

Trabajo Fin de Grado

Universidad de Huelva

Facultad de Humanidades

Curso 2016/2017

La doctrina de “el fin de las ideologías” en el cine de Hollywood y la política cultural de Estados Unidos durante la Guerra Fría

The doctrine of "the end of ideologies" in Hollywood cinema and the cultural policy of the United States during the Cold War



Laura del Valle Mesa

Grado en Gestión Cultural

Tutora: María José Chaves García

Fecha de entrega: 6 de septiembre de 2017

Convocatoria de Septiembre



Universidad
de Huelva

FACULTAD DE CIENCIAS

ANEXO II

DECLARACIÓN DE HONESTIDAD ACADÉMICA

El/la estudiante abajo firmante declara que el presente Trabajo de Fin de Grado es un trabajo original y que todo el material utilizado está citado siguiendo un estilo de citas y referencias reconocido y recogido en el apartado de bibliografía. Declara, igualmente, que ninguna parte de este trabajo ha sido presentado como parte de la evaluación de alguna asignatura del plan de estudios que cursa actualmente o haya cursado en el pasado.

El/la estudiante es consciente de la normativa de evaluación de la Universidad de Huelva en lo concerniente al plagio y de las consecuencias académicas que presentar un trabajo plagiado puede acarrear.

Nombre: Laura...del... Valle... Mesa.....

DNI:49108730-G..... Fecha: ...5...de...septiembre...de...2017.....

Huelva, a...5...de.....septiembre..... de 2017

Agradecimientos

A la profesora María José Chaves García por su dedicación, a mis familiares y amigos por su apoyo incondicional y a Alberto Bermejo Meléndez por acompañarme en todo momento durante la realización de esta investigación.

ÍNDICE

Resumen.....	2
1. Introducción.....	4
2. Objetivos.....	6
3. Metodología.....	8
4. Marco teórico.....	10
4.1. Gestión cultural: concepto y objetivos. El caso del cine.....	10
4.2. La Guerra Fría y la política cultural exterior de Estados Unidos.....	12
4.3. Doctrina de “el fin de las ideologías” y su influencia en la producción artística y literaria del siglo XX.....	14
5. Hollywood durante la Guerra Fría (1945-1991): productoras y organismos gubernamentales de control.....	19
5.1. Las productoras de Hollywood	19
5.2. Organismos gubernamentales de control	22
6. La doctrina de “el fin de las ideologías en el cine comercial y en el arte y la literatura durante la Guerra Fría. Estudio comparativo.....	28
6.1. Géneros comerciales de las grandes productoras durante la Guerra Fría	28
6.2. Análisis comparativo. La doctrina de “el fin de las ideologías” en las expresiones artísticas y literarias y en las producciones cinematográficas.	33
7. La situación actual de Hollywood en el mercado internacional. El caso de España	37
8. Conclusiones	44
10. Bibliografía.....	52
11. Anexos.....	56

Resumen

El presente trabajo pretende estudiar los contenidos políticos e ideológicos de las películas comerciales del cine de Hollywood durante la Guerra Fría. Para el estudio de los contenidos políticos, este trabajo pretende analizar las claves históricas que expliquen la utilidad de este cine como un importante medio de difusión de la nueva política propagandística estadounidense –la política cultural exterior, que trataba de difundir la propia cultura internacionalmente-.

En lo que respecta a la ideología, la intención de este estudio es exponer la relación del cine comercial con la doctrina de “el fin de las ideologías”, ideología que condicionó los movimientos culturales que estaban bajo la protección de esa política cultural exterior.

Asimismo, analizaremos la situación actual de las productoras de Hollywood que colaboraron con el Gobierno estadounidense, para hacer posible esa política cultural, en el mercado cinematográfico internacional y en el mercado español, en términos de éxito –tanto de sus empresas como de sus películas- y dicho estudio se completará con el análisis de la perpetuación de esos contenidos ideológicos y políticos en su cine más reciente.

Palabras clave: política cultural, cine, el fin de las ideologías, Hollywood.

Abstract

The present work tries to study the political and ideological contents of commercial films of Hollywood cinema during the Cold War. For the study of political contents, this paper aims to analyze the historical keys that explain the usefulness of this cinema as an important means of diffusion of the new American propaganda policy - the foreign cultural policy, that tried to spread the own culture internationally-.

As far as ideology is concerned, the intention of this study is to expose the relation of commercial cinema to the doctrine of "the end of ideologies", an ideology that conditioned the cultural movements that were under the protection of that foreign cultural policy.

We will also analyze the current situation of the Hollywood producers who collaborated with the US Government to make this cultural policy possible, in the international film market and in the Spanish market, in terms of success - both their companies and their films - and this study will be completed with the analysis of the perpetuation of these ideological and political contents in his most recent cinema

Key words: cultural policy, cinema, the end of the ideologies, Hollywood.

1. Introducción

El interés de este estudio para el campo de la Gestión Cultural reside en los objetivos sociales a los que están destinadas sus acciones con la Cultura; sobre todo en España que, a diferencia de otros países, la gestión de la cultura tiene como valores principales la equidad, la libertad, el respeto y el progreso de la sociedad, todo mediante el fomento y la divulgación de la cultura.

Dentro de la concepción española del término, es esencial que los programas y proyectos que se lleven a cabo diseñen los contenidos culturales de forma responsable y enriquezcan el campo de la cultura. Para ello es necesario investigar sobre los contenidos de los diversos productos culturales como una parte importante que forma a la sociedad y repercute sobre su imaginario colectivo, y es necesario también que se comprenda el contexto y los motivos que llevan a crear y/o promover dichos productos culturales en una sociedad.

En este sentido, una de las mayores estructuras de creación de contenidos y productos culturales es la de la industria del cine ya que se trata de una de las actividades de cultura y de ocio más consumida en todo el mundo. Asimismo, algunas industrias de cine –como es el caso de Hollywood- se dieron cuenta muy pronto del enorme poder que tenían para crear conciencia cultural y se apresuraron en conseguir una posición privilegiada en el mercado mundial del cine.

La posición de control de dichas productoras vendrá determinada por la nueva concepción de política internacional que asumirá Estados Unidos al final de la II Guerra Mundial y al inicio de la Guerra Fría. Se trataba de una política cultural exterior que favoreció no sólo la situación de las productoras de Hollywood en el mercado internacional, sino también otros asuntos de conveniencia para la política gubernamental estadounidense en el contexto de la Guerra fría, como fue la mejora de las relaciones con los países adscritos al “Plan Marshall”¹.

En este sentido, al mismo tiempo que surgía una nueva forma de hacer política, se crearon, dentro de las fronteras, las bases ideológicas que sustentaban y justificaban las prácticas internacionales de Estados Unidos a propósito de la Guerra Fría. Desde el

¹ Plan de recuperación de los países europeos creado por Estados Unidos tras la II Guerra Mundial y destinado a contener el avance del comunismo en Europa.

punto de vista ideológico, económico y político, la nación americana y la Unión Soviética estaban enfrentadas y se oponían de forma tajante. Este hecho se materializó en una doctrina, conocida como de “el fin de las ideologías”, que se extendió a todos los niveles de la sociedad norteamericana; también lo hizo en la cultura, dando lugar a la aparición de gran número de movimientos artísticos y literarios.

Estos movimientos culturales proliferaron y extendieron y, al mismo tiempo, las productoras de Hollywood se aseguraron su oligopolio en el mercado del cine -dentro y fuera de Estados Unidos- con el apoyo del gobierno estadounidense. Esto nos lleva a preguntarnos si, al igual que sucedió en otros sectores artísticos, esa doctrina influyó también en la dinámica cinematográfica de las productoras. Asimismo, si esta hipótesis se cumple, se nos plantea la posibilidad de que dicha dinámica siga vigente en la actualidad, ya que esas mismas productoras siguen siendo las más conocidas y consumidas por el público internacional, y, por lo tanto, son de interés para la política exterior de Estados Unidos.

Continuando en esta línea, y como el público español es parte de ese público internacional en el que las películas de Hollywood son las más conocidas y consumidas. Nos cuestionamos que supondría que la dinámica cinematográfica influida por la doctrina de “el fin de las ideologías” siga también vigente en la actualidad española; pues creemos que los productos influenciados por la doctrina de “el fin de las ideologías”, se opondrían de forma contundente a la concepción que existe en este país sobre los objetivos que deben tener las acciones culturales responsables para fomentar su propio desarrollo cultural y social, como hemos visto al inicio del epígrafe.

2. Objetivos

OBJETIVO GENERAL

Con este trabajo, pretendemos realizar un estudio de los contenidos ideológicos del cine comercial de Hollywood durante la Guerra Fría y su herencia en la actualidad. Para ello, haremos un análisis de la carga ideológica y la orientación política de dicho cine. Más concretamente, abordaremos la presencia de los preceptos del modelo ideológico surgido en Estados Unidos durante la Guerra Fría, conocido como doctrina de “el fin de las ideologías”. Además, estos contenidos no son únicamente fruto de la ideología, sino también del contexto en el que surgen. Por ello, estudiaremos la relación de las productoras de Hollywood –*majors* y *miniors*²- con el gobierno de Washington y con las políticas culturales, ya que la producción cinematográfica también fue resultado de ambas.

Si se demostrara dicha relación, se denotaría el interés de ciertos sectores políticos en beneficiarse del poder propagandístico del cine. Creemos que es de suma importancia fomentar el consumo y difusión de dichos contenidos de forma consciente y responsable, ya que las ideas que transmiten no son fruto de la demanda del público, ni pertenecen a una corriente artística como tal, sino que responden a una forma de pensar que se introdujo en el cine concienzudamente y que, en la actualidad, forma parte de nuestro patrimonio cinematográfico y que es heredera del control ideológico que se mantuvo en Hollywood durante la Guerra Fría.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Para cumplir con el objetivo general llevaremos a cabo un proceso que incluye los siguientes objetivos específicos:

1. Exponer los contenidos ideológicos de los movimientos artístico-plásticos y literarios influenciados por la doctrina de “el fin de las ideologías” durante la Guerra Fría y extrapolarlos al cine comercial producido durante el conflicto y en la actualidad.

² El sistema de producción de Hollywood estaba compuesto por dos tipos de productoras, las *majors* y las *minors*. Las *majors* eran las grandes empresas de cine. Las *minors* también formaban parte del sistema de producción de Hollywood y eran un poco más pequeñas que las *majors*.

2. Estudiar qué películas y qué géneros cinematográficos han sido los más difundidos desde entonces, tanto por las productoras como por los organismos de control, para transmitir dicha ideología.
3. Identificar cuál es la situación de esas productoras y de su cine en el panorama actual del mercado cinematográfico mundial –prestando una atención especial al caso del mercado español- y cuál es el control que ejercen sobre dicho mercado.
4. Contribuir con la Gestión Cultural para que la divulgación de la Cultura, en este caso la divulgación del cine concretamente, se destine en cualquier caso a “facilitar, promover, estimular, conservar y difundir las diferentes actividades y manifestaciones culturales en condiciones de libertad y equidad” (Rojas et al., 2013:10), así como a redundar “en el progreso general de la sociedad, teniendo como principios prioritarios el de servir como instrumento fundamental para la distribución social” (Trujillo, citado en González y Ben, 2014: s.p).

3. Metodología

Para poder alcanzar los objetivos propuestos en el apartado anterior, creemos necesario llevar a cabo la revisión bibliográfica de una serie de textos científicos pertenecientes a diferentes ámbitos del saber. Por una parte, acudiremos a fuentes relativas a la historia, tanto de la historia del mundo contemporáneo como de la historia del cine. Por otra parte, consultaremos algunos estudios sobre sociología, política y análisis del mercado cinematográfico. Una vez consultadas y revisadas dichas fuentes, procederemos a exponer las ideas que nos parecen más relevantes para el desarrollo de nuestro trabajo.

Las fuentes históricas nos servirán para contextualizar el desarrollo del cine durante la Guerra Fría en Estados Unidos y conocer su relación con la política de ese momento. De ese modo, podremos determinar qué empresas componían la industria del cine en ese momento y cuáles eran los organismos gubernamentales que ejercían su influencia sobre ellas. Para comprender dicha política y cómo afectó a la industria cinematográfica, nos serán de gran utilidad algunos estudios sobre política y sociología, ya que nos aportarán una visión crítica sobre la ideología en la que se basa y sobre la producción del cine para sus fines.

Asimismo, ahondaremos en la relación entre ideología, política y cine, apoyándonos en un estudio que describe la producción artístico-plástica y literaria de la segunda mitad del siglo XX en Estados Unidos y su relación con la ideología y la política de dicho país durante la Guerra Fría. Para determinar si esta ideología, conocida como doctrina de “el fin de las ideologías”, también guarda relación con la producción cinematográfica del momento, estableceremos una comparación entre lo que se describe en dicho estudio sobre el arte plástico y la literatura del momento, y los diferentes géneros cinematográficos comerciales que surgieron en el mismo periodo histórico.

Gracias a los documentos que analizan el mercado cinematográfico, podremos no sólo describir la situación internacional de la industria de Hollywood en la actualidad sino también conocer cuáles son los géneros comerciales, relacionados ideológicamente con la política estadounidense practicada durante la Guerra Fría, que siguen produciéndose y divulgándose internacionalmente.

En la misma línea, extraeremos los datos de la situación de la industria cinematográfica española, del anuario de cine del Ministerio de Educación, Cultura y

Deporte del Gobierno de España, entre 2005 y 2016 (marco temporal más reciente, al que nos limita la información publicada de estas fuentes oficiales). Señalaremos los datos de las distribuidoras con más éxito, sus nacionalidades y los largometrajes que distribuyen con mayor recaudación en este país, centrándonos en el caso de Hollywood. Volcaremos en los anexos I, II y III las tablas en las que se recogen estos datos; para poder trabajar sobre estas y escribir sobre las productoras y, al igual que en el caso internacional, los géneros comerciales relacionados con la política cultural estadounidense de la Guerra Fría.

Tras revisar dichas fuentes y extraer los datos más relevantes para esta investigación, podremos redactar las conclusiones que reflejen las ideas obtenidas de todas estas fuentes de conocimiento y responder a las cuestiones que se nos plantean para hacer este trabajo.

4. Marco teórico

A fin de contextualizar este trabajo, empezaremos explicando cuál es el interés que este estudio podría tener en el campo de la Gestión Cultural. Para ello, definiremos, a grandes rasgos, qué es la Gestión Cultural y cuáles son sus objetivos sobre los productos culturales, siendo uno de ellos el objeto central de este trabajo: el cine.

En este estudio, abordaremos el cine comercial de Hollywood durante la Guerra Fría y su herencia en el cine actual. Si tenemos en cuenta el hecho de que este cine fue una especie de ventana hacia el exterior de la sociedad norteamericana, creemos que es imprescindible exponer, aunque sea brevemente, en qué consistió la Guerra Fría y cuáles fueron los objetivos de la política exterior de Estados Unidos durante dicho periodo para mantener el control de los contenidos culturales que difundía en el extranjero.

Más adelante, estudiaremos la repercusión de esa política en los contenidos cinematográficos que Hollywood exportaba, partiendo del análisis de las dinámicas artísticas y literarias de la segunda mitad del siglo XX en Estados Unidos-, y su relación con un modelo ideológico, la doctrina de “el fin de las ideologías”, que responde a las aspiraciones de algunos sectores políticos estadounidenses con motivo de la Guerra Fría y de la política cultural exterior de Estados Unidos.

Extraer las ideas que nos parecen más relevantes sobre la situación artística nos permitirá tener una base para poder determinar más adelante, en el apartado 6, si el cine de Hollywood durante la Guerra Fría estuvo condicionado por esta ideología, al igual que sucedió con el arte y la literatura. La importancia de este análisis reside en que debido a las características de esa ideología, su aplicación en la cultura sirvió para limitar la creación artística y condicionar el imaginario colectivo de la población.

4.1. Gestión cultural: concepto y objetivos. El caso del cine

El significado de Gestión Cultural varía según la concepción de cultura del país en el que nos encontremos. Por ejemplo: en Alemania, el término cultura hace referencia a la diferenciación de un pueblo frente a otros; mientras que, en países de

habla inglesa, no se suele utilizar el término de *cultural management*³, sino el de *arts management*⁴, que hace referencia a la gestión artística (Bernárdez, 2003).

Para entender su significado en los países de habla española, nos ayudarán dos definiciones que creemos reflejan el interés que tienen los objetivos de la Gestión Cultural para este trabajo. En el manual *Herramientas para la gestión cultural pública* editado por el Ministerio de Cultura de Colombia en 2013 (Rojas et al., 2013:10), la Gestión Cultural se define como:

El conjunto de acciones de dirección, coordinación, planificación, evaluación, seguimiento y ejecución destinadas a facilitar, promover, estimular, conservar y difundir las diferentes actividades y manifestaciones culturales en condiciones de libertad y equidad, orientadas a fomentar el ejercicio de derechos, el acceso a oportunidades y el mejoramiento de los estados de bienestar de las personas.

