

Por ese motivo, evitaban usar imágenes del “enemigo”, y se referían a él de forma vaga, con términos como “*karera*” (“ellos”). También evitaban el sensacionalismo y la dramatización excesiva, y la principal cualidad del héroe era la pureza tanto étnica como espiritual, representada en el espíritu de sacrificio por su nación. Esto era lo que le daba sentido a la Guerra y aportaba esperanza cuando la moral estaba baja. Estas obras estaban también dirigidas a otros países parte del Imperio o en los que se tenían intereses, con el objetivo de conseguir el apoyo a sus objetivos, y estos elementos también tenían representación pictórica (figs. 2 y 3). (Navarro, n.d.)



Figs.2 y 3. Ejemplos de carteles propagandísticos japoneses durante la guerra, vía Navarro, n.d.

Por otro lado, la propaganda en Estados Unidos poseía una retórica bélica muy dura. La información era controlada por las Oficinas del Servicio Estratégico, que usaban la propaganda como táctica psicológica. A nivel cinematográfico, Hollywood creó numerosas películas relacionadas con la Guerra, que ofrecían un mensaje que situaba a los Aliados como los únicos que podían parar el fascismo (Navarro, n.d.). Sus películas sí mostraban imágenes de los propios japoneses, asociados a la idea de “*yellow peril*” (una metáfora asociada a la raza, que representaba a todos los asiáticos, y que se asoció a Japón en el s.XX por la expansión militarista que creían que destruiría la civilización occidental). En ese momento, el racismo en Estados Unidos hacía que la “amenaza del Este” fuera más un tema ideológico que nacional, algo que podría estar relacionado con las actuales leyes de inmigración y obtención de la ciudadanía (J387, n.d.). Partiendo de esa consideración, diferentes eruditos aportaron elementos a la interpretación del “individuo japonés” de forma completamente estereotipada y negativa. Por ejemplo, el historiador Artur Mardem mencionaba sobre su “puntería mermada por la forma de sus párpados”; y eran frecuentes las referencias a su tamaño y a su lentitud cerebral. Estos elementos, parte de un discurso claramente orientalista y racista, también están presentes en los *cartoons* analizados, y continuaría siendo sostenido incluso



Figs.4 y 5. Ejemplos de carteles propagandísticos norteamericanos, vía Navarro, n.d., y Miles, 2012.

tras el bombardeo a Pearl Harbor, con la consideración como seres irracionales e impredecibles. Su representación pictórica se hacía a través de elementos afilados (lo que sugería maldad), usando fundamentalmente la figura del mono (asociado también a la idea de “*yellow monkeys*” como ridiculización de la “amenaza amarilla”) (fig. 5). Esto los transformaba en “menos humanos” y “más salvajes”, lo que justificaba su erradicación. Estas imágenes eran parte de un esfuerzo propagandístico americano, cuya visión de la Guerra y del “enemigo” fue muy influida por la literatura y la retórica de la época, por ejemplo, a través el eslogan “*Remember december 7th*”, como clave de todo el imaginario bélico (Navarro, n.d.).

Por último, ya que en el apartado siguiente se hablará específicamente de la aportación de *The Walt Disney Company* a la propaganda estadounidense durante la Segunda Guerra Mundial, considero interesante la aportación de algunas pinceladas sobre la animación japonesa durante el mismo periodo. A modo general, las características de la animación permiten que sea vista tanto de forma inocente como de forma ideológica, cuya simbología mantiene ciertas connotaciones, aun habiendo perdido parte de su relación con la historia. La animación, al hacer mayor énfasis en la expresión visual de conceptos narrativos a través de diferentes técnicas y estilos, crea su propia realidad permitiéndole crear modificaciones culturales, aunque aspire al realismo (Strzelczyk, 2008, pp.198-208).

En la animación japonesa, los “enemigos” suelen ser representados como animales, naturalizando su etnia, raza o nación. Esta mediación implica cierto nivel de “separación” entre la imagen que llega al espectador y lo que representa. Esto era algo muy usado en periódicos y cómics en los siglos XIX y XX, de modo que era casi una convención el que, por ejemplo, el águila representara a Estados Unidos, el bulldog a Gran Bretaña, el tigre a Corea, etc. (aunque la representación podía tener diferentes lecturas, según el ideal nacional, y, por consiguiente, las alianzas entre los propios animales también). El hecho de que se tratara de formas animales permitía percibir mayor vitalidad y dinamismo en las acciones más básicas, como caminar, y la animación introducía, además, la sensación de existencia autónoma del personaje. Además, las figuras animales permiten aplicar violencia sin la sensación de que sufran o mueran, y este tipo de personajes empatizan más con el público infantil por mediación del folclore, de modo que poseen una función de embajadores en el mercado de la industria cultural. Por ello, no eran formaciones “bestializadas”, sino que eran descritos como “humanos defectuosos”, lo que, o bien permitía la retórica del exterminio (permitido en ambos bandos), o bien, la posibilidad de transformar al animal “feo y desviado” en una mascota, constituyendo esto la representación gráfica del discurso de homogeneidad (Lamarre, 2010, pp.72-87).

2.3. Disney y su participación en la Segunda Guerra Mundial

A pesar del estigma hacia ciertos usos e intenciones concretas de la propaganda en la América de los años 20 y 30, y su consideración como algo no-americano y antidemocrático, en la actualidad aún posee ese uso “serio” y masivo originado a partir del Crack del 29 y de su depresión económica. El *New Deal* de Roosevelt, y la idea del “estado del bienestar”, necesitaban de la consideración del Estado como algo básico en las vidas de los norteamericanos. Para eso, el Presidente estadounidense hizo uso de todos los medios a su alcance para ofrecer estas ideas al público, ejerciendo el control de los medios y del aparato cinematográfico de Hollywood (Mollet, 2013, pp.7-14). Durante los años 30 y 40, la animación (como método para lograr una mayor audiencia) aumentó muchísimo su éxito, y su popularidad como medio de entretenimiento fue clave en su uso propagandístico. La necesidad del uso de los medios de comunicación de masas en la diseminación estratégica de

mensajes era una pieza clave de la diplomacia pública. La animación era especialmente útil para esto, ya que permitía poner énfasis en ciertos aspectos de un modo más suave a través del humor. Además, los *cartoons* no necesitaban una audiencia específica, al contrario que las películas de Hollywood, y podían enviarse con facilidad a las tropas (Allison, 2012, pp.8-12).

La animación usaba los mismos símbolos ideológicos que las películas de Hollywood de los años 30. Utilizados para promover ideología y apoyo a las políticas de Roosevelt, reflejaban de forma directa la cooperación entre los Aliados frente a la amenaza nazi, con ideales como el orgullo y la fuerza del ejército estadounidense (Mollet, 2013, pp.7 y 155-156). En la Segunda Guerra Mundial se hizo un uso sistemático y masivo de la propaganda por parte de Alemania, la URSS y los Aliados, con el fin de conseguir el apoyo de opinión pública, con diferentes resultados. Su uso era clave para la captación de reclutas, la obtención de financiación, y el aumento del desprecio por el enemigo, a través de personajes como Donald Duck, los Looney Tunes, Popeye o Superman (Velasco, 2013). Aunque el uso de la propaganda animada no se limitó a *The Walt Disney Company*, su propaganda impactó considerablemente la cultura y el desarrollo del discurso gubernamental, a través de la nostalgia y el optimismo que favorecían un frente común en tiempo de guerra (Cunningham, 2014, p.2).

Tras Pearl Harbor, *The Walt Disney Company* fue informada de la instalación de tropas en sus dependencias durante varios meses, lo que sería el comienzo de la influencia en las producciones del estudio durante 4 años. La constante presencia militar se convirtió en un hecho cotidiano, y Walt Disney puso al servicio del Gobierno estadounidense el poder educativo de sus películas, como un medio para comunicarse con el espectador (para lo que era especialmente habilidoso), siguiendo las indicaciones y órdenes de los militares. Estas colaboraciones comenzaron con una serie de películas para entrenamiento militar comisionadas por la Oficina Naval de Aeronáutica estadounidense, pero, ante la popularidad de estas, otras agencias gubernamentales quisieron comisionar otro tipo de producciones. Diferentes oficinas, como el Departamento del Tesoro, el Departamento de Agricultura o la Oficina de la Marina, contrataron al estudio para producir 32 cortos animados entre 1941 y 1945. Su colaboración con el Gobierno fue tal, que en 1942 y 1943, el 75% y el 95% de sus producciones, respectivamente, eran comisionadas por el Gobierno estadounidense, con el mayor volumen de producción de la empresa hasta ese momento. Esto es muestra del nivel de inversión en la compañía (Allison, 2012, pp.5-6, y *Walt Disney Treasures, on the Front Lines*, 2004). Este cambio en el tipo de producciones muestra la necesidad de la rápida capitalización de medios como la animación para la transmisión de ideales patrióticos, y de la necesidad del sacrificio colectivo, así como una actitud de patriotismo extremo hacia los acontecimientos en Europa y Asia (Mollet, 2013, p.165). El hecho de que la compañía fuera una de las elecciones principales fue, también, un motivo de orgullo personal para Walt Disney, aunque este tipo de propaganda no era exclusiva ni de Estados Unidos ni de *The Walt Disney Company*. De hecho, la animación seguiría siendo utilizada una vez finalizada la Guerra con otro tipo de producciones de diferente temática, como la prevención de enfermedades, remarcar la importancia de la higiene, etc., siendo producciones que habrían de ser entendidas en un contexto histórico diferente (*Walt Disney Treasures, on the Front Lines*, 2004).

En 1940, la difícil situación económica que atravesaba el estudio le obligó a hacerse público, y Walt Disney no parecía mostrarse comprensivo con la situación del momento. Las pérdidas económicas, los bajos salarios, las dificultades de acceso, las escasas posiciones femeninas y el seguimiento de un duro modelo capitalista habían llevado a huelgas y a la creación de sindicatos de trabajadores. Walt consideraba esto incomprensible, y lo achacaba a una conspiración por parte de trabajadores comunistas infiltrados en la compañía (CNN Interactive, n.d.). En 1941, Walt Disney no parecía tener

una postura clara sobre el reconocimiento de la Guerra; sin embargo, cuando el estudio fue requisado como base para las tropas, se dedicó casi exclusivamente a la producción de propaganda. Ese año aceptó su primer contrato estatal para la realización de propaganda animada. Tras su éxito inicial, el Gobierno estadounidense extendió sus esfuerzos hacia Latinoamérica y Canadá, con producciones específicas, para las que Walt Disney participó en un viaje a varios países latinoamericanos con el objetivo principal de documentarse (Allison, 2012, p.6). Su compromiso con el Gobierno era tal, que su espíritu patriótico lo llevó a realizar diferentes producciones de apoyo gubernamental. A pesar de su reconocimiento como gran animador, y del conocimiento de los trabajos de su compañía en todo el mundo, los cargos por racismo, antisemitismo, y su colaboración con asociaciones anticomunistas han marcado su reputación desde entonces (Time (History), 2016).

