

# Cine, espionaje y poder: la CIA como herramienta de poder blando

Cinema, espionage and power: the CIA as a tool of soft power

Maria Samper Serra<sup>1</sup>, Gustavo Díaz Matey<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universidad Complutense de Madrid, España

marsam01@ucm.es , gdiazmat@ucm.es

**RESUMEN.** La relación entre la CIA y Hollywood, consolidada en 1996 con la creación de una Oficina de Enlace con la Industria de Entretenimiento, ha servido como una herramienta estratégica de la política exterior estadounidense. Con esta colaboración, Estados Unidos ha promovido narrativas favorables a sus intereses, ha legitimado sus acciones en el extranjero y ha moldeado la opinión pública nacional e internacional. Sin embargo, dicha representación mitificada de los servicios de inteligencia se ha visto alterada por la difusión de teorías de la conspiración y por diversos escándalos relacionados con sus prácticas. Este artículo analiza la capacidad de los productos culturales de moldear el imaginario colectivo, siendo usados por las estructuras gubernamentales como un instrumento para proyectar ideales y valores con fines políticos, evidenciando que las dinámicas de poder van más allá de la tradicional dicotomía entre poder duro y poder blando, abarcando otras formas más sutiles.

**ABSTRACT.** The relationship between the CIA and Hollywood, consolidated in 1996 with the creation of an Entertainment Liaison Office, has served as a strategic tool of US foreign policy. Through this collaboration, the United States has promoted narratives favorable to its interests, legitimized its actions abroad, and shaped domestic and international public opinion. However, this mythologized portrayal of intelligence services has been disrupted by the spread of conspiracy theories and various scandals related to their practices. This article analyzes the capacity of cultural products to shape the collective imagination, being used by government structures as an instrument to project ideals and values for political purposes, demonstrating that power dynamics go beyond the traditional dichotomy between hard and soft power, encompassing other, more subtle forms.

**PALABRAS CLAVE:** Spytainment, CIA, Poder blando, Política exterior, Productos culturales.

**KEYWORDS:** Spytainment, CIA, Soft power, Foreign policy, Cultural products.

## 1. Introducción

La CIA (Central Intelligence Agency en inglés) es sólo una de las 18 agencias de inteligencia que componen la comunidad de inteligencia estadounidense. Por su parte y contrariamente al resto, no depende de ningún departamento gubernamental –como serían el de justicia o el de defensa, a los que pertenecerían, por ejemplo, el FBI (Federal Bureau of Investigation) y la NSA (National Security Agency) respectivamente–, de manera que responde directamente ante el presidente (ODNI, s.f.). Asimismo, cabe subrayar que dentro de la comunidad de inteligencia estadounidense se trata de un servicio exterior, es decir, enfocado en recopilar información y actuar allende las fronteras de Estados Unidos.

Algo que destaca de la CIA es que, si bien está rodeada de muchos otros servicios de inteligencia, cada una con un cometido distinto, es la más conocida de todos ellos, en parte, dada su presencia en el entorno mediático y cultural, de la mano de películas y series como las que se comentarán a lo largo del presente trabajo, las cuales han contribuido a la creación de un mito en torno a ella, haciendo que, para el imaginario colectivo, sea si no el único, el más importante de los servicios de inteligencia estadounidenses. Sin embargo, a pesar de esta narrativa, la CIA no es la agencia, de las 18 que componen la Comunidad de Inteligencia estadounidense, que cuenta con el mayor presupuesto. A este respecto es importante apuntar que los datos actualizados sobre las asignaciones directas a la CIA son difíciles de encontrar, dado que este tipo de información desglosada es considerada secreto de Estado. Como se puede apreciar en los Presupuestos Fiscales del año 2025 (Office of Management and Budget, 2024), no se encuentra alusión alguna a la CIA. No obstante, a través de un análisis historiográfico de las fuentes que se encuentran disponibles –generalmente desactualizadas–, se puede atisbar que el presupuesto que recibe la CIA no es el mayor dentro de la comunidad de inteligencia estadounidense.