Por otro lado, Ignacio Trujillo Barraquero, en la guía del curso “Cultura y Desarrollo Andalucía/Marruecos” del año 2011 (citado en González y Ben, 2014: s.p), la define como:

El conjunto de estrategias utilizadas para facilitar un adecuado acceso al patrimonio cultural por parte de la sociedad. [...] La gestión cultural ha de redundar necesariamente en el progreso general de la sociedad, teniendo como principios prioritarios el de servir como instrumento fundamental para la distribución social y para el equilibrio territorial.

La Gestión Cultural es una disciplina que, como su propio nombre indica, trata de gestionar recursos (bienes o servicios) de carácter cultural. Las expresiones culturales han de tener un trato especial en su gestión ya que la cultura no solo incluye las distintas expresiones artísticas, sino también la suma de los procesos que describen a una sociedad y que conforman su patrimonio.

Por ello, la administración de la cultura no puede limitarse a su gestión como recurso que reporta valor económico a las organizaciones que la gestionan, sino que además tiene un valor para la sociedad a la que se destina; ha de ir más allá y ha de ser responsable y transmitir valores éticos y respetuosos con la cultura y con la sociedad para poder actuar, de ese modo, en beneficio de ambas.

³ Gestión Cultural

⁴ Gestión de las artes.

El cine es un bien cultural de la industria cinematográfica y, como tal, la Gestión Cultural ha de asegurar su creación y difusión de forma responsable. Para contribuir a estos fines realizaremos un estudio sobre cine en un momento histórico concreto y su herencia en la sociedad actual. Intentaremos determinar si cumplen dos de los objetivos que destacamos principalmente de la Gestión Cultural: que las acciones en las que esté implicado este bien cultural se lleven a cabo en condiciones de libertad y equidad; y que con él, se fomente el progreso de la sociedad en general.

4.2. La Guerra Fría y la política cultural exterior de Estados Unidos

La Guerra Fría es el conflicto que se inició tras el fin de la II Guerra Mundial (1945) debido a las tensiones políticas de dos estados que vencieron en el conflicto: Estados Unidos y la Unión Soviética y que perdurará hasta la disolución de esta última (entre 1985 y 1991). Fue un enfrentamiento de gran magnitud que afectará a todos los niveles -social, político, ideológico y cultural- y que supondrá un cambio importante para la sociedad a partir de la segunda mitad del siglo XX (Gaddis, 2011).

Ambos países (núcleos de los dos bloques en los que se dividió este conflicto) adoptaron vías estratégicas, sin llegar a la agresión directa, para intentar implantar su modelo económico y político en el mundo. Mientras tanto, en 1949, tuvieron lugar tres acontecimientos importantes que marcaron el rumbo del conflicto (Gaddis, 2011):

- La Unión Soviética probó eficazmente su primera bomba nuclear.
- La revolución comunista triunfó en China con Mao Tse-Tung.
- Se inició la guerra de Corea, que enfrentó indirectamente a ambos bloques.

Estos tres hechos provocarán que gran parte de la población norteamericana, entre la que se incluye la clase política, tema por la inestabilidad del sistema capitalista y por la expansión comunista en Estados Unidos. El miedo se extendió en la sociedad y su materialización en la política se conoció como "macartismo"⁵ o "caza de brujas" (Gubbern, 2003).

Esto provocó que se investigaran multitud de sectores norteamericanos con el objetivo de eliminar la infiltración comunista y así frenar al enemigo político de

⁵ Fue una actitud política basada en el anticomunismo cuya idea principal era que las derrotas en el exterior se debían a la infiltración de comunistas en el país, que saboteaban la operación política desde dentro. Esta política se basaba en la extinción de la conspiración comunista interna (Crespo, 2009).

Norteamérica. Uno de los principales blancos de esta investigación fue la industria de Hollywood.

Una de las razones que colocaron la industria de Hollywood en el punto de mira fue el carácter liberal de este sector artístico que, en ocasiones, se relacionaba con el comunismo. Por ello fue objeto de un duro seguimiento y de rigurosas investigaciones a lo largo de todo este periodo. Sin embargo, por otra parte, las grandes productoras también colaboraron eficazmente con el gobierno y le hicieron una buena publicidad de cara al exterior. Muchas de estas empresas, así como sus máximos directores, compartían ideología e intereses con el Gobierno y apoyaron este movimiento con sus producciones anticomunistas, convirtiendo a Hollywood en la principal industria publicitaria del Comité y del sistema capitalista que Estados Unidos pretendía difundir en el mundo (Junco, 2004).

La política anticomunista practicada en el país llegó a radicalizarse hasta el punto de llegar a ser contraproducente para la propia política cultural exterior que el Gobierno de Washington quería llevar a cabo. La propaganda contra un enemigo comunista ya no se consideraba legítima para la paz que se buscaba tras la II Guerra Mundial, aunque solo fuera en apariencia. No obstante, sí era legítimo un nuevo concepto de propaganda que empezó a practicarse; nos referimos a la propaganda cultural.

En el estudio de Niño (2009), se aborda de forma muy detallada en qué consistía ese nuevo concepto de política basada en la propaganda cultural. La política cultural que surge tras la II Guerra Mundial es una nueva forma de hacer política (propagandística) internacional que se basa en exportar la propia cultura para instrumentalizarla en beneficio propio y establecer una comunicación intercultural entre los países. Estamos hablando de una fuente intangible de poder en el exterior. Las creaciones culturales que se exportaban eran, según Niño (2009: 31), “aquellas creaciones que se consideran los frutos más representativos de una sociedad, los que pueden llegar a adquirir la condición de símbolos nacionales” y abarcaban producciones artísticas, intelectuales y productos de la industria cultural. Sin embargo, y en palabras del mismo autor (Niño, 2009: 35), “la propaganda política se consideraba todavía un arma específicamente apropiada para los periodos de hostilidades, pero no para los periodos de paz”. Estas eran las características de la propaganda política:

Del mismo modo, la propaganda cultural podía practicarse en los periodos de paz porque no tenía necesidad de designar un enemigo ni adoptar actitudes hostiles, y por lo tanto permitía influir en la opinión extranjera sin provocar resistencias. El objetivo era conseguir que la opinión extranjera simpatizara con el punto de vista propio, utilizando para ello el prestigio de la lengua y de la cultura nacional en el exterior. Si la propaganda de guerra se hacía en contra de un enemigo y era fundamentalmente agresiva, la propaganda cultural se hacía a favor de uno mismo, era afirmativa y resultaba amable a los demás (Niño, 2009: 35-36).

El mismo autor señala, además, una serie de asuntos que hacen a esta política especialmente beneficiosa para Estados Unidos y que lo sitúan a la cabeza de estos intercambios:

La globalización, la revolución de las comunicaciones, las relaciones transnacionales. [...] que todos estos cambios han redundado en beneficio del poder de los Estados Unidos porque ese país, precisamente, ha sido el núcleo donde se han originado estas transformaciones (2009: 53).

Otros aspectos que señala son, que los asuntos culturales dependían de los mismos órganos de decisión que la política, por ello contaron con respaldo político que les hizo prosperar y que, durante la Guerra Fría, el Gobierno pudo practicar políticas de intervención en las relaciones culturales y en la opinión extranjera, gracias al poder internacional del país y a la extensión de sus industrias de cultura de masas.

Dentro de esta estructura de propaganda cultural, el cine podría ser un medio excelente, sobre todo desde que las *majors* - 20th Century Fox, Metro Goldwyn Mayer, Paramount, RKO y Warner Brothers-, así como otras más pequeñas -Columbia Pictures y Universal Studios-, se hacen con el poder en el mercado internacional desde el inicio del sistema de estudios, entre 1910 y 1920 (Olaskoaga, 2015).

4.3. Doctrina de “el fin de las ideologías” y su influencia en la producción artística y literaria del siglo XX

La doctrina de “el fin de las ideologías” es el modelo de pensamiento, de corte anticomunista, que surge como consecuencia del contexto político de la Guerra Fría, propuesto como prototipo de orden social. Se origina en Estados Unidos y se populariza en la década de los 60. Estados Unidos exporta estas ideas a Occidente gracias a su

posición privilegiada como metrópoli. Carriedo (2005) señala cuáles son las características de esta doctrina:

-Entiende por comunismo cualquier transformación de base social, confundiéndolo, en la mayoría de los casos, con cualquier pensamiento progresista.

- La ideología supone una carga para la sociedad desarrollada y altamente industrializada: la ciencia social es sustituida en funciones por la “tecnología social”. Con el avance de la ciencia para resolver los grandes problemas sociales, la ideología es innecesaria.

-Tanto la ideología como la ciencia social se consideran propias de países comunistas y/o atrasados, carentes de una “tecnología social” para la resolución de sus conflictos.

-Es de carácter conservador, propone modelos de organización cuantitativos planificados, frente a las transformaciones espontáneas (revoluciones o transformaciones sociales), para ejercer el control sobre la población. Se presenta como un modelo objetivo y científico, planificado previamente, para resolver los conflictos sociales.

- Se presenta como un proceso de liberación que las sociedades. Si quieren desarrollarse, deben practicar para suprimir las trabas que supone la ideología, entendiendo por ideología, principalmente, la comunista, las transformaciones de impulso social y las prácticas progresistas.

Por otro lado, según otros autores, podemos señalar que esta doctrina no sigue una metodología científica para su justificación. Además, el verdadero problema que supone la ciencia social para los estadounidenses no es su deficiencia como sistema, sino que representa la identidad de la Unión Soviética, su enemigo ideológico más directo durante la Guerra Fría, para lo que esta doctrina le era de gran utilidad. Las razones en las que nos basamos para estas afirmaciones son las siguientes (Sánchez, 1983):

-Esta doctrina defiende que la sociología es subjetiva e ineficiente para la sociedad desarrollada, lo cual carece de fundamento pues, “las ciencias sociales –como toda ciencia- se caracterizan por su objetividad” (1983: 141).

-A pesar de posicionarse en contra de la ideología, su carácter es ideológico pues responde a intereses y aspiraciones de la clase política, justificadas mediante ideas:

La ideología es a) un conjunto de ideas acerca del mundo y la sociedad que: b) responde a intereses, aspiraciones o ideales de una clase social en un contexto social dado y que: c) guía y justifica un comportamiento práctico de los hombres acorde con esos intereses, aspiraciones o ideales (1983: 145).

-Se considera ideológicamente neutral, pero “ninguna teoría social es absolutamente autónoma respecto a la ideología y por ello no hay ni puede haber ciencia social ideológicamente neutral” (1983: 156).

Por otro lado, añadimos otra razón desde el prisma cultural. Para los productos culturales esta ideología supone la limitación del desarrollo. En el caso del cine, si la producción está condicionada por el poder gubernamental, esta se limitaría a una serie de contenidos que compartirían los intereses de la política del gobierno. De ese modo, el cine resultante sería un producto de la política y no un producto artístico, fruto del desarrollo y de la evolución de su propia cultura y de su historia.

Teniendo en cuenta todo ello, creemos que el gestor cultural que implementa un proyecto relacionado con este tipo de cine no puede ignorar ni estar ajeno a todas las implicaciones que pueden llegar a tener estas manifestaciones culturales; ha de conocer cuál es la doctrina que transmite y los valores que defiende y ha de tenerlos en cuenta a la hora de diseñar sus proyectos. Entendemos que la gestión cultural es una disciplina cuyas acciones están encaminadas a contribuir al progreso de la sociedad en general mediante y gracias a la cultura.

Por ello, la distribución de ciertas expresiones artísticas que implícitamente divulguen esta ideología, serían contraproducentes para los objetivos que la Gestión Cultural pretende alcanzar con la difusión de la cultura, pues dicha ideología implica la aculturación de manera impuesta por motivos políticos. Por ello deberían tener un trato más profundo en su distribución que implique, además, la culturización y educación del público y le facilite el conocimiento necesario para interpretar las razones que llevan a producir ese tipo de cine y su transcendencia en la Historia del cine hasta la actualidad.

De ese modo, la difusión adecuada de este tipo de contenidos contribuiría a ampliar los conocimientos de la población, al tiempo que cumpliría uno de los objetivos de la

Gestión Cultural, esto es, salvaguardar la cultura en condiciones de equidad y libertad. A continuación, lo explicaremos detalladamente.

Estados Unidos, tras la guerra, se había convertido en la metrópoli cultural, económica y política. Esta metrópoli había proporcionado programas de recuperación a la mayoría de los países europeos tras la destrucción causada por la II Guerra Mundial. La aceptación de estos programas implicaba también la aceptación de un sistema político, económico e ideológico y, por supuesto, la asunción de la cultura estadounidense. La difusión de las expresiones artísticas surgidas de las ideas de “el fin de las ideologías” contribuyó a consolidar este proceso de aculturación. Por tanto, el papel de estas expresiones artísticas era fundamentalmente el de apoyar y difundir los objetivos políticos de Estados Unidos en el extranjero, objetivos que no eran aceptados libremente, sino como parte de la alianza negociada con este país durante la Guerra Fría.

Por otro lado, Estados Unidos se alzó como ejemplo único e ideal de cultura e impuso su propia cultura frente al resto de culturas existentes en el mundo. Como ya hemos señalado anteriormente, desde la Gestión Cultural se fomenta el respeto y la diversidad, para que todas las culturas tengan la posibilidad de desarrollarse de forma equitativa en todas sus expresiones a través de la tolerancia. Sin embargo, los principios de la doctrina de “el fin de las ideologías” no responden realmente a una búsqueda de la mejora, del desarrollo y del progreso de las sociedades, sino a la discriminación de las culturas existentes en otros países y a la exaltación del modelo cultural estadounidense.

Por lo que se refiere a la producción artística tras la II Guerra Mundial, las principales escuelas artísticas se encontraban en Estados Unidos, que era la primera potencia mundial y el país donde muchos artistas europeos se habían refugiado. Los movimientos que surgieron aquí tenían como característica común que pretendían romper con todo lo anterior y eliminar los mensajes figurativos en las obras. Estos movimientos artísticos eran predominantemente estéticos, su epicentro residía en la belleza del arte y se desprendían de las posibles concepciones figurativas y de mensajes que los relacionaran con la cotidianidad de la sociedad. Retomaban la concepción de “el arte por el arte” y, aunque las temáticas eran variadas, rechazaban el compromiso y la relación con la clase trabajadora pues buscaban la especialización del artista.

En las artes plásticas, encontramos movimientos como el Expresionismo abstracto, el arte conceptual, el Posmodernismo, el Tardomodernismo y la Arquitectura

Tecnológica. La literatura se convierte en una reacción opuesta a la literatura comprometida, de corte izquierdista; algunos ejemplos de esta literatura comprometida serían el realismo socialista soviético, el realismo crítico en Europa o el modernismo, el indigenismo y la poesía negra de Latinoamérica.

La prueba oficial de la relación de la doctrina de “el fin de las ideologías” con estos movimientos artísticos, la encontramos en el Congreso por la Libertad Cultural. La primera aparición pública de la doctrina de “el fin de las ideologías” fue en un congreso de Milán, en 1955, en el que se introdujo el mensaje de esta ideología en un manifiesto, llamado “Manifiesto por la libertad”. Este congreso, conocido como Congreso por la Libertad Cultural, el cual estaba orquestado por la CIA, creó y organizó numerosas actividades artísticas, no comprometidas, de propaganda en Europa y Estados Unidos (entre otros), durante la Guerra Fría, que servían de trampolín para la ideología de “el fin de las ideologías” hacia el mundo (Stonor, 2001).

Para el propósito del Congreso, la CIA creó una coalición cultural de grupos privados, como la Fundación Kaplan o Radio Europa Libre, “volcadas a socorrer diversos eventos artísticos instituciones de investigación, universidades, publicaciones, etc.” (Bozza, 2009: 5). Además, cabe señalar el papel de la Fundación Rockefeller, pues “su incidencia en el MoMA⁶ hizo de este museo un activo propulsor de exposiciones que celebraban el “arte libre” como antítesis de las corrientes figurativas y realistas identificadas con las sociedades totalitarias” (Bozza, 2009: 5-6)

También el Congreso creó revistas y fundaciones culturales en varios países. En Francia fue *Preuves*, en Italia *Tempo Presente* y la Asociación Italiana por la Libertad Cultural, y en Inglaterra la Sociedad Británica por la Libertad Cultural (con el poeta T.S. Eliot y la BBC), la revista *Twentieth Century* y la *Encounter* (Bozza, 2009).

Estos fueron algunos de los movimientos artístico-plásticos y literarios que el Congreso respaldó y que sirvieron de apoyo a la política cultural exterior de Estados Unidos para contener los movimientos comunistas, culturales y artísticos, que se extendían desde Europa Oriental hacia Europa Occidental.

⁶ Museo de Arte Moderno de Nueva York.