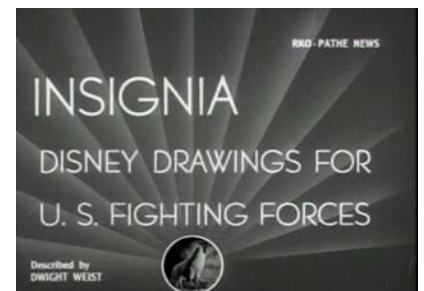
Durante la Segunda Guerra Mundial, las películas de Hollywood debían poseer una temática relacionada con el motivo de la lucha, el “enemigo”, la Liga de Naciones, la solidaridad en el frente doméstico (“*homefront*”), y/o las fuerzas armadas. Esto era también aplicable a la animación, y conllevó un control estricto de los guiones y de los propios estudios, que apoyaban en sus creaciones la política “*Europe First*” de Roosevelt, dando prioridad a la amenaza nazi frente a otros fascismos. Sin embargo, el tratamiento, tanto de la Alemania nazi como del Japón ultranacionalista en el cine, mostraba que la mayor amenaza ideológica y militar para Estados Unidos era Japón. Esto se deja entrever en el tratamiento “homogéneo” en su representación, y la consecuente consideración de todos los japoneses como el “enemigo”, sin distinciones, independientemente de su apoyo o no a su Gobierno imperialista (al contrario que el tratamiento de la Alemania nazi). Para estas representaciones, los diferentes estudios implicados recurrían a preferencias, personalidades y técnicas diferentes. Los *cartoons* clásicos contienen ciertos mensajes e imágenes diseñadas para reforzar una ideología concreta, relacionada con el contexto histórico y social, que es necesario interpretar más allá del componente dirigido al público infantil. Para ello, se hace uso del origen eminentemente visual del medio, que resulta mucho más efectivo si existe relación con las necesidades sociales del momento. En este caso concreto, este era el reconocimiento del sentimiento nacionalista y patriótico norteamericano (Mollet, 2013, pp.4-19, y 127). Al mostrar los *cartoons* la cultura y la sociedad, ganaron mucho éxito a pesar de su corta trayectoria antes de la participación en la Guerra. Aunque Walt Disney defendía la ausencia de elementos “hirientes para ningún país o grupo” en sus producciones, estas representaciones muestran gran cantidad de estereotipos (CNN Interactive, n.d.).

Durante esta época, *The Walt Disney Company* consiguió, al contrario que otros estudios, mantener el control de su producción, y recibir cierta remuneración económica por su trabajo (Allison, 2012, pp.5-6). Walt Disney ya conocía la utilidad de la animación como medio de transmisión ideológica antes de la entrada en la Guerra, y tenía gran interés en el poder y simbolismo de sus personajes, por lo que controlaba muy de cerca el trabajo de sus animadores (Mollet, 2013, p.163). Los signos representados en sus *cartoons* pueden ser interpretados desde un punto de vista semiótico, de modo que la representación del “enemigo” como malvado o peligroso es totalmente opuesta a la representación del estadounidense patriótico y la seguridad que representa. El hecho de que no existe una experiencia visual neutra explica cómo la propaganda Disney impactó profundamente a la audiencia de esa época a partir de elementos como el estilo, el contenido, etc. (Cunningham, 2014, p.2). Existen un gran número de sus cortos de animación que parodiaban y demonizaban al régimen nazi y el ultranacionalismo japonés, pero también pedían la compra de bonos de guerra, o generaban miedo y aversión hacia el “enemigo”. Todo ello era parte de un esfuerzo colectivo, en el que, a través de la creatividad, creaban retratos concretos para empatizar con la sociedad

estadounidense. Por ejemplo, promovían reclutamientos, colaboración industrial, y aportaciones financieras, y ayudaban a lidiar con la desesperación y baja moral que provocaba la Guerra. Sus cortos (a excepción de las más de 200 películas de entrenamiento militar y formación técnica, con gráficos de calidad, que permanecieron clasificadas por no estar destinadas al público general) se exhibían en el cine, previamente a las películas de Hollywood, y terminaron teniendo más éxito que las propias películas. Se calcula que, al final de los años 30, unos 85 millones de americanos iban al cine cada semana, acogiendo masivamente la animación como forma de evasión momentánea de la realidad, y de desahogo de las frustraciones. *The Walt Disney Company* consiguió cambiar la percepción de este medio como algo falto de calidad y “poco serio” por su relación con la cultura popular, además de las aportaciones a la identidad cultural estadounidense y a la formación de una “ideología americana”. De hecho, antes de la muerte de Walt Disney en 1966, el estudio recibió 29 oscars por diferentes producciones, lo que es muestra de su actual influencia y reconocimiento como parte de la cultura del entretenimiento global (Mollet, 2013, pp.2-3, y 21-22, y *Walt Disney Treasures, on the Front Lines*, 2004).

Esta necesidad de apoyo público y de generación de empatía hacia el esfuerzo colectivo era un objetivo clave en un momento de aislamiento parcial tras Pearl Harbor (Allison, 2012, pp.5-6). Los cortos exhibidos a la población eran, fundamentalmente, de propaganda y entretenimiento, y educativos, con diferentes características. Los cortos educacionales tienen un carácter más formal, más serio, y transmiten un mensaje clave apoyado por diferentes ideas. Las producciones de entretenimiento y propaganda poseen un carácter más cómico, más caricaturesco, al estilo de los *cartoons* clásicos hechos para entretener, y normalmente aparecen personajes Disney conocidos a lo largo de todo el corto. Estos trataban temas como el ahorro en época de escasez, la protección de la salud, la compra de bonos de guerra, la vacunación, etc., en relación con la Guerra. Sin embargo, no todos estos *cartoons* presentaban un mensaje específico. Algunos de ellos solo intentaban ayudar a lidiar con la situación social del momento, a través de la evasión, el entretenimiento y la risa para una población con la moral baja. Esto se hacía a través de personajes que ya eran conocidos y aceptados en la sociedad americana. En el caso de Disney, este personaje fue fundamentalmente Donald Duck, como portador de los valores estadounidenses y las necesidades sociales, representados a través de cierta simbología que será explicada más adelante (Mollet, 2013, pp.6-7). Este tipo de producciones continuó durante varios años, e incitaban a un sentimiento general de victoria estadounidense a pesar de la incertidumbre en el frente. Como parte de la propaganda, el color y la música se convirtieron en elementos indispensables y comunicativos de estos *cartoons* (Mollet, 2013, pp.132-133).

The Walt Disney Company no solo colaboró en este esfuerzo colectivo a través de la creación de *cartoons*, sino también de emblemas, carteles que anunciaban las proyecciones, etc. Es decir, cada *cartoon* conllevaba un trabajo artístico, más allá de la propia producción, en el que Walt Disney



Figs.6, 7 y 8. Capturas de pantalla de “Timeline: the war years” (en *The chronological Donald*, vol. 2).

estaba muy implicado. La mayoría de las ideas sobre las que trabajaban llegaban de parte de los propios militares. El objetivo principal era hacer entender que Estados Unidos se había visto forzada a entrar en la Guerra, y en la necesidad del esfuerzo colectivo por la victoria, ya que era una “Guerra de todos”. Walt Disney también dedicó recursos al diseño de insignias militares de forma gratuita (figs. 7 y 8) (Walt Disney Treasures, on the Front Lines, 2004, y Walt Disney Treasures, the Chronological Donald, vol. 2, 2005).

Estos cortos producidos durante la Segunda Guerra Mundial no solo transmiten un agresivo imperialismo americano, sino que hacen uso de estereotipos, tanto de la Alemania nazi como del Japón ultranacionalista, que son extremadamente caricaturizados y representados de forma considerada racista (Mollet, 2013, p.23). En el caso concreto de la representación japonesa, como objeto de estudio de este trabajo, esta no solo está centrada en su aspecto físico. En el caso más llamativo (que es “*Commando Duck*”, analizado más adelante), esto aparece en su uso erróneo del inglés, así como en sus costumbres y expresiones culturales (Allison, 2012, pp.8-9). Es en este tipo de representaciones donde reside la conexión con la teoría del orientalismo, explicada en el siguiente apartado. Respecto a esto, es necesario resaltar el hecho de que la animación hacia los alemanes era “más considerada”, mientras que los japoneses tendían a ser ridiculizados por hechos como su apariencia física o sus tradiciones, así como a ser homogeneizados con el resto de los asiáticos. Esto formaba parte del estereotipo negativo fundamental de su representación en la animación durante la Guerra. De esto modo, eran presentados como manipuladores sin moral, crueles, sin remordimientos, y como personajes siniestros y monstruosos, etc., frente a la representación del ideal estadounidense de democracia y libertad (Mollet, 2013, pp.20, y 127- 128). Generalmente, esta representación dual de lo “bueno” frente a lo “malo” se hace de forma diferenciada en los *cartoons*, sin importar el orden, en los que diferentes partes muestran, o bien, un gran patriotismo americano, o bien, un gran terror al Eje (Cunningham, 2014, p.2).

Por último, es necesario hacer una referencia al uso del personaje de Donald Duck como clave en muchas de estas producciones, y como herramienta muy efectiva para empatizar con el público. Donald ganó popularidad en 1934, fecha importante para ser tenido en cuenta como parte de la propaganda. Su elección vino motivada por tratarse de un “complemento” a las limitaciones que presentaba el personaje de Mickey Mouse, demasiado bondadoso y de gran moralidad, frente a Donald como personaje temperamental, celoso y algo mujeriego. El ser un personaje menos perfecto y más humano, conllevaba la capacidad de conectar con el público a mayor escala e influenciar así la opinión pública. Su uso concreto, frente a la creación de cualquier otro personaje nuevo, era de gran importancia. No solo gustaba a los jóvenes, sino que toda una generación había crecido con él, y sus características físicas, su humor y sus movimientos (como su forma de caminar, su voz, comportamiento, y su “*plucky and gutsy attitude*”) eran ampliamente conocidas y queridas (Allison, 2012, pp.1-10).

Aunque era evidente que sus *cartoons* eran comisionados por el Gobierno, la imagen de Donald permaneció ligeramente separada de este. Mostraba una nueva forma de diplomacia pública separada de los métodos tradicionales gubernamentales, y su influencia no acabó con la Guerra en 1945. Donald personalizaba el espíritu de la Guerra, y su imagen fue también muy usada en las insignias de la aviación. Su incorporación a las estrategias diplomáticas implicaba que debía ser un icono siempre controlable, para de ese modo evitar la posibilidad de mala reputación asociada a algún tipo de incidente. En 1941 fue cuando se convirtió en un icono nacional, en una “marca americana”, gracias a su potencial, y por extensión, también *The Walt Disney Company* (Allison,

2012, pp.7-12). De hecho, de las 8 producciones analizadas posteriormente en este trabajo, 7 son cortos, de los cuales Donald protagoniza 5 de ellos, lo que refleja su importancia como elemento transmisor de valores.

3. Marco teórico y conceptual

En este apartado se desarrollarán las teorías y conceptos principales de aplicación en este trabajo, identificando los puntos clave bajo los cuales se realizará el análisis específico de los *cartoons*, e intentando ejemplificar, de la forma más clara posible, su relación con el objeto de análisis y su representación.