En el presente artículo se pone el foco en los entresijos de dicha mitificación, analizando el papel de la CIA en Hollywood y los procesos que subyacen a este fenómeno, pues en su núcleo se encuentra la colaboración entre la industria del cine estadounidense y probablemente la agencia de inteligencia más famosa del mundo, quien, tras una larga historia de vilipendios cinematográficos, decidió adoptar la estrategia de intervenir en la narración de su propia historia, creando en 1996 la Oficina de Enlace con la Industria de Entretenimiento (Jenkins, 2012; Secker, 2022, 2023) e iniciando relaciones oficiales con Hollywood. Este tema es importante en la actualidad ya que supone un ejemplo claro de cómo un servicio de inteligencia desarrolla una estrategia enmarcada en un proyecto gubernamental basado en la proyección de valores e ideales estadounidenses en el plano internacional y la promoción de un estereotipo muy definido sobre las labores de la inteligencia.

El objetivo general de esta investigación será comprender la historia de la CIA en Hollywood, en lo que se refiere tanto a la gestación y desarrollo de su mitificación y su imagen –la forjada desde la cultura popular y la auto proyectada– como a la colaboración entre ambas entidades–primero informal y a partir de 1996 formal–, y las implicaciones que esto tiene en la política exterior estadounidense. Se trata de casi 30 años de colaboración entre la inteligencia y la industria audiovisual como un mecanismo de poder blando y diplomacia pública.

Para ello, se estudiarán los factores y las condiciones que han producido determinadas representaciones de la CIA en la cultura popular cinematográfica y que han trascendido fronteras. Es decir, la conjunción, por una parte, de los eventos históricos que ha vivido Estados Unidos y en los que la CIA ha sido protagonista; por otra, como reacción a ciertas políticas estadounidenses, de las teorías de la conspiración respecto a la inteligencia, dado que el desconocimiento acerca de las dinámicas del mundo de la inteligencia impulsa a la ciudadanía a llenar huecos vacíos con invenciones más llamativas para la audiencia; y, finalmente, de la visión crítica de la Agencia y el mundo de la inteligencia por parte de la opinión pública. Consecuentemente, se investigará el peso que estas cuestiones tuvieron y siguen teniendo en la trascendente decisión de la agencia de inteligencia –auspiciada por el gobierno estadounidense– y la industria cinematográfica de trabajar conjuntamente a través de la Oficina de Enlace.



Otro objetivo pasará por advertir hasta qué punto la imagen que se conoce de la CIA en las pantallas concuerda con la realidad y en qué medida la concepción que se tiene de ella ha sido moldeada por la cultura de la inteligencia y los productos culturales, nutridos desde diversas perspectivas.

Todo ello permitirá analizar la forma en que la CIA ejerce poder sobre su imagen a través de Hollywood, advirtiendo en qué grado dicha imagen responde en realidad a una estrategia propagandística edulcorada bajo el pretexto de instruir y conseguir fidelidad en sus representaciones. De esta suerte, se tratará de arrojar luz acerca del papel del gobierno estadounidense –en el marco de su Estrategia de Seguridad Nacional– en estas cuestiones, en vista de generar una visión de Estado y de conseguir y mantener un posicionamiento hegemónico en el mundo basado en determinados valores e ideales.

La relevancia de este tema como objeto de investigación reside en la importancia de comprender la capacidad que tienen los productos culturales de moldear el imaginario colectivo, llegando, como en este caso, a ser usados por parte de las estructuras gubernamentales y de poder como una herramienta para proyectar ideales y valores con fines políticos, en definitiva, como un instrumento de poder blando. Así, estudiar el caso de la CIA en la industria cinematográfica del país, Hollywood, permite comprender una pequeña parte de este fenómeno del que, sin darnos cuenta, toda la sociedad formamos parte. Ayuda a entender que las dinámicas de poder de las relaciones internacionales, en este contexto dentro de uno de sus ámbitos clave, el mundo de la inteligencia, abarca formas más sutiles que el tradicional poder duro o material, pero no por ello con menor impacto para conseguir el fin deseado: proyectar una imagen de fuerza, de capacidad y de supremacía, desde una superioridad en el marco de la información y por derivada desde el ámbito de la inteligencia.

