

Trabajo Fin de Grado

LA ACTIVIDAD PROPAGANDÍSTICA DE
DISNEY DURANTE LA SEGUNDA GUERRA
MUNDIAL

DISNEY'S PROPAGANDISTIC ACTIVITY
DURING WORLD WAR II

Autor

NURIA LON ROCA

Director

Fernando Sanz Ferreruela

Facultad
Filosofía y Letras. Grado Historia del Arte

Año
2019/2020

Resumen: la relevancia de Walt Disney en el panorama cinematográfico es indiscutible pero, alejándonos de su faceta más conocida encontramos unos orígenes vinculados al militarismo y a la Segunda Guerra Mundial en los que se posiciona firmemente. Su propaganda bélica a favor de las democracias europeas se observa en los cortos y películas de la primera mitad del siglo XX así como en su discurso intervencionista y patriótico americano. A través de su producción cinematográfica más relevante se busca poner en valor su posicionamiento directo, e indirecto, en la Segunda Guerra Mundial y las consecuencias que esto tuvo para la mundialmente conocida marca.

Palabras clave: cine, propaganda, militarismo, ideología, guerra, Disney y nazismo

Abstract: there can be no doubt of relevance of Walt Disney in the film scene but, moving away from its best-known facet, we find origins linked to militarism and the Second World War in which it is firmly positioned. His war propaganda in favor of European democracies can be seen in the shorts and films of the first half of the 20th century as well as in his interventionist and patriotic American discourse. Through its most relevant film production, it seeks to highlight its direct and indirect positioning in the Second World War and the consequences this had for the World-famous Brand.

Key words: cinema, propaganda, militarism, ideology, War, Disney and nazism

A mi tutor, Fernando Sanz, por dedicarme su tiempo, que es lo mejor que alguien te puede regalar.

A Amparo Martínez por transmitirme su ilusión por el mundo del cine.

A mi madre por no dejar de quererme nunca, por su hombro en los momentos más difíciles y su apoyo y confianza incondicional.

A mi padre por su motivación, por sus abrazos reparadores y sus cuentos de pequeña que, estoy segura, hicieron que me interesase por mis estudios actuales.

A Ronny que me ha apoyado en cada una de mis decisiones y ha celebrado conmigo victorias y me ha ayudado a sacar el lado positivo de las derrotas.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	Pág. 5
1.1 Elección y justificación del tema (Pág. 5)	
1.2 Estado de la cuestión (Pág. 5)	
1.3 Objetivos (Pág. 9)	
1.4 Metodología (Pág. 10)	
2. CONCEPTO DE PROPAGANDA	Pág. 12
2.1 Propaganda bélica (Pág.12)	
3. ACERCAMIENTO AL ESTUDIO DE LA FIGURA DE WALT DISNEY	Pág. 13
3.1 Figuras representativas de la marca Disney (Pág. 14)	
3.1.1 Mickey Mouse, figura internacional (Pág. 14)	
3.1.2 Pato Donald (Pág. 15)	
4. PRODUCCIÓN DE WALT HASTA LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL	Pág. 16
5. PRODUCCIÓN DE WALT DISNEY DURANTE LA NEUTRALIDAD	Pág. 17
6. PRODUCCIÓN DE WALT DISNEY DESPUÉS DE PEARL HARBOR	Pág. 18
6.1 <i>The New Spirit</i> (Pág. 19)	
6.2 Hitler como protagonista y arquetipo de los totalitarismos (Pág. 26)	
6.2.1 <i>Education for the Death</i> (Pág. 27)	
6.3 Insignias militares (Pág. 28)	
7. LOS AÑOS FINALES DE LA GUERRA	Pág. 30
7.1 Consecuencias de la Guerra (Pág. 31)	
8. CONCLUSIONES	Pág. 32
9. ANEXO	Pág. 35
10. BIBLIOGRAFÍA.....	Pág. 36
11. WEBGRAFÍA	Pág. 37

1. INTRODUCCIÓN

La etapa de Walt Disney como productora de películas y cortos de animación durante la Segunda Guerra Mundial es poco conocida para la mayoría de consumidores, y aficionados, de la mayor empresa de entretenimiento actual. El contenido de su producción varía dependiendo de la etapa bélica en la que nos encontremos, ya que se ven tres periodos claramente diferenciados en su producción: periodo en el cual Estados Unidos se muestra neutral ante la guerra, ataque a Pearl Harbor y la entrada de Estados Unidos en la guerra como respuesta inmediata ante el atentado y las consecuencias de la guerra en la producción.

1.1 Elección y justificación del tema

La principal motivación para realizar este trabajo radica en la consolidación temporal de la marca Disney, en un público heterogéneo, logrando establecerse como referente en la industria del entretenimiento. A través del cine, principal medio de difusión y entretenimiento durante el S.XX., Walt Disney, y sus respectivos sucesores, han logrado trasladar los valores, la imagen y la tradición a lo largo de las generaciones de una forma dinámica y directa de modo que el público adquiere a través de las emociones y la fantasía los mensajes que se buscan transmitir. El empleo de fábulas así como leyendas, cuentos adaptados y mensajes importantes para el desarrollo personal del espectador, resultan vitales para lograr los objetivos de la producción.

1.2 Estado de la cuestión

A pesar de que Walt Disney se ha consolidado como una figura imprescindible de estudio la bibliografía en español referente a su producción, y sobre todo a la producción en este periodo de tiempo, es escasa. Una de las dificultades a la hora de realizar el estudio del tema ha sido analizar la escasa información que trata de estudiar el éxito de Disney a lo largo del tiempo.

Este apartado tiene como finalidad recoger los principales estudios sobre Walt Disney durante la segunda guerra mundial, teniendo presente la industria cinematográfica del momento, así como contexto americano y global. Para ello, seguimos el siguiente orden:

1. Libros generales y monográficos.
2. Artículos académicos

3. Filmografía

1.2.1 Libros generales y monográficos

En este apartado tratamos de los principales libros sobre Walt Disney, la industria cinematográfica homónima y americana, con el fin de contextualizar la filmografía propagandística.

En primer lugar debemos tener en cuenta el libro de referencia , que actúa como manual, del cine publicado por Sánchez Noriega: *Historia del cine: teorías, estéticas, géneros*¹; el cual resulta vital para llevar a cabo el análisis metodológico de las películas escogidas. Centrándonos en el ámbito Norteamericano debemos tener presente a Rubio quien en *La Historia a través del cine. Estados Unidos: una mirada a su imaginario colectivo*² pone en valor los diferentes periodos de la historia contemporánea de Estados Unidos a través de ejemplos más significativos así como características propias de los mismos. El libro no hace mayor mención a la época de Disney durante el conflicto mundial pero si que nos resulta relevante para comprender la trayectoria cinematográfica que se da en esos momentos, tanto por las producciones estatales como demandas del público que buscaba abstraerse de la guerra.

Fundamental para analizar las imágenes, fotogramas, escogidos para el trabajo el libro de Burke *Visto y no visto : el uso de la imagen como documento histórico*³ en el cual se presenta una metodología para analizar la iconografía sobre todo aquella ligada al mundo y sociedad ideal que se presenta como real y las vinculadas con los estereotipos, los cuales no deben ser totalmente falsos pero si que debemos tener presente que exageran la realidad.

A pesar de consolidarse como un libro de gran valor la etapa pertinente, Segunda Guerra Mundial, en el ámbito de la animación de Disney está apenas trabajada. Es

¹ Sánchez Noriega, J. L., & Gubern, R. (2018). *Historia del cine : teorías, estéticas, géneros* (3a. ed. rev. y amp.). Alianza.

² Rubio Pobes, C. (2010). *La Historia a través del cine : Estados Unidos : una mirada a su imaginario colectivo*. Universidad del País Vasco.

³ Burke, P., & Lozoya, T. de. (2001). *Visto y no visto : el uso de la imagen como documento histórico*. Crítica.

fundamental destacar el libro homónimo al título del presente trabajo: *La actividad propagandística de Walt Disney durante la Segunda Guerra Mundial* de Vidal⁴, el cual nos ha servido de base principal para la elaboración de las conclusiones ya que he obtenido datos, gráficos, información sobre la producción realizada durante la Segunda Guerra Mundial así como el intento por describir las diferentes fases por las que pasó la producción. En esta misma línea, cabe citar *Las 7 claves del éxito de Disney* de Connellan donde la principal aportación ha sido tratar de delimitar los campos en los que la marca Disney ha destacado frente a la competencia a través de una serie de cuestiones en las que se plantean un acercamiento con el consumidor que los alce como una empresa líder. A nivel general resaltar *Historia del cine* de Cousins⁵ donde se analizan las características del cine de Disney a través de su filmografía más representativa. Asimismo, tenemos que aludir a *Medios de masas e Historia del Arte* de Ramírez ⁶ donde se destaca el grado de desarrollo socio-artístico elevado que ha alcanzado el fenómeno cinematográfico.

