



Propaganda y cine: una relación encubierta

María Julia Richmond
Editorial Académica Española, 2011
105 páginas

Reseña por Araceli Gómez Rodríguez

Propaganda y cine: una relación encubierta es un libro que nos propone un recorrido a través de la ficción cinematográfica desde la II Guerra Mundial hasta las guerras provocadas por los atentados ocurridos en Estados Unidos en 2001, centrándose en tres películas: “*Casablanca*”, “*Rambo III*”, “*American Soldiers: A day in Irak*”. Es un libro basado en la publicación de la tesina que María Julia Richmond llevó a cabo en la Universidad de Bergano, Argentina. Por este motivo, encontramos que la distribución del libro, pese a estar dividido por capítulos, sigue las pautas de un trabajo científico. De este modo, intentaremos realizar esta reseña de la manera más correcta y que ofrezca mayor facilidad al lector para entender los mensajes que en este libro podemos observar. De este modo, la estructura del libro va a dividirse en siete grandes bloques de los cuales va a destacar el sexto capítulo, donde se van a estudiar en profundidad cada uno de los títulos citados anteriormente.

El primero de los capítulos se corresponde con la introducción. En esta sección del libro nos encontramos con un acercamiento al trabajo en el que se presenta la elección de tres períodos americanos para contrastar diferentes discursos políticos y propagandísticos. Estos períodos son: La II Guerra Mundial, la Guerra Fría y las guerras pos atentados de las Torres Gemelas en 2001. Como frase introductoria aparece una cita muy acertada de Amit Shovon Ray que dice que “*las ideas ya nos se escriben en papel. Se escriben en pantallas*” Esta idea es la premisa fundamental en la que se basa este trabajo. De esta forma, la autora justifica su proyecto en estudiar el uso de la Propaganda en un país democrático durante el siglo XX, a través de un medio de comunicación masiva como es el cine. La última sección de este bloque introductorio son los objetivos, entre los cuales destacan como objetivos particulares identificar películas con fines propagandísticos, identificar, a su vez, cual es la finalidad principal propagandística en cada época seleccionada y describir cómo actúa el cine como transmisor de ideología.

Nos adentramos en el segundo capítulo en el que se va a tratar condiciones de producción. Para conseguir esto, la autora nos propone un recorrido a través de las distintas etapas cinematográficas; desde los comienzos del cine hasta la era postmodernista pasando por la relación de Estados Unidos con el cine, la era muda, la Edad de Oro o el Nuevo Hollywood nacido tras la superación de la crisis de los

cincuenta. A través de este recorrido se van a señalar los diferentes avances técnicos y tecnológicos que se van a dar y cómo estos van a influir en el discurso narrativo de las películas.

El capítulo tercero se corresponde con el contexto histórico de cada uno de los períodos que se proponen en el estudio. Para ello se hace un breve recorrido por cada uno de estos tres períodos. Es un capítulo que no aporta gran información ya que es un contexto histórico extremadamente superficial.

Será a partir del cuarto capítulo cuando observemos un abrupto cambio en la carga informativa de las páginas de este libro, este capítulo es el que conforma el marco teórico del trabajo, por lo cual tiene cierta coherencia que notemos esa diferencia. Dentro del marco teórico van a contrastar por una parte los autores y las menciones relativas a estudios sobre cinematografía y por otro, los estudios propagandísticos clásicos pasando por una breve referencia a estudios sociológicos que relacionan el psicoanálisis y el cine. De esta forma comenzaremos observando las propuestas de Walter Benjamin acerca de la obra de arte en la época de la reproductividad técnica y los estudios que comienzan a presentar al público como un ente que, pese a ser crítico con lo que ve, no deja de ser un examinador que se dispersa. Casi a la mitad del capítulo comenzamos con las secciones puramente propagandísticas. En ellas observamos un punto de partida muy básico, desde el concepto propio de propaganda. Dejando esto claro, comienza un breve recorrido por la historia de la propaganda haciendo especial hincapié en la etapa propagandística nazi. Tras esto, una breve visión por las principales teorías de los efectos en comunicación y sobre análisis de discurso.

El siguiente capítulo conformará el análisis metodológico del trabajo, en él encontraremos el análisis del caso, las fichas técnicas de cada una de las películas elegidas y un breve análisis del discurso de las tres. Este análisis hará las funciones de introducción para el siguiente capítulo que será donde se trate el análisis pormenorizado de cada una de las películas.

Teniendo en cuenta lo dicho en el párrafo anterior, el sexto capítulo versa sobre el análisis y la interpretación pormenorizada de cada una de las tres películas. De esta forma, como ya anticipábamos al comienzo, se convierte en el capítulo clave de la publicación. “*Casablanca*” es la película elegida para el estudio de la etapa de la II Guerra Mundial. La autora señala como conclusión que esta película va reflejando las distintas posiciones políticas que dividían al mundo en aquella época. Es una llamada constante, dice, al despertar de la conciencia de norteamericanos y franceses, especialmente. La siguiente película es “*Rambo III*”, pareja a la etapa de la Guerra Fría, Richmond sigue el mismo modelo que en la película anterior y nos muestra como conclusión principal el convencimiento de que el personaje de Rambo fue un catalizador de la sociedad norteamericana, un símbolo de la transformación política exterior que se dio con el Presidente Reagan. En último lugar, la película elegida para la etapa pos atentados de 2001 “*American Soldiers: A day in Irak*” en este caso la autora elude hacer mención a la visión desde la que se realiza el film intentando centrarse en los mensajes propiamente dicho, que pueden resumirse en la idea de hombría, patriotismo y defensa del honor y la libertad que lleva a cabo el ejército norteamericano.

Por último, encontramos el capítulo séptimo, el que incluye las conclusiones. A este respecto, cabe destacar la idea de que todo lo que rodea a la comunicación, ya sea en lo cotidiano, en el trabajo o en sectores políticos busca influir de un modo u otro en las emociones, actitudes, acciones u opiniones del otro. La diferencia con la Propaganda es que ésta lo hará de forma organizada y metódica. Dicho esto, la autora establece un vínculo entre las Relaciones Públicas y la Propaganda.

Este trabajo configura un estudio que comienza a acercarse a la distribución de propaganda a través de los medios de comunicación masiva, en este caso concreto del cine. Pese a la rigurosidad del estudio, observamos que no se profundiza demasiado acerca de los temas que propone, por este motivo observamos un buen inicio como primer trabajo de investigación o tesina, con un proyecto claro para una continuación más minuciosa en lo que podría ser una tesis doctoral.