3.1. Orientalismo

El término “orientalismo” fue acuñado por Edward Said (1935-2003, nacido en Jerusalén, activista, teórico de la literatura, y uno de los fundadores de los estudios poscoloniales) en su obra *Orientalismo* (publicada por primera vez en 1978) (Said, 2002, p.11). En esta, describía la evolución histórica de los estudios denominados “orientalistas”, y la forma de interactuar con “el otro” como un ente diferenciado de “nosotros”. Esta es una característica clave representada en los cortos analizados en el apartado siguiente. Said realiza el análisis y teoriza sobre el orientalismo como una corriente erudita presente históricamente en el caso concreto del islam, y de la interpretación de la figura del “musulmán”. Sin embargo, son muchos los teóricos y académicos que han encontrado utilidad en la aplicación de este concepto a otros colectivos. Esto ha permitido desvelar el discurso occidental, presente a lo largo de la historia, sobre la figura del “oriental”, reflejo de la relación entre “Oriente” y “Occidente”. Partiendo de las grandes posibilidades en la aplicación del término, el análisis de Estados Unidos durante la Segunda Guerra Mundial presenta muchas similitudes con el tipo de orientalismo presente durante la época de la colonización europea. A efectos prácticos, Estados Unidos podría ser definida en ese momento como una potencia imperialista con intereses en Japón. Aunque podría ser definida como una nación muy “racista” en ese momento, el matizar la interpretación no permite omitir las características concretas del contexto de la época, ni el discurso por parte de aquellos implicados en el conflicto. En este caso concreto, la consideración de Japón como “oriental” posee una serie de características que aparecen a lo largo de la obra de Said. Estas dan sentido a esa definición en contraposición a lo “occidental” (Estados Unidos), y ponen de manifiesto una relación existente con su discurso gubernamental durante la Guerra.

El discurso orientalista no podría haber sido fabricado sin la ideología base de la economía de mercado occidental, y es innegable que la creación de una identidad implica establecer antagonistas (Said, 2002, pp.422, 426 y 436). El orientalismo podría definirse como una forma de “abordar” “Oriente” desde “Occidente”, siendo, en este caso concreto, Japón el desafío de Estados Unidos, aunque justificado desde un pasado impreciso y mal delimitado.

Así, a través de dicotomías como “bueno” y “malo”, producto de interpretaciones simplistas y recurrencia de experiencias previas, el individuo “oriental” sería “oriental” antes que “humano”, siendo su carácter humano aún más reducido por el auge de la ciencia. En los *cartoons* seleccionados esto está muy presente, ya que al orientalizar, se edita, se suprime, etc., y se muestra una imagen parcial en base a ciertos intereses, como premisas básicas del discurso ideológico, no solo estadounidense, sino también japonés (Said, 2002, pp.110-230). Estas ideas, además, se crean en base a etnia, nación, civilización, e incapacidad para “separarse del propio origen”, como generalizaciones sobre

el sujeto orientalizado, en este caso el “japonés”. Estas categorías reduccionistas hacen necesaria la tutela de “Occidente”, siempre reafirmando su supremacía tecnológica, política y cultural (Said, 2002, pp.311-329). Como característica clave, es posible identificar el entramado orientalista a través de la representación de lo “oriental” en diferentes formas sociales, culturales, artísticas, y literarias (Said, 2002, p.91).

Los *cartoons* escogidos no solo son ejemplo de lo anterior, sino también de esa parte de la realidad oriental, sesgada y escogida, analizada desde el punto de vista occidental, y presentada como el “todo”. Esta representación omite elementos en su discurso ideológico, apoyado por las instituciones, y posee un vocabulario, enseñanzas, imágenes, doctrinas, etc. específicas. En este sentido, Estados Unidos es considerada heredera del orientalismo previo desarrollado por las potencias imperialistas (Inglaterra y Francia, fundamentalmente). Aunque posee un menor desarrollo teórico, continúa “ensalzándose” a sí mismo en detrimento de “Oriente”, partiendo de una imagen que no representa la realidad, ya que esta es mucho más rica y completa que cualquier cosa que pueda decirse sobre ella. Esta falta de coherencia esconde relaciones de poder y dominación (Said, 2002, pp.11-33), algo visible en la representación del individuo japonés en este trabajo. Esta es homogeneizada y caricaturizada, fundamentalmente en cuanto a sus cualidades físicas, y da a entender que poseen un comportamiento concreto negativo, frente a Estados Unidos como representación opuesta. Ante la idea de la necesidad de Oriente de ser conquistado para “llevarle la libertad”, los *cartoons* utilizan una serie de símbolos ideológicos concretos. Estos marcan al capitalismo estadounidense como la clave de liberación ante los fascismos, a través de símbolos patrióticos, nacionalistas, y la idea de que el ejército japonés no actúa por sentido común. La necesidad de “hacer ver ante la ceguera del enemigo” justifica su intervención como algo necesario para evitar que los fascismos dominaran el mundo, y esta “buena voluntad” dignifica el uso de la fuerza y permite generalizar la realidad. De este modo, se asegura que Oriente no pueda ser nunca independiente ni gobernarse a sí mismo, por los peligros que eso puede acarrear (Said, 2002, pp.237 y 303-305).

Aunque los conocimientos orientalistas no reflejaban la realidad de Oriente, sí representaban cómo era esta realidad para Occidente (Said, 2002, pp.79-95). La visión del oriental como algo “hostil” ante la resistencia a la dominación es clave en la justificación estadounidense de entrada a la guerra tras haber sido atacado. Esto legitimó un sentido de la “victoria” (herramienta ideológica parte del discurso gubernamental) en la que la rendición ya no era suficiente. Cualquier rastro del ultranacionalismo japonés debía ser borrado, en consonancia con el endurecimiento posterior del discurso hacia los últimos años de la Guerra. La premisa clave de “conocer a tu enemigo” para ganar la guerra, volviéndolo menos extraño, domesticable y derrotable, podría aplicarse, por ejemplo, a la película analizada “*Victory Through Air Power*”.

Por último, la diferencia, fundamentalmente ideológica, entre Oriente y Occidente, implica la “no existencia” de un Oriente “puro”, ya que su imagen ha sido continuamente “contaminada” a lo largo de la historia. Esta polarización, y la idea de la supremacía occidental, son dos rasgos fundamentales ligados a cualquier referencia al orientalismo. Ambos están presentes en el discurso norteamericano durante la guerra, y en la representación animada en los *cartoons*, con una clara diferencia entre ambas naciones y lo que representan (dejando a un lado la incertidumbre sobre el resultado de esta). En estas representaciones, cuanto mayor es la demonización de Japón, más se refuerza la imagen positiva estadounidense, incluso a través del uso de la fuerza (algo habitual en el colonialismo, bajo las propias premisas orientalistas). La asociación de dicho discurso con el poder central, y el apoyo por parte de una serie de colectivos que difundían y reproducían esta imagen,

es clave en la identificación de la relación Gobierno-discurso-orientalismo, cuyo enfoque ha ido variando a lo largo de la historia para adaptarse a las nuevas situaciones (Said, 2002, pp.34-76 y 85). En palabras de Guarné, 2010, “Oriente solo tiene sentido en el discurso de dominación occidental, siendo una práctica narrativa, fragmentaria y diversa, en la que lo que se dice es tan importante como lo que no se dice” (Guarné, 2010, pp.310-311).

3.2. Conceptualización de Jun Tosaka

Jun Tosaka (1900-1945), fue una figura asociada a la Escuela de Kioto, crítico del capitalismo y del ultranacionalismo japonés. La obra que nos ocupa (recogida en el libro editado por Kawashima, Schöfer, y Stolz, 2013, “*Tosaka Jun: A Critical Reader*”), se sitúa en 1936-1937, en la primera parte del periodo Shōwa. Los ensayos seleccionados tratan sobre el uso ideológico del cine y las películas, y las consecuencias de su traducción social en el contexto del militarismo japonés. Esta crítica constituía la naturaleza de su obra, aunque también mostraba una preocupación por la consideración estética de las películas por ser un medio cada vez más utilizado para la difusión de las noticias y la propaganda (Kawashima, 2013, p.114). Su trabajo teórico se vio interrumpido por su muerte en prisión al finalizar la Segunda Guerra Mundial, producto de la represión y largo encarcelamiento por parte del Gobierno japonés. Es, precisamente, el desarrollo limitado de las teorías seleccionadas para este trabajo lo que permite su reinterpretación y su aplicación a diferentes casos concretos (Kawashima, 2013, p.220), no solo a temas de tipo propagandístico e ideológico, sino también al estudio de las comunicaciones en la actualidad. Sin embargo, considero que estos conceptos deberían complementarse con las ideas de otros teóricos que han trabajado sobre este tema. Como ejemplo, quisiera nombrar aquellas sobre la televisión como medio de comunicación de masas, la codificación y decodificación en el lenguaje televisivo, y la “forma discursiva” del mensaje, de Stuart Hall en 1973 (Hall, 1993, pp.507-515). Aun teniendo en cuenta, en el análisis de Tosaka, las diferencias en el momento histórico, y el hecho de que el cine hacía poco que había pasado a sonoro, la idea clave que conecta las ideas de ambos autores es que el espectador no es un mero observador de lo que representa la pantalla. Aquello que observa produce sobre él un efecto a varios niveles, y eso se traduce en una serie de prácticas sociales concretas, producto del adoctrinamiento ideológico recibido a través de las películas y el cine como medios de comunicación de masas (hecho relacionado con las características de la propaganda, mencionadas anteriormente) (Kawashima, 2013, p.103). La relación conceptual explicada a continuación no es observable de forma tan clara en los *cartoons* seleccionados como la parte anterior. Su análisis requiere la consideración del discurso gubernamental y de los eslóganes, discursos y frases clave mencionadas con representación visual concreta transformados en propaganda. La premisa principal es que este visionado provocaría una serie de comportamientos observables en la población, producto de ideas concretas hacia los fascismos.

Para empezar, del ensayo *Film as a reproduction of the present: custom and the masses* (1936), y la mayor profundización de dicho ensayo realizado en *Filmic materiality and historical materialism: Tosaka Jun and the prosthetics of sensation* (2013), podemos extraer el concepto de “costumbres” (*custom*). Este incluiría el “todo” que nos rodea y nuestras interacciones con él, como los momentos materiales de tipo ideológico, fisiológico, creencias, prácticas diarias, hábitos, estilos, actitudes, improvisaciones sociales, aspiraciones, etc. En estas interacciones es donde se observan los efectos que ejercen las películas sobre la cognición del espectador, de modo que la “situación fílmica” se introduce en el flujo de la vida social. Las costumbres reproducen estereotipos, producto del adoctrinamiento ideológico. Para Tosaka, el hecho de que las películas sean transmisoras de

costumbres, y la implicación del Estado en su control, dificulta la distinción entre realidad y ficción, ya que lo “social” se materializa en “habitualidad” (Kawashima, 2013, pp.235-245). En la animación propagandística, esto aparece a través de la representación de la vida diaria en el contexto específico de la Guerra. La reproducción de una parte concreta de la realidad hace que se asimile esa representación como algo propio, idea en conexión con el orientalismo. La asimilación de estereotipos hace que estos se terminen convirtiendo en algo legítimo e incuestionable, a pesar de la susceptibilidad de manipulación del medio de difusión (Kawashima, 2013, pp.103-113). Aunque Tosaka consideraba crucial el formato de las películas para uso con fines ideológicos, ya que era una forma única y más accesible de presentar la información (noticieros fílmicos), él consideraba prioritario lo visual frente a lo auditivo. En la animación esto es más matizable, ya que lo auditivo tienen un papel fundamental en la transmisión del mensaje, que perdería fuerza al eliminar esta parte.