En relación con la publicidad y el empleo del cine como medio audiovisual tenemos que mencionar *Sociologia dei new media* de Stella⁷ en el que se pone en valor la importancia de los medios de masa como elemento de comunicación fundamental para la transmisión de mensajes e ideas a la sociedad. Además se analiza la participación de la política en los nuevos media pudiéndose realizar una reflexión entre el modo de propaganda durante la Segunda Guerra Mundial y el que estamos viviendo en nuestra presente sociedad. Además tenemos que poner en relieve *Perfetta pianificazione della pubblicità sui media* de Constantino Iannacone ⁸ que nos ha aportado una amplia visión sobre los mensajes publicitarios analizando las variables externas e internas así como los objetivos buscados con la publicidad del mensaje. Debemos tener presente la importancia del cine como medio educativo y transmisor de ideas En esta misma línea debemos destacar a Rojas quien en *El imaginario: civilización y cultura del siglo XXI* ⁹ plantea la metodología necesaria para analizar la producción audiovisual de nuestro mundo más

⁴ Vidal González, Rodolfo (2006) *La actividad propagandística de Walt Disney durante la Segunda Guerra Mundial*. Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca.

⁵ Cousins, M. (2019). *Historia del cine*. Blume

⁶ Ramírez, J. A. (1997). *Medios de masas e historia del arte* (5a. ed.). Cátedra

⁷ Stella, R., Riva, C., Scarcelli, C. M., & Drusian, M. (2018). *Sociologia dei new media* - Seconda edizione. UTET Università

⁸ Iannacone, C (2005). *Perfetta pianificazione della pubblicità sui media*. Lupetti.

⁹ Rojas Mix, M. (2008). *El imaginario : civilización y cultura del siglo XXI*. Buenos Aires : Prometeo, cop. 2006

actual y cómo esto afecta, de forma exponencial, en la sociedad de forma directa e indirecta.

Con *Walt Disney el universo animado de los largometrajes (1970-2001)* de Jorge Fonte¹⁰, he podido obtener más datos específicos de la producción durante los años 1970-2001 los cuales me han servido para poder analizar la evolución llevada a cabo por la empresa en el tiempo, sin verse supeditada a la producción gubernamental como sucedió en periodo bélico. A pesar de que el anterior libro se aleja de la cronología establecida en el trabajo consideramos interesante su análisis para establecer una comparativa que sirva como conclusión personal. Asimismo, ha sido fundamental para acercarnos a la biografía necesaria para conocer mejor la figura del artista el libro homónimo *Walt Disney* de Diana Disney donde se pone en valor su pensamiento y modo de trabajar así como un análisis breve de su trayectoria personal, profesional y filmica. Jackson redunda en la biografía y trayectoria filmica de Disney con *Walt Disney, autobiografía*¹¹. Finalmente con *Walt Disney: el hombre, el mito* de Jorge Fonte y Olga Mataix¹² complementamos la información biográfica del americano además de proponer una nueva perspectiva de este profesional integrándolo en el conjunto de maestros de la Historia del Cine.

1.2.2. Artículos académicos

En primer lugar debemos nombrar a Navarro quien en *La Edad Media a través del cine: la Trilogía de la Vida de Pasolini*¹³ marca las pautas necesarias para llevar a cabo una correcta metodología de análisis cinematográfico. Crisóstomo propone en *Walt Disney en el frente: propaganda bélica y animación*¹⁴ un análisis de la principal filmografía en estos años destacando el papel que jugó Mickey Mouse como distintivo de la marca al igual que el estudio planteado por Miller¹⁵. Por otro lado, tenemos que destacar la publicación de Velásquez, *La verdad ideológica que nos gusta ignorar sobre*

¹⁰ Fonte, J. (2001). *Walt Disney : el universo animado de los largometrajes (1970-2001)* (1a. ed.). T & B.

¹¹ Jackson, Kathy Merlock (1993) *Walt Disney, autobiografía*. Westport, Ct; Greenwood Press.

¹² Fonte, J., & Mataix, O. (2001). *Walt Disney : el hombre, el mito*. Madrid : T&B, 2001

¹³ Navarro Espinach, G. (2019). *La Edad Media a través del cine: La Trilogía de la Vida de Pasolini*

¹⁴ Crisóstomo Gálvez, R. (2011). *Walt Disney en el frente : propaganda bélica y animación*.

¹⁵ Miller, D. D. (1961). *Walt Disney*. Madrid : Rialp, 1961

*las películas animadas*¹⁶, donde se pone en valor el carácter fundamental, potente y simbólico que tienen las películas, aparentemente inocentes, de dibujos animados; ofreciendo una visión general de este género audiovisual relacionado frecuentemente con los más pequeños pero que tiene un gran poder simbólico e ideológico.

Gracias a la puesta por escrito de la exposición *El dibujo animado americano. Un arte del siglo XX* de la colección Berriatúa podemos analizar la evolución y características de los principales personajes de Disney así como la importancia que los animadores y dibujantes ejercieron en este periodo ya que popularmente la animación se asociaba a nombres concretos, generalmente productores como Pat Sullivan, Walt Disney o Max Fleischer, dejando en el anonimato a los grandes artistas que trabajaban para ellos.

De gran relevancia, pero que no se ha podido analizar con la profundidad deseada por la extensión del presente Trabajo, es el estudio que hace Pizarroso a *El cine americano en España durante la Segunda Guerra Mundial : información y propaganda*¹⁷ donde se pone en valor las relaciones cinematográficas entre Estados Unidos y España durante la Segunda Guerra Mundial establecidas debido a la neutralidad de este último en el conflicto.

1.2.3 Filmografía

A nivel filmográfico, estudio esencial para las conclusiones del trabajo, nos hemos centrado en *The new spirit* y *Education for death*; haciéndose referencias constantes a otras producciones pero que, por el formato del trabajo, resulta imposible analizar en profundidad todas aquellas que serían necesarias para la coherencia evolutiva de Disney.

1.3 Objetivos

En el presente trabajo estamos estudiando la figura de Walt Disney como personaje representativo de la filmografía de un género audiovisual y un momento determinado. Por tanto responde a los siguientes objetivos:

¹⁶ Velásquez, M (2012). *La verdad ideológica que nos gusta ignorar sobre las películas animadas*. Sección A Guatemala

¹⁷ Pizarroso Quintero, A. (1994). *El cine americano en España durante la Segunda Guerra Mundial : información y propaganda*.

1. Transmitir la producción cinematográfica de Disney durante el periodo inmediato, con el desarrollo del medio de animación y el nuevo lenguaje cinematográfico empleado, y posterior, desde el punto de vista económico y creativo, a la Segunda Guerra Mundial, así como el análisis en profundidad de los años 1939-1945 que coinciden con el desarrollo de la guerra.
2. El desarrollo productivo durante la Segunda Guerra Mundial se puede dividir en dos fases condicionadas por los acontecimientos bélicos: etapa en la que Estados Unidos era manifiestamente neutral al conflicto y una segunda fase vinculada al ataque japonés a la sede Pearl Harbor en diciembre de 1941, momento preciso en el cual Estados Unidos se muestra activa al conflicto; valorar las diferencias de estas etapas y ponerlas en valor.
3. Finalmente intentar justificar el por qué, y cómo, Walt Disney Company actualmente es la mayor empresa mundial dedicada al entretenimiento habiendo expandido de forma horizontal sus productos.

1.4 Metodología empleada

Con el objetivo de materializar este Trabajo y poder alcanzar los objetivos propuestos, la metodología que hemos seguido es la siguiente:

1.4.1 Recopilación bibliográfica

En primer lugar, realizamos una recopilación de los materiales bibliográficos que pudieran ayudar para la elaboración del Trabajo y, a continuación, procedimos a su lectura y análisis. Los materiales empleados aparecen recogidos en la bibliografía.

Para ello, hemos consultado los fondos de la Biblioteca de Humanidades Marina Moliner, así como los de la Biblioteca de la Universidad Católica San Antonio de Murcia y los de la Biblioteca de Aragón

1.4.2 Consulta de fuentes filmográficas

De igual forma, recurrimos a fuentes de carácter gráfico y audiovisual, especialmente al análisis de aquellas analizadas en profundidad en el marco teórico del Trabajo.

1.4.3 Informatización de la información

Conforme recopilábamos la información procedíamos a su informatización y su estructuración en distintos capítulos y apartados que configuran el Trabajo.

1.4.4 Redacción del trabajo

Finalmente, hemos procedido a la redacción de este Trabajo, en el que estudiamos, en primer lugar, el concepto de propaganda y su aplicación en la industria cinematográfica del periodo comprendido durante la Segunda Guerra Mundial teniendo presente el contexto europeo y americano durante el conflicto; en segundo lugar hemos considerado necesaria hacer una aproximación a la figura de Walt Disney así como a sus personajes más emblemáticos para finalizar con el análisis de la filmografía necesaria y destacada del periodo objeto de estudio.

2. CONCEPTO DE PROPAGANDA

Según la definición otorgada por Alejandro Pizarroso¹⁸, catedrático de la Universidad Complutense de Madrid especialista en Comunicación Política y Comunicación Institucional, cuando hablamos de propaganda como fenómeno comunicativo tenemos que hacer mención a la información, “proceso de comunicación destinado a que el emisor haga compartir al receptor determinados datos o conocimientos” y a la persuasión “proceso comunicativo cuyo objetivo es la influencia”; como elementos fundamentales en la propaganda. En relación al concepto de influencia la propaganda busca un control, un cambio o continuar con la situación idónea para el emisor de esta.

Los medios de comunicación de masas se apoyan los mensajes que buscan una persuasión ideológica que tiene como objetivo producir entre los receptores acciones y pensamientos favorables a los fines políticos o ideológicos que divulgan. Los efectos tendrán un mayor alcance, por lo general, en personas menos informadas ya que poseen un sentido crítico menos desarrollado.