Por otro lado, en cuanto a la perspectiva académica desde la que se aborda, cabe señalar que, si bien estas temáticas han sido tratadas desde otras áreas de conocimiento como la comunicación, la historia o la ciencia política, hacerlo desde las relaciones internacionales permite ir un paso más allá. Este enfoque ilustra dos realidades. Por un lado, el impacto que los productos culturales tienen en la comprensión de los servicios y el mundo de la inteligencia por parte de la población, configurando una determinada cultura de la inteligencia. Por otro, las dinámicas internacionales que subyacen a la intervención de dichas entidades en los productos culturales que las insertan en sus tramas.

En suma, abordar esta temática desde las relaciones internacionales ayuda a trascender la idea del cine como tradicional método clave para “informar” a la población y moldear sus opiniones, pues permite comprender que la relación de la CIA con Hollywood encierra aspectos de mayor peso en la sociedad internacional ligados a estrategias estatales de poder blando. En definitiva, la defensa de la hegemonía de Estados Unidos y su particular concepción de seguridad nacional, entronizada en el ámbito de la inteligencia con la CIA como representante de los valores y capacidades propios del proyecto de nación del país.

## 1.1. Estado de la cuestión

Como punto de partida es necesario subrayar que los estudios de inteligencia constituyen un campo de estudio que puede abordarse desde múltiples perspectivas, siendo una de ellas y aquella de la que se partirá, la disciplina de relaciones internacionales.

Desde la literatura académica se ha producido un giro dentro de los estudios de inteligencia, ya que se ha comenzado a considerar los productos culturales como objeto de estudio (McCriskin & Moran, 2018: 805), afirmando que el mundo de la ficción y el mundo real mantienen una relación de reciprocidad, con la ficción condicionando la realidad. Sobre todo, se habla del fenómeno James Bond como uno de los mitos de los servicios de inteligencia, sirviendo como herramienta de referencia para la población. Así, su impacto en la sociedad ha desencadenado el interés de los académicos respecto al rol de dichos productos culturales en la comprensión de la inteligencia. Esta situación sienta las bases del tema a tratar, al abordar los estudios de inteligencia desde una perspectiva centrada en la cultura popular estereotipada, en las representaciones de una agencia, la CIA, en el cine y por extensión las series.

Siguiendo con esta idea, de acuerdo con Willmetts (2019: 802), en la literatura académica relativa a los estudios culturales de inteligencia habría dos vertientes. La primera, el estudio de las representaciones del espionaje en los medios (ficción de espías) y, la segunda, el estudio de las culturas de inteligencia, es decir, la comprensión de la diversidad de normas y formas de actuación de los distintos servicios. Este artículo se inserta en la primera vertiente, cuyas subvertientes serían, primero, la perspectiva “mythbusting” (desmitificadora), que aborda la comparación entre realidad y ficción, y, en segundo lugar, la perspectiva consecuencialista, cuyo interés reside en conocer el impacto de la ficción en la realidad. Ambas recorrerán de manera transversal y subyacente la presente investigación, dado que, tal y como consideran los estudios culturales sobre inteligencia, se parte de la idea de que existe una interrelación entre lo cultural, lo social y lo político.