5. Hollywood durante la Guerra Fría (1945-1991): productoras y organismos gubernamentales de control

La historia de Hollywood puede dividirse en cuatro etapas: la que comprende el cine mudo, el cine clásico, el nuevo Hollywood y el periodo contemporáneo -desde 1980-. En este epígrafe, pretendemos describir brevemente las características de las grandes productoras que conformaron Hollywood durante la Guerra Fría⁷ y exponer quiénes estaban al mando de estas. Una vez enumeradas y descritas brevemente dichas características, intentaremos definir las relaciones entre la élite política e intelectual, a través de ciertos órganos del gobierno, fieles a la doctrina de “el fin de las ideologías”, y el contexto en el que se desarrolla el cine.

5.1. Las productoras de Hollywood

Hollywood estaba integrado básicamente por cinco *majors* –Metro Goldwyn Mayer, Estudios Paramount, Twentieth Century Fox, Warner Brothers y RKO- y por tres *miniors* –Columbia Pictures, Universal Studios y United Artists-, que tenían un tamaño empresarial más reducido que las primeras. También existieron otras compañías que pertenecían a personalidades relevantes del momento, con poder e influencia en Hollywood. Es el caso de Walt Disney Productions (denominada desde 1986 The Walt Disney Company) y de C.V. Whitney Pinture Inc. En este apartado, nos será de gran utilidad el estudio de Coursodon y Tavernier (2006).

Metro Goldwyn Mayer (MGM): su lema es “Ars Gratia Artis”, que significa “el arte por el arte”. Es la productora fundada por Louis B. Mayer en 1924. Tenía un fuerte carácter conservador y era el estudio más tradicional y el más respetuoso con los tabúes y las prohibiciones impuestas por el código de producción. Durante un periodo de bajos ingresos, en 1951, Louis B Mayer fue sustituido por Dare Schary.

La productora triunfó en la comedia musical, entre 1939 y 1960, en la que se exaltaban los valores norteamericanos y en algunos casos, sus producciones eran seleccionadas para hacer propaganda en Europa. Como obras más destacadas, podemos señalar: *Lo que el viento se llevó* (1939), *Cantando bajo la lluvia* (1952), *El Mago de Oz* (1939) y *Ben-Hur* (1959).

⁷ Suceso que comprende un periodo temporal que abarca casi las tres últimas etapas de la historia de Hollywood.

-Estudios Paramount. Fue fundada en 1912 y se caracterizó por la elegancia y la sofisticación de sus producciones. Esta productora se diferenció de las demás porque daba a sus directores una gran libertad para crear. Fue el caso de Cecil B. de Mille, que gozó de total libertad para dirigir sus películas. De sus 70 películas, 64 proceden de los estudios de Paramount. Como veremos, esta productora colaboró, a través de Cecil B. de Mille y otros trabajadores, con C.D. Jackson (consejero de Eisenhower y experto en la guerra psicológica) y con otras organizaciones del Gobierno.

Entre los títulos de la productora, podemos destacar *Cleopatra* (1934), *Por quién doblan las campanas* (1943), *El crepúsculo de los dioses* (1950), *Psicosis* (1960), *Desayuno con diamantes* (1961) y *El padrino* (1972, 1974 y 1990).

-Warner Brothers. Fue fundada en 1923 por Albert Warner, Henry Warner, Sam Warner y Jack Warner. Es el estudio de producción más popular y sus dos géneros dominantes son los *blacktages* –narraciones de musicales, hechas en propio musical- y el cine de crímenes –cine de gangsters, de detectives, cine carcelario y de denuncia-.

Entre sus producciones, podemos destacar *Rebelde sin causa* (1955), *Al Este del Edén* (1955), *Camelot* (1967), *La naranja mecánica* (1971), *Harry el sucio* (1971), *El coloso en llamas*⁸ (1974) o *El resplandor* (1980).

-Twentieth Century-Fox. Nace de la unión de dos productoras anteriores –Fox Films y 20th Century Pictures- en 1935 cuando M. Schenk y Darryl F. Zanuk la fundan.

La mayor pasión de este estudio era transmitir la historia de Norteamérica pero, al contrario que Warner, que transmitía historias más reales de Estados Unidos, la Fox se decantó por idealizar estos contenidos, confiriéndoles un toque nostálgico. Entre sus realizadores, encontramos a la mayor parte de los veteranos conservadores, fieles a los valores tradicionales de la historia del país, con sus héroes y sus mitos.

-Radio-Keith-Orpheum (RKO). Fue creada en 1928 por David Sornoff y Joseph P. Kennedy (padre del ex presidente J. F. Kennedy) y desapareció en 1955. Destacó por sus producciones musicales, con estrellas como Ginger Rogers y Fred Astaire. Hasta su desaparición, se encargó también de la distribución comercial de las películas de Walt Disney, *Bambi* (1942), *Dumbo* (1941), *Cenicienta* (1950), etc.

⁸ En este caso sólo se ocupó de su distribución internacional.

Entre sus producciones destacan *King Kong* (1933) y *Ciudadano Kane* (1941). Como veremos más adelante, fue una de las productoras más involucradas con la política del Gobierno.

-Columbia Pictures. Fue fundada por Harry Cahn y Joe Brant en 1919 como C. B. C. Film Sales. En 1924, pasó a llamarse Columbia Pictures.

Destacamos de su listado de producciones: *Todos los hombres del rey* (1949), *Lawrence de Arabia* (1962), *Sucedió una noche* (1934) y *De aquí a la eternidad* (1953).

-Universal Studios. Fue es fundada, en 1912, por Carl Laemmle, Pat Powers y Jules Brulatar.

A partir de 1940, tuvo un periodo de bonanza comercial y, 5 años más tarde, comenzaron sus producciones de calidad tras haberse fusionado con International Pictures. Realizó películas de aventuras exóticas, pequeños musicales y continuó con el género de terror.

Entre las películas más destacadas, subrayaremos *Drácula* (1931), *El golpe* (1973), *Los pájaros* (1963) y *E.T. el extraterrestre* (1982).

-United Artists. Fue creada en 1919 por cuatro artistas de Hollywood: Charles Chaplin, Douglas Fairbanks, Mary Pickfords y David Wark Griffith. Fue la única *major* creada por artistas y no por empresarios con el fin de no depender de los mismos y de poder gozar de una cierta libertad creativa. Durante décadas, fue la principal distribuidora de cine independiente de Hollywood. Su independencia terminó cuando fue adquirida por la Metro Goldwyn Mayer (MGM).

Entre las películas más famosas, encontramos *Tiempos Modernos* (1936), *El gran dictador* (1940), *Candilejas* (1952) o *Con faldas y a lo loco* (1959).

-Walt Disney Productions. Fue fundada en 1923 por Walt Disney y Roy O. Disney. La famosa compañía dedicó su producción al género de animación y de dibujos animados. Su primer éxito de taquilla fue *Blancanieves y los siete enanitos* (1939).

La interminable lista de sus producciones fantásticas recoge títulos como *Pinocho* (1940), *Dumbo* (1941), *Bambi* (1942), *La Cenicienta* (1950), *La bella durmiente* (1959) o *Mary Poppins* (1954).

Esta *major* colaboró con el Motion Picture Service (organismo que explicaremos en el siguiente subapartado) en la “campana de propaganda de Estados Unidos, insertando en sus guiones y realizaciones las ideas correctas con la sutileza debida” (Crespo, 2009: 176). Además, este organismo incluyó, entre sus listas de largometrajes idóneos para las campañas de propaganda en Europa, algunas producciones Disney como *Peter Pan* y *Alicia en el País de las Maravillas*.

-C.V. Whitney Picture Inc. Fue creada en 1954 por Cornelius V. Whitney. Su idea era rodar una serie de producciones cuyo tema central fuera Norteamérica con el fin de que el resto del mundo la conociera mejor. La primera película de esta serie fue *Centauros del desierto* (1956), dirigida por John Ford.

5.2. Organismos gubernamentales de control

Una vez enumeradas y descritas brevemente las productoras más relevantes de Hollywood, estudiaremos no sólo cuáles eran los organismos de control de contenidos que se establecieron en la industria cinematográfica, sino también qué tipo de control ejercían y qué relaciones mantenían con dichas productoras.

-El Comité de Actividades Antinorteamericanas. Fue uno de los comités de la Cámara de Representantes del Gobierno de Estados Unidos dedicado a investigar la ideología y la infiltración comunista en el sistema estadounidense. Durante la Guerra Fría, tuvo dos momentos álgidos en Hollywood.

El primero comenzó en 1947, cuando el presidente de dicho comité, el parlamentario J. Parnell Thomas, se dedicó a investigar la posible presencia del Partido Comunista en Hollywood (Hueso, 1998). En aquel momento, la actividad del Comité consistió en intentar determinar cuál era la ideología de las diferentes personalidades del cine. Muchos cineastas fueron sometidos a duros interrogatorios y a juicios legales con el fin de que admitieran su culpabilidad y/o delataran a otros colegas de la industria, con las consiguientes represalias legales (Gubern, 2003).

Esta situación generó, en la industria cinematográfica, un estado de inquietud y de miedo y ello hizo que las empresas más representativas de Hollywood se sumaran al movimiento anticomunista –en algunos casos, por temor y, en otros, porque compartían sus principios–, dando lugar a numerosas producciones con temática anticomunista (Junco, 2004).

El Comité llevó a cabo una censura feroz, llegando a decidir qué películas estaban permitidas y qué películas no lo estaban. Para este organismo, una película era considerada comunista si criticaba a personas ricas, a algún miembro del Comité o si, simplemente, mostraba a un soldado desengañado de sus principios bélicos (Gubern, 2003).

Entre las personalidades que colaboraron con el Comité, destacaremos a Adolphe Menjou, actor que trabajó para RKO, Paramount Pictures, United Artists y MGM, y que se consideraba a sí mismo un gran estudioso del comunismo. En un interrogatorio que le hizo el presidente Richard Nixon, llegó a afirmar que eran comunistas todas las personas con ideas no americanas. Y por otro lado, destacaremos a Lela E. Rogers, madre y administradora de Ginger Rogers –actriz y cantante que trabajó con Paramount Pictures, Warner Brothers y estrella del musical en RKO-, que fue considerada por el Comité como una de las personalidades con más autoridad sobre comunismo en los Estados Unidos (Gubern, 2003).

El segundo momento importante del Comité en Hollywood se inició entre 1951 y 1952, cuando John S. Wood presidía dicho organismo. Fue entonces cuando se elaboraron las llamadas “listas negras”, con los nombres de las personalidades relacionadas con el comunismo (Hueso, 1998). Dentro de esta etapa, se pueden distinguir dos fechas importantes: la primera, en 1951, cuando se recogen en las listas un total de 324 nombres –a quienes no se les admitiría en Hollywood sin la depuración de un “Clearing Office”⁹ - (Gubern, 2003); y la segunda, en 1956, cuando la lista contenía el nombre de 214, la mitad de ellas guionistas, a quienes se les expulsó de Hollywood (Sánchez, 2001).

-La Corte de Apelaciones del Distrito de Columbia. En este caso, no se trataba de una organización sino del ejercicio del poder judicial sobre el producto cinematográfico. La Corte dictó una sentencia, en 1949, en la que reconocía la importancia del cine por su capacidad de influir y condicionar el imaginario colectivo. Debido a este poder de alterar la opinión pública de millones de personas, esta sentencia pretendía que las cuestiones relacionadas con la industria cinematográfica quedaran bajo

⁹ Cuerpo encargado de readmitir a los profesionales de Hollywood nombrados en las listas negras, tras haber sido acusados de comunistas, y expulsados de la industria. Normalmente se readmitían a personas que habían cumplido una pena y/o habían demostrado su anticomunismo y colaboración con el Gobierno acusando a otros profesionales para incluir en las listas.

el control del poder judicial (Hueso, 1998), respaldando así al Gobierno en el control de los contenidos cinematográficos.

-Motion Picture Alliance of Preservation of American Ideals (MPAPAI). Es la organización que nació en 1944 (Crespo, 2009) como resultado de la unión de diferentes personalidades pertenecientes a la industria cinematográfica que desearon mostrar su apoyo al Comité y su afinidad con los ideales del gobierno estadounidense.

Fue fundada por los directores Leo McCarey, Sam Wood y el actor Ward Bond. Señalamos a continuación algunas de las famosas producciones de las que fueron responsables.

Leo McCarey –*Sopa de ganso* (1933), *Siguiendo mi camino* (1944), *Mi hijo John* (1952), dedicada a McCarty-

Sam Wood –trabajó para RKO, *Por quién doblan las campanas* (1943), *Espejismo de amor* (1940), *Lo que el viento se llevó* (1939)-

Ward Bond –trabajó para John Ford en 24 películas como extra, *Centauros del desierto* (1956), *El hombre tranquilo* (1952)-.

En la vicepresidencia destacamos a las siguientes personalidades:

Walt Disney –Walt Disney Productions-.

Cedric Gibbons –MGM, cofundador de la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas-.

Norman Taurog –*Amor en Hawái* (1961), *Pista de carreras* (1968), *Doble problema* (1967)-.

Entre sus filas también se encontraban:

Gary Cooper –MGM, Estudios Paramount y su propia productora: Internacional Pictures Inc., *Flor del desierto* (1926), *Adiós a las armas* (1932), *Por quién doblan las campanas* (1943), *El orgullo de los Yankis* (1942), *Solo ante el peligro* (1952)-.

John Wayne –*La legión invencible* (1949), *Fort Apache* (1948), *La diligencia* (1939)-.

Robert Taylor –MGM, *Los caballeros del rey Arturo* (1954), *La puerta del diablo* (1950), *Hijo de Rusia* (1944).

Como podemos comprobar, se trata, en todos los casos de películas, directores y actores muy conocidos y de fama mundial.

-Gobierno Federal. El control del gobierno federal sobre la producción cinematográfica se ejerció de dos formas: por un lado, fomentando el trabajo de las productoras que transmitían el “american way of live”¹⁰ y sus valores del mundo libre y, por otro, a través de oficinas y de un cuerpo normativo, que regulaban la producción cinematográfica. Crespo (2009: 170) señala cuáles eran esas oficinas y también nos describe su función:

1. Oficina de Información al Público (*Office of Public Information*) del Departamento de Defensa [...]se circunscribía a la reorganización que se produjo entre 1947 y 1949 de los distintos Departamentos militares, unificados ahora bajo el Departamento de Defensa. Entre las atribuciones de esa oficina estarían todas aquellas relacionadas con la colaboración, reproducción y distribución de películas [...] su director, Clayton Fritchey informaba a los secretarios de los departamentos militares de los aspectos y procedimientos a realizar para la cooperación o colaboración en la producción de películas comerciales de cine o televisión.
2. Pictorial Branch, dependiente de la Oficina de Información al Público. Sus funciones son “el establecimiento, diseño, y puesta en práctica de las políticas y programas sobre información gráfica del Departamento de Defensa”. Esto incluía la elaboración del reglamento para la cooperación de Departamento de Defensa con producciones cinematográficas [...] y la vigilancia de su cumplimiento.

Entre 1949 y 1969, el Departamento de Defensa colaboró con aproximadamente 240 películas, pertenecientes a diferentes géneros, que se distribuyeron en el Bloque Occidental y entre los países no alineados (países que se autodeclararon neutrales durante la Guerra Fría) (Crespo, 2009).

-Militant Liberty. Fue un programa secreto llevado a cabo por el Pentágono, la Marina, el Consejo de Seguridad Nacional y el Consejo de Coordinación de

¹⁰ “*American way of life* es [...] lo que liga al cine con el Plan Marshall. La percepción universal era que los estadounidenses disfrutaban de un altísimo nivel de vida, especialmente en comparación con la destrucción material y moral en la que se vivía en prácticamente el resto del mundo tras la Segunda Guerra Mundial. [...] se toma como sinónimo de consumismo y prosperidad material”. (Crespo, 2009: 284)

Operaciones. Las reuniones tenían lugar en la sede de la productora MGM, en el despacho de John Ford y en la casa de John Wayne, que fue considerado el actor ideal del programa por representar fielmente todos los valores de la americanidad. En dichas reuniones, se discutían los contenidos de las producciones cinematográficas con el fin de introducir, en los guiones, narraciones que incluyeran, como temas fundamentales, la libertad y los procesos de liberación. El empresario Cornelius V. Whitney se unió al programa y fundó su productora C.V. Whitney Inc. (Stonor, 2001).

-Motion Picture Service. Era prácticamente una productora, con una red de distribución repartida entre 135 puestos que el Servicio de Información de Estados Unidos tenía en el extranjero. Dicha productora se encargó de elaborar el listado con las películas que consideraba aptas para la exhibición en Europa, excluyendo a todas aquellas que consideraba que no apoyaban la política exterior norteamericana.

También “establecía la participación estadounidense en los festivales de cine en el extranjero [...] e hizo todo lo posible para excluir a productores y películas americanos que no apoyasen la política exterior americana [...] para que no se presentasen en los festivales internacionales” (Stonor, 2001: 403)

Algunos de los profesionales del cine que participaron en dicho proyecto fueron, entre otros, Cecil B. de Mille o el director y productor George Stevens.