2.1 Propaganda bélica

En situación de conflicto no solo se busca transmitir un mensaje al exterior, sino que se busca el modo de transmitirlo a la propia población civil y a las tropas buscando la motivación del interior del país. La Segunda Guerra Mundial supuso un despliegue propagandístico sin precedentes por parte de los dos bandos implicados en la misma. Los nuevos medios de comunicación cobraban importancia en el panorama internacional destacando la radio y el cine como medios de transmisión de las ideas siendo unos excelentes canales de persuasión. Los efectos en la comunicación de masas tienden a afianzar la idea y reforzarla; hecho que los gobiernos conocían y buscaban controlar. El bando aliado formó el PWB: *Political Warfare Branch* dividido en cuatro vertientes con el objetivo de transmitir un mensaje de triunfo positivo tanto en el frente como en la población civil. No solo los países que formaban el bloque aliado se beneficiaron de los efectos eficaces de la actividad propagandística sino que, por ejemplo, Alemania, en

¹⁸ Op. Citata Pizarroso Quintero, A. (1993). *Historia de la propaganda : notas*. Pág.146

concreto en Nazismo, empleo el cine y la radiodifusión como medios para la comunicación entre los países aliados al Eje y el interior de las fronteras alemanas.

El empleo del cine como medio propagandístico resulta crucial para comprender la actividad de Walt Disney en este periodo: el cine descarta la producción con un fin meramente vinculado al entretenimiento para dar paso a una filmografía al servicio del Estado y sus necesidades, en este caso la lucha contra los países del Eje, con un fuerte contenido de manipulación. El cine no solo fue empleado como medio trasmisor de ideas y mensajes sino que también se consolidó como un mecanismo de censura antes ideas contrarias al pensamiento nacional.

Irónicamente Alemania empleaba la producción cinematográfica de Estados Unidos para nutrir la producción nazi con dibujos como *Felix el Gato*, *Out of the inkwell*, cortometrajes de *Mickey Mouse*... Hitler, ante el éxito abrumador del cine en Estados Unidos, obligó a copiar los dibujos americanos, principalmente los de Walt Disney, que fueron prohibidos durante una época en Alemania por los elementos políticos con los que se vinculaban, para consolidar una política en contra del colectivo judío: los villanos de la película eran protagonizados por los judíos mientras que los salvadores eran los ciudadanos alemanes de raza aria como se puede apreciar en *El Pobre Hansi*.

La realidad es que la animación fue usada por Estados Unidos para transmitir su ideología durante la Segunda Guerra Mundial, defendiendo las democracias y siendo abiertamente enemigos de las dictaduras y países pertenecientes al Eje. Se sirvieron de la animación para producir su propio mensaje y transmitir sus proyectos a la población, generalmente a la clase media norteamericana, haciéndoles así partícipes de las necesidades como nación. Los últimos años 30 y los 40 han sido considerados como la edad de oro de los dibujos animados en Estados Unidos, que al finalizar la guerra vería como la industria perdía importancia frente a los años anteriores de auge.

3. ACERCAMIENTO AL ESTUDIO DE LA FIGURA DE WALT DISNEY

Tal y como afirma Maltin Leonard, escenógrafo, productor, actor y crítico norteamericano, intentar comprender el desarrollo de los dibujos animados resulta imposible sin el estudio de Walt Disney.

Walter Elias Disney nació el 5 de diciembre de 1901 interesándose desde una temprana edad por el mundo audiovisual, especialmente por la técnica publicitaria, de la cual se postularía como un gran referente¹⁹. Consiguió la independencia laboral con los *Laugh-O-grams*, es decir, cortometrajes vinculados a historias infantiles con el objetivo de mero entretenimiento. Crea Disney BROS Studio a la edad de 23 años, actual Walt Disney Studio. La fecha de 1928 resulta vital para la producción ya que crea el primer cortometraje de animación sonoro, *Steamboat Willie*, que tiene como protagonista al mundialmente conocido Mickey Mouse. Una de las premisas con las que trabajaba Walt Disney era el hecho de disponer de los dibujos animados como recurso cinematográfico independientemente de la edad del espectador, desvinculándolos de la idea infantil.

3.1 Figuras representativas de la marca Disney

El estudio Disney decidió reservar sus figuras más representativas y populares de la marca ajenas al conflicto bélico para que no se quemase su imagen, a no ser que el solicitante requiriese de los personajes como condición indispensable para la producción.

3.1.1 Mickey Mouse, figura internacional

Se trata de una de las figuras más internacionales que ha creado el cine a lo largo de su historia. Su creación, rodeada de leyenda, se atribuye a Ub Iwerks²⁰ quien, posiblemente, diseñara al mítico ratón inspirándose en otros roedores que ya habían aparecido en la gran pantalla, ya que sentía una fuerte atracción por estos roedores. Uno de los éxitos de Mickey fue su sincronización con el sonido, lo que le convirtió en un referente relacionado con las canciones más populares americanas. Walt Disney y Ub Iwerks querían consolidar un personaje principal para sus producciones que transmitiese carisma, energía y que poseyese una fisionomía agradable, y adaptable, a los diferentes

¹⁹ Walt Disney revolucionó la caricatura animada consolidándose como una iconografía popular del siglo XX. Uno de los éxitos de Disney fue su afán perfeccionista: se aventuró en sincronizar el sonido con la animación, introdujo el color en sus animaciones, coordinó las diferentes secciones dentro del trabajo de producción. Estas características se pueden acreditar con los 32 Oscar que ganó a lo largo de su vida por diferentes trabajos. El color se obtenía mezclando el tono rojo-anaranjado y verde-azulado pero fue entonces cuando Tecnicolor presentó el proceso tricolor: colores puros que mejoraban la producción anterior en color que poseía una calidad baja y limitada. Op. Citata. Miller, D. D. (1961). *Walt Disney*. Madrid. Pág.156

²⁰ Ub Iwerks (1901-1971) Conoció a Walt Disney en Kansas City cuando ambos trabajaban en la Ad Films. Desde casi el primer momento de compromiso profesional entre ambos fue el principal animador del Estudio Disney, considerándose como uno de los padres de Mickey Mouse, hasta 1930 cuando dejó de formar parte del proyecto y abrió Animated Pictures Corporation. En 1940 regresa al Estudio Disney dedicándose a los efectos especiales destacando la animación en las películas: *La Cenicienta*, *Alicia en el país de las maravillas*, *Peter Pan* o *101 dálmatas*, entre otras muchas. Op. Citata. Fonte, J., & Mataix, O. (2001). *Walt Disney : el hombre*. Págs. 269-270

trabajos. Las características que definen a Mickey Mouse las podemos encontrar desde sus primeros cortos: un aire aventurero y decidido a la aventura.

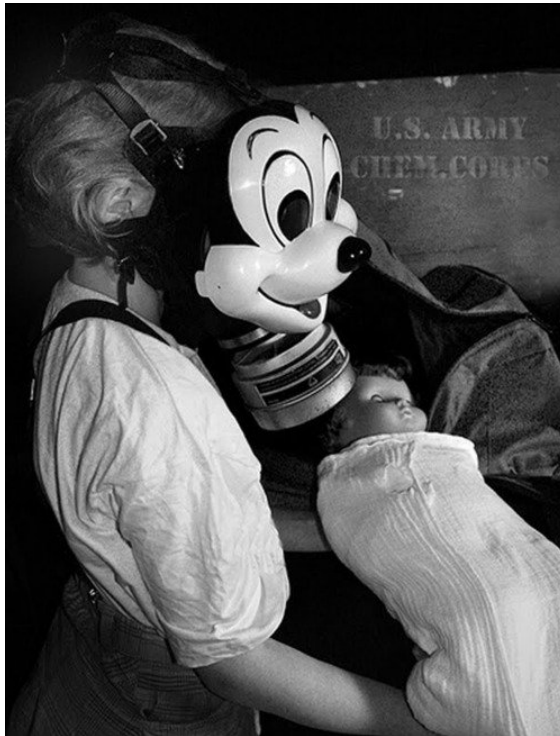


Imagen 1 y 2: el éxito entre la población de los personajes Disney que, tras los ataques de Pearl Harbor y con el desarrollo de bombas nucleares, se tuvieron que desarrollar medidas preventivas en caso de ataque sobre la población. Walt Disney entregó la licencia del ratón más emblemático para realizar máscaras antigás, pensadas para la población más infantil por su aspecto más afable y amable. Fuente: proyectoidis.org

3.1.2 Pato Donald

El Pato Donald se mostró en la gran pantalla por primera vez en 1934, en el corto *The Wise Little Hen* (La gallinita sabia), corto con un carácter moral donde se habla de la importancia del trabajo y el esfuerzo para lograr resultados venideros perteneciente al largometraje *Silly Symphonies*. Fácilmente identificable por su ropa azulada y su pajarita roja que le han acompañado a lo largo de sus más de 80 años de vida se trata de una caricatura del americano medio, con el que un grueso de la población se podía identificar, vanidoso, irascible, los enfados que muestra son un signo distintivo de su personalidad, y egoísta. El Pato Donald ha protagonizado más de doscientos cortometrajes, siete largometrajes, series televisivas, en el canal Disney Channel, y tiras cómicas distribuidas por todo el mundo²¹.

²¹Ibídem. Págs. 113-120.