El ensayo *Film art and film: towards the function of abstraction* (1937), propone ideas que asocian el cine a estas “realidades creadas” en las que vive la sociedad, y marca la diferencia entre la “realidad representada” y la “realidad “real””. Asociado a las costumbres, se crea una automatización que elimina el componente “moral”. Ejemplos serían el uso de eslóganes o frases clave que se transforman en parte de la cultura popular, o la identificación con lo que les ocurre a los personajes de los *cartoons*. Esto convierte a todas las películas en “educacionales” en esencia, mostrando el gran poder del cine como difusor de propaganda (Kawashima, 2013, pp.106-121).

Por último, del ensayo *The Principle of Everydayness and Historical Time* (1930), y, de nuevo, con una mayor profundización a través del artículo en *Filmic materiality and historical materialism: Tosaka Jun and the prosthetics of sensation* (2013), extraemos el concepto de la “cotidianeidad” (*everydayness*). Este se define como un espacio con cierta objetividad donde las costumbres entran en juego. El “principio de la cotidianeidad” permite ver los efectos de las películas a varios niveles, ya que es ahí donde se hacen efectivos los cambios en las costumbres, y donde estos cambios se reflejan en la vida diaria (Kawashima, 2013, pp.32 y 252-253). En el caso concreto de la propaganda, constituye un cambio en la forma de percibir la realidad, y en el de los *cartoons* de este trabajo, de percibir a Japón, “lo japonés” y al individuo japonés (a través de una representación orientalista). Esta percepción depende, también, del propio individuo y de sus valores. Esto sitúa tanto al capitalismo como a los fascismo en un rol central en lo cotidiano, ejerciendo control a través de la propaganda en sus respectivas sociedades. De este modo, estos transforman la realidad representada en “su realidad”, sin poder diferenciarlas (lo que Tosaka denomina “cerebro fílmico”), y esto puede incluso protegerles contra los efectos de la propaganda del “enemigo” (Kawashima, 2013, pp.219 y 139). En todo esto, el contexto es fundamental en el análisis e interpretación de la propaganda, ya que pierde sentido fuera de este. El reconocimiento de los elementos “modificados” (la “creatividad de lo cotidiano”) por parte de espectador podría otorgarle una experiencia más objetiva del proceso, y en su identificación y autoafirmación con la imagen (Kawashima, 2013, pp.223-238). Esta relación entre Gobierno, ideología y medios de comunicación es solo una parte del entramado ideológico, que trabaja como un todo, y cuyo objetivo final es la traducción social del discurso que llega al espectador, a través de diferentes elementos propagandísticos creados con una intencionalidad concreta. Las costumbres, como concepto clave, son el punto de unión entre las instituciones y la conciencia de la gente (Chino, 2015, pp.9-10)

Como añadido en relación específica con los *cartoons* de este trabajo, del ensayo “*Laughter, Comedy and Humor*”, el concepto de “risa” (*laughter*) se define como la relación entre el uso del humor, la

comería, y la ironía, con la burla y la crítica. Esta es, precisamente, una de las bases de la caricatura. Según Tosaka, a través de la “conciencia dialectal” lidiamos con situaciones de tragedia, difíciles, transformando la realidad. Partiendo de esta premisa, podríamos identificar la risa que provocan los cartoons como una crítica a la amenaza fascista (Kawashima, 2013, pp.50-58, y 178-186).

4. Análisis de los *cartoons*

4.1. 1942

4.1.1. *The New Spirit*

Se trata de un corto educacional protagonizado por Donald Duck, cuyo tema es el pago de impuestos para financiar la Guerra. Fue el primero en ser producido por Disney, por contratación del Departamento del Tesoro Estadounidense. Visionado por unos 32 millones de americanos, un 37% admitió su influencia en la decisión de la realización temprana de la declaración de la renta, lo que indica la gran recepción de la sociedad americana a la propaganda animada (Mollet, 2013, pp.165-172). Esta obra constituye un efecto “visible” de la propaganda ideológica (Allison, 2012, pp.4-5).

Este *cartoon* está dividido en dos partes. En la primera es en donde hay mayor presencia de carga patriótica (fundamentalmente representada a través del personaje de Donald Duck como portador del ideal nacional), aunque esta está presente en todo el contenido. La transmisión ideológica se muestra en elementos ya utilizados con anterioridad en las películas de instrucción anteriores a la guerra, y en la animación estadounidense de los años 30. Ejemplos son el cambio de narrador (de radio a voz en *off*), y el uso del antropomorfismo (transformando objetos inanimados en animados, transformándolos en entrañables pero, sobre todo, para representar al enemigo transmitiendo sensaciones negativas hacia este). También se usa para este fin el uso de simbología simple pero representativa, ya presente en el imaginario popular, como la esvástica, la bandera japonesa, o el sombrero del Tío Sam usado por el silbato al comienzo de la segunda parte. Estos son, predominantemente, referentes al nazismo alemán, lo que indica que no existía un plan de tratamiento ideológico para la nación japonesa, pero sí para la Alemania nazi (reflejo de la política “*Europe First*” del presidente Roosevelt, en la que Alemania era considerada el “enemigo” principal). El acompañamiento de estos símbolos con imágenes asociadas, como las armas, el color rojo oscuro que tiñe el cielo, etc., inspiran los ideales de odio, maldad, dolor, miedo, hostilidad, guerra, deseo de herir y peligro inminente en el enemigo. Cortos posteriores mostrarían ideología narrativa, que en este no está presente (Cunningham, 2014, p.2, y Mollet, 2013, pp.169-172).



Figs.9 y 10. Imágenes de “*The New Spirit*”, vía Mollet, 2013.

El uso del personaje de Donald Duck es clave, representativo de una personalidad fuerte, el orgullo nacional, patriotismo y seguridad, considerándose positivo, lo que constituye el contrapunto de la identificación del “enemigo”. Donald personifica el “nuevo espíritu de la gente libre que lucha unida por una causa común”, lo que comporta imágenes como la disposición a la lucha (fig. 10), y el

saludo militar ante la radio. Se convierte en la figura del patriota americano en cuanto la bandera americana aparece representada en sus ojos (fig. 9) (Cunningham, 2014, p.2). La aportación de la canción inicial, “Yankee Doodle Spirit”, aporta algunas ideas con elementos patrióticos, como “your freedom, your liberty”, etc., y es muestra del poder de la música en los *cartoons*, en los que es un elemento indispensable que toma protagonismo por momentos. Incluso la imagen, en ocasiones, no produce el mismo efecto sin la música, lo que muestra un tratamiento más profundo de aquel efectuado por Tosaka, para el que lo auditivo era considerado secundario. En estos *cartoons*, la música es también parte de la propaganda, y la letra de las canciones se hace en consonancia con el discurso gubernamental (Mollet, 2013, p.168)

La asociación con el Gobierno estadounidense tiene su representación a través del uso de la radio, como medio básico de la transmisión de noticias. Su uso no solo conlleva un cambio en el carácter de Donald, dispuesto a escuchar ante el estado actual del país, sino que, además, la radio se transforma en el narrador, dando pie a la voz en *off* que narra la segunda parte del corto, y que lleva consigo la misma representación estatal. Ideas como “our very shores have been attacked”, “it is your privilege, not just your duty, to help your Government by paying taxes promptly”, etc., hacen referencia al esfuerzo colectivo por la Guerra, con el objetivo de eliminar la tiranía de la tierra. Curiosamente, esto crea una clara relación entre la libertad, democracia, y las armas. El eslogan clave de este *cartoon* es “Taxes to beat the Axis”, y la representación de la bandera americana en el cielo al final del corto (fig. 14) asocia a Estados Unidos con cierto rigor moral, necesidad clave en la lucha contra el Eje (Mollet, 2013, pp.169-171).

La representación del enemigo japonés, identificado a partir de la bandera japonesa, se hace de forma antropomórfica, transformando sus barcos en monstruos amenazadores que se esconden en la oscuridad (fig. 11), lo que permite justificar la necesidad de impuestos para “to blast the aggressors of the sea”. La calificación de Japón como “agresor” lo sitúa como causante del conflicto, y a América como víctima de la agresión, ante la que se defiende. Esto hace referencia a la premisa de que Estados Unidos solo entró en guerra tras el ataque directo de Pearl Harbor (Walt Disney Treasures, on the Front Lines, 2004), y justifica cualquier tipo de acción contra el “enemigo”. La derrota de esta “bestia” se acompaña de la 5a Sinfonía de Beethoven. La representación y las imágenes de destrucción relativas al nazismo alemán son mucho más intensas (figs. 12 y 13). El nazismo es calificado como “evil destroyer of freedom and peace”, lo que, de nuevo, es un reflejo de la política “Europe first”.

La representación indica una clara asociación entre democracia, libertad y nacionalismo americano, que son tratados como sinónimos, y Estados Unidos como portador de la libertad, lo opuesto al fascismo. Esto representa la transmisión de un discurso de tipo orientalista, cuya representación



Figs.11, 12, 13 y 14. Capturas de pantalla de “The new spirit” (en *Disney Treasures - On The Front Lines*).

muestra una clara separación entre “ellos” (el fascismo, lo maligno, los agresores) y “nosotros” (la democracia americana, superior, representante de la libertad, la bondad). Este discurso presenta ciertas adaptaciones según la referencia a cada “enemigo” concreto. La representación del “otro” en la forma de calavera de sus submarinos, las formas tenebrosas de sus barcos, o sus acciones moralmente cuestionables, son muestras visuales de este discurso, que solo adquiere sentido desde el punto de vista estadounidense, al igual que el discurso del militarismo japonés resultaba inaceptable para Estados Unidos.

4.1.2. *Food Will Win the War*

Se trata de un corto educativo-informativo, narrado en su totalidad por una voz en *off*. El tono es positivo, e incita a poner la producción de la agricultura en el punto de mira, enfatizando su abundancia, como elemento clave para ganar la Guerra. Carece de personajes clave en el desarrollo de este, aunque hay una breve aparición de “los 3 cerditos” (minuto 4:43), hecho explicado más adelante.

Ideológicamente, este *cartoon* hace referencia al secretario del Departamento de Agricultura en la época, Wickard v. Filburn, a su eslogan “Food will win the war”, y a su integración en el *Lend-Lease Scheme*, por el que Estados Unidos proveía con alimentos y material armamentístico a los Aliados. Esto aparece representado en elementos como los “Victory ships”, y el énfasis en la importancia de la agricultura presente en todo el corto. Además, la apertura y cierre hacen una breve referencia a la campaña gubernamental “V for Victory”, a través de una “V” formada por dos espigas de trigo (fig. 15). Ambas políticas únicamente podían llevarse a cabo con la colaboración de los agricultores, como actores clave (Mollet, 2013, p.196). La necesidad de la producción en el frente podía ser una justificación ante los racionamientos o la escasez de comida (Walt Disney Treasures, *on the Front Lines*, 2004).