Cecil B. de Mille, autor de *Los diez mandamientos* (1956), *Sansón y Dalila* (1949), *Rey de reyes* (1927), *El mayor espectáculo del mundo* (1952), fue nombrado consejero especial de cine de la Motion Picture Service, en 1953.

El director profundizó en los estudios sobre incursión del discurso propagandístico en las películas que “promovían los objetivos que los Estados Unidos están interesados en conseguir (Stonor, 2001: 403)”. Propuso la idea de la sutileza de introducir el mensaje propagandístico en el guión narrativo de las películas “normales”. Esta idea convenció al secretario de Eisenhower, C. D. Jackson, y le ayudó a conseguir el puesto que ocupó en esta agencia.

Además, contrataba a los directores y productores para asignarles estas películas, que en la MPS pensaba que eran las mejores para influir en el público. También “asesoraba a organismos secretos como, por ejemplo, al Consejo de Coordinación de Operaciones sobre las películas adecuadas para su distribución internacional” (Stonor,

2001: 402). Algunas de estas películas eran *Peter Pan* (1953), *Música y lágrimas* (1953), *Vacaciones en Roma* (1953), *Mujercitas* (1949) y *Alicia en el País de las Maravillas* (1951).

George Stevens, productor de numerosas cintas y director de *La historia más grande jamás contada* (1965), *Raíces profundas* (1953) o de *El diario de Ana Frank* (1959), también tuvo relación con este organismo. Era el director de la Motion Picture Service y “ejercía funciones de control y supervisión sobre películas de Hollywood” (Crespo, 2009: 176).

-Agencia Central de Inteligencia (CIA): la Agencia había manifestado no tener ninguna intención de influir ni de ejercer ningún control sobre la actividad y la producción de Hollywood durante la Guerra Fría, pero no fue así. Carleton Alsop fue un agente infiltrado de la Agencia que, después de haber trabajado en la MGM durante los años 30 como productor, se trasladó a los Estudios Paramount. Trabajar en ambas productoras le sirvió para que, en torno a 1950, hiciera (Stonor 2001: 404):

Informes cinematográficos regulares para la CIA y para el Consejo de Estrategia Psicológica. Estos informes se realizaban con una doble intención: en primer lugar, controlar a los comunistas y a los compañeros de viaje, en Hollywood [...] encabezaba un grupo encubierto encargado de introducir temas específicos en las películas de Hollywood.

Carlerton Alsop llevó a cabo la censura de representaciones anticlericales y de la sordidez americana en los guiones y su eliminación de forma constante. También hizo que se introdujera, en los guiones, una imagen fresca, positiva y sólida de la sociedad norteamericana. Un ejemplo de ello fue el guión basado en la novela *Gigante*, que, gracias a Alsop, no vio la luz en la Paramount, por tratar: “1. Un retrato nada halagüeño de los (tejanos), ricos, zafios, despiadados. 2. Discriminación racial de los mexicanos en Texas. 3. Deja translucir que la riqueza de los anglotexanos se debe a la explotación de la mano de obra mexicana” (Stonor, 2001: 408). Finalmente, sí lo hizo en la productora Warner Brothers en 1956.

6. La doctrina de “el fin de las ideologías en el cine comercial y en el arte y la literatura durante la Guerra Fría. Estudio comparativo

En este apartado, abordaremos diferentes cuestiones que nos parecen relevantes para el desarrollo de nuestro trabajo. En primer lugar, estudiaremos los géneros comerciales más difundidos y de mayor éxito comercial durante la Guerra Fría en Estados Unidos. Intentaremos no sólo identificar cuáles son las características y los contenidos de los diferentes géneros sino también, y sobre todo, comprobar si las ideas de la doctrina que hemos ido definiendo a lo largo del presente trabajo están presentes en ellos y de qué modo lo están.

Para comprobarlo, una vez expuestos los géneros, llevaremos a cabo un análisis comparativo entre la literatura y el arte plástico influenciado por dicha doctrina y el cine comercial, a fin de resaltar similitudes en las características y los objetivos de ambos.

En segundo lugar, esta primera aproximación nos permitirá, en una segunda etapa –en el epígrafe siguiente- intentar determinar cuáles de estos géneros, que siguen manteniendo el ideario de la “doctrina del el fin de las ideologías”, siguen teniendo éxito en la actualidad y cuáles son las productoras que los producen y distribuyen. Le dedicaremos una atención especial al caso de España.

6.1. Géneros comerciales de las grandes productoras durante la Guerra Fría

Cine negro

El cine negro es un género cinematográfico dedicado a las películas de gánsters. A raíz de la II Guerra Mundial, adopta un nuevo estilo, más decadente y profundo. Esta nueva etapa la inicia *El halcón Maltés* (1941) de J. Huston, y tiene sus últimas producciones de calidad a inicios de 1950, con la película *Sed de Mal* (1951) de Orson Welles.

Este género fue muy perseguido durante la Caza de Brujas, a comienzos de 1950, y este hecho acabó con la carrera de numerosos guionistas, actores y directores cuyas producciones eran de corte social. El cine negro se vio especialmente afectado ya que ofrecía una visión más cruda y realista de la sociedad norteamericana y esto no le interesaba al gobierno. Se trataba de la imagen que proyectaba al exterior durante la Guerra Fría, en un momento en el que la nación estaba librando importantes batallas fuera de sus fronteras.

Algunas de las características más importantes del género eran las siguientes:

- Tramas oscuras
- Visión pesimista de la sociedad
- Personajes principales solitarios, realistas –sin idealizar-, corrompidos por la sociedad, etc.

La persecución de que fueron objeto sus creadores y productores, empobreció el género y la calidad de sus producciones. El género se mantuvo en los años posteriores pero con modificaciones. A partir de ese momento, se trataba de películas que transmitían una visión renovada, más idealizada y fresca de la sociedad y de la realidad del momento, y cuyas tramas se narraban desde el punto de vista de la justicia.

Entre estas últimas, podemos destacar *La ciudad desnuda* (1948) o *Pánico en las calles* (1950). Son películas donde aparecen bien diferenciados los personajes corruptos de los personajes que ocupan una posición heroica ya que representan el triunfo de los buenos. Los personajes que tienen un rol positivo suelen formar parte de uno de los cuerpos del gobierno: policías, militares, jueces, abogados.

Las productoras que desarrollaron el género dentro de esta nueva concepción fueron la *Warner Brothers* y sobre todo, la *Paramount Pictures*.

Musical

Es el género predilecto de las productoras RKO y MGM. Parte de la trama de sus películas se narra a través de canciones con coreografías. Entre sus actores más famosos, están Fred Astaire -pareja de reparto de Ginger Rogers-, Betty Grable, Frank Sinatra o Carmen Miranda. La mayoría de los artistas que trabajaron para el productor Arthur Freed, en la MGM, se convirtieron en estrellas del género durante la *Caza de Brujas*, ya que se trataba de una productora que seguía fielmente los principios del Comité.

Desde 1940, con ocasión de la II Guerra Mundial, los musicales adquirieron un tono aún más militante y se convirtieron en una manifestación patriótica con tono de exaltación. En los años 50, se renovó la temática y los ambientes del género y la coreografía adquirió mayor importancia, dando lugar a títulos como *Cantando bajo la lluvia* (1952), *Un americano en París* (1951) o *La bella de Moscú* (1957). Entre los

años 60 y 70 encontramos filmes como *Mary Poppins* (1964), *El violinista en el tejado* (1971) o *West side story* (1961). Con los ochenta, comenzó la decadencia del género.

Western

Es el género en el que se narran las disputas territoriales, legales o justicieras entre los norteamericanos y los indios o de los norteamericanos entre sí. Su estética viene determinada por las características del territorio en el que tiene lugar la acción, habitualmente en algún lugar fronterizo entre el Oeste del Mississippi y Norte del Río Grande, ubicación que representa una frontera psicológica para la sociedad estadounidense. Por este motivo, es el género más característico de Estados Unidos y el que mejor representa la exaltación de su pasado.

Durante la Guerra Fría, debido a la tensión que se vivía entre la mayor parte de la población, se puso de moda el western psicológico. En este periodo se realizan los títulos más importantes: *Fort Apache* (1948), *Río Rojo* (1948), *Solo ante el peligro* (1952), *Raíces profundas* (1953) o *Centauros del desierto* (1956).

Durante la década de los sesenta, el género empieza a experimentar una decadencia de sus valores canónicos, pero aún así sobresalen algunas cintas: *El hombre que mató a Liberty Balance* (1962) y *El gran combate* (1964).

Entre las personalidades que desarrollaron este género destacan el director Fred Zinnemann, John Ford, Gary Cooper, John Wayne y Howard Hawks. Por otro lado, las productoras que se dedicaron a la producción de este género fueron, mayoritariamente, MGM, Paramount Pictures, Warner Brothers, C.V. Whitney Picture Inc. y Twentieth Century Fox.

Cine de ciencia ficción

La ciencia ficción hizo su aparición en Hollywood en la década de los 50 como medio de propaganda. Fue un género que se utilizó en el cine para hacer crítica social y política y para describir y mostrar -o incluso denunciar-, mediante escenarios imaginarios, determinados aspectos de la sociedad que, de otro modo, no habría sido posible. Si, en un primer momento, la ciencia ficción dio como frutos algunas producciones de bajo presupuesto (películas de serie B), con la llegada a Hollywood, el género adquirió mucho más peso y dio lugar a realización de gran envergadura.

Destacan obras como *2001: Odisea en el espacio* (1968), *Ultimátum a la Tierra* (1951), *Con destino a la Luna* (1950), *La guerra de los mundos* (1953) o *Planeta Prohibido* (1956). Las productoras que desarrollaron más este género fueron la Twentieth Century Fox y la MGM.

Una vez descritas las características de los diferentes géneros, creemos que, para poder llevar a cabo el análisis comparativo entre los movimientos artísticos y literarios, condicionados por la doctrina de “el fin de las ideologías”, y el cine comercial que le fue contemporáneo, creemos que es importante señalar algunas de las características que comparten estos géneros y que caracterizan el cine comercial.

Partiendo de la base de que las producciones comerciales son inversiones empresariales, sus contenidos ideológicos y políticos están controlados por las organizaciones que las financian. Entre ellas, están las productoras y el gobierno a través de alguno de los organismos que hemos mencionado en epígrafes anteriores.

Somos conscientes de que la temática variará según el género pero, independientemente de la temática y del género, en estas películas siempre habrá un espacio importante para la exaltación de los valores americanos -la libertad, el patriotismo, el éxito personal de quienes cumplen los estereotipos norteamericanos, la familia, etc.-, para la defensa de los sistemas judiciales y militares y para la difusión de la ideología anticomunista donde el desinterés por los asuntos sociales será más que evidente. De este modo, en casi todos los casos, se tratará de tramas superficiales donde el éxito de la cinta dependerá únicamente de la acción y de la estética de la misma. Aunque en estas producciones no había cabida para los asuntos sociales, no mostraban abiertamente este rechazo y así evitarían el descontento de algunos sectores del público y resultarían atractivas a todo tipo de público.

Ejemplo de ello lo encontramos en *The Bob Mathias Story* (1954) (Geoffrey Shurlock, citado en Stonor, 2001: 403):

Un retrato casi perfecto de los mejores aspectos de la vida americana –un muchacho en un pueblecito, con su familia, su novia, su carrera, apasionado por el deporte- todo ello encaminado a su doble triunfo como uno de los mejores atletas en la historia de los Juegos Olímpicos.

Por otro lado, no se muestra una visión negativa de los personajes norteamericanos, menos aún si son los protagonistas. Recordemos que, desde el gobierno (por ejemplo Cecil B de Mille o Alsop) y desde los directivos de las propias productoras (por ejemplo Walt Disney), se llevaba a cabo una meticulosa censura de aquellos guiones que pudieran presentar una imagen negativa de la sociedad estadounidense. Pero también era un pensamiento generalizado en la industria, como expresa muy bien la opinión del que fue presidente de la Asociación Cinematográfica de Estados Unidos y miembro de la reunión que elaboró las listas negras de Hollywood, Eric Johnston: “no habrá más Uvas de la ira, no más La ruta del tabaco. No habrá más películas que muestren el aspecto más sórdido de la vida americana” (Stonor, 2001: 407)

Muy al contrario, se introducía la imagen de una sociedad ideal y evolucionada, en la que no faltaba el espacio para la libertad, asunto con el que ideológicamente se sentían muy identificados (como hemos visto por ejemplo en la *Militant Liberty* encargada de introducir este asunto en las películas).

Para conseguir ensalzar las virtudes de los Estados Unidos frente a sus contrarios políticos, se tipifican los personajes, las tramas y los escenarios. Los personajes norteamericanos son agradables, atractivos e incluso heroicos y suelen tener unos objetivos comunes, como el éxito empresarial y familiar y la búsqueda de la liberación en algún aspecto de su vida. Además, se trata de aspiraciones personales con las que el público suele sentirse identificado. Su antítesis las encontramos en los personajes que desempeñan un papel de enemigo o de antagonista, con mala imagen y que suelen representar personajes de la Europa Occidental o norteamericanos que han rechazado los valores estadounidenses.

Estas características de los personajes antagonistas se van haciendo cada vez más sutiles por varias razones:

La primera razón era que las películas que inculcaban el miedo al comunismo solo tenían eficacia entre el público estadounidense ya que, en Europa, la diversidad política estaba aceptada y los movimientos ideológicos de izquierdas estaban muy arraigados entre la población, por lo tanto el público se mostraba más cerrado a asumir ese tipo de propaganda. Este aspecto se hizo notar y los directivos de Hollywood se percataron de que “mucho mejor funcionaban los dibujos animados de Disney, y las

películas optimistas como *Vacaciones en Roma* y *el Mago de Oz*. Pero no todos los europeos se dejaron seducir por estos paraísos de ficción” (Stonor 2001: 401).

La segunda razón fue que la producción anticomunista, que se venía produciendo desde la II Guerra Mundial, fue perdiendo calidad, y los argumentos y las narraciones se repetían constantemente, dando lugar a un cine de baja calidad, que cada vez tenía menos atractivo para el público, por lo que el objetivo de transmitir la ideología del gobierno se hacía más y más difícil.

Y, por último, el carácter comercial del cine le hacía entendible y consumible por la gran mayoría del público. Su finalidad era entretener, por ello sus mensajes no eran complejos y resultaba atractivo. Por estas características era consumido de forma masiva, que era lo idóneo para influir a mayor cantidad de población y transmitir la ideología deseada de forma latente en sus producciones.

6.2. Análisis comparativo. La doctrina de “el fin de las ideologías” en las expresiones artísticas y literarias y en las producciones cinematográficas.

A continuación, llevaremos a cabo un análisis comparativo entre las características que presentan el arte plástico, la literatura, por un lado, y el cine, por otro, durante este periodo histórico, para ver de qué forma se presenta la doctrina de “el fin de las ideologías”, en dicho cine. Enumeraremos las relaciones entre el contexto y las características formales de las tres formas de expresión artística.

a) Como hemos visto, entre los artistas y escritores, así como entre las organizaciones que los apoyan, se rechaza que cualquier idea de compromiso social (o de corte izquierdista) influya en la creación. Apoyan la idea de que el arte debe ser libre en cuanto a significado e ideología y lo contrario se opondría a los valores estadounidenses del momento (véd. p. 14-18)

El cine compartía esta característica aunque con algunas variaciones. Los guiones que procedían de novelas de compromiso social no llegaban a ver la luz en las productoras más afines al gobierno (*Gigante* (1956), véd. p. 27). También ocurría en los guiones, que eran sometidos a un control exhaustivo para ocultar su posible carácter reivindicativo y para que no criticaran alguna característica propia de la sociedad estadounidense. Por ejemplo, la película *Un lugar en el sol* de Eisenstein no llegó a producirse porque el protagonista era un joven cuya ambición provocó la muerte de su

novia en una sociedad que rinde culto al dinero (Gubern, 2003). Se consideró una crítica al sistema capitalista y el proyecto se rechazó.

También, durante la Guerra Fría fueron expulsados guionistas y artistas acusados de propaganda comunista por haber realizado guiones y películas de fuerte crítica social (víd. p. 22-27).

b) Si el arte y la literatura ya eran considerados medios propagandísticos eficaces para difundir la doctrina de “el fin de las ideologías”, el cine incrementó dichas expectativas, pues no solo estaba dirigido a la población más culta, sino a toda la población. Por ello, al igual que existían organismos que controlaban la producción y las actividades artísticas y literarias, para introducir ese discurso ideológico, tanto en Estados Unidos como en sus aliados de Occidente (Congreso por la Libertad Cultural), también existieron para el cine (víd. p. 22-27). Estas se encargaban, por un lado, de examinar y censurar el contenido ideológico y político de las narraciones consideradas peligrosas y, por otro, de promover las películas que enaltecieran los valores norteamericanos.

c) También en el cine, como en el arte y la literatura, la vanguardia está marcada por lo estético y lo visual y por la idea “del arte por el arte” (víd. p. 14-18). El fin del cine comercial no es concienciar sino entretener, de ahí la preocupación por aplicar las nuevas técnicas de producción, que se utilizan para mejorar la estética y así atraer a más público.