Los personajes de Donald y Mickey Mouse, fundamentalmente el primero, fueron fundamentales en la actividad propagandística de Disney ya que formaban parte directa de la ideología democrática. Por ejemplo en el corto *Der Fuehrer's Face* Donald, en una pesadilla, despierta en la Alemania Nazi como trabajador de una fábrica de producción armamentística viéndose sometido a duras condiciones de trabajo con represalias fuertes ante el incumplimiento de los objetivos. El fin de este corto fue provocar rechazo ante el régimen nazi al espectador así como incrementar el sentimiento patriota americano.

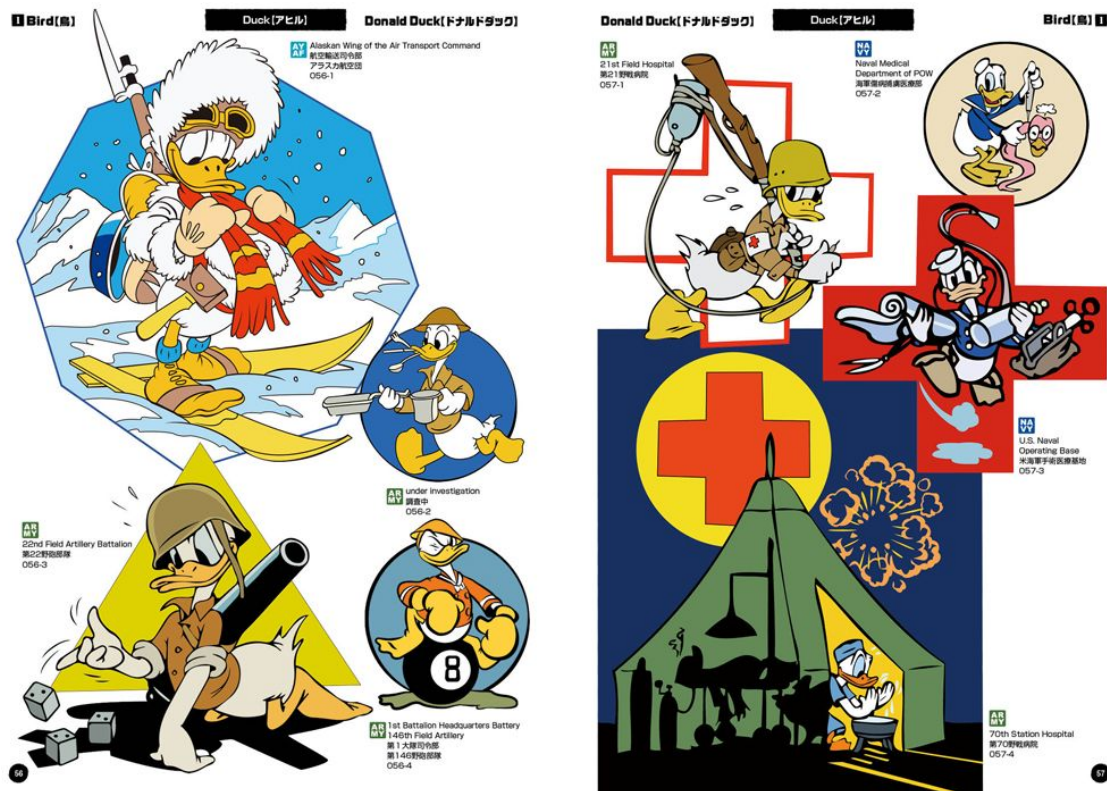


Imagen 3: El Pato Donald como protagonista de las insignias de guerra de cada uno de los cuerpos militares creadas por Disney. Fuente: <https://www.pinterest.com.mx/takahashinov3/>

4. PRODUCCIÓN DE WALT DISNEY HASTA LA GUERRA

En el inicio de la Segunda Guerra Mundial, con la invasión de la Alemania nazi a Polonia, Estados Unidos buscaba mantener la neutralidad del conflicto. Dentro de las fronteras americanas el debate estaba protagonizado entre aquellos que consideraban oportuno mantener la neutralidad en el conflicto y aquellos que veían necesario intervenir para derrotar a los regímenes totalitarios. A pesar del debate interno americano la lucha en el Atlántico por la supremacía marítima contra los barcos alemanes era una realidad.

Es en este contexto de tensiones internacionales cuando el papel de Walt Disney y su producción se vuelven fundamentales para el destino de la nación americana.

Una vez que Estados Unidos participe de forma activa en la Segunda Guerra Mundial, los personajes de la compañía ya son conocidos internacionalmente por lo que su presencia en la pantalla se liga a un discurso político concreto, se convierten en personalidades que transmiten un mensaje de forma universal como si de seres reales se trataran. Esto demuestra como el empleo del cine se consolida como elemento fundamental para la acción propagandística.

5. PRODUCCIÓN DE WALT DISNEY DURANTE LA NEUTRALIDAD

Con el inicio de la Segunda Guerra Mundial las finanzas de Walt Disney se vieron afectadas debido a que Europa había sacrificado el ámbito comercial, así como la exportación del cine de Hollywood, a favor de unificar recursos para combatir la inminente guerra. Además la importación de películas norteamericanas en territorios controlados bajo el dominio alemán se vio cancelada por los diferentes puntos de vista políticos que compartían estas dos grandes potencias. A esta situación con el comercio exterior hay que añadirle la convocatoria de los jóvenes americanos al ejército como medida ante la guerra y un posible ingreso de América en el conflicto desarrollado en Europa.

Es en este periodo cuando Walt Disney encamina su producción hacia la propaganda de entrenamiento hacia los militares, como vemos en el corto de *Four Methods of Flush Riveting*, o hacia una producción supeditada al Gobierno canadiense que buscaba transmitir a los ciudadanos la idea del ahorro e invertir en bonos públicos con los que poder financiar la lucha contra Hitler. El tercero de los temas esta vinculado con el continente Sudamericano que se analizará a continuación.

Las primeras incursiones en la propaganda de Walt Disney lo encontramos con *The Riveter* estrenada el 15 de marzo de 1940 siendo el Pato Donald el protagonista del trabajo en la construcción haciendo que trabajadores del mismo gremio se pudiesen identificar con él de forma personal y sentir la importancia de su trabajo para la nación. Esta crítica hacia la sociedad desigual del momento se hace a través de la música de una forma distendida pero que muestra una sociedad racista que priva de derechos a un

colectivo en exclusión. Esto se puede ver en *The Negro Soldier in World War II* película de Capra de 1944 donde se muestran las diferencias dentro del propio ejército. La censura se hizo presente en esa película justificándose como una intervención necesaria para no herir la sensibilidad racial del público. Se eliminó la escena donde una enfermera blanca daba un masaje en la espalda a un soldado afroamericano y otra donde los oficiales negros mandaban a los soldados blancos a realizar una serie de actividades y operaciones militares que debían de ser supervisadas por ellos.

6. PRODUCCIÓN DE WALT DISNEY DESPUÉS DE PEARL HARBOR

El 7 de diciembre de 1941 se produce un acontecimiento que cambia el trascurso del desarrollo bélico: el ataque japonés contra la base naval americana y su consecuente introducción de Estados Unidos en el bando de los Aliados. Esto afectó a Walt Disney en primera mano, no solo como ciudadano estadounidense, sino que el ejército contó con su estudio para la realización de cortos dirigidos a los soldados que tenían que ir al frente y precisaban de una instrucción rápida con la que garantizar el entrenamiento requerido para la batalla. Son de este periodo las dos filmaciones, que analizaré con más detenimiento a continuación, y que tienen relación con la situación de caos inmediato con la que se vio sumida la nación: *The New Spirit* y *Education for the Death*. Además del contenido propagandístico e instructivo poseían un alto contenido motivacional con el que ayudar a la moral de las tropas y a la confianza de los ciudadanos. La producción de Walt Disney durante este periodo estaba supedita a los intereses del Estado²². La producción se vio trastocada debido a que tenían que adaptarse a unos costes estrictos por lo que se llevaron a cabo recortes en la calidad de la técnica y la animación como tal.

6.1 *The New Spirit*

Estrenada el 21 de enero de 1942 y con una duración de 7 minutos y medio se consolida como el cortometraje más popular de Walt Disney durante el periodo bélico ya que fue un mensaje ideado para que el grueso de la población pudiese interiorizarlo. La

²² La propaganda americana se valía de múltiples canales por los cuales distribuía su diverso material en España destacando su producción antinazi en *Der Fuehrer's Face* y *Education for the Death* hecho que cambió con el final de la Guerra Civil Española ya que se prohibieron las películas que contasen con actores o actrices “non gratos” o aquellas cuyo argumento fuese en contra de las directrices establecidas por el régimen. Págs. 127-132. Op. citata. Pizarroso Quintero, A. *El cine americano en...*