Como extensión de este fenómeno, auspiciado por eventos y escándalos que han puesto a las agencias gubernamentales en el punto de mira, la academia se ha interesado especialmente desde los años 2000 por investigar la influencia de los servicios de inteligencia y del ámbito militar en Hollywood. Particularmente relevantes son el FBI y, sobre todo, el Pentágono (Departamento de Defensa de Estados Unidos), cuyo caso ha sido abordado por autores como David L. Robb. Matthew Alford (2013, 2017), otro autor destacado en el estudio de la influencia de las agencias gubernamentales en Hollywood –y referencia clave de este trabajo– aborda, por su parte, el panorama general, estudiando a varias de ellas. Como ejemplo, en su obra compartida con el académico Tom Secker, *National Security Cinema. The shocking new evidence of government control in Hollywood* (2017), trata los casos del Pentágono, el FBI y la CIA.

En lo que respecta al género de espías, una autora notable sería Amy B. Zegart (2010, 2022), quien, además de tratar la historia y las dinámicas de la inteligencia estadounidense, ha escrito sobre el cine de espías, acuñando el término *spytainment* (entretenimiento sobre espías) –tratado más adelante–, lo que muestra su interés en la vertiente de estudios de inteligencia centrada en el análisis de los productos culturales sobre este campo.

Poniendo la atención en la agencia objeto de estudio, la CIA, es preciso señalar que, dada su tardía incorporación a la carrera propagandística, en los años 90, son menos los estudios que se concentran en ella, tratándose de un área de investigación todavía incipiente.

Aun así, la labor de Tricia Jenkins (2009, 2012) –una de las referencias principales del presente trabajo–, aporta un grueso académico elemental respecto de esta Agencia, al ser aquella en la que se centra su investigación, que ha pasado por realizar entrevistas a los jefes de las oficinas de relaciones públicas de la CIA con Hollywood para comprender de manera completa la asociación entre ambos organismos. Más allá de sus entrevistas y sus numerosos artículos académicos, destaca especialmente su libro *The CIA in Hollywood: how the agency shapes film and television* (2012), que ofrece una visión holística del fenómeno abordado.

Finalmente, cabe destacar la labor de otro de los autores esenciales para este artículo, Simon Willmetts (2013, 2016, 2019), quien, con diversas obras y en especial su libro *In secrecy's shadow: the OSS and CIA in Hollywood cinema 1941-1979* (2016) realiza un análisis histórico de la relación entre la CIA y Hollywood desde la creación de la primera –es más, desde el nacimiento de su antecesora, la OSS (Office of Strategic Services)– hasta finales del siglo XX. Así, pone el foco en la representación de la CIA en el cine a lo largo de dicho periodo y analiza aquellos factores que la han condicionado, así como la transformación que ha experimentado la cultura de la inteligencia en la población estadounidense.

Es preciso señalar que, como se advierte, este tipo de estudios de inteligencia predominan en el área anglosajona, más concretamente Estados Unidos y Reino Unido, lo cual resulta congruente. A fin de cuentas, estos países han sido países punteros en la ficción militarista y del espionaje. Ahora bien, lo cierto es que no han centrado sus estudios únicamente en sus servicios de inteligencia nacionales, sino que han abordado también las estrategias de poder blando relativas al *spytainment* de otros estados, como sería el caso francés, ruso o israelí, en los cuales, asimismo, comienza a advertirse un incipiente desarrollo de estos análisis.

De esta forma, este tipo de estudios, aunque acotados geográficamente a los servicios de inteligencia pertenecientes a un grupo de países con una importante cuota hegemónica en la esfera internacional, reflejada en la promoción –real y ficcionada– de sus servicios de inteligencia –CIA, MI6, DGSE, FSB y Mossad, entre otros–, se erigen como ejemplo de cómo la representación de los servicios de inteligencia en la industria de entretenimiento sirve para entrelazar estrategias de seguridad nacional con proyectos de expansión de la presencia internacional. Efectivamente, observando qué servicios reciben la atención mediática, se aprecian los frutos de la apuesta por el poder blando.