Entre los ejemplos encontramos el cine negro que se vuelve menos crudo y más positivo durante la Guerra Fría [*La ciudad desnuda* (1948) o *Pánico en las calles* (1950)]. Y en el género musical, se renuevan las temáticas y los contenidos, el tono patriota de la década anterior pierde fuerza, aunque sigue presente en segundo plano [*Oklahoma!* (1955) o *West Side Story* (1961)]. El lema bajo el que produce Metro Glodwyn Mayer (el arte por el arte) y los trabajos de censura de Alsop (víd. p. 28-33).

d) Los artistas se especializan profesionalmente y se separan de la corriente comprometida. Para parte de este sector profesional los asuntos sociales no son preocupaciones artísticas. En el cine comercial encaja muy bien esta idea. Los largometrajes que triunfan son los no comprometidos, como hemos visto, evitan

provocar el rechazo de cualquier sector de la población para asegurarse el éxito comercial, independientemente de la ideología.

e) En las producciones cinematográficas se incluye la idea de la libertad haciendo un símil con liberación de la ideología que experimentan los manifiestos de las vanguardias artísticas. También la libertad era el símbolo de estados unidos frente a los totalitarismos soviéticos. Los casos más importantes fueron las producciones de dos obras de George Orwell. La película animada *Rebelión en la granja* (1954), escrita originalmente como crítica a los sistemas económicos del momento, y la película *1984* (1984), en cuya obra original “Orwell arremetía contra todos los estados que sometan a control a sus ciudadanos, tanto de derecha como de izquierda” (Stonor, 2001: 413).

La CIA fue la agencia que orquestó la producción cinematográfica adaptándola a los ideales estadounidenses. Para *Rebelión en la granja*, se adaptó el guión y se eliminaron prácticamente a los humanos que Orwell identificaba con el capitalismo, de manera que “al eliminar de la película a los granjeros humanos, dejando únicamente a los cerdos, disfrutando de los frutos de la explotación, se dio la vuelta a la identificación de la corrupción comunista con la decadencia capitalista” (Stonor, 2001: 412). Algo parecido ocurrió con la película *1984* (Sinfield, citado en Stonor, 2001: 413):

El mensaje global del libro estaba claro: era una protesta contra todas las mentiras, contra todos los trucos empleados por los gobiernos. Pero los responsables de la propaganda americana no tardaron mucho en considerarla como si fuera exclusivamente un tratado anticomunista [...] proporcionó a la Guerra Fría uno de sus mitos más potentes.

f) El cine y las artes y literaturas influidos por la doctrina de “el fin de las ideologías”, son parte de la cultura que se considera apta para la sociedad desarrollada tecnológicamente, como por ejemplo, la sociedad estadounidense. El cine de ficción y futurista durante la Guerra Fría, se convierten en los géneros ideales para transmitir esta idea.

g) Estados Unidos se convierte en el máximo exponente cultural. La vanguardia artística y literaria se concentra en Nueva York, al igual que el cine en Hollywood. Desde aquí se exportan las nuevas concepciones del arte, con el respaldo del poder de Estados Unidos internacionalmente, por ejemplo “en la letra pequeña de los sucesivos

acuerdos comerciales (comenzando con el acuerdo Blum-Byrnes¹¹ de 1946) se incluían estipulaciones que garantizaban el aumento de las cuotas de pantalla de las películas americanas, en países como Francia” (Stonor, 2001: 401).

¹¹ Acuerdo de cine norteamericano en Francia que suprimía el límite de la importación, estipulado durante la II Guerra Mundial en 120 largometrajes, para hacerlo ilimitado (Guback, 1980).

7. La situación actual de Hollywood en el mercado internacional. El caso de España

A continuación, describiremos a grandes rasgos la situación de la industria de Hollywood en el mercado internacional y su posición frente a los países competidores, para así analizar cuál es el éxito actual de las productoras que hemos venido tratando en este trabajo. Esto nos servirá como introducción para centrarnos en el caso de estas productoras en la actualidad del mercado cinematográfico español.

Abordaremos cuáles son los géneros y las productoras-distribuidoras de las películas con mayor éxito actualmente en España. Analizaremos su posible relación con las producciones propagandísticas de Hollywood durante la Guerra Fría que hemos estudiado en este trabajo y con la doctrina de “el fin de las ideologías”, latente, de un modo u otro, en dichas producciones.

Para ello, nos basaremos en las últimas estadísticas recogidas por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España (entre 2005 y 2016), sobre las distribuidoras (Anexo I) y las películas (Anexo III), así como la nacionalidad de estas películas (Anexo II), con mayor éxito entre el público (según la recaudación en taquilla y el número de espectadores).

Antes de centrarnos en el caso de España, empezaremos exponiendo el escenario del mercado de cine internacional, centrándonos en la producción estadounidense.

Actualmente, Estados Unidos es el tercer mayor productor de películas a nivel mundial y sus filiales de producción y distribución asumen entre el 80% y el 85% de los ingresos de taquilla en Estados Unidos y Canadá. Internacionalmente, su producción llega a constituir la mayoría de la cuota de mercado, entre el 70 y el 80%.

Las productoras de Hollywood son también las distribuidoras de las películas con más éxito en taquilla. Nos referimos a Buena Vista (filial de Walt Disney Company), Sony Pictures Releasing (Columbia Pictures Inc. anteriormente), Twentieth Century-Fox, Universal Pictures, Warner Brothers y Paramount Pictures. También son las empresas que distribuyen las producciones con más éxito en Europa.

Las películas con más éxito mundial son, en primer lugar, los largometrajes de ficción, a los que le siguen los largometrajes de animación y los largometrajes

documentales. Hay que señalar que Hollywood produce el mayor número largometrajes de ficción y de animación, mientras que mayor producción documental le corresponde a Europa, donde hay más tradición de cine social y documental.

Sabemos que Hollywood es una de las mayores industrias cinematográficas y distribuidoras a nivel mundial, gracias en parte a los acuerdos comerciales de Estados Unidos con algunos países europeos tras la II Guerra Mundial y asimismo, gracias a eso, la posición exitosa que tenían sus productoras en el mercado se mantienen en la actualidad. Por todo esto, desde que se iniciaron esos acuerdos (a lo que hay que añadir la experiencia de Hollywood en el mercado del cine), las películas de su industria se han convertido en referente del cine comercial para el público que las consume.

También, hemos señalado que el Gobierno estadounidense se favoreció de igual manera del apoyo que brindó a Hollywood en el panorama internacional, ya que este último le sirvió de medio propagandístico de su ideología en su política exterior. Esta ideología, conocida como de “el fin de las ideologías”, y la nueva política cultural se complementaron dando como resultado diversas formas de expresión artística, entre ellas el cine, que el Gobierno se encargó de distribuir por la gran mayoría de países europeos a los que Estados Unidos le ofreció planes asociados al Plan Marshall.

El caso del cine tuvo que ser más sutil, y todas las acciones políticas se mantuvieron en secreto, no se hicieron públicas pues, como buen medio de difusión, el cine ya había sido utilizado como herramienta de propaganda anticomunista y ahora, para que fuera eficaz ante los detractores ideológicos de Estados Unidos, se le debía dar una imagen más fresca y positiva. Este nuevo cine transmitía la doctrina de “el fin de las ideologías” (o lo que significa su mensaje: no hay cabida para la ideología y la autonomía de la ciudadanía en la sociedad desarrollada) inserta en las narraciones cinematográficas, con una imagen totalmente renovada frente al cine propagandístico anterior.

Nuestra intención a partir de aquí es conocer lo que supone la distribución del cine de Hollywood para el público español actual.

Para conocer que supone dicha distribución y su repercusión en el público, nos ayudaremos de una muestra de los datos más recientes publicados por el Ministerio de Educación Cultura y Deporte para el cine (entre 2005 y 2016). Estos datos nos servirán

para conocer el éxito de las productoras de Hollywood y de sus películas en el mercado actual de cine y entre el público español. También reflexionaremos sobre esas películas y sus géneros, y sobre su posible relación con el cine propagandístico de la política cultural exterior de Estados Unidos durante la Guerra Fría.

Siguiendo estos datos, observamos que a excepción de algunas productoras-distribuidoras de origen español (DeA Planeta S.L., Alta Classics S.L., etcétera) y otras de origen europeo (Tripictures S.A.), las seis productoras actuales de Hollywood – o sus filiales distribuidoras en España- se encuentran entre las 10 productoras con más recaudación (Anexo I). Vamos a nombrarlas de mayor a menor éxito, para recordarlas y para, en algunos casos, mostrar el nombre que tienen en la actualidad o el nombre de sus filiales en España:

1	Warner Bros Entertainment
2	The Walt Disney Company Iberia S.L.
3	Hispano Foxfilm S.A.E.
4	Universal Pictures
5	Sony Pictures Inc.
6	Paramount Spain S.L.

Por otro lado, el mayor número de producciones que se estrenan y que tienen más éxito son norteamericanas (Anexo II).

Podemos señalar que Estados Unidos mantiene en la actualidad el éxito comercial en el mercado del cine a escala internacional, desde la Guerra Fría, y también que su cine comercial se ha convertido en el más conocido y exitoso entre el público español.

También podemos señalar que las productoras que tienen el control del mercado español de cine son las mismas que se relacionaron con el Gobierno Washington y colaboraron en su propaganda durante la Guerra Fría. Así que, vamos a analizar cuáles de sus producciones tienen más éxito actualmente en España, y si las tipologías cinematográficas de estas producciones están relacionadas con la producción propagandística de Hollywood durante la Guerra Fría.

En primer lugar, hablaremos de las películas que forman parte de alguna franquicia producida durante la Guerra Fría y que publicitan la ideología que venimos exponiendo en el trabajo. Estas son: *Rogue One* (2016), *Star Wars: el despertar de la fuerza* (2015) y *Star Wars Episodio III. La venganza de los Sith* (2005) (franquicia que se inicia en 1977 con *Star Wars: Episodio IV: una nueva esperanza*); e *Indiana Jones y el reino de la calavera de cristal* (2008) (serie de películas iniciada en 1981).

En la saga de *Star wars* encontramos un claro paralelismo entre la situación mundial durante la Guerra Fría y la narración, además fue estrenada en pleno conflicto, en 1977. Por un lado queremos resaltar su exaltación capitalista (García, 2007: 8):

Hemos afirmado que *La guerra de las galaxias* puede —y quiere— ser leída como una historia del capitalismo. En 1977 (episodios IV-VI), Lucas enfatizaba sus aspectos más positivos, centrados en la libertad, alrededor del arquetipo de pirata cowboy llamado Han Solo. [...] El planeta-desierto Tatooine, situado en un extremo del universo, “donde la mano del Imperio no llega”, es el centro de la trama en la trilogía de los setenta. El puerto espacial de Mos Easley (Tatooine), “el lugar más vil de la galaxia” (Obi-wan a Luke, ep. IV), es retratado con pincel inequívocamente cariñoso, como el saloon de un western. Simpáticos colonos de todas formas y colores gozan allí de plena libertad y la emplean en un solo interés: el dinero. Beben, fuman, roban, se retan y se matan por el vil metal pero es una violencia romántica, casi divertida. Y quienes no participan de ese salvaje oeste, como los granjeros que acogen a Luke, no tienen el menor atractivo. [...] Tatooine representa la acumulación de capital, la colonización de tierras vírgenes, esto es la primera etapa del proceso de civilización capitalista.

Y por otro, su crítica hacia el comunismo que se refleja en otro de los escenarios que se presenta en las películas de la saga, nos referimos a la Estrella de la Muerte (García, 2007: 8):

La Estrella de la muerte, estación espacial de combate construida dos veces (ep. IV y V) por el Imperio. [...] Aparte la obvia imitación nazi-soviética, los habitantes de la Estrella —casi todos humanos, en contraste con la abundancia de especies alienígenas del mundo libre— están sometidos a rígidas jerarquías. En este ambiente opresivo, sin luz natural, el dinero no importa lo más mínimo. No hay desigualdades sociales (las tropas imperiales estandarizadas tras una misma máscara resultarán ser treinta años después clones de un solo individuo, producidos en serie).

Indiana Jones es una saga que se inicia en 1981 y que sufre una suerte parecida. Su protagonista, un arqueólogo aventurero, y a la vez un espía, que representa una imagen idealizada de la americanidad, tiene como enemigos, en dos de las películas, a la inteligencia nazi, mientras que, en la última -*Indiana Jones y el reino de la calavera de cristal*, estrenada en 2008-, ambientada en plena Guerra Fría, sus enemigos son los soldados soviéticos. Esta saga representa muy bien la evolución que experimenta la propaganda de Estados Unidos: sus enemigos ideológicos pasan de ser los nazis a los soviéticos.

Tras estos dos breves ejemplos, de películas de algunas sagas que en continúan el discurso ideológico de la doctrina que venimos estudiando en el trabajo, también es interesante hablar de las reediciones de películas. Señalaremos las reediciones estrenadas en España y describiremos algunos ejemplos que guardan relación con la propaganda de “el fin de las ideologías” durante la Guerra Fría. Durante estos diez años en los que se recogen datos (Anexo III), once películas son reediciones, utilizadas claramente como propaganda durante la Guerra Fría:

La guerra de los mundos (2005), *Superman Returns (El regreso)* (2006), *Spiderman 3* (2007), *La momia. La tumba del emperador dragón* (2008), *El caballero oscuro* (2008), *Alicia en el país de las maravillas* (2010), *Robin Hood* (2010), *Enredados* (sobre la animación de *Rapunzel*) (2010), *El caballero oscuro. La leyenda renace* (2012), y *Maléfica* (adaptación de *La bella durmiente*) (2014).

La guerra de los mundos, novela de ciencia-ficción de H. G. Wells, fue transmitida radiofónicamente en una ocasión y llevada al cine en dos ocasiones. La primera de estas películas se estrena en 1953, y su producción representa el miedo de la sociedad norteamericana a la amenaza del comunismo y a las bombas de Nagasaki e Hiroshima. Las máquinas representan al enemigo soviético, al que vencen finalmente.

Las películas de súper héroes como *Superman Returns*, *Spiderman 3*, *El caballero oscuro* y *El caballero oscuro. La leyenda renace*, son películas que retoman los valores de heroísmo americano de los cómics de donde proceden, los cuales surgen en los contextos bélicos mundiales, y que durante las guerras mundiales, o la Guerra Fría, por ejemplo, los enemigos de los superhéroes están determinados por los enemigos políticos que tiene Estados Unidos en cada uno de esos conflictos internacionales.

En este punto continuamos con el género de superhéroes para apuntar que los últimos estrenos de nuevas producciones, y no de reediciones, continúan transmitiendo los valores del heroísmo americano basándose en cómics creados por Marvel o D.C. Comics, durante la Guerra Fría (entre 1961 y 1963).

Por otro lado, nos resulta muy interesante la reedición, o remasterización para el comercio, de películas Disney –fiel aliado conservador del Gobierno-. Es el caso de películas como *Alicia en el país de las maravillas*, *Robin Hood*, *Enredados* (sobre la animación de *Rapunzel*), y *Maléfica* (adaptación de *La bella durmiente*), ya que como hemos visto en el subepígrafe 6.1, estas películas fueron distribuidas por la Motion Picture Service para hacer propaganda en Europa, ya que por sus valores y su sencillez y positivismo, los contenidos ideológicos calaban mejor en el público sin que se hiciera notar.

El cine negro que destacamos en el epígrafe anterior, con un prisma positivo y menos crudeza criminal, uno de los géneros propagandísticos destacables de Hollywood que más se divulga en España, detrás del género de ficción y de animación. De hecho, en nuestro ranking, su éxito se posiciona cada año de forma variable, pero siempre sus películas se encuentran entre las 25 con más éxito en taquilla. Entre estas películas, señalamos *Infiltrados* (2006), *American Gangster* (2007) o *El puente de los espías* (2015) (ambientada en la Guerra Fría).

El western se sigue exhibiendo con regularidad, pero con menor éxito y tan sólo encontramos tres películas entre los 25 puestos con más éxito del ranking. Estas son *Django desencadenado* (2012), *Brokeback Mountain* (2005) y *El llanero solitario* (2013). De igual modo, se han estrenado musicales con diferente temática, pero sólo encontramos un caso en este ranking, el de la película *Mamma mia!* (2008).

Se observa, por lo tanto, que, actualmente, la producción y distribución del cine comercial de Hollywood sigue activa, en el caso de España es la industria que más recauda del consumo del cine. Siguen distribuyéndose películas cuyo origen se encuentra influido por el contexto político-social de la Guerra Fría.