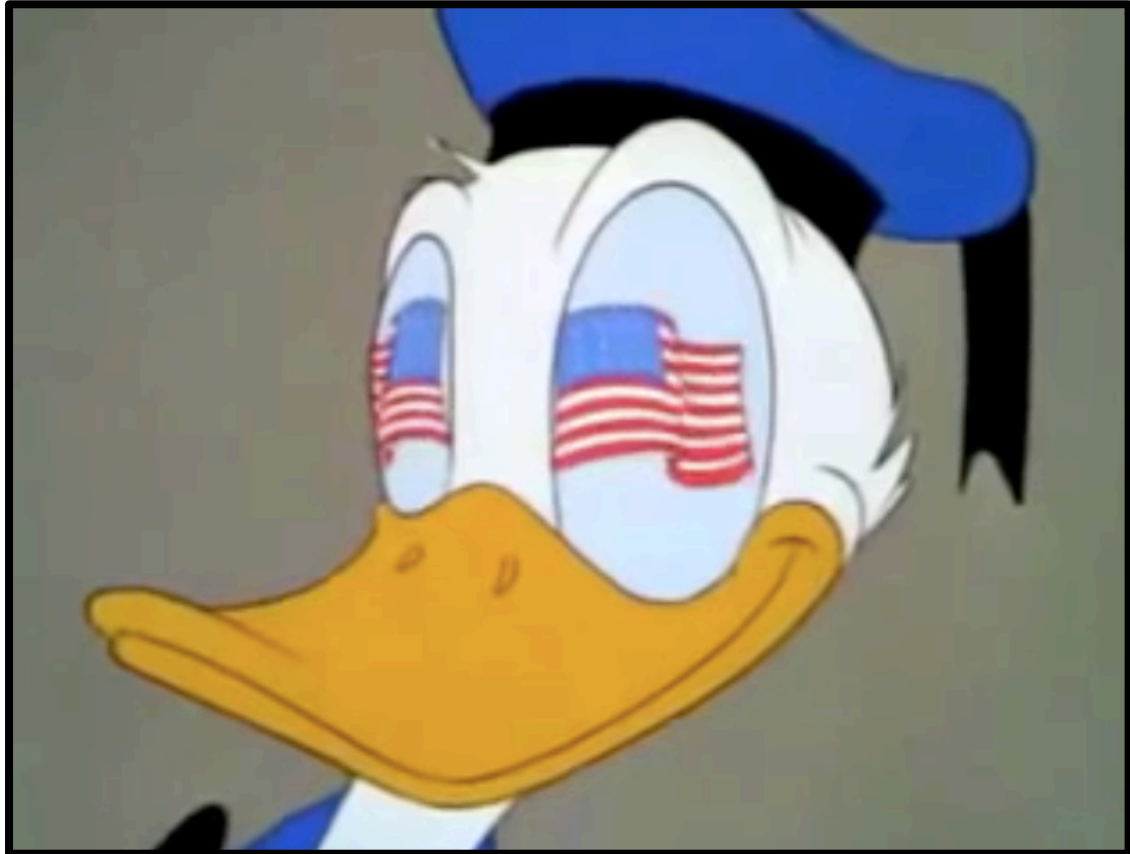
película era encargada por el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos con el objetivo de concienciar a los espectadores sobre la importancia del pago de impuesto, no solo como una obligación sino como un orgullo y privilegio, la forma de hacerlo y los resultados de los pagos realizados.

Protagonizado por el, ya conocido, Pato Donald, único ser vivo que aparece a lo largo de la filmación, en el corto se trata de mostrar cómo hay que rellenar los formularios de Hacienda para contribuir económicamente, dependiendo de la renta personal, al conflicto armado, mostrando que la inversión ciudadana tiene consecuencias reales para la lucha contra los países del Eje. No solo busca la contribución educativa sino que se entremezcla con la propaganda bélica destinada a atacar al Nazismo y a los países vinculados con los totalitarismos. El Pato Donald contribuyó a reforzar la imagen de patriotismo: en circunstancias de guerra era obligación ciudadana la aportación económica al país.

La propaganda en contra de los países del Eje se hace por medio de caricaturas exageradas hacia los líderes de los países implicados: alemanes y japoneses, especialmente un sentimiento anti-nipón ya que había sido el ataque japonés el detonante para que Estados Unidos entrase en conflicto. El bloque totalitario ejerce coerción sobre los países democráticos, entre los que se encuentra Estados Unidos, y con el pago de impuestos se busca terminar con el bloque formado por Alemania y Japón.

Los personajes se pueden clasificar en protagonistas; la Radio, omnipresente, y el Pato Donald, norteamericano con un léxico poco trabajado y con frases en inglés muy identificativas, “*ok, that’s right*” (vale, esta bien), y los secundarios, objetos que se encuentran sobre el escritorio, ayudando al protagonista representante de todos los ciudadanos americanos, a cumplimentar los formularios para el pago de impuestos con los que conseguir la victoria. Donald se encarga como un pato antropomórfico de sexo masculino que desconoce el uso de los formularios de pago de impuestos pero que gracias a la Radio, narrador de los hechos, se convierte en el buen patriota requerido por Estados Unidos debido a que, tal y como dice la Radio, “*your taxes, my taxes...*” (tus impuestos, mis impuestos..) harán vencer sobre el enemigo. El lenguaje utilizado por la Radio se vincula a un léxico persuasivo y con un empleo masivo de conceptos vinculados con el conflicto bélico: impuestos, espíritu, armas, libertad. No solo se busca convencer al Pato

Donald para que pague sus impuestos sino que el mensaje también va dirigido a los espectadores que lo visualizan siendo los efectos de la producción fueron realmente positivos: el 37% ²³ de aquellos espectadores que habían asistido a la proyección de la película se sintieron afectados ante el deber de pagar los impuestos requeridos por el Gobierno.



(Fotograma 1) *The New Spirit*, fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=eMU-KGKK6q8>

Haciendo un análisis por las diferentes secuencias de la película nos encontramos el comienzo con la canción Yankee Doodle Spirit que suena en la Radio y que el tono con el que se proyecta va cambiando a lo largo de la canción mientras Donald baila al ritmo de la música frente al espejo. En la propia canción se hace referencia a la necesidad de pagar los impuestos, con un fuerte componente ideológico “for freedom and liberty”

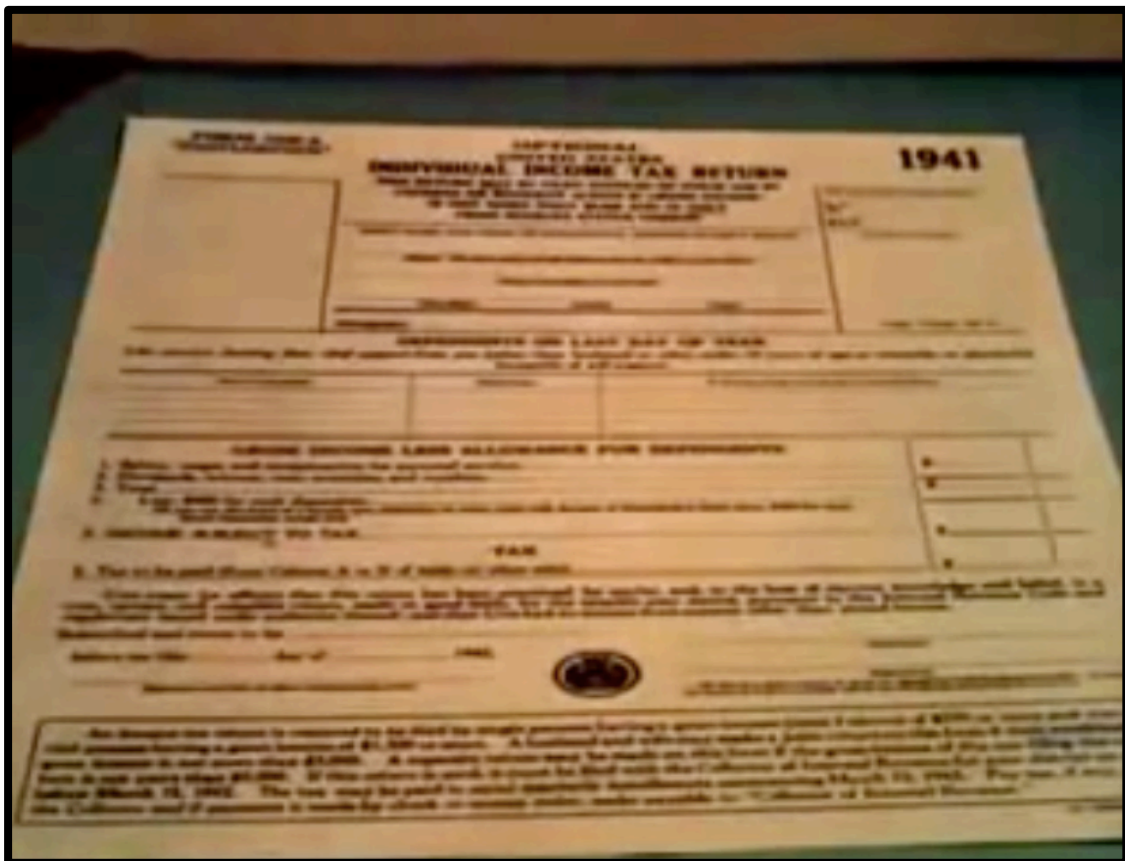
(por la libertad) “*this is our fighting song*” (esta es nuestra canción de lucha). Cuando esta terminando la canción Donald saluda a la Radio con un modo respetuoso

²³ Op Citata. Jackson, Kathy Merlock (1993) *Walt Disney, autobiografías*. Pág 350.

por ser la transmisora del mensaje americano convirtiendo sus pupilas en banderas americanas ondeantes ante el mensaje de esperanza y motivación y que representan a la patria por la que sacrificaría (fotograma 1).