En la representación de la ideología, este *cartoon* vuelve a mostrar elementos utilizados en los años 30, que le dan cierto efecto nacionalista, como es la aparición de “los 3 cerditos” (fig. 16), de forma que el “enemigo” es automáticamente transformado en el antagonista, en el “lobo feroz”. A través de esta idea, “los 3 cerditos” se convierten automáticamente en centrales en la narrativa como símbolos nacionales (al igual que Donald en el corto anterior), de modo que tienen un rol muy claro por y para América en el contexto de la Guerra. El uso de la hipérbole animada (como la mostrada en la producción de la agricultura), favorece una imagen de “grandeza” ante el “enemigo”, y eso es algo muy explotado en este *cartoon*. Ejemplos serían el impacto relativo de la industria en la agricultura, la expresión “hangs right over your head, Adolf”, y la visualización de la bola derribando los bolos personalizados como los líderes del Eje (fig. 17) (Mollet, 2013, pp.198-203). Esto último también esconde un discurso orientalista, conectado, de nuevo, con el uso del antropomorfismo en la representación del “enemigo”. En este



Figs.15, captura de pantalla de “Food Will Win the War” (en *Disney Treasures - On the Front Lines*), 16, imagen de “Food will win the war”, via Mollet, 2013, y 17, captura de pantalla de “Food Will Win the War” (en *Disney Treasures - On The Front Lines*).

caso, el fascismo es tratado como “savage enemies of freedom”, y es ridiculizado a través de la idea de “bowl over the Axis”. En este caso se puede observar una mínima representación del individuo japonés, homogeneizada hasta el punto de la dificultad de saber si hace referencia al Emperador Hirohito o al Primer Ministro Tôjô. La caricaturización en el color de su piel y en sus rasgos faciales es muestra del estereotipo orientalista. Esta homogeneización convierte, por extensión, a la totalidad de los japoneses en el “enemigo”, sin distinción.

Por último, la expresión “Who’s afraid of the Big Wolf?” ayuda a concebir la idea de la victoria, a través de los “Victory Ships” como resultado del esfuerzo estadounidense, producto del elemento de “ilusión de la victoria”, imprescindible en la propaganda. La misma idea aparece resumida en la frase final del corto, “under this insignia, food will win the war” (minuto 5:22), que además, introduce la insignia norteamericana como un elemento visual más, representativo de esta acción y espíritu. También aparece presente cierta analogía bélica, por ejemplo, en la comparación entre las armas del ejército con la maquinaria de los agricultores. Su intención no solo es hacer referencia una vez más a la situación del momento, sino también situar la agricultura como un eslabón más en la lucha contra el fascismo, y consecuentemente, como parte del esfuerzo colectivo para ganar la Guerra. La asociación final de América como sinónimo de “freedom of speech, freedom of wish, freedom from want, freedom from fear”, es, de nuevo, una clara alusión orientalista a la lucha contra el fascismo, y a las diferencias entre ambos implicados y sus valores (Mollet, 2013, p.197).

4.2. 1943

4.2.1. Home Defense

Se trata de un corto de propaganda y entretenimiento, desde el punto de vista del patriotismo estadounidense. Protagonizado por Donald Duck, trata sobre la incertidumbre sobre los ataques a civiles durante la guerra. Muestra elementos mencionados con anterioridad, como el uso de la figura de Donald, portador de ciertos valores nacionalistas y patrióticos estadounidenses, y elemento que transmite la empatía con el público. Existe una analogía militar, interiorizada, en el uso de uniforme, armas, existencia de rango, y comportamiento. Esta se muestra en el saludo militar, la disciplina, expresiones como “I command you”, la eliminación de rango como castigo ante la insubordinación, y la vigilancia ante posible ataque del enemigo a través del puesto de escucha. Todo esto hace referencia al “homefront”, y a la idea de que la lucha en el frente se ha trasladado también a “casa”. De este modo, se refuerzan las premisas del esfuerzo colectivo, el hecho de que la guerra “es de todos”, y la necesidad de defensa de la propia nación llevada hasta el extremo (asociada incluso a elementos como el sonido de la trompeta en el minuto 1:04), aunque la representación cómica suaviza la situación. El cartel al inicio de corto que muestra “Shhhh! Front Admiral Duck’s own listening post” es un indicador el miedo a los ataques civiles, y contextualiza todo el corto y lo mostrado en este, como la necesidad de anticiparse a estos posible ataques.



Figs.18 y 19. Capturas de pantalla de “Home Defense” (en Disney Treasures - On The Front Lines).

El “enemigo” es representado a través de objetos identificados como bélicos, como las banderas, u otros elementos asociados. La representación del barco con una especie de “pagoda”, y la música (que podríamos calificar de “oriental”) que acompaña a la imagen son representaciones orientalistas y estereotipadas del Imperio japonés. Su homogeneización hace referencia al “peligro amarillo” como discurso orientalista, que homogeneiza lo asiático y lo japonés. Esta idea se completa con la imagen del barco que llega de lejos, oscuro, avanzando, con el objetivo de atacar y conquistar, que otorga una imagen negativa a la totalidad de la nación japonesa, como parte del discurso ideológico.

4.2.2. *The Spirit of '43*

Este *cartoon* es la secuela de “*The New Spirit*” y también es protagonizada por Donald Duck, producida al año siguiente tras el éxito de la anterior. También de tipo educacional, sigue el mismo esquema de división en dos partes, pero únicamente la primera parte ha sido modificada. La diferencia más importante respecto a la primera producción es el hecho de que Donald ya no muestra un patriotismo exacerbado ni presenta ya una gran disposición a la lucha por su nación. Este “patriotismo suavizado” no proviene del personaje del Donald, sino de su “alter ego ahorrador”, que, a pesar de la poca disposición inicial, consigue influenciar la decisión de Donald. Las ideas como “need for extra taxes down to Hitler and Hirohito”, y la culpa de ambos dictadores por el hecho de que “taxes are higher than ever”, sitúan la implicación estadounidense en la Campaña del Norte de África, en la que estaban inmersos los Aliados, con lo que había necesidad de financiación (Mollet, 2013, p.176). La unión en el esfuerzo colectivo por la guerra y la “ilusión de la victoria” aparece representada en ideas como “it’s your war too” y “you must save for victory”, como premisas que hacen más insistencia en la necesidad de continuación de dicho patrón que en su *cartoon* predecesor. La dualidad está continuamente presente en diferentes elementos, como la puerta con forma de esvástica versus el muro con la bandera estadounidense, entre otros.



Figs.20 y 21. Capturas de pantalla de “*The Spirit of '43*” (en *Disney Treasures - On The Front Lines*).

A nivel ideológico, el eslogan principal es “Spend for the Axis or save for taxes”, y es representativo de la dualidad presente en todo el corto como técnica de conversión ideológica. Esta aparece presente en la lucha moral en la conciencia de Donald entre sus dos alter egos. El primero de ellos representa el espíritu patriótico americano, lo “bueno”, lo “correcto”, mientras que el otro lo es del fascismo (más concretamente del nazismo alemán, de nuevo en referencia a la política “Europe First”), mostrando lo “malo”, la “tentación”, que ha de ser vencida para lograr la victoria. De nuevo, existe una breve referencia a la campaña “V for Victory”, mostrada en la ruptura de la puerta con forma de esvástica que termina transformándose en una “V” (fig. 21), reforzada, además, con la idea de “every dollar you spend helps the Axis”. La puerta con forma de esvástica muestra una clara asociación entre el fascismo y la falta de compromiso con la nación estadounidense. Toda esta simbología incita al ahorro como algo positivo por el bien de la nación, como fin último. Otros elementos como la alegoría, o la personificación de ideales (por ejemplo, en el personaje con apariencia de Hitler (fig. 20)), son también técnicas de transmisión ideológica, así como la asociación al color de ciertos símbolos, el antropomorfismo, etc. (Mollet, 2013, pp.171-178). Respecto a la

segunda parte, no existen variaciones respecto al análisis realizado en “*The New Spirit*”, con lo que las ideas comentadas en esa parte también están presentes en este corto.

4.2.3. *Der Fuehrer's Face*

Este *cartoon*, premiado en 1943, y protagonizado, de nuevo, por Donald, es un encargo del Gobierno estadounidense, aunque no se haga referencia a ello. Inicialmente fue titulado “Donald Duck in Nutzi Land”, pero ante el gran éxito de su canción de cabecera obligó a cambiarlo por “Der Fuehrer's Face” (Allison, 2012, p.5, y Walt Disney Treasures, on the Front Lines, 2004). Aun de contenido algo más delicado, podría clasificarse como de propaganda y entretenimiento. Este corto solidificó el compromiso de Disney con el esfuerzo colectivo por la Guerra, y cimentó la posición de Donald como figura central de la propaganda contra el fascismo. Además, refleja la intención de hacer llegar ciertos temas a la audiencia de forma efectiva, lo que implicaba la existencia de un plan ideológico preparado y ya consolidado sobre la forma en la que la animación debía de tratar temas sensibles. Por ello, The Walt Disney Company es reconocido como creador de “buena propaganda” (Mollet, 2013, pp.179-180, y 184).

La temática principal es la ridiculización y la demonización de la Alemania nazi y de los representantes del fascismo internacional. Esto se logra a través de “Nutzi Land” como recurso ideológico, una nación creada en un sueño de Donald, como representación de la visión estadounidense de los estragos de la sociedad alemana bajo el mandato de Hitler (Allison, 2012, p.5), y que permite la burla y la caricaturización de la Alemania nazi. Esto se muestra, por ejemplo, en expresiones como “What a glorious privilege is to be a Nutzi” o “to work 48 hours a day for the Fuehrer” (minuto 3:37), que son la burla a la justificación del tratamiento a la población. De nuevo, esta película hace uso de técnicas ideológicas testadas en el contexto político de los años 30, aunque también muestra ideas producidas fuera del Gobierno. Como ejemplo, la canción de apertura, cuya letra y ritmo capitaliza la unificación del público, es, de nuevo, muestra del poder de la música como propaganda. Aparece, por primera vez en los *cartoons* analizados hasta ahora, una caricaturización representativa a cuerpo completo de parte de los principales miembros implicados del Eje, como Goebble, Goering, Mussolini, y Tôjô (fig. 25, bajo la idea de “el fascismo como un todo”), así como la presencia de Hitler, Hirohito y Musolini en retratos en la pared (fig. 23). La representación japonesa, siguiendo un esquema orientalista, es de nuevo homogeneizada, del mismo tipo que las explicadas anteriormente, y presenta “yellow skin, buckteeth, large glasses” (fig. 24). El uso de la esvástica como símbolo clave en la creación de Nutzi Land es también otra técnica de transmisión ideológica (fig. 25) (Mollet, 2013, pp.181-182).

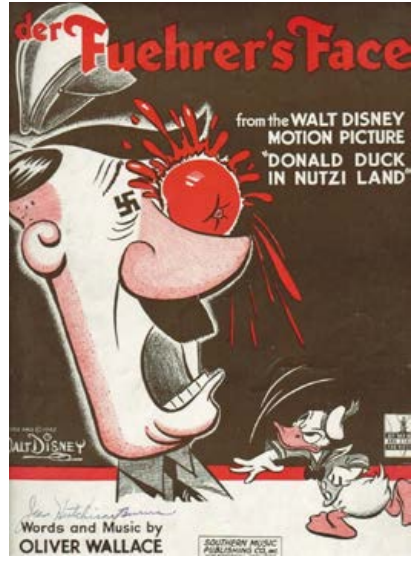


Fig.22. Imagen promocional de la canción “Der Fuehrer's Face”, del corto de animación “*Donald Duck in Nutzi Land*”, vía *Der fuehrer's Face* (song), n.d.