En algunos casos por ser sagas que continúan con la trama original que responde a dicho conflicto, en otros por ser reediciones de películas propagandísticas o por seguir las características de los géneros utilizados para la política propagandística.

Esto se hace más evidente tras haber expuesto que, tanto a nivel mundial, como en el caso de España, las productoras que controlan el mercado del cine son las mismas que estuvieron apoyadas por los gobiernos norteamericanos, como el de Eisenhower, para acometer la aculturación de su política –y de forma implícita su ideología- sobre sus países aliados.

8. Conclusiones

La política cultural exterior de Estados Unidos, desde el final de la II Guerra Mundial y el inicio de la Guerra fría, fue una nueva herramienta de este país para apoyar sus planes políticos en el extranjero contra la Unión Soviética y sus aliados. Se trataba de la nueva forma que tenía de hacer propaganda ideológica internacionalmente. A partir de este momento, lo haría a través de la cultura.

Dicha política consistía en exportar las expresiones culturales que se consideraban un símbolo nacional, con objeto de generar simpatías en el extranjero hacia la imagen estadounidense y transmitir, a través de estas manifestaciones culturales, la ideología del Gobierno. Estas expresiones abarcaban la producción artística, intelectual y los productos de la industria cultural.

Dichas expresiones estaban caracterizadas por ser expresiones “libres”; es decir, se presentaban como la antítesis de las corrientes figurativas y realistas que se identificaban con las sociedades comunistas y socialistas. Entre ellas, encontramos las vanguardias plásticas –el expresionismo abstracto, el arte conceptual, el posmodernismo, el tardomodernismo y la arquitectura tecnológica- y la literatura no comprometida, en oposición a la literatura social de Europa y Latinoamérica.

La organización que se encargó de difundir y apoyar estas expresiones artísticas en Europa fue el Congreso por la Libertad Cultural con el objetivo de llevar a cabo la nueva política propagandística de Estados Unidos. Era un organismo creado por la inteligencia norteamericana (CIA) que se alió con grupos privados en Estados Unidos y Europa (Radio Europa Libre o la Fundación Rockefeller en el MoMA) para apoyar la política cultural del Gobierno en el exterior.

La ideología implícita en estas corrientes culturales, y en la política cultural, era la nueva apariencia pública del anticomunismo, surgida durante la Guerra Fría y conocida como “el fin de las ideologías”, en la que ya no se habla directamente del comunismo, sino de su base teórica, la ciencia social. Así, Estados Unidos consiguió mantener el control ideológico de sus aliados mediante nuevos canales -la cultura- e ideas -la doctrina de “el fin de las ideologías”-, más atractivos para la población.

La primera y principal cuestión que se nos planteó fue respecto al uso del cine como medio de propaganda de esta política cultural exterior estadounidense y de la

renovada imagen de ideología anticomunista. Asimismo, se nos planteó que su manipulación diera como resultado unas características en el cine comercial que pudieran seguir presentes en el cine actual.

Para resolver esta cuestión, partimos de analizar los asuntos que eran de interés sobre el arte y la literatura de la segunda mitad del siglo XX, para la política cultural. Asimismo, entendimos que teníamos que investigar, en primer lugar, la existencia de organizaciones del Gobierno para el control del cine como parte de la política cultural exterior y sus relaciones con las productoras estadounidenses, como en el caso del Congreso por la Libertad Cultural. Y **en segundo lugar**, teníamos que analizar que, si el cine y el arte no comprometido eran afines en sus características estilísticas y en su trasfondo ideológico, qué tipo de producciones podrían ser utilizadas para los fines de la política cultural exterior.

Como ya hemos señalado, existieron seis organismos gubernamentales de control del cine de Hollywood y varias productoras de cine comercial relacionadas con estos. Los organismos gubernamentales fueron:

-El **Comité de Actividades Antinorteamericanas**, dedicado a investigar la ideología y la infiltración comunista en Hollywood.

-La **Motion Picture Alliance of Preservation of American Ideals**, que fue creada por personalidades que formaban parte de las productoras de Hollywood para apoyar al Comité, como Walt Disney o John Wayne.

-El Gobierno Federal ejerció su control mediante la **Oficina de información y la Pictorial Branch**, que se encargaban de fomentar el trabajo de las productoras que transmitían el “american way of live” y los valores del mundo libre, así como de crear un cuerpo normativo para regular la producción cinematográfica de las productoras.

-El **Militant Liberty**, que fue un programa secreto del Gobierno y de los grandes empresarios y actores de Hollywood, para introducir, en los guiones, el tema de la libertad.

-El **Motion Picture Service**, que fue un organismo que funcionaba como una productora-distribuidora y que contaba con 135 puestos de distribución en el

mundo. Con ella colaboraban personalidades tan importantes como el director Cecil B. de Mille, quien propuso la nueva imagen del mensaje ideológico sutil que el cine debía de tener para ser acorde con la política cultural exterior del Gobierno.

-Y, por último, la **CIA**, que había manifestado no haber ejercido su control ni su influencia en Hollywood pero, por lo que sabemos, tenía un agente infiltrado como productor que trabajó en la Paramount y en la MGM y que se encargaba de controlar y censurar los guiones en Hollywood, además de informar sobre la ideología de sus compañeros.

Como podemos comprobar, el cine se utilizó como medio de propaganda de la nueva política cultural exterior. El Gobierno y las productoras compartían intereses y estas últimas se beneficiaron de la política cultural exterior de Estados Unidos, ya que este hecho contribuyó a asegurar sus negocios en los países que recibían ayudas económicas de Estos Unidos con acuerdos cinematográficos implícitos en los contratos de dichas ayudas. Así que ambas partes se beneficiaron de esta colaboración.

La segunda cuestión que se nos planteaba era cómo afectaban estas relaciones en las producciones cinematográficas, y qué tipo de películas resultaban de esas relaciones, y si el mensaje ideológico también coincidía, como en el caso de la literatura y del arte, con las ideas de la doctrina de “el fin de las ideologías”.

En este sentido, pudimos comprobar que el cine comercial de Hollywood era la antítesis del cine comprometido. Este tipo de cine vivió una renovación en la forma de expresar sus contenidos ideológicos y así, tras la II Guerra Mundial, el cine bélico anticomunista ya no le interesaba al público; ahora debían ser otros géneros los que se usaran para los fines propagandísticos. Los mensajes anticomunistas se volvieron, por tanto, más sutiles y, para ello, se tomaron, como en el caso de las artes y la literatura, las ideas de la doctrina de “el fin de las ideologías”, que gracias a su propia sutileza se pudieron incluir en las narraciones sin llamar la atención del público. A veces, no era ni siquiera necesario incluir estas ideas, sino tan solo transmitir la idea de la especialización del cine y de su incompatibilidad con los temas sociales ya que defendían la idea de “el arte por el arte”.

Los géneros comerciales que utilizaron los organismos del gobierno, sobre todo en Europa, donde el público era más difícil de convencer, eran de diferente índole y casi no levantaban sospechas de sus intenciones. Entre estos, encontramos el cine negro, el musical, el western, el cine de terror, los dibujos animados y la ciencia ficción; géneros en los que se intentaba frenar, a toda costa, las producciones que mostraran un lado negativo de la sociedad norteamericana o una crítica social. Recordemos que, tal y como habíamos señalado anteriormente, los dibujos animados de Disney, y las películas optimistas como *Vacaciones en Roma* y *El Mago de Oz* funcionaban mucho mejor aunque no todos los europeos se dejaran seducir por estos paraísos de ficción.

También se nos planteó la hipótesis de que ese control del cine pudiera seguir activo o de que la herencia de ese cine siguiera latente en el cine de la actualidad, ya que las mismas productoras que trabajaron con el Gobierno siguen manteniendo una posición de éxito en el panorama actual del cine internacional.

También nos interesaba verificar esta hipótesis en el caso del público y del mercado del cine español, teniendo en cuenta la concepción española de Gestión Cultural, comprometida e implicada en asuntos carácter social y muy alejada de los objetivos a los que estaba destinada la política cultural exterior de Estados Unidos y la doctrina de “el fin de las ideologías”.

Por lo que respecta a la situación de las grandes productoras que controlaban en otros tiempos la producción en Hollywood y en el resto del mundo, hemos de señalar que se trata de las mismas empresas que siguen teniendo hoy en día un papel preponderante en la industria. En la actualidad, debido a los cambios que han tenido lugar y que tienen que ver con la gestión, la absorción o la fusión de unas empresas con otras, siguen existiendo las mismas compañías pero con otros nombres. En el caso de España, se trata de filiales que hacen de distribuidoras de las grandes productoras: Hispano Foxfilm S.A., Sony Pictures Releasing de España S.A. (fusión entre Columbia Pictures y otras compañías), The Walt Disney Company Iberia S.L., Warner Bros Entertainment España S.L., Universal Pictures International Spain S.L. y Paramount Spain S.L.

En España, los mayores éxitos de taquilla son distribuidos por estas productoras, como se ve en los anexos que hemos adjuntado y que aportan datos sobre las productoras con mayor recaudación (Anexo I) y en los relativos a las producciones con

mayor recaudación (Anexo III). Las producciones con más éxito son las norteamericanas, como hemos visto en el apartado sobre la nacionalidad de las películas con mayor recaudación (Anexo II).

En estos anexos, encontramos estrenos que forman parte de alguna saga cinematográfica que empezaron a producirse durante la Guerra Fría y que siguen manteniendo ese mismo discurso ideológico del gobierno estadounidense incluso en la actualidad. Estas son *Star Wars: el despertar de la fuerza* y *Star Wars Episodio III. La venganza de los Sith* e *Indiana Jones y el reino de la calavera de cristal*.

También encontramos reediciones de películas, usadas como propaganda ideológica, que se vuelven a estrenar actualmente, entre las que se encuentran películas del género de ciencia ficción (sobre alienígenas y superhéroes): *La guerra de los mundos*, *Superman Returns (El regreso)*, *Alicia en el país de las maravillas*, etcétera. También, pero en menor medida, encontramos estrenos de cine negro, western y musical que siguen propagando los mismos valores.

Por lo tanto, vemos que se sigue llevando a cabo la propaganda estadounidense y se sigue transmitiendo, en el cine, el mismo mensaje ideológico que se difundía durante la Guerra Fría para afianzar el poder económico y político de Estados Unidos en el mundo.

La última conclusión a la que llegamos nace de lo que puede suponer distribuir un producto cultural que, por su ideología implícita, perjudica a los objetivos que la gestión de la cultura tiene para beneficiar a la propia cultura y a la sociedad.

Estos objetivos, tal y como expusimos en apartados anteriores, consisten fundamentalmente en transmitir conciencia y valores que respeten el desarrollo cultural de los lugares a los que este cine llega y la diversidad cultural en general:

Facilitar, promover, estimular, conservar y difundir las diferentes actividades y manifestaciones culturales en condiciones de libertad y equidad [...] redundar necesariamente en el progreso general de la sociedad, teniendo como principios prioritarios el de servir como instrumento fundamental para la distribución social. (Rojas et al., 2013:10)

La difusión del mensaje propagandístico basado en la doctrina de “el fin de las ideologías” en el cine, podría suponer un problema para el público que los consume y para la cultura, por diferentes motivos.

En primer lugar, las ideas de dicha doctrina son antidemocráticas y fomentan el control totalitario, ya que proponen modelos de organización social cuantitativos pre-planificados para la resolución de los conflictos sociales que sustituyan a los movimientos de reivindicación social. Además, esa doctrina anula las ideologías, que responden, en cualquier caso, a las aspiraciones y problemas de una parte de la sociedad, estructuradas en ideas.

En segundo lugar, aunque se presenta como un proceso de liberación, realmente es una doctrina conservadora que transmite la idea de que, para desarrollarse, las personas han de delegar sus derechos sociales en el Gobierno. De ese modo, su intención era la de impedir la diversidad de ideologías con el doble objetivo de frenar la expansión y divulgación del comunismo y de proteger y potenciar los negocios de Estados Unidos con los países empobrecidos tras la II Guerra Mundial. Con esta ideología, Estados Unidos pretendía convertirse en el país que garantizara la libertad de la población y el desarrollo de los países y de sus expresiones culturales pero, en realidad, esta ideología rechazaba los movimientos de progreso en cualquiera de estos casos.

Por último, en este intento de frenar el comunismo, el socialismo o simplemente cualquier expresión ideológica de corte social, se menoscabó el respeto a la diversidad de opiniones, a las ideas que representaban a los diferentes colectivos de cualquier país y a la diversidad de expresiones culturales.

Las expresiones culturales que no claudicaron en favor de el “fin de las ideologías” (es decir, que no surgieron en los Estados Unidos de la Guerra Fría), quedaron desplazadas a las minorías y no tuvieron las mismas oportunidades de desarrollo, en la sociedad Occidental, que las que sí lo hicieron. El cine comercial se encuentra entre las que sí lo hicieron y, gracias a sus películas, Estados Unidos sigue transmitiendo esa ideología, sigue manteniendo su posición de éxito en el mercado y consolidando su posición metrópoli cultural.

Por tanto, para los objetivos de la Gestión Cultural que hemos planteado, tanto el cine comercial de Hollywood como su ideología son contraproducentes y nocivos ya que su fin primordial es respaldar la política de su propio gobierno y no fomentar el desarrollo cultural ni la diversidad cultural del país a donde llega, como ha sido, por ejemplo, el caso de España.

Las condiciones en las que se creó y se distribuyó el cine durante la Guerra Fría no fueron condiciones de libertad y equidad, como tampoco lo han sido desde entonces hasta la actualidad. Por tanto, la difusión de la doctrina de “el fin de las ideologías” a través el cine hace de este cine un instrumento que favorece la posición social de ciertos sectores políticos, que no fomenta el progreso de toda la sociedad y que contribuye a reforzar la desigualdad social. De igual modo, tampoco fomenta las condiciones de libertad y equidad para el progreso de las propias expresiones cinematográficas, ni el progreso de la cultura ni el desarrollo de las diferentes culturas del mundo.

Como conclusión final, hemos de señalar que algunos discursos cinematográficos como los que transmiten las ideas de “el fin de las ideologías” deberían ser estudiados en profundidad ya que un consumo irresponsable de los mismos no haría sino contribuir a incrementar la brecha de las desigualdades sociales y discriminar a las culturas que no fomenten ese pensamiento. Defendemos un discurso cinematográfico y un cine que fomenten la oportunidad de desarrollo de todas las expresiones culturales y que, con su difusión, se favorezca el progreso, tanto de la cultura como de la propia sociedad, siempre en condiciones de libertad y equidad.

Para ello planteamos la necesidad de poner en práctica en todo momento una visión crítica, desde la que el cine comercial influido por la doctrina de “el fin de las ideologías” pueda ser transmitido, difundido y explicado de forma responsable, aportando al público las claves necesarias para que pueda comprender su verdadero significado y para que entienda la enorme transcendencia de la ideología que contiene. Para ello, sería fundamental, en el caso de este tipo de cine, llevar a cabo proyectos donde la distribución y la difusión fuera acompañada de las ideas necesarias para entender la razón de ser de este tipo de cine, su transcendencia en la sociedad y los motivos que lo han llevado a perpetuarse hasta nuestros días.

Creemos que la Gestión Cultural es una disciplina ideal ya que es el nexo de unión entre la cultura y la sociedad y porque su enfoque las abarca a ambas. Gracias a

ello, podremos no sólo aportar los contenidos –el cine comercial de Hollywood- sino también una visión crítica y las claves para poder contextualizar y entender este cine en su justa medida.

La Gestión Cultural vela por el beneficio de la sociedad gracias al contacto con la Cultura. Además, mediante la Gestión Cultural se puede alcanzar, como el caso que exponemos con este trabajo, la difusión de ciertas expresiones culturales que en principio resultan negativas para la sociedad, de forma que suponga un beneficio y haga a esta sociedad más cultural, otorgándole herramientas culturales para ser más crítica y responsable.