La Radio da paso a la sección informativa: el nuevo espíritu que hay en América. La máquina se personifica a través de los botones y altavoz en una cabeza hablante capaz de consolidarse como protagonista equiparable a Donald, quien le escucha atentamente. La Radio explica que ha habido un ataque en las costas del país y que todos los ciudadanos se están movilizandose para un país que está en guerra a lo que Donald responde ataviándose de todos los enseres que en la casa tiene y le pueden servir como defensa. Ante esta situación la Radio le pregunta si es un patriótico americano, a lo que el Pato responde sin dudar que si lo es, por lo que la Radio aprovecha para decirle que hay algo con lo que de verdad puede ayudar a combatir en la guerra, *“but it will be a vital help for your contry in this our of need”* (pero será de vital ayuda para tu país en estos momentos de necesidad), a la vez que Donald le suplica que le de la solución a su posible colaboración que no es otra que pagar los impuestos necesarios con los que financiar la guerra: *“your income tax”* (impuestos sobre la renta). Donald se muestra contrariado ante la misiva de la Radio y no confía en exceso que esto pueda ayudar al país por lo que la Radio afirma *“it’s your privilege not just a duty to help your Government by paying your tax”* (es tu privilegio no solo una obligación ayudar a tu Gobierno pagando tus impuestos). En este momento la Radio enumera el destino final de los impuestos para demostrar a Donald que realmente los impuestos servirán y tendrán un lugar privilegiado en el ejército: *“taxes for guns, taxes for ships, taxes for democracy”* (impuestos para armas, impuestos para barcos, impuestos para la Democracia) sustentando, una vez más, la idea de proteger la Democracia frente a los totalitarismos *“taxes to beat the axis”* (impuestos para combatir sobre el Eje).

En la siguiente escena Donald está decidido a cumplimentar el nuevo formulario simplificado proporcionado por el Gobierno para pagar la cantidad correspondiente. La radio le pregunta si su renta ha sido inferior a 3.000 dólares anuales, a lo que él responde que no; representándose con el americano medio. En este momento el discurso de la película cambia a un tono educativo con el que el Gobierno busca que el pueblo se familiarice con los nuevos formularios y comprendan los pasos y datos necesarios para rellenarlo (fotograma 2).



(Fotograma 2) *The New Spirit*, fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=eMU-KGKK6q8>

Explica la simplicidad con la que hay que rellenarlo, empezando por los datos personales relativos a la identidad y ocupación, haciendo alusión propia a que es actor, así como los familiares a su cargo. Finalmente, una vez que se han realizado los trámites necesarios para rellenar los formularios, hay que enviar el sobre con el cheque correspondiente por correos; pero al verse inundado por el nuevo espíritu americano, corre simbólicamente a lo largo de los Estados Unidos para depositar personalmente, y con mayor rapidez, la carta con su contribución “*well, this isn’t necessary... but it shows the new spirit*” (bueno, esto no es necesario... pero muestra el nuevo espíritu) concluye la Radio orgullosa tras el cometido realizado en Donald.

Ahora el diálogo se trasmite con un tono orgulloso, patriótico, en el que se quiere rendir cuentas a las actividades finales financiadas con el dinero de los contribuyentes, mostrando a la industria ajetreada (fotograma 3), y caracterizada con el gorro del Tío Sam, icono muy popularizado en Estados Unidos, materializando los impuestos en diferentes tipos de armamento para frenar el avance de los totalitarismos, por ejemplo en

la escena donde un barco japonés, identificativo con la bandera del Imperio del Sol Naciente, se hunde ante un bombardeo por parte de los americanos (fotograma 4), haciendo alusión al ataque de Pearl Harbor, que desencadenó la intervención de Estados Unidos en la guerra.



(Fotograma 3) *The New Spirit*, fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=eMU-KGKK6q8>

A continuación se hace alusión a la importancia de la industria aérea, enumerando los diferentes tipos de aviones, para derrotar a los aviones nazis, cambiando en el que se desarrollaba la guerra: por el aire. La idea es mostrar como los aviones americanos podían destruir a cualquier avión nazi que se interpusiera entre ellos y la victoria “*taxes to bury the Axes*” (impuestos para enterrar al Eje). Estados Unidos era un país muy vinculado con la aviación; el aeroplano es una invención americana, y se alegaba a la salvación de la vida de los jóvenes al frente mediante la utilización del avión. En 1942 se estrena el cortometraje *Victory Through Air Power* donde se busca transmitir la importancia de los aviones en el desarrollo y resultado de la guerra.

Los aviones americanos portan la distintiva de la estrella cinco puntas con un círculo, símbolo de las Fuerzas Aéreas de los Estados Unidos. En los aviones derribados

aparecen las banderas representativas de Japón y la esvástica nazi, para esclarecer todavía más el mensaje y que resultase más impactante para el espectador. Las panorámicas muestran los diferentes aviones en combate que tienen el mismo final: el cementerio de aviones. Los planos se vuelven más dinámicos y con unos colores más fríos; haciendo alusión a la guerra que se está viviendo en el que, a diferencia de en la casa de Donald, no nos encontramos a gusto.



(Fotograma 4) *The New Spirit*, fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=eMU->

El repaso de la industria armamentista americana, y exposición de su poder, finaliza con la puesta en escena de la marina, sector del ejército muy apreciado, incluso a día de hoy, por los americanos. Los barcos y submarinos, caracterizados con una gorra de capitán en la película, cobraron gran importancia en la guerra como trasportes de mercancías, personal humano, red de comunicaciones y medios de transporte. El submarino nazi esta caracterizado con una cara como si fuese un tiburón que esta esperando a su presa pero se hunde en un remolino que podemos apreciar gracias al *zoom* que sea hace de la esvástica distintiva. Se muestra una maquina de grandes dimensiones, con formas extravagantes, con un intento de caracterizarla con un humanoide, poderosa ante los enemigos, equivalente al poder totalitario, pero que, gracias a la unión de los

impuestos de todos los ciudadanos y las consecuentes armas producidas, es derrotada a favor de la democracia (fotograma 5). El último de los planos hace referencia a la victoria y al desfile de los cuerpos militares que han intervenido en él mientras la bandera de Estados Unidos se hondea en el cielo a la vez que los aviones salen del plano con una “V” en señal de la ansiada victoria por la que habían entrado en guerra. El plano está realizado en un contrapicado, que engrandece todavía más la perspectiva de la victoria generada por los aéreos, acompañado por una banda sonora que realza el triunfo.



(Fotograma 5) *The New Spirit*, fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=eMU-KGKK6q8>

Las escenas donde el conflicto es la idea principal el dramatismo está latente en el ambiente: los disparos, ruido de los tanques, motores son las acciones que muestran la fuerza del trabajo que se esconde detrás del conflicto. No hay muertes, ni heridos ni escenas humanas violentas, no hay chillidos propios de la guerra porque no es la idea que se quiere transmitir. Solo se escucha la voz narrativa de la Radio que ensalza los valores patrióticos de Estados Unidos tal y como defiende Pobes²⁴.

²⁴ Op. Citata. Rubio Pobes, C. (2010). *La Historia a través del cine*. Págs. 125-137.

Un segundo fragmento, debido al éxito conseguido por este primero, fue realizado el 3 de noviembre con el mismo objetivo: el pago de impuestos por parte de los ciudadanos americanos para financiar la guerra contra los totalitarismos. Dirigido por Jack King el corto presentaba la conciencia de Donald, quien se había convertido en el personaje de Disney estrella durante la guerra, debatiendo sobre pagar o no pagar los impuestos. La conciencia encarnada por la parte negativa, caracterizada con un bigote haciendo referencia a Hitler, incita a Donald a no pagar los impuestos y que en vez de cumplir con su obligación, y orgullo, vaya al bar a gastarse el dinero de forma lucrativa y anti-patriota. Sin embargo, la conciencia buena la insta a que vaya al Fisco a pagar la suma de dinero que le corresponde pagar en función de su renta. El bien y el mal disputan las acciones de Donald quien, finalmente, decide cumplir con su patria y pagar los impuestos mientras la parte diabólica de la conciencia se transforma con simbología nazi haciendo apología de la democracia y el totalitarismo, la libertad frente a la dictadura, y como esto puede cambiar si se pagan los impuestos en la mayor brevedad posible.

6.2 Hitler como protagonista y arquetipo de los totalitarismos

Sobre las caricaturas²⁵ a Hitler, a lo largo de 1942, se hicieron más referencias por parte de Walt Disney: *Der Fuehrer's Face*, *Reason and Emotion* y *Education for Death*, muestra de forma caricaturizada y con un tono burlesco la imagen de Hitler desde el punto de vista de los países contrarios al Eje. Se podría relacionar con la película *El gran dictador* de Charles Chaplin donde, también en tono burlesco, se hace alusión directa a la figura de Hitler, ridiculizando sus acciones.

En *Der Fuehrer's Face*, tras despertar de la pesadilla en la que Donald formaba parte de una cadena de trabajo donde las condiciones resultaban pésimas y agotadoras y los derechos eran inexistentes, el protagonista se muestra agradecido por ser americano “*Am I glad to be a citizen of the United States of America*” (me siento orgulloso de ser ciudadano de los Estados Unidos de América). Se muestra la estatua de la Libertad como símbolo patriótico con el que se identifican todos los americanos. Al finalizar el

²⁵ “Las imágenes o series de imágenes utilizadas para traducir y dar énfasis a una idea o sentimiento componen figuras de argumentación icónica. El énfasis deriva de la amplificación de las imágenes respecto al gesto, al sentido o al orden habitual del personaje, hecho o circunstancia.” En este caso la exageración de los estereotipos de Hitler hace que el espectador identifique de forma más clara al retratado y contra quien va la acción propagandística. Op. Citata. Rojas Mix, M. (2008). *El imaginario* : Pág. 417

cortometraje, mientras se produce un barrido en negro, aparece la cara de Hitler, caricaturizada con una esvástica ²⁶en el ojo derecho, siendo golpeada con un tomate en señal de repulsa hacia su persona. En 1942 obtuvo el premio al mejor corto animado consolidándose como un símbolo contrario al nazismo.