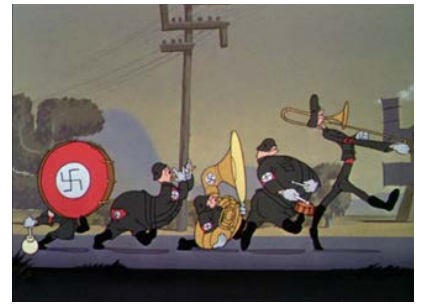


Figs.23 y 24. Capturas de pantalla de “*Der Fuehrer's Face*” (en *Disney Treasures - On The Front Lines*).

La figura 23 también es una clara alusión a la política “Europe First”, y muestra que la Alemania nazi sigue siendo la principal amenaza fascista para Estados Unidos. El orden de los saludos (*Heil Hitler, Heil Hirohito, Heil Mussolini*) indica que, por orden, el Japón imperialista y la Italia fascista van por detrás, considerados “accesorios” del anterior. Esta política es también visible en el hecho de que el público americano estaba ya acostumbrado a la caricaturización negativa de los japoneses. La imagen otorgada en la industria de Hollywood tras Pearl Harbor ya los asociaba con crueldad moral y de acción, pero esto no pasaba con los otros poderes del Eje. Mientras que una premisa básica era el que ser ciudadano alemán no implicaba ser nazi, esto nunca ocurrió con Japón y los japoneses, representado en la homogeneización y en la consideración por igual de todos ellos. A través de la ridiculización y la demonización, incluso en elementos como el “broken English” de la canción inicial, se convertían en actores potencialmente derrotables (Mollet, 2013, pp.185-186). Además de la representación física, la dualidad en el mensaje principal entre la “libertad americana” y la “esclavitud fascista”, es también orientalista.

El uso del personaje de Donald, de nuevo, representando el sentimiento común de la sociedad estadounidense, es clave. La idea de que incluso sus sueños están amenazados por el nazismo alemán implica tortura psicológica como otro elemento más del conflicto. La visualización de todo aquello que el espectador creía que estaba pasando la población alemana aparece mostrado por el propio Donald, representante del “alemán medio”. Este era, generalmente, pobre, estaba bajo amenaza constante, y era adoctrinado (algo mostrado en los diversos símbolos como el libro rojo, el saludo nazi, el uso continuo de la expresión “Heil Hitler”, la imposibilidad de expresar la propia opinión, etc.). Además, era forzado a trabajar continuamente y durante largas horas, y debía de ser leal a los ideales nazistas, ya que su vida dependía de ello (fig. 27). La desmoralización ante estas perspectivas encontraba su contrapunto en la capitalización del nacionalismo simbólico estadounidense, representado en símbolos como la estatua de la libertad, la bandera americana o las barras y estrellas, presentes en varios elementos de la casa de Donald, como las cortinas, el pijama, etc. (fig. 26) (Mollet, 2013, pp.184-185).

La transmisión de ideología a partir de la dualidad se muestra en la aparición de símbolos nazistas negativos mencionado anteriormente, como el retrato de Hitler, las bombas, armas, la esvástica, y el saludo nazi. Estos conllevan toda una serie de sensaciones negativas representadas por el “enemigo”, como crueldad, control, deseo de poder absoluto, amenaza, guerra, desobediencia, etc. Por otro lado, la presencia de los iconos representativos de Estados Unidos producen toda una serie de sensaciones positivas, como patriotismo, seguridad, alegría, orgullo, y el amor por la propia nación (Cunningham, 2014, p.2). Estos aspectos positivos que representa Estados Unidos alcanzan su punto máximo con la frase final “Am I glad to be a citizen of the United States of America”. Esta muestra todo un discurso ideológico con elementos orientalistas, y termina de marcar las diferencias entre ambos bandos, situando a Estados Unidos como algo “mejor”, por encima, del fascismo. Esta



Figs.25, 26 y 27. Capturas de pantalla de “Der Fuehrer's Face” (en *Disney Treasures - On The Front Lines*).

frase, además, marca cierta intención educativa, situando a Estados Unidos como representante de la libertad. Esta asociación responde a la gran necesidad de apreciación de la democracia por parte de los ciudadanos como clave para sobrevivir, sobre todo en un mundo en el que es necesario comprender los complejos problemas que conlleva la guerra (Mollet, 2013, pp.183- 184).

4.2.4. *Victory Through Air Power*

Esta película de más de una hora de duración, que podríamos calificar de tipo informativo, con contenido ideológico-educacional, fue probablemente el esfuerzo propagandístico más ambicioso de Walt Disney. Considerada por él como un deber patriótico, con ella pretendía mandar un mensaje claro. Se basa en el libro *Victory Through Air Power*, de Alexander P. de Seversky (piloto durante la guerra), que es uno de los narradores principales, en conjunto con una voz en *off*. Sus escenas fueron dirigidas por H.C. Potter, elegido personalmente por Walt Disney por su experiencia en aviación. Estas elecciones muestran una clara decisión de Walt Disney por sacar adelante el proyecto, y transmitir el mensaje de forma efectiva. Al ser su potencial comercial limitado, la distribuidora no quiso lanzarla al mercado y únicamente fue exhibida en los cines de United Artist (una productora estadounidense). Se dice que Winston Churchill puso la película en conocimiento del presidente Roosevelt, y que esta influenció su decisión de mejorar el poder aéreo estadounidense. Tras la Guerra, su temática controversial la mantuvo censurada, proyectándose únicamente ciertas partes de esta. (Allison, 2012, pp.10-11, y Walt Disney Treasures, on the Front Lines, 2004)

La película habla de cómo ganar una guerra frente a enemigos que aspiran a la dominación mundial, y la premisa clave que justificaba su creación era el hecho de que Estados Unidos no entró en guerra hasta la provocación directa de Pearl Harbor (Walt Disney Treasures, on the Front Lines, 2004). Seversky y la voz en *off* se turnan para explicar las diferentes partes de la obra. Mientras que Seversky expresa las ideas fundamentales y más importantes de la película, la voz en *off* realiza la introducción histórica, la contextualización, y las escenas más controversiales (como las de destrucción por bombardeos, etc.). De este modo, estas quedan impersonalizadas, y no asociadas a la única persona física que aparece en la obra. El uso de partes animadas y gráficos explicativos (fig. 29) ayudan a comprender la cuestión fundamental, y es ahí donde es visible el poder de la animación para la propaganda y el adoctrinamiento.

Toda la película se basa en la visión subjetiva estadounidense del conflicto y de sus necesidades. Estas aparecen presentes de forma clara en la forma de tratar el conflicto, al enemigo, y en los elementos mostrados (desde las noticias del periódico, hasta la “frialdad” en la que se describen las estrategias), aunque hay partes algo más objetivas. La ideología está presente, pero no

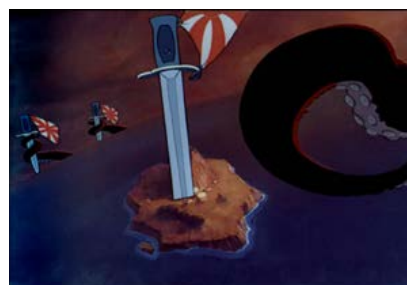
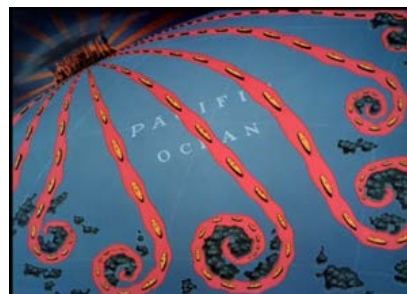


Figs.28, 29, 30 y 31. Capturas de pantalla de “*Victory Through Air Power*” (en *Disney Treasures - On The Front Lines*).

necesariamente proveniente del Gobierno estadounidense, sino también de las ideas que el autor defiende en su libro. Esto lo convierte en portador de los ideales estadounidenses, del mismo modo que Donald lo era en otros cortos. El escenario mostrado es uno en el que no parece que exista una solución a corto plazo, y en el que la premisa es la destrucción total y completa del “enemigo”, lo que muestra un endurecimiento del discurso ante la prolongación del conflicto. Al ser una película de cierta duración, en comparación con los *cartoons*, la música está presente de fondo, y cambia radicalmente según la imagen haga referencia a Aliados o al Eje. El enemigo es caracterizado con un tono siniestro, de amenaza inminente, y con representación oscura, borrosa, tenebrosa, son muchas sombras, etc. Existe, además, cierta asociación al color rojo, sobre todo del nazismo, representado en el cielo rojizo cuando el “enemigo” ataca. Estos elementos hacen referencia al cine de Hollywood, y a la clara separación entre Estados Unidos y Japón como técnica ideológica. También es claramente observable una diferencia en el tratamiento de la Alemania nazi y del Japón militarista.

La estrategia para Alemania se basaba en cortar sus vías de suministro, mientras que la japonesa iba orientada a atacar al centro del Imperio, al propio Japón, como objetivo principal (“Japan is far beyond our reach”, “Japan itself is the target”, minuto 49:39). Esto concuerda con la imagen y consideración diferentes de ambas naciones, y con el mayor miedo, “peor” trato de Japón, y su dificultad de acceso, como diferencias importantes respecto el tratamiento que se le daba en los *cartoons* analizados hasta ahora. La identificación de las naciones implicadas se hace exclusivamente por símbolos, como la esvástica y la bandera, no por caricaturización de personajes. La naturaleza de la obra en la que se basa hace inevitable la aparición de carga patriótica en la producción. Esta no solo aparece presente en ciertas imágenes y representaciones, en el tono de los narradores o en el discurso que defienden. También se muestra en elementos como la música que acompaña la imagen, e incluso en la elección de obra, autor, y director (relacionado con el hecho de que sea una producción impulsada personalmente por Walt Disney). Toda esta ideología comentada oculta, también, cierto discurso orientalista en el tratamiento del “otro”, mostrado en la maldad implícita del “enemigo” y en su representación negativa.

Algunas ideas que son portadoras de gran contenido ideológico, como el gran desarrollo del poder aéreo gracias a la Guerra (“The force development of aircraft in these 4 years of war would have taken 20 years to accomplish in peace time”, minuto 14:28), o la idea de que “es imposible ser vencido por el enemigo si se poseen sus mismas armas pero en mayor número”. Premisas como “It’s a question of who destroys who first” (minuto 1:02:45) indican la severidad del discurso, y la creación de ciertos elementos textuales, como “Between these 2 theaters of conflicts (...), lies the arsenal of democracy” (minuto 39:50), relacionan a Estados Unidos, la libertad, y la democracia con las armas. La justificación radica en que se encuentra en una posición clave, entre dos amenazas fascistas (fig. 30).



Figs.32, 33 y 34. Capturas de pantalla de “Victory Through Air Power” (en *Disney Treasures - On The Front Lines*).