10. Bibliografía

- Albornoz, L. A. (2016). "Diversidad e industria cinematográfica. Análisis de la encuesta del UIS del año 214 sobre las estadísticas de largometrajes". Instituto de Estadística de la UNESCO, 29.
- Bernárdez, J. (2003). "La profesión de la gestión cultural: definiciones y retos" [en línea]. *Boletín GC. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural*, [2003], 10 p. Disponible en: www.gestioncultural.org
- Bozza, J. A. (2011). "Un emisario sospechoso. Contradicciones del anticomunismo en América Latina en la década de 1950". *Revista Oficios Terrestres*, 25, 1-26.
- Carriedo, P. (2007). "Guerra fría y cultura: un panorama sobre la libertad y el compromiso del escritor en la mitad del siglo XX". *Nómadas*, 15.
- Chomsky, N. y Edward, S. H. (1.990). *Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Barcelona: Crítica.
- Crespo, A. (2009). *El cine y la industria de Hollywood durante la Guerra Fría 1946-1969*. Universidad autónoma de Madrid, Madrid.
- Gaddis, J. L. (2011). *Nueva historia de la Guerra Fría*. México: Fondo de cultura económica.
- García, L. (2007). "La ideología de Star Wars". Comunicación presentada en el IX Congreso de la Federación Española de Sociología. Recuperado de <https://www.ucm.es/data/cont/docs/471-2013-10-29-IdeologiaSW.pdf>
- González, J. y Ben, L. (2014). "3.1 Gestión Cultural", *Manual Atalaya: Apoyo a la Gestión Cultural*. Recuperado de <http://atalayagestioncultural.es/capitulo/gestion-cultural/gestion-cultural>
- Gasca, L. y Gubern, R. (2015). *El universo fantástico del cómic*. Madrid: Cátedra.
- Guback, T. H. (1980). *La industria internacional del cine. Vol. 1*. Madrid: Fundamentos.
- Gubern, R. (2002). *Máscaras de la ficción*. Barcelona: Anagrama.

- Gubern, R. (2003). *Historia del cine*. Madrid: Lumen.
- Hueso, A. L. (1998). *El cine y el siglo XX*. Madrid: Ariel.
- Junco, V. (2004). "Guerra Fría en Hollywood: construcciones de identidad y alteridad en el ciclo de cine anticomunista, 1948-1952", *Revista Canaria de Estudios Ingleses*, 49, 215-232.
- Kemp, P. (2013). *Cine: toda la historia*. Barcelona: Blume.
- León, P. (2009) "Los canales de difusión del mensaje norteamericano en España, 1945-1960", *Ayer. Monográfico sobre La ofensiva cultural norteamericana durante la Guerra Fría*, 75, 133-158.
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España. (2005). Anuario de Cine. Resumen ejecutivo 2016 [Conjunto de datos]. Recuperado de <https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/cdc/anos-antiores/ano-2005.html>
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España. (2006). Anuario de Cine. Resumen ejecutivo 2016 [Conjunto de datos]. Recuperado de <https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/cdc/anos-antiores/ano-2006.html>
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España. (2007). Anuario de Cine. Resumen ejecutivo 2016 [Conjunto de datos]. Recuperado de <https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/cdc/anos-antiores/ano-2007.html>
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España. (2008). Anuario de Cine. Resumen ejecutivo 2016 [Conjunto de datos]. Recuperado de <https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/cdc/anos-antiores/ano-2008.html>
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España. (2009). Anuario de Cine. Resumen ejecutivo 2016 [Conjunto de datos]. Recuperado de <https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/cdc/anos-antiores/ano-2009.html>

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España. (2010). Anuario de Cine. Resumen ejecutivo 2016 [Conjunto de datos]. Recuperado de <https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/cdc/anos-antiores/ano-2010.html>

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España. (2011). Anuario de Cine. Resumen ejecutivo 2016 [Conjunto de datos]. Recuperado de <https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/cdc/anos-antiores/ano-2011.html>

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España. (2012). Anuario de Cine. Resumen ejecutivo 2016 [Conjunto de datos]. Recuperado de <https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/cdc/anos-antiores/ano-2012.html>

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España. (2013). Anuario de Cine. Resumen ejecutivo 2016 [Conjunto de datos]. Recuperado de <https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/cdc/anos-antiores/ano-2013.html>

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España. (2014). Anuario de Cine. Resumen ejecutivo 2016 [Conjunto de datos]. Recuperado de <https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/cdc/ano-2014.html>

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España. (2015). Anuario de Cine. Resumen ejecutivo 2016 [Conjunto de datos]. Recuperado de <https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/cdc/ano-2015.html>

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España. (2016). Anuario de Cine. Resumen ejecutivo 2016 [Conjunto de datos]. Recuperado de <https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/cdc/ano-2016.html>

Nacache, J. (1997). *El Cine de Hollywood*. Madrid: Acento.

- Niño, A. (2009). "Uso y abuso de las relaciones culturales en la política internacional". *Ayer. Monográfico sobre La ofensiva cultural norteamericana durante la Guerra Fría*, 75, 25-61.
- Olaskoaga, A. (2015). *El mercado del cine en EEUU*. Recuperado de http://www.clag.es/sites/default/files/servicios_de_informes/descargas/2015/12/04/el_mercado_del_cine_en_usa_octubre_2015_icex.pdf
- Rojas, J. M., Vergel, J. A. et al. (2013). *Herramientas para la gestión cultural pública* (2ªed.). Recuperado de http://www.mincultura.gov.co/areas/fomento-regional/Documents/ManualGestion_optimized_Final_11_06_13.pdf
- Stonor, F. (2001). *La CIA y la guerra fría cultural*. Madrid: Debate.
- Said, E. W. (1.990). *Orientalismo*. Madrid: Libertarias.
- Sánchez, A. (1983). "La ideología de la "neutralidad ideológica" en las ciencias sociales" in A. Sánchez Vázquez (1983): *Ensayos Marxistas sobre filosofía e ideología*, 138-164. Barcelona: Océano.
- Tavernier, B., y Coursodon, J.-P. (2006). *50 años de cine norteamericano*. Madrid: Akal.

11. Anexos

En estos anexos recopilamos información publicada por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España respecto al cine, entre los años 2005 y 2016. Cada uno de estos anexos presentan un tipo de información diferente.

-En el primer anexo, presentamos -en unas tablas separadas por años- las distribuidoras de cine con mayor recaudación en España. En estas tablas aparecen el número de espectadores, el número de largometrajes y la recaudación con objeto de conocer el éxito de cada una.

-En el segundo anexo, exponemos la nacionalidad de las películas con más éxito según los años también, para ver de dónde proceden, el número de largometrajes y espectadores y la recaudación. Todo ello para saber qué países tienen más éxito en el mercado español, también.

-En el tercer anexo, las tablas -separadas por años-, muestran cuáles son los largometrajes que más recaudan y que tienen más espectadores cada año.

Anexo I: distribuidoras con mayor recaudación en España: 2005-2016

Año	Productora	Espectadores(nº)	Largometrajes (nº)	Recaudación (€)
2005	UNITED INTERNATIONAL PICTURES S.L.	23992637	72	119654032,1991
	HISPANO FOXFILM S.A.E	22450790	66	111315195,7672
	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA,S.L.	16557229	63	81794498,317
	WARNER SOGEFILMS A.I.E.	16027119	59	80371318,9063
	SONY PICTURES RELEASING DE ESPAÑA S.A.	9381615	54	46836764,3389
	TRIPICTURES S.A.	7423147	34	36997628,5911
	SOC. GRAL. DE DERECHOS AUDIOVISUALES S.A.	6680610	68	33622657,406
	DeA PLANETA S.L..	5741754	38	28658967,3711
	ALTA CLASSICS S.L	5049229	86	24904211,9179
	UNIPERSONAL			
	VERTIGO FILMS S.L	2320364	63	11729087,9866

Año	Productora	Espectadores(nº)	Largometrajes (nº)	Recaudación (€)
2006	HISPANO FOXFILM S.A.E	24053722	84	125910629,0552
	UNIVERSAL PICTURES			
	INTERNATIONAL SPAIN S.L.	17792264	99	93639566,2773
	THE WALT DISNEY COMPANY	17460569	54	89559135,9025
	IBERIA,S.L.			
	SONY PICTURES RELEASING DE			
	ESPAÑA S.A.	16831965	58	88875933,1763
	WARNER BROS ENTERTAINMENT			
	ESPAÑA S.L.	14164501	20	74761967,5728
	SOC. GRAL. DE DERECHOS	4956047	76	25694944,7597
	AUDIOVISUALES S.A.			
	MANGA FILMS S.L.	3835786	37	20576722,2664
	TRIPICTURES S.A.	3902952	39	20445139,2648
AURUM PRODUCCIONES S.A.	3421103	29	17868119,9632	
ALTA CLASSICS S.L	2454063	86	12697515,1332	
UNIPERSONAL				

Año	Productora	Espectadores(nº)	Largometrajes (nº)	Recaudación (€)
2007	WARNER BROS ENTERTAINMENT			
	ESPAÑA S.L.	22204391	44	123507444,4028
	UNIVERSAL PICTURES			
	INTERNATIONAL SPAIN S.L.	19130677	88	105896979,4027
	HISPANO FOXFILM S.A.E	17327752	71	95028458,3842
	THE WALT DISNEY COMPANY	12728380	49	70270728,7212
	IBERIA,S.L.			
	SONY PICTURES RELEASING DE			
	ESPAÑA S.A.	11129796	47	61274539,6515
	AURUM PRODUCCIONES S.A.	6604438	32	35958501,7862
	DeA PLANETA S.L..	5985695	37	33217093,3216
	TRIPICTURES S.A.	4525392	32	25282820,7665
	SOCIEDAD GENERAL DE			
	DERECHOS AUDIOVISUALES S.A.	3491111	64	19138149,8046
	ALTA CLASSICS S.L	2998892	83	16160626,8579
UNIPERSONAL				

Año	Productora	Espectadores(nº)	Largometrajes (nº)	Recaudación (€)
2008	HISPANO FOX FILM S.A.	20132327	60	127038456,916
	SONY PICTURES RELEASING DE			
	ESPAÑA S.A.	15655315	46	95071950,6796
	THE WALT DISNEY COMPANY	12959741	41	81391087,6744
	IBERIA,S.L.			
	WARNER BROS ENTERTAINMENT			
	ESPAÑA S.L.	10487283	44	62595744,6879
	UNIVERSAL PICTURES			
	INTERNATIONAL SPAIN S.L.	10236630	71	61628510,7109
	PARAMOUNT SPAIN S.L.	8059546	28	49480951,3859
	AURUM PRODUCCIONES S.A.	6350997	38	37740711,9861
	DeA PLANETA S.L..	4371189	27	26200811,4678
	TRIPICTURES S.A.	3580793	25	22980543,9695
ALTA CLASSICS S.L	2958078	72	17534012,4249	
UNIPERSONAL				

Año	Productora	Espectadores(nº)	Largometrajes (nº)	Recaudación (€)
2009	HISPANO FOX FILM S.A.	20132327	60	127038456,916
	SONY PICTURES RELEASING DE			
	ESPAÑA S.A.	15655315	46	95071950,6796
	THE WALT DISNEY COMPANY	12959741	41	81391087,6744
	IBERIA,S.L.			
	WARNER BROS ENTERTAINMENT			
	ESPAÑA S.L.	10487283	44	62595744,6879
	UNIVERSAL PICTURES			
	INTERNATIONAL SPAIN S.L.	10236630	71	61628510,7109
	PARAMOUNT SPAIN S.L.	8059546	28	49480951,3859
	AURUM PRODUCCIONES S.A.	6350997	38	37740711,9861
	DeA PLANETA S.L..	4371189	27	26200811,4678
	TRIPICTURES S.A.	3580793	25	22980543,9695
ALTA CLASSICS S.L	2958078	72	17534012,4249	
UNIPERSONAL				

Año	Productora	Espectadores(nº)	Largometrajes (nº)	Recaudación (€)
2010	HISPANO FOX FILM S.A.	15777630	61	112262180,0548
	WARNER BROS ENTERTAINMENT			
	ESPAÑA S.L.	15975228	52	102664799,5663
	THE WALT DISNEY COMPANY	12659339	42	86269436,7427
	IBERIA,S.L.			
	SONY PICTURES RELEASING DE			
	ESPAÑA S.A.	10934180	50	68670081,2094
	PARAMOUNT SPAIN S.L.	9507476	26	64262155,7033
	UNIVERSAL PICTURES			
	INTERNATIONAL SPAIN S.L.	10001037	69	63524074,2854
	AURUM PRODUCCIONES S.A.	7880187	54	48413084,2152
	DeA PLANETA S.L..	2738568	29	17051360,6656
	VERTICE CINE S.L.	2576805	30	16202309,4597
	ALTA CLASSICS S.L	2412637	69	14711487,303
UNIPERSONAL				

Año	Productora	Espectadores(nº)	Largometrajes (nº)	Recaudación (€)
2011	WARNER BROS ENTERTAINMENT			
	ESPAÑA S.L.	15897991	53	106043054,7449
	PARAMOUNT SPAIN S.L.	12982221	28	85298065,4527
	SONY PICTURES RELEASING DE			
	ESPAÑA S.A.	11344475	43	74016186,7932
	HISPANO FOX FILM S.A.	11472303	54	72370788,9144
	THE WALT DISNEY COMPANY	10188445	42	67293386,6529
	IBERIA,S.L.			
	UNIVERSAL PICTURES			
	INTERNATIONAL SPAIN S.L.	8979466	57	56885071,2214
	AURUM PRODUCCIONES S.A.	8863569	51	56810525,4812
	ALTA CLASSICS S.L	3784769	73	23878542,9263
	UNIPERSONAL			
	DEA PLANETA S.L..	3415906	26	22548640,1864
TRIPICTURES S.A.	3059828	20	19532595,9583	

Año	Productora	Espectadores(nº)	Largometrajes(nº)	Recaudación (€)
2012	WARNER BROS ENTERTAINMENT			
	ESPAÑA S.L.	20079546	46	135040647,69
	SONY PICTURES RELEASING DE			
	ESPAÑA S.A.	10866850	36	72413859,41
	HISPANO FOX FILM S.A.	10568826	60	70141433,33
	UNIVERSAL PICTURES			
	INTERNATIONAL SPAIN S.L.	11035427	57	69894844,71
	THE WALT DISNEY COMPANY	9031227	37	58704588,83
	IBERIA,S.L.			
	PARAMOUNT SPAIN, S.L.	8215514	26	53096995,59
	AURUM PRODUCCIONES S.A.	7807186	46	50973201,52
	A CONTRACORRIENTE FILMS S.L.	3390091	24	21576130,58
	ALTA CLASSICS S.L	2952252	85	18914729,51
UNIPERSONAL				
DEA PLANETA, S.L.	1685027	21	11088197,99	

Año	Productora	Espectadores(nº)	Largometrajes (nº)	Recaudación (€)
2013	WARNER BROS ENTERTAINMENT			
	ESPAÑA S.L.	12644832	50	85447024,56
	THE WALT DISNEY COMPANY	11108580	40	69442058,10
	IBERIA, S.L.			
	SONY PICTURES RELEASING DE			
	ESPAÑA S.A.	10186031	45	63788945,91
	AURUM PRODUCCIONES S.A.	9858180	46	63600594,03
	UNIVERSAL PICTURES			
	INTERNATIONAL SPAIN S.L.	9793268	57	63233538,70
	HISPANO FOX FILM S.A.	8813200	58	56065246,64
	PARAMOUNT SPAIN, S.L.	4234311	26	28267062,39
	DEA PLANETA, S.L.	2248233	33	15011128,12
	TRIPICTURES S.A.	1494078	20	9576699,50
	GOLEM DISTRIBUCION S.L.	1111423	86	7035184,06

Año	Productora	Espectadores(nº)	Largometrajes (nº)	Recaudación (€)
2014	HISPANO FOX FILM S.A.	18.696.494	63	108.247.277,16
	WARNER BROS ENTERTAINMENT			
	ESPAÑA S.L.	12.085.223	63	75.560.255,95
	SNOW FILMS, A.I.E.	9.346.289	1	55.163.074,90
	UNIVERSAL PICTURES			
	INTERNATIONAL SPAIN S.L.	9.227.928	72	54.323.225,87
	THE WALT DISNEY COMPANY	8.251.161	50	46.985.713,65
	IBERIA, S.L.			
	SONY PICTURES RELEASING DE			
	ESPAÑA S.A.	6.222.855	36	36.283.507,34
	AURUM PRODUCCIONES S.A.	5.441.908	45	32.703.192,45
	DEA PLANETA, S.L.	3.820.066	25	22.770.404,00
PARAMOUNT SPAIN, S.L.	3.659.915	28	21.653.820,67	
TRIPICTURES, S.L.	2.142.951	10	12.633.610,68	
Año	Productora	Espectadores(nº)	Largometrajes (nº)	Recaudación (€)
2015	UNIVERSAL PICTURES			
	INTERNATIONAL SPAIN S.L.	26.501.662	94	160.719.470,13
	THE WALT DISNEY COMPANY	14.977.139	34	88.381.941,00
	IBERIA, S.L.			
	WARNER BROS ENTERTAINMENT			
	ESPAÑA S.L.	11.385.289	86	71.817.553,48
	HISPANO FOXFILM, S.A.	10.607.890	75	62.768.813,33
	SONY PICTURES RELEASING DE			
	ESPAÑA S.A.	8.628.453	50	50.746.699,01
	AURUM PRODUCCIONES S.A.	6.645.910	57	39.260.832,35
	PARAMOUNT SPAIN, S.L.	4.763.389	17	27.904.615,47
	A CONTRACORRIENTE FILMS S.L.	2.350.521	81	14.539.303,47
	DEA PLANETA, S.L.	1.227.451	26	7.442.325,72
	VERTIGO FILMS S.L	1.076.172	81	6.264.035,01