En *Reason and Emotion* se propone un estudio psicológico donde los personajes Emoción y Razón se encuentran en la dicotomía de cómo actuar ante la situación. La idea se traslada a dos escenarios opuestos: Eje y Aliados. En la cabeza de un soldado perteneciente al Eje la Emoción obliga a la Razón a someterse a la ideología nazi, representada mediante una caricatura de Hitler. Frente a esta situación, en la cabeza del soldado perteneciente a los Aliados Razón y Emoción trabajan de forma conjunta para lograr el objetivo común: derrotar al Eje.

6.2.1 *Education for Death*

Considero necesario hacer un breve análisis de este corto ya que se trata de uno de los más críticos con la figura de Hitler. Se presenta a un grupo de niños que ven alteradas sus mentes para someterse a la voluntad indiscutible de Hitler y convertirse en meros objetos con funcionalidad bélica. Se quiere presentar al espectador americano la educación que reciben los niños alemanes durante el nazismo y el peligro que supone este adoctrinamiento que únicamente logrará la muerte de los aprendices.

Se ironiza con la idea de raza aria por ejemplo cuando los padres del protagonista, Hans, van a registrar su nacimiento y presentan certificados que demuestren sus orígenes arios. Al formalizar la solicitud el jefe del registro les regala un ejemplar de *Mein Kampf* siendo una alusión directa al adoctrinamiento forzoso que se está viviendo en Alemania bajo la personalidad del dictador. Otro signo irónico hacia la ideología nazi se encuentra cuando los niños están en la escuela y de forma sistemática rinden obediencia al *Fuehrer*, como si de un ritual de obligado cumplimiento se tratase.

En la clase que se presenta en el corto están estudiando la historia natural por lo que el profesor garabatea en la pizarra el dibujo de un conejo perseguido por un lobo

²⁶ “Un signo es signo sino en la medida que expresa ideas”. La esvástica a lo largo de la producción de Disney, y de la historia, se ha convertido en un elemento carente de la necesidad de ser explicado y analizado ya que el mensaje que quiere transmitir está implícito en su forma. La imagen se convierte en un esquema de las connotaciones políticas, sociales y ambientales del totalitarismo alemán. Op. Citata. Rojas Mix, M. (2008). *El imaginario : civilización* Pág. 18

quien le acaba dando alcance ante la tristeza que esto le conlleva a Hans. El profesor hace alusión directa a una de las consignas más defendidas durante el nazismo “solo los seres brutos y superiores físicamente deben vivir. Los demás deben ser sometidos. Frente a esto me gustaría hacer una comparación con una película de rabiosa actualidad que trata el mismo tema de la misma forma irónica: *Jojo Rabbits*.

Estrenada este mismo año, 2020, esta película comparte ciertos elementos en común con el corto analizado. En primer lugar el título de la película se debe a la impotencia que sufre el protagonista para matar él mismo al conejo; reto impuesto por sus formadores en un correcto nazi. Hans traslada también un sentimiento contrario ante el animal indefenso a pesar de no ser lo correcto, según la doctrina nazi. En ambas películas se ironiza mucho con la personalidad de Hitler, retratado de forma cercana, cariñosa e incluso afable restando, por tanto, importancia a su carácter bélico y disciplinado con la causa (fotograma 6).



Fotograma 6: *Jojo Rabbits* Fuente: <https://valenciaplaza.com/jojo-rabbit-nazismo-bufonesco>

El final del corto coincide con el final de la educación: la muerte. Tal y como quiere transmitirse la educación alemana nazi para el combate acabará, indudablemente, con la muerte del soldado debido la supremacía del bando de los Aliados.

6.3 Insignias militares

El trabajo de Disney durante la Segunda Guerra Mundial no solo se limitó a la acción propagandística por medio de la producción de películas y cortos a favor de las democracias y los países vinculados con los Aliados sino que dio un pasó más allá con la fabricación de insignias militares que se reconocían en la mayor parte de los territorios

afectados por la Guerra. Se tratan de símbolos distintivos universalmente que las portaban, no solo el ejército de Estados Unidos, todos aquellos países pertenecientes al bloque de los Aliados. El primer encargo militar para que Disney creara una insignia fue una petición realizada en junio de 1939 por el piloto de la Reserva Naval Burt Stanley a favor del Escuadrón del Aire “Fighting 7”²⁷.

Walt Dinsey no recibió ni crédito ni publicidad directa, porque indirectamente sus personajes estaban siendo distribuidos en todo el panorama mundial, en este tipo de ayuda que realizó voluntariamente para levantar la moral en el campo de batalla. El personaje que destaca en cuanto a presencia en las insignias militares, y en la producción durante la Segunda Guerra Mundial, es el Pato Donald²⁸. Donald era considerado un compañero para los soldados que estaban en el frente de combate con el que querían compartir las calamidades de la guerra.



Imagen 4: Dumbo protagonista y distintivo del “121 Eagle Squadron” durante la Segunda Guerra Mundial. Fuente: Heritage Auctions

Según Hank Potter, uno de los diseñadores de las insignias militares de Disney, los animales más recurrentes para este tipo de representaciones eran las aves, utilizadas en más de 200 ocasiones, con las que se relacionaban los grupos de aviación por la condición compartida entre las aves y la maquinaria aérea. Los gatos y los peces continuaban la lista de los animales más solicitados en la representación de las insignias. En relación al ser humano, las mujeres fueron el sexo dominante de las representaciones.

Debido al éxito indiscutible que tuvo la difusión de las insignias militares, en 1924 el periódico *Los Angeles Examiner* lanzó al mercado una colección de las mismas

²⁷ Vidal González, Rodolfo (2006) *La actividad propagandística* Op. Citata. ca. Págs. 219.

²⁸ *Ibidem*. Págs. 217-218.

insignias en formato coleccionable: en cromos, un total de 250 que mostraban todos los detalles, coloridos y formas de las insignias como si de una copia fidedigna se tratase. La acción era meramente patriótica por lo que Disney no obtuvo beneficio en su difusión.

7. LOS AÑOS FINALES DE LA GUERRA

Las horas de trabajo en el estudio se intensificaron sin que los trabajadores viesen repercutido el esfuerzo en un salario digno ya que el cine de animación era costoso y lento. Además la actividad propagandística encargada por parte del Gobierno, con el fin de transmitir un mensaje patriótico, no generaba grandes ingresos a la marca que vio como su producción se volvía algo monótona.

Debido a esta situación Disney consolidó su marca con lo que considero uno de los grandes éxitos de la misma: la intrusión en el mercado. Las licencias de *merchandaising* de los personajes protagonistas de Disney permanecieron estables durante la guerra, sufriendo un ligero descenso tras el ataque nipón ya que se debían concentrar recursos y esfuerzos en la producción armamentística²⁹. Los personajes Disney se habían convertido para la cultura americana en un referente psicológico para sobrellevar la guerra.

Tal y como afirma el propio Walt Disney, la industria del cine había ganado mucho dinero durante el conflicto debido a la incapacidad de los ciudadanos de invertir el tiempo libre en otra actividad. El cine se convirtió en un recurso con el que la educación y el entretenimiento iban sutilmente de la mano. Las ideas se podían transmitir por diferentes lugares del mundo, adaptándose al idioma pertinente. El discurso puede suponer también un peligro, si la idea que se quiere transmitir es negativa y la recibe un grupo sin juicio que la acepte como válida.

²⁹ Vidal González, Rodolfo (2006) *La actividad propagandística* Op. Citata.. Pág. 225.

7.1 Consecuencias de la guerra³⁰

El posicionamiento de Disney a favor de las potencias democráticas y un fuerte defensor del anti comunismo en Hollywood, fueron una de las consecuencias más directas y notables. Una de las premisas que tenía Disney a la hora de producir sus productos era que estos no se vieses limitados por el contexto en el que se habían desarrollado, sino que pudiesen tener una vida longeva. Esto fue completamente imposible llevar a cabo con la producción propagandística de Disney vinculada a la propaganda en contra de los países del Eje ya que las películas quedaban obsoletas en un mundo donde el mensaje de Disney había prosperado. Estas películas se convertían automáticamente en material obsoleto con el que la empresa no podía generar más beneficios que los ya producidos con anterioridad. Además del componente político hay que añadir que los avances tecnológicos hicieron que estos filmes se quedasen obsoletos para un mundo donde el avance de las tecnologías irrumpía bruscamente en el panorama internacional. Muchas de las películas realizadas durante la Segunda Guerra Mundial fueron destruidas, por la obsolescencia de su discurso y su técnica, y por una carencia de espacio físico que tuvo la peor solución para estas películas históricas.

Los largometrajes de Disney después de la guerra se basaban en largometrajes que estaban compuestos por cortometrajes musicales: *Make Mine Music*, *Melody Time*, *So Dear to my Heart*. También realizó una película de tipo documental, con imagen real, *True-Life Adventures*. El primero de los éxitos de este periodo hay que fecharlo en 1950 con el estreno de la Cenicienta, un cuento creado a partir de dibujos animados donde se cuenta la historia de hadas, princesas y personajes frustrados con la realidad.