Además, las numerosas referencias al poder aéreo conjugan con toda esta ideología, con frases como “If a nation controls its own skies, it cannot be invaded” (minuto 33:39), o “No battle can be won on the surface of Earth without control of the sky above” (minuto 37:47). La parte final de la película es, probablemente, la que muestra una carga ideológica más dura. Muestra la representación de Japón (como un pulpo, representante de los valores negativos del ultranacionalismo) atacado por un águila (en representación de los valores positivos Estados Unidos) (fig. 34), en una lucha violenta ambientada con música. A pesar de la incertidumbre sobre el resultado del final de la Guerra, esta escena visualiza un discurso victorista estadounidense, basado en el conocimiento del enemigo. Su intención ya no es vencer al enemigo, sino borrar cualquier rastro suyo de la faz de la tierra. Eso aparece claramente mostrado en elementos tanto visuales como narrativos, como en la expresión “Strike the daga on the heart of the beast” (minuto 1:02:45). Además, es necesario considerar otros elementos ya mencionados con anterioridad, como la asociación de nación a color concreto, y el uso de símbolos como banderas y armas concretas acorde a la personalidad que se le atribuye, etc. Esto permite diferenciar entre los símbolos nacionales y los atribuidos al enemigo, y la forma de representarlos.

4.3. 1944

4.3.1. *How to be a Sailor*

Este *cartoon* de propaganda y entretenimiento está protagonizado por Goofy, y expresa, de forma bastante cómica, el desarrollo naval a lo largo de la historia. Es el primero de los cortos que hace alusión al Imperio japonés, a su ataque y a su destrucción sin mediación de ningún elemento relacionado con la Alemania nazi. Esto refleja un cambio en el *ranking* de amenazas fascistas para Estados Unidos, ya que, ante el control del nazismo alemán, Japón pasa a convertirse en la amenaza estadounidense principal (Mollet, 2013, p.222). Gran parte del contenido es poco relevante para el análisis, a excepción de la parte final, que introduce la temática de la armada naval, y elementos de tipo militar, como el uniforme, el saludo militar, etc., y da inicio a la última parte, que es la que lleva la mayor carga ideológica.



Fig.35. Captura de pantalla de “How to be a Sailor” (en *Disney Treasures - On The Front Lines*).

El aviso “Empire’s attack” remite, de nuevo, a la premisa clave del imaginario que justificaba la entrada en la Guerra, es decir, el ataque directo a Pearl Harbor. Esto despierta todo el imaginario y justifica las acciones defensivas norteamericanas, y el fin último, representado en la escena final, de destrucción y completa eliminación del enemigo. Goofy, como figura representativa, personifica los ideales patrióticos, del mismo modo que Donald en otros cortos. El hecho de que sea lanzado por error como misil, y que este único “misil” sea capaz de derrotar a toda la flota japonesa, hace referencia a la superioridad de las fuerzas estadounidenses, y asocia esto con el patriotismo. El “enemigo” japonés es reconocible por la bandera reflejada en el cielo, y por la caricaturización de sus barcos, a los que se les otorga facciones típicas de la caricaturización asiática. El color amarillento, los ojos achinados, la gran dentadura, las gafas, y el que algunos de ellos porten “pagodas”, vuelve a hacer referencia a la representación del “peligro amarillo” (fig. 35). El hecho de que, al ser atacados, ninguno de los barcos pueda realizar ninguna acción defensiva y sean destruidos de inmediato y con rapidez, es muestra, de nuevo, de la superioridad del poder bélico estadounidense. El tamaño de los

barcos y el número de armas representados para ambos bandos, con elementos de tipo orientalista, también muestran una versión más dura de la “ilusión de la victoria”.

La cómica y aparentemente sencilla destrucción del enemigo no solo sería motivo de desahogo para la población estadounidense, sino que algunas de las ideas transmitidas sitúan a la armada naval como motivo de orgullo, como “defend their country”, “ready to go across the ocean”, y “future american heroes”. Esto supondría un aumento del énfasis en la armada naval, en contraposición a las ideas defendidas en la película “Victory Through Air Power”, en consonancia con el control del mar del Imperio japonés, y el hecho de que las batallas pasaran a desarrollarse casi exclusivamente en territorios marítimos (a pesar de contar también con fuerzas aéreas).

4.3.2. *Commando Duck*

Este último corto, de propaganda y entretenimiento, y gran contenido patriótico, está protagonizado por Donald Duck. Es el único corto de los analizados en este trabajo, y de la videografía disponible, en el que el Imperio japonés aparece ampliamente representado sin mediación de ningún elemento del fascismo alemán. Esto es producto del cambio de consideración de la nación japonesa, y del endurecimiento del discurso gubernamental en cuanto a su derrota. El argumento sitúa a Donald en territorio japonés, incursión que culminará con la completa destrucción de la base aérea del “enemigo”. Este es ampliamente representado de forma orientalista, a través de la homogeneización, el estereotipado, y la caricaturización de sus facciones físicas, costumbres culturales y expresión en inglés gramaticalmente incorrecta (figs. 36 y 37). Además, su imagen es vilificada a través de acciones que muestran su falta de moralidad (fig. 38). La caricaturización de los disfraces de camuflaje, de rasgos eminentemente asiáticos (gran dentadura, gorro triangular, nariz aguileña, ojos achinados, etc.), e incluso su pequeño tamaño (que facilita que puedan esconderse incluso en una pequeña roca) es parte del discurso orientalista transmitido, que muestra a los japoneses homogeneizados partiendo de la premisa del “peligro amarillo”. Aunque esto ya había sido parcialmente utilizado en los *cartoons* vistos anteriormente, este va mucho más allá, y ridiculiza hasta el extremo elementos culturales y costumbres, como las relaciones de respeto, la reverencia, y expresiones relacionadas (como “happy cherry blossoms to you, please”). En la actualidad, esto podría considerarse extremadamente ofensivo, por lo que ha de ser entendido en el contexto de la época, y en consonancia con el discurso. Además, hay que tener en cuenta la necesidad de demonizar y ridiculizar al enemigo, de forma que pueda ser vencido.



Figs.36, 37 y 38. Capturas de pantalla de “*Commando Duck*” (en *Disney Treasures - On The Front Lines*).

Otras ideas de tipo orientalista que se transmiten en este *cartoon* muestran estereotipos de la forma de ser y de actuar de los japoneses, con premisas como que atacan primero y por la espalda (lo que, a ojos de un patriota estadounidense, se convierten en cobardes), etc. Esto está estrechamente

relacionado con ciertas ideas de diferentes fuentes difundidas en su momento sobre los japoneses, como el poseer un “cerebro de procesamiento lento”, o la “dificultad visual” por la forma de los ojos, etc. Esto último es visible en la escena en que un soldado apunta y dispara a la cuerda que hace caer a Donald por la catarata, y que es lo que desencadena los acontecimientos finales. No solo es una referencia a la propia autodestrucción proveniente por el afán bélico, sino que, además, posee cierta referencia al hecho de que sea el agua el que destruya la base del Imperio (“el agua extingue el fuego”, representando en el sol rojo de la bandera), ya que, históricamente, tuvo un amplio control de los océanos. La analogía con el color rojo, representado en la caída del Imperio, también se muestra, mientras que, respecto al nazismo alemán, esta venía con el ataque del “enemigo”, no con su derrota. La destrucción final es bastante intensa, al estilo de las representaciones anteriores de la derrota nazi, lo que es otra muestra del cambio de tratamiento, y del discurso ideológico transmitido. Otros elementos ideológicos son el uso de la simbología, la variante del “antropomorfismo” de algunas escenas de destrucción, y la ya mencionada demonización y ridiculización de los japoneses.

El uso de la figura de Donald personifica tanto el orgullo como el miedo por la misión, presente en imágenes como el saludo militar ante el sacrificio por su país. Sin embargo, la historia se desarrolla sin sangre, ni la destrucción de la base japonesa es producto de la acción directa, con lo que sigue conservando cierta inocencia, a pesar del resultado final. Este *cartoon* supone la contribución final de Donald al esfuerzo por la guerra, que comenzó con el pago de impuestos, y cuya participación es cada vez más directa, derrotando físicamente al enemigo (Mollet, 2013, pp.223-224). Además, es necesario tener en cuenta que hay muchos de sus cortos de los años de la Guerra que no han sido considerados en este trabajo por no poseer ninguna crítica directa al ultranacionalismo japonés.

A pesar de la intensidad de las escenas de destrucción, están son ridiculizadas, transformando los aviones, a través de una especie de “antropomorfismo” en “aves caídas”, y acompañados de música orientalista (figs. 40, 41 y 42). Esta combinación de ideología dura con fría caricaturización queda completada con el mensaje final de Donald, en el que informa de haber “washed out the enemy” (fig. 43), y la risa ante su propia ocurrencia, que remite a los acontecimientos que desencadenan el final, y la relación con el agua.



Figs.39, 40, 41, 42 y 43.

Capturas de pantalla de
“Commando Duck” (en Disney
Treasures - On The Front Lines).

5. Conclusiones

A lo largo de este trabajo, se han realizado diferentes aportaciones de información para facilitar la comprensión del análisis final en el apartado anterior. Primero, a modo muy breve, en la contextualización histórica se ha realizado un recorrido a través de los precedentes y desarrollo de la Segunda Guerra Mundial, considerando principalmente a Japón y a Estados Unidos como actores fundamentales implicados. Como elemento clave, dentro del discurso justificativo de participación en la Guerra, está la premisa estadounidense de haber sido atacado previamente por Japón, así como la idea de la necesidad de un esfuerzo colectivo para poder ganar la Guerra. Después, se ha llevado a cabo una introducción a la propaganda, y a sus diferentes usos, haciendo mayor énfasis en el referido al ámbito bélico, y específicamente durante la Segunda Guerra Mundial, concretamente en el caso de los dos países mencionados anteriormente. Por último, para finalizar la parte de contextualización, se ha hecho referencia a las aportaciones específicas de The Walt Disney Company durante el conflicto.

Tras esta primera fase de contextualización, se ha realizado una introducción al marco teórico, como base del análisis del trabajo. Como elementos relevantes de la teoría del *Orientalismo* de Edward Said, es observable a lo largo de todo este trabajo el establecimiento de la separación entre “nosotros” y “ellos”, y cómo este tratamiento de la alteridad en los *cartoons* analizados conlleva siempre una supremacía estadounidense frente al “enemigo japonés”, portador de valores eminentemente negativos. Por otro lado, conceptos explicados en los ensayos de Jun Tosaka, como la “cotidianeidad” o las “costumbres”, constituyen elementos clave para explicar el efecto que tiene en el espectador la visualización de ciertos elementos. Estos son muestra tanto del discurso orientalista, como del discurso gubernamental, con ejemplos como el incitar al pronto pago de impuestos, y la consideración del “individuo japonés” o “alemán” de una manera determinada, de modo que la referencia al mismo provoque una serie de sensaciones concretas.

Por último, toda esta parte teórica ha podido ser “visualizada” como un todo en los *cartoons* analizados, cuya organización cronológica permite observar el cambio de discurso. Por ejemplo, durante el año 1944 los elementos referidos al nazismo alemán pierden relevancia y son eliminados, con lo que aquellos relacionados con el ultranacionalismo japonés toman protagonismo. Además, son observables las referencias visuales a elementos de la ideología gubernamental, como los “Victory Ships” o el eslogan “V for Victory”, muy asimilado por la población americana. Considero que esto es ya un indicador de lo acertado de las teorías de Tosaka sobre la transmisión ideológica de los medios de comunicación de masas. Además, en este caso concreto, la elección de los *cartoons* no fue algo casual, ya que eran ampliamente distribuidos.