Año	Productora	Espectadores(nº)	Largometrajes (nº)	Recaudación (€)
2016	THE WALT DISNEY COMPANY			
	IBERIA, S.L.	19.110.751	33	110.719.470,13
	UNIVERSAL PICTURES	18.725.399	83	108.381.941,00
	INTERNATIONAL SPAIN S.L.			
	HISPANO FOXFILM, S.A.	15.733.430	57	93.817.553,48
	WARNER BROS ENTERTAINMENT	14.944.243	82	93.768.813,33
	ESPAÑA S.L.			
	SONY PICTURES RELEASING DE	8.985.119	56	52.746.699,01
	ESPAÑA S.A.			
	AURUM PRODUCCIONES S.A.	6.645.910	51	39.260.832,35
	PARAMOUNT SPAIN, S.L.	4.763.389	51	19.904.615,47
	DEA PLANETA, S.L.	3.196.532	21	12.539.303,47
	NOSTROMO PICTURES, S.L.	2.286.434	26	12.442.325,72
VERTIGO FILMS S.L	1.973.340	1	12.264.035,01	

Anexo II: nacionalidad de los largometrajes exhibidos con mayor recaudación en España: 2005-2016

Año	Nacionalidad	Espectadores (nº)	Largometrajes (nº)	Recaudación (€)
2005	Estados Unidos	76962023	614	381861823,9551
2006	Estados Unidos	86643248	662	453043516,9808
2007	Estados Unidos	78988116	667	435235048,245
2008	Estados Unidos	77100364	629	444070479,0064
2009	Estados Unidos	77817002	568	480235599,8139
2010	Estados Unidos	70283101	592	466453070,3411
2011	Estados Unidos	67903059	578	440277037,6688
2012	Estados Unidos	56248789	577	365609539,07
2013	Estados Unidos	54795336	640	350752745,09
2014	Estados Unidos	48.905.085	578	286.492.196,27
2015	Estados Unidos	59.564.586	610	354.056.822,71
2016	Estados Unidos	69.375.446	530	409.422.920,14

Anexo III: largometrajes con mayor recaudación en España: 2005-2016

Año	Largometraje	País	Distribuidora	Recaudación(€)
2005	STAR WARS EPISODIO III. LA VENGANZA DE LOS SITH	ESTADOS UNIDOS	HISPANO FOXFILM S.A.E	18788480,0516
	HARRY POTTER Y EL CALIZ DE FUEGO	REINO UNIDO	WARNER SOGEFILMS A.I.E.	18502764,2999
	TORRENTE 3, El Protector	ESPAÑA	UNITED INTERNATIONAL PICTURES S.L.	18157984,0733
	GUERRA DE LOS MUNDOS, LA	ESTADOS UNIDOS	UNITED INTERNATIONAL PICTURES S.L.	16475936,63
	PADRES DE EL, LOS	ESTADOS UNIDOS	UNITED INTERNATIONAL PICTURES S.L.	13618065,765
	MADAGASCAR	ESTADOS UNIDOS	UNITED INTERNATIONAL PICTURES S.L.	13598279,1499
	CRONICAS DE NARNIA. EL LEON, LA BRUJA Y EL ARMARIO	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA,S.L.	13359603,77
	4 FANTASTICOS, LOS	ESTADOS UNIDOS	HISPANO FOXFILM S.A.E	12682960,145
	MILLION DOLLAR BABY	ESTADOS UNIDOS	SOC. GRAL. DE DERECHOS AUDIOVISUALES S.A.	12620399,54
	SR. Y SRA. SMITH	ESTADOS UNIDOS	HISPANO FOXFILM S.A.E	12608790,45

Año	Largometraje	País	Distribuidora	Recaudación(€)
2006	PIRATAS DEL CARIBE. EL COFRE DEL HOMBRE MUERTO	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA,S.L.	27897542,82
	CODIGO DA VINCI, EL	ESTADOS UNIDOS	SONY PICTURES RELEASING DE ESPAÑA S.A.	26732974,51
	ICE AGE 2. EL DESHIELO	ESTADOS UNIDOS	HISPANO FOXFILM S.A.E	19307960,905
	ALATRISTE	ESPAÑA	HISPANO FOXFILM S.A.E	16489511,6799
	CARS	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA,S.L.	12580151,02
	MEMORIAS DE UNA GEISHA	ESTADOS UNIDOS	SONY PICTURES RELEASING DE ESPAÑA S.A.	11774760,05
	VOLVER	ESPAÑA	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	10120241,875
	X-MEN. LA DECISION FINAL	ESTADOS UNIDOS	HISPANO FOXFILM S.A.E	9621459,02
	SUPERMAN RETURNS (EL REGRESO)	ESTADOS UNIDOS	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	9151877,865
	INFILTRADOS	ESTADOS UNIDOS	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	8446844,5366

Año	Largometraje	País	Distribuidora	Recaudación(€)
2007	ORFANATO, EL	ESPAÑA	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	24317951,8199
	PIRATAS DEL CARIBE. EN EL FIN DEL MUNDO	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA,S.L.	22774989,1
	SHREK TERCERO	ESTADOS UNIDOS	UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL SPAIN S.L.	22065328,5799
	SIMPSON. LA PELICULA, LOS	ESTADOS UNIDOS	HISPANO FOXFILM S.A.E	18449931,9366
	SPIDER-MAN 3	ESTADOS UNIDOS	SONY PICTURES RELEASING DE ESPAÑA S.A.	18289635,68
	HARRY POTTER Y LA ORDEN DEL FENIX	REINO UNIDO	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	17227618,4399
	300	ESTADOS UNIDOS	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	15000977,2883
	RATATOUILLE	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA,S.L.	14305704,9764
	NOCHE EN EL MUSEO	ESTADOS UNIDOS	HISPANO FOXFILM S.A.E	12711395,1533
	BRUJULA DORADA, LA	REINO UNIDO	TRIPICTURES S.A.	10677615,35

Año	Largometraje	País	Distribuidora	Recaudación(€)
2008	INDIANA JONES Y EL REINO DE LA CALAVERA DE CRISTAL	ESTADOS UNIDOS	UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL SPAIN S.L.	20859240,0866
	HANCOCK	ESTADOS UNIDOS	SONY PICTURES RELEASING DE ESPAÑA S.A.	16254539,3099
	KUNG FU PANDA	ESTADOS UNIDOS	UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL SPAIN S.L.	13720895,0899
	MAMMA MIA!	ESTADOS UNIDOS	UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL SPAIN S.L.	13451570,3098
	MADAGASCAR 2	ESTADOS UNIDOS	PARAMOUNT SPAIN S.L.	13088984,9764
	MOMIA. LA TUMBA DEL EMPERADOR DRAGON, LA	ESTADOS UNIDOS	UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL SPAIN S.L.	12176922,955
	CABALLERO OSCURO, EL	REINO UNIDO	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	11027890,05
	WALL-E BATALLON DE LIMPIEZA	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA,S.L.	10587650,3347
	NIÑO CON EL PIJAMA DE RAYAS, EL	REINO UNIDO	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA,S.L.	10559250,98
	CREPUSCULO	ESTADOS UNIDOS	AURUM PRODUCCIONES S.A.	10156558,063

Año	Largometraje	País	Distribuidora	Recaudación(€)
2009	DISNEY/PIXAR UP	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA,S.L.	24618756,5632
	AVATAR	ESTADOS UNIDOS	HISPANO FOX FILM S.A.	22983897,62
	ICE AGE 3: EL ORIGEN DE LOS DINOSAURIOS	ESTADOS UNIDOS	HISPANO FOX FILM S.A.	21686200,92
	AGORA	ESPAÑA	HISPANO FOX FILM S.A.	20405735,32
	SAGA CREPUSCULO: LUNA NUEVA, LA	ESTADOS UNIDOS	AURUM PRODUCCIONES S.A.	18810154,35
	ANGELES Y DEMONIOS (ANGELS AND DEMONS)	ESTADOS UNIDOS	SONY PICTURES RELEASING DE ESPAÑA S.A.	15605231,6066
	2012	ESTADOS UNIDOS	SONY PICTURES RELEASING DE ESPAÑA S.A.	14408233,69
	HARRY POTTER Y EL MISTERIO DEL PRINCIPE	REINO UNIDO	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	13971647,5831
	GRAN TORINO	ESTADOS UNIDOS	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	12777134,495
	CURIOSO CASO DE BENJAMIN BUTTON, EL	ESTADOS UNIDOS	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	12193845,65

Año	Largometraje	País	Distribuidora	Recaudación(€)
2010	AVATAR	ESTADOS UNIDOS	HISPANO FOX FILM S.A.	50420212,3562
	TOY STORY 3	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA,S.L.	24874668,34
	ALICIA EN EL PAIS DE LAS MARAVILLAS	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA,S.L.	22769133,43
	ECLIPSE	ESTADOS UNIDOS	AURUM PRODUCCIONES S.A.	19185912,6532
	ORIGEN	REINO UNIDO	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	16933578,89
	SHREK, FELICES PARA SIEMPRE	ESTADOS UNIDOS	PARAMOUNT SPAIN S.L.	16055045,955
	HARRY POTTER Y LAS RELIQUIAS DE LA MUERTE - PARTE	REINO UNIDO	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	13129082,71
	FURIA DE TITANES	REINO UNIDO	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	12007008,4
	GRU, MI VILLANO FAVORITO	ESTADOS UNIDOS	UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL SPAIN S.L.	10558117,1363
	ROBIN HOOD	REINO UNIDO	UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL SPAIN S.L.	10401327,7233

Año	Largometraje	País	Distribuidora	Recaudación(€)
2011	TORRENTE 4	ESPAÑA	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	19345503,3200
	PIRATAS DEL CARIBE. EN MAREAS MISTERIOSAS	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA,S.L.	18950126,5050
	SAGA CREPUSCULO: AMANECER - PARTE I, LA	ESTADOS UNIDOS	AURUM PRODUCCIONES S.A.	18943848,9100
	AVENTURAS DE TINTIN: EL SECRETO DEL UNICORNIO, LAS	ESTADOS UNIDOS	SONY PICTURES RELEASING DE ESPAÑA S.A.	17626674,2300
	HARRY POTTER Y LAS RELIQUIAS DE LA MUERTE 2ª PARTE	REINO UNIDO	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	15893965,5266
	Dreamworks EL GATO CON BOTAS	ESTADOS UNIDOS	PARAMOUNT SPAIN S.L.	14085367,3900
	ORIGEN DEL PLANETA DE LOS SIMIOS, EL	ESTADOS UNIDOS	HISPANO FOX FILM S.A.	14041225,0932
	ENREDADOS	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA,S.L.	13683334,9632
	PITUFOS, LOS	ESTADOS UNIDOS	SONY PICTURES RELEASING DE ESPAÑA S.A.	13519327,0966
	CARS 2	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA,S.L.	10508944,6583

Año	Largometraje	País	Distribuidora	Recaudación(€)
2012	LO IMPOSIBLE	ESPAÑA	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	41009378,41
	SAGA CREPUSCULO: AMANECER - PARTE II, LA	ESTADOS UNIDOS	AURUM PRODUCCIONES S.A.	21857582,44
	AVENTURAS DE TADEO JONES, LAS	ESPAÑA	PARAMOUNT SPAIN, S.L.	18016633,93
	HOBBIT: UN VIAJE INESPERADO, EL	NUEVA ZELANDA	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	16808734,20
	INTOCABLE de Eric Toledano y Olivier Nakache	FRANCIA	A CONTRACORRIENTE FILMS S.L.	16499548,07
	MARVEL LOS VENGADORES	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA,S.L.	16207817,23
	ICE AGE 4: LA FORMACION DE LOS CONTINENTES	ESTADOS UNIDOS	HISPANO FOX FILM S.A.	15165086,90
	BRAVE (INDOMABLE)	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA,S.L.	14716212,62
	TENGO GANAS DE TI	ESPAÑA	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	12122051,24
	CABALLERO OSCURO LA LEYENDA RENACE, EL	REINO UNIDO	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	11936954,60

Año	Largometraje	País	Distribuidora	Recaudación
2013	CROODS, LOS	ESTADOS UNIDOS	HISPANO FOX FILM S.A.	13777179,91
	GRU 2 MI VILLANO FAVORITO	ESTADOS UNIDOS	UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL SPAIN S.L.	13078170,37
	HOBBIT: LA DESOLACION DE SMAUG, EL	NUEVA ZELANDA	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	13077298,41
	GUERRA MUNDIAL Z	ESTADOS UNIDOS	PARAMOUNT SPAIN, S.L.	11883891,85
	FROZEN. EL REINO DEL HIELO	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA, S.L.	11408681,72
	MONSTRUOS UNIVERSITY	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA, S.L.	11241002,08
	DJANGO DESENCADENADO	ESTADOS UNIDOS	SONY PICTURES RELEASING DE ESPAÑA S.A.	10517035,45
	JUEGOS DEL HAMBRE: EN LLAMAS, LOS	ESTADOS UNIDOS	AURUM PRODUCCIONES S.A.	10385738,34
	AHORA ME VES...	ESTADOS UNIDOS	AURUM PRODUCCIONES S.A.	10356253,28
	IRON MAN THREE	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA, S.L.	9840603,67

Año	Largometraje	País	Distribuidora	Recaudación(€)
2014	8 APELLIDOS VASCOS	ESPAÑA	SNOW FILMS, A.I.E.	55.163.074,90
	NIÑO, EL	ESPAÑA	HISPANO FOX FILM S.A.	15.902.862,88
	MALEFICA	REINO UNIDO	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA, S.L.	12.527.245,55
	AMANECER DEL PLANETA DE LOS SIMIOS, EL	ESTADOS UNIDOS	HISPANO FOX FILM S.A.	12.415.674,94
	LOBO DE WALL STREET, EL	ESTADOS UNIDOS	UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL SPAIN S.L.	11.930.433,92
	JUEGOS DEL HAMBRE: SINSAJO - PARTE 1, LOS	ESTADOS UNIDOS	AURUM PRODUCCIONES S.A.	11.360.255,37
	HOBBIT: LA BATALLA DE LOS CINCO EJERCITOS, EL	NUEVA ZELANDA	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	10.681.043,27
	TORRENTE 5	ESPAÑA	SONY PICTURES RELEASING DE ESPAÑA S.A.	10.592.908,26
	LUCY	FRANCIA	UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL SPAIN S.L.	9.625.555,28
	INTERSTELLAR	ESTADOS UNIDOS	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	8.876.748,19

Año	Largometraje	País	Distribuidora	Recaudación(€)
2015	OCHO APELLIDOS CATALANES	ESPAÑA	UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL SPAIN S.L.	31.486.085,89
	MINIONS, LOS	ESTADOS UNIDOS	UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL SPAIN S.L.	23.996.590,96
	JURASSIC WORLD	ESTADOS UNIDOS	UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL SPAIN S.L.	21.993.812,55
	STAR WARS: EL DESPERTAR DE LA FUERZA	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA, S.L.	21.804.042,75
	DEL REVES (INSIDE OUT)	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA, S.L.	21.787.682,41
	CINCUENTA SOMBRAS DE GREY	ESTADOS UNIDOS	UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL SPAIN S.L.	19.529.367,43
	FAST & FURIOUS 7	ESTADOS UNIDOS	UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL SPAIN S.L.	13.441.604,24
	VENGADORES: LA ERA DE ULTRON	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA, S.L.	12.076.545,76
	MARTE (THE MARTIAN)	ESTADOS UNIDOS	HISPANO FOXFILM, S.A.	11.051.906,66
	ATRAPA LA BANDERA	ESPAÑA	PARAMOUNT SPAIN, S.L.	10.960.609,63

Año	Largometraje	País	Distribuidora	Recaudación(€)
2016	UN MONSTRUO VIENE A VERME	ESPAÑA	UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL SPAIN S.L.	26.030.151,93
	MASCOTAS	ESTADOS UNIDOS	UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL SPAIN S.L.	21.252.545,15
	BUSCANDO A DORY	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA, S.L.	17.523.161,90
	LIBRO DE LA SELVA (THE JUNGLE BOOK), EL	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA, S.L.	16.672.073,69
	RENACIDO (THE REVENANT), EL	ESTADOS UNIDOS	HISPANO FOXFILM, S.A.	14.360.338,53
	ZOOTROPOLIS	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA, S.L.	13.665.599,35
	ANIMALES FANTASTICOS Y DONDE ENCONTRARLOS	REINO UNIDO	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	12.859.730,70
	PALMERAS EN LA NIEVE	ESPAÑA	NOSTROMO PICTURES, S.L.	12.471.763,65
	ESCUADRON SUICIDA	ESTADOS UNIDOS	WARNER BROS ENTERTAINMENT ESPAÑA S.L.	11.141.826,94
	ROGUE ONE	ESTADOS UNIDOS	THE WALT DISNEY COMPANY IBERIA, S.L.	11.065.201,04