La guerra sirvió para que Walt Disney madurase profesionalmente buscando una respuesta positiva por parte del público. Las películas animadas se consolidaron como un

³⁰ Las consecuencias principales de la Segunda Guerra Mundial para la producción de Disney, de forma sintetizada, podrían ser: el cierre del continente europeo, del cual Walt Disney obtenía cerca del 45% de los beneficios, debido a la crisis humanitaria y económica que atravesaba el continente. En 1941 la compañía Disney sufrió una huelga entre los empleados, debido a la creación de sindicatos de trabajadores, de la fábrica forzando la salida de una parte considerable del personal de la empresa, a pesar de que Walt Disney no había tomado represalias contra ellos. La sociedad americana había madurado tras la Segunda Guerra Mundial lo que obligó a una readaptación del cine, por parte de las productoras, para adaptarse al nuevo gusto de la época: el drama social, asuntos serios y trascendentales para una sociedad victoriosa. Al finalizar la guerra América se había consolidado como la gran potencia del mundo, había incrementado sus ingresos y era un país próspero en el panorama internacional. Durante la guerra, y en tiempo inmediato a esta, el poderío de Walt Disney en el territorio cinematográfico era indiscutible, pero con la finalización de esta el mercado tomó nuevas alternativas y la competencia se consolidó como un elemento indiscutible para la compañía. Op. Citata. Fonte, J., & Mataix, O. (2001). Walt Disney : el hombre. Págs. 131-158

producto complementario a la producción, debido a que su producción incrementaba los costes frente a la incertidumbre de éxito comercial condicionado por la situación que había dejado la Segunda Guerra Mundial.

8. CONCLUSIONES

A día de hoy Disney es una de las productoras más importantes del panorama mundial y ha conseguido mantener su estatus de icono popular en el mundo de la comunicación y la cultura a nivel mundial. La llegada de la televisión así como la apertura de parques temáticos de la marca hicieron posible que la economía de la empresa encontrase un equilibrio. Con la incorporación de parques temáticos, programas en la televisión, y la posterior creación del canal específico en contenido Disney en 1983, largometrajes protagonizados por actores reales de prestigio, la continuidad de producción de cortos de animación, explotación de la música, libros y juguetes, el crecimiento de la marca fue exponencial ya que la diversificación del producto podía compensar las pérdidas, o ganancias menores, en un sector específico.

Es interesante como en la propia página web³¹ de la empresa en el apartado de la historia, donde se resaltan los principales acontecimientos, desde 1923 donde Walt Disney firma un contrato con Winkler para la futura producción de *Alicia en el país de las maravillas* hasta 2019 con la reciente compra de 21st Century FOX, omite los años de producción comprendido por la Segunda Guerra Mundial. Además, es muy laborioso encontrar información relativa a este periodo de Disney a nivel bibliográfico por lo que se entiende que es un tema al cual la marca no quiere hacer especial alusión ya que le posiciona, de forma directa, con temas políticos que podrían alterar su imagen como productora infantil que busca una imagen neutral, infantil y educativa.

Cabe destacar el compromiso político que supuso para Disney su implicación Estatal en contra de las dictaduras totalitarias y el hecho sucedido años después, en 1947, con la acusación directa de Walter Elías Disney a sus empleados, entre ellos Herb Sorell quien había organizado la huelga siete años antes, por conspiración comunista; con esta acción la vinculación entre Disney y el Gobierno de Estados Unidos llegaba a su fin.

³¹ <https://www.thewaltdisneycompany.com/about/#our-businesses> Fecha de consulta: 26 de Abril de 2019

Su implicación no solo se limita a la producción de una filmografía vinculada con los aliados sino que también se lleva a cabo una cultura material, insignias, y un reconocimiento/relación de los personajes de la compañía con una causa determinada. El imaginario de la sociedad hacia la marca está vinculado con la inocencia pero debemos tener en cuenta que el cine es un potente medio trasmisor de mensajes que no dejan al azar su contenido. La cultura transmitida durante los primeros años de formación de una persona resulta vital para su desarrollo personal y una influencia notable en su vida cotidiana.

El fin de la guerra liberó a Disney de la imposición de producir películas para el ejército o el Gobierno de los EE. UU. pudiendo, y buscando, crear un cine que alejara a la marca de los valores militares y la propaganda bélica con la cual se le había vinculado durante todo el conflicto armado; siendo Halas y Batchelor los escogidos para continuar con un cine propagandístico en este caso contra el comunismo. Asimismo el mercado europeo se recuperaba paulatinamente y Disney pudo exportar, de nuevo, sus películas al viejo continente buscando superar la crisis en la que estaba sometido tras la Segunda Guerra Mundial.

Actualmente, con la irrupción de las nuevas tecnologías, la transmisión de la cultura se ha visto transformada, siendo los más jóvenes los potenciales consumidores de la misma, mediante plataformas en la red. En el caso de Disney los valores se transmiten mediante una imagen de diversión y felicidad con el objetivo de lograr el máximo desarrollo personal. Las transformaciones que está sufriendo nuestra sociedad se están plasmando en los guiones de las películas cada vez más actuales y con temas de interés para un público cada vez mayor haciéndolas más aptas para un número mayor de público sin que su condición política, social o personal influya en su visionado.

Hoy en día la marca Disney busca el entretenimiento familiar mediante productos que se adapten a un rango amplio de edad y que no estén condicionados por características socioculturales concretas. Hoy la empresa Disney Company se divide en seis núcleos: cine y televisión, productos de consumo, parques temáticos, productos interactivos, desarrollo creativo de ideas y deportes; siendo los tres primeros los que más repercusión tienen en la empresa multimedia más importante del planeta. Cada uno de los productos a su vez se convierte en un vehículo de promoción de otro consolidando todavía más el

nombre de Disney y desligándolo a unos inicios, cada vez menos conocidos por el paso del tiempo y la falta de estudio, de la marca.

9. ANEXO

Ficha técnica *The new spirit*

Dirección: Wilfred Jackson y Ben Sharpsteen

Producción: Walt Disney

Guion: Joe Grant y Dick Huemer

Narrador: Fred Shields

Música: Oliver Wallace

Animación: Ed Aardal, Andy Engman, Dan MacManus, Josh Meador y Don Patterson

Distribución: *War Activities Committee of the Motion Pictures Indstry*

Fecha de estreno: 23 de enero de 1942 (Estados Unidos de América)

Duración: 7 minutos

Ficha técnica *Education for the death*

Dirección: Clyde Geronimi

Producción: Walt Disney

Guion: Gregor Ziemer

Narrador: Art Smith (basado en el libro homónimo ISBN O-374-98905-2)

Música: Oliver Wallace

Distribución: RKO Radio Pictures

Fecha de estreno: 15 de enero de 1943 (Estados Unidos de América)

Duración: 10 minutos

10. BIBLIOGRAFÍA

Burke, P., & Lozoya, T. de. (2001). *Visto y no visto : el uso de la imagen como documento histórico*. Crítica.

Cousins, M. (2019). *Historia del cine*. Blume

Crisóstomo Gálvez, R. (2011). *Walt Disney en el frente : propaganda bélica y animación*.

Fonte, J. (2001). *Walt Disney : el universo animado de los largometrajes (1970-2001)* (1a. ed.). T & B.

Fonte, J., & Mataix, O. (2001). *Walt Disney : el hombre, el mito*. Madrid : T&B, 2001

Jackson, Kathy Merlock (1993) *Walt Disney, autobiografía*. Westport, Ct; Greenwood Press.

Navarro Espinach, G. (2019). *La Edad Media a través del cine: La Trilogía de la Vida de Pasolini*.

Pizarroso Quintero, A. (1993). *Historia de la propaganda : notas para un estudio de la propaganda política y de "guerra"*. Madrid : EUDOMA, D.L. 1993.

Pizarroso Quintero, A. (1994). *El cine americano en España durante la Segunda Guerra Mundial : información y propaganda*.

Sánchez Noriega, J. L., & Gubern, R. (2018). *Historia del cine : teorías, estéticas, géneros* (3a. ed. rev. y amp.). Alianza.

Stella, R., Riva, C., Scarcelli, C. M., & Drusian, M. (2018). *Sociologia dei new media* - Seconda edizione. UTET Università

Rojas Mix, M. (2008). *El imaginario : civilización y cultura del siglo XXI*. Buenos Aires : Prometeo, cop. 2006

Rubio Pobes, C. (2010). *La Historia a través del cine : Estados Unidos : una mirada a su imaginario colectivo*. Universidad del País Vasco.

Velásquez, M (2012). *La verdad ideológica que nos gusta ignorar sobre las películas animadas*. Sección A Guatemala

Vidal González, Rodolfo (2006) *La actividad propagandística de Walt Disney durante la Segunda Guerra Mundial*. Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca.

11. WEBGRAFÍA

García de Francisco, A. (2014) El pato Donald cumple 80 años. El Espectador. Dirección URL: <https://www.elspectador.com/noticias/actualidad/el-pato-donald-cumple-80-anos-articulo-497294>

Jorge, M. (2015) Historia de la “otra” Disney: material inclasificable del pasado. Gizmodo. Dirección URL: <https://es.gizmodo.com/historias-de-la-otra-disney-material-inclasificable-1744436808>