Tanto la información ofrecida a lo largo del trabajo, como los pequeños ejemplos mencionados en el breve resumen anterior, permiten dar confirmación a las tres hipótesis expuestas en la introducción de este trabajo. Por un lado, muestran, de forma clara, que la justificación estadounidense para la entrada en la Guerra se basaba en la premisa de haber sufrido el ataque a Pearl Harbor. Aunque está demostrado que Estados Unidos ya había participado previamente en la Guerra de forma indirecta, e incluso es cuestionado que se tratara de un ataque “sorpresa”, todo su imaginario bélico, así como su propaganda, se basan y parten de esa premisa. Tanto en los carteles de propaganda de la época, como en los *cartoons* analizados pueden observarse diversas referencias a ello. Elementos como la “necesidad de un esfuerzo colectivo”, y el uso de la animación para transmitir ideología, han quedado también ampliamente demostrados. Después, tanto en la introducción teórica como

en el análisis de los *cartoons*, son claramente observables los elementos que muestran la capacidad adoctrinante de los medios de comunicación de masas como vehículos de transmisión ideológica, y los efectos que poseen en el espectador, mostrado, por ejemplo, en el apartado del análisis de “The New Spirit”. Y, por último, la propia representación visual de la alteridad en los *cartoons* posee elementos claramente orientalistas, con diversos matices en la representación, y marcan una diferencia muy clara entre Estados Unidos y Japón, como se ha explicado anteriormente.

Aunque todos estos elementos presentados no suponen un “lavado de cerebro”, u “obediencia instantánea” por parte del espectador, el propio entorno en el que se conciben estos *cartoons* es fundamental para entender sus efectos. Características del contexto como el ambiente durante la Guerra, la presencia militar, los racionamientos, y el tipo de noticias que llegaban, entre otros, eran fundamentales en la asimilación de la información. Teniendo en cuenta esto, considero algo imprescindible la necesidad de cuestionar el contenido de la información que nos llega a través de estos medios de comunicación de masas, que siempre, sin excepción, remiten a una ideología o visión concreta, ya sea gubernamental, institucional, privada, etc., con unos objetivos concretos, justificables o no. Aunque es imposible que cualquier retransmisión de la realidad sea “completa”, y es algo a lo que el ser humano está sujeto de forma inevitable, el contexto es una variable clave en esta asimilación. Esta depende de elementos como la capacidad de acceso a otras opiniones y medios, así como a herramientas útiles que permitan en cuestionamiento de la información, el derecho o la intención de acceder a ellos, y el desarrollo tanto cognitivo como psicológico, entre otros. En el caso concreto de la animación lo considero algo imprescindible, ya que esta no está asociada a adultos, sino a rangos de edad mucho menores, en los que se tiene una mayor capacidad de sugestión, con lo que el contenido puede producir un efecto mucho mas intenso que en un adulto.

Por último, en cuanto a posibles líneas de investigación posteriores, es necesario considerar el acotamiento de productos analizados en este trabajo, y la existencia de gran cantidad de estudios sobre *cartoons* de diferentes compañías y en años posteriores a la Guerra. En este sentido, consideraría interesante explorar el cambio en la animación de The Walt Disney Company en relación con la comunicación política en la actualidad, teniendo en cuenta elementos como el tipo de producto, público al que va dirigido, influencia global, etc. Sería también necesario considerar la existencia de diversos medios de transmisión de información (entre ellos internet), y se podría analizar la existencia de elementos comunes presentados en este trabajo (como representaciones estereotipadas u orientalistas, el tratamiento de la alteridad, o aquellos de influencia gubernamental, así como su presentación). Considero que este tipo de análisis permitiría cuestionarse en qué punto radica la consideración, o no, de estos elementos como “propaganda”, y, si esta está presente, la consideración de la fuente, el tipo de medio y de mensaje, y los objetivos de la misma. En palabras de Williams, 1996, en relación con esta “transmisión de la verdad”:

I mentioned earlier the idea that in self-deception there is a kind of conspiracy between deceiver and deceived, and in those terms there can be such a thing as collective self-deception. This applies to the representation of politics in our societies now. The status of politics as represented in the media is ambiguous between entertainment and the transmission of discoverable truth; and rather as the purveyor of living myth is in league with his audience to tell a tale into which they will enter, so politicians, the media, and the audience conspire to pretend that important realities are being seriously considered, that the actual world is being responsibly addressed. (Williams, 1996, p.6)

Bibliografía y recursos audiovisuales consultados

- Allison, L. (2012). *Duck diplomacy. A paper examining the public diplomacy lessons that can be drawn from Disney's use of the character Donald Duck in US Government commissioned wartime propaganda (1942-1945)*. Manuscrito no publicado, University of Southern California, California.
- Almond, G. (1987). Harold Dwight Lasswell, 1902-1978. National Academy of Science, Washington. Consultado 24 mayo 2018, en <http://www.nasonline.org/publications/biographical-memoirs/memoir-pdfs/lasswell-harold.pdf>
- Barry, P. (2002). Narratology. En Barry, P., *Beginning theory. An introduction to literary and cultural theory* (pp. 222-246). US: Manchester University Press.
- Beasley, W.G. (1968). *Historia moderna del Japón*. Buenos Aires: Editorial Sur.
- Chino, T. (2015). *Western marxism or marxism in the "periphery"? The cases of Gramsci and Tosaka*. Manuscrito no publicado, Max Weber Programme for Postdoctoral Studies, European University Institute, Italia.
- CNN Interactive. (n.d.). *Filmmaker Walter E. Disney. Testimony to House Un-American Activities Committee*. Consultado 25 octubre 2017, en <https://web.archive.org/web/20080406161425/http://www.cnn.com/SPECIALS/cold.war/episodes/06/documents/huac/disney.html>
- Cunningham, A. (2014). *Walt Disney and the propaganda complex. Government funded animation and Hollywood complicity during WWII*. Ponencia presentada en Graduate Research Symposium (GCUA), University of Nevada, Las Vegas.
- Der Fuehrer's face (song). (n.d.). Consultado 25 octubre 2017, en [http://disney.wikia.com/wiki/Der_Fuehrer%27s_Face_\(song\)](http://disney.wikia.com/wiki/Der_Fuehrer%27s_Face_(song))
- Duus, P. (ed.) (1988). *The Cambridge history of Japan (vol. 6)*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Guarné, B. (2010). The Japanese oxymoron: a historical approach to the orientalist representation of Japan. En López-Calvo, I. (ed.), *One world periphery reads the Other: knowing the "oriental" in the Americas and the Iberian peninsula* (pp. 309-329). UK: Cambridge Scholards Publishing.
- Hall, S. (1993). Encoding, decoding. En During, S. (ed.), *The cultural studies reader* (pp. 507- 517). Nueva York: Routledge.
- Hann, J.S. (2012). *A case for the animated documentary* (trabajo de fin de máster no publicado). Montana State University, Montana.
- Higgins, C. (2011). *The late movies: Disney propaganda cartoons*. Consultado 25 octubre 2017, en <http://mentalfloss.com/article/27499/late-movies-disney-propaganda-cartoons>
- Hobsbawn, E. (1998). *Historia del siglo XX*. Buenos Aires: Crítica.

- J387: Media history (n.d.). Consultado 25 octubre 2017, en <http://j387mediahistory.weebly.com/anti-japanese-propaganda-in-wwii.html>
- Jacobson, C. (2004). *Walt Disney Treasures: on the front lines (1943)*. Consultado 25 octubre 2017, en <http://www.dvdmg.com/waltdisneyonthefrontlines.shtml>
- Jorge, M. (2015). *Historias de la "otra" Disney: material inclasificable del pasado*. Consultado 25 octubre 2017, en <http://es.gizmodo.com/historias-de-la-otra-disney-material-inclasificable-1744436808>
- Kawashima, K.C., Schöfer, F., y Stolz, R. (2013). *Tosaka Jun. A critical reader*. Nueva York: Cornell University East Asia Program.
- Klaehn, J. (2009). The propaganda model: theoretical and methodological considerations. *Westminster papers in communication and culture*, 6(2), 43-58.
- Lamarre, T. (2010). The biopolitics of companion species. Wartime animation and multi-ethnic nationalism. En Calichman, R.F., y Namjun Kim, J. (ed.), *The politics of culture. Around the work of Naoki Sakai* (pp. 72-90). Nueva York: Routledge.
- Lasswell, H.D. (1927). The theory of political propaganda. *The American political science review*, 21(3), 627- 631.
- , (1927). *Propaganda technique in the World War*. Nueva York: Peter Smith.
- Miles, H. (2012). *WWII propaganda: the influence of racism*. Consultado 25 octubre 2017, en <https://artifactsjournal.missouri.edu/2012/03/wwii-propaganda-the-influence-of-racism/>
- Mollet, T. (2013). *Historical toning: Disney, Warner Brothers, the depression and war, 1932-1945* (tesis doctoral no publicada). University of Leeds, Inglaterra.
- Navarro, A.V. (n.d.). *A critical comparison between japanese and american propaganda during World War II*. Consultado 25 octubre 2017, en <https://msu.edu/~navarro6/srop.html>
- Purcell, F. (2010). *Cine, propaganda y el mundo de Disney en Chile durante la Segunda Guerra Mundial*. Consultado 25 octubre 2017, en http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-71942010000200005
- Said, E.W. (2002). *Orientalismo*. Barcelona: Penguin Random House.
- Schirokauer, C., Lurie, D., y Gay, S. (2014). *Breve historia de la civilización japonesa*. Barcelona: Edicions Bellaterra.
- Storey, J. (n.d.). What is popular culture?. En Storey, J., *Cultural theory and popular culture: an introduction* (pp. 1-15). UK: Pearson.
- Strzelczyk, F. (2008). Fascism and family entertainment. *Quarterly review of film and video*, 25, 196-211.
- The Walt Disney Company (prod.) (2004). *Walt Disney Treasures. On the front lines* [2 DVD, cortos de animación con contenido extra relacionado]. USA: The Walt Disney Company.
- , (2005). *Walt Disney Treasures. The chronological Donald, vol. 2*. [2 DVD, cortos de animación con contenido extra relacionado]. USA: The Walt Disney Company.

Time (History). (2016). *How World War II changed Walt Disney*. Consultado 25 octubre 2017, en <http://time.com/4326360/walt-disney-world-war-ii-excerpt/>

Vallès, J.M. (2003). *Ciencia política: una introducción* (3a ed.). Barcelona: Ariel.

Velasco, J.J. (2013). *La propaganda de Disney y otros estudios durante la Segunda Guerra Mundial*. Consultado 25 octubre 2017, en <https://hipertextual.com/2013/04/warner-disney-en-la-segunda-guerra-mundial>

Williams, B. (1996). Truth, politics, and self-deception. *Social Research, an International Quarterly of the Social Sciences*, 63 (4):603-617. Consultado 23 mayo 2018, en <http://omero.humnet.unipi.it/matdid/637/Williams%20Truth%20politics%20selfdeception.pdf>