Sin embargo, en países como España, cuyo CNI (Centro Nacional de Inteligencia) todavía se desenvuelve con timidez en el ámbito público, no se cuenta ni con gran impulso de ficciones que aborden el funcionamiento de sus servicios de inteligencia –aunque sí, cada vez más, de los cuerpos de seguridad del Estado, reflejando un interés por mediatizar la labor de los organismos ligados a la seguridad y la defensa– ni, en consecuencia, con un desarrollo de estudios sobre la influencia de la representación ficcionada de estos servicios en la conformación de una cultura de la inteligencia y en la elaboración de una Estrategia de Seguridad Nacional.

Una de las consecuencias más evidentes de esta situación es que la imagen que se tiende a presentar de los servicios de inteligencia españoles en las series de ficción es, por lo general, alejada de la realidad, con cierta tendencia a resaltar las vertientes más negativas y perpetuando las narrativas de las teorías de la conspiración, como muestran series como *Asalto al Banco Central* (2024), *La casa de papel* (2017-2021) o *El príncipe* (2014-2015). Está por ver si el estreno de la serie *El centro* supone un cambio en la representación cinematográfica del trabajo de la inteligencia en España. Lo que es evidente es que empieza a observarse un interés por estas temáticas relacionadas con el uso de estrategias de poder blando circunscritas a los servicios de inteligencia, si bien teniendo como objeto de estudio a otros países como sería, en este caso, Estados Unidos.

## 1.2. Conceptos clave

Habiendo sobrevolado el mapa de autores que han tratado el tema objeto de estudio, es fundamental abordar la base teórica del argumento analizado.

La cultura de la inteligencia –concepto poco tratado por la academia– sería el conjunto de conocimientos sobre qué constituyen los servicios de inteligencia y la percepción y la relación que los ciudadanos y el gobierno de un país mantienen con sus propios organismos de inteligencia. Se apreciará que la cultura de la inteligencia en Estados Unidos ha ido mudando a lo largo de los años, según se han sucedido acontecimientos con recepción negativa o positiva por parte de la población. Así, si bien en un inicio la cultura de la inteligencia de la población era más bien inexistente, pero con un cierto cariz optimista, sobre todo por la confianza en el gobierno, con el tiempo ha ido adquiriendo tonos de escepticismo y crítica, fruto del descontento con las acciones del mismo. En lo que se refiere a las instituciones gubernamentales, la cultura de la inteligencia estadounidense, especialmente en lo concerniente a la CIA, se caracteriza por su secretismo, su tendencia securitista, su vinculación a valores –a priori– democráticos y de rectitud moral y, sobre todo, por la defensa de la necesidad de las agencias que conforman la comunidad de inteligencia, algo que sin duda está muy presente en las representaciones de inteligencia en los medios.

En este marco, resulta interesante que, con el fin de mostrar a la población o bien una impresión de seguridad o bien cuáles son los aspectos en torno a los cuales gira la Estrategia de Seguridad Nacional del país, sobre todo en términos de definición del enemigo, una de las herramientas empleadas es el cine de seguridad nacional. Alford y Secker (2017a: 11) lo definen como aquel conjunto de películas que siguen una narrativa oficial y exaltan la política exterior estadounidense, películas relacionadas con temas fundamentales del debate estratégico del país que tienen impacto en la conciencia colectiva de la nación. Dentro de este género pueden incluirse las películas bélicas, la épica histórica o incluso la ciencia ficción (Boyd-Barrett, Herrera & Baumann, 2011), todas ellas derivando en la mitificación de aquellas entidades que representan.

Este escenario remite a la noción de inteligencia cinematográfica (Willmetts, 2016), es decir, el cine sobre temas de inteligencia. En este caso, tiene relevancia el concepto de *spytainment*, el entretenimiento cuya temática gira en torno a los espías (Zegart, 2020), siendo uno de sus ámbitos el género cinematográfico. Su consolidación se produce a partir de los años 90 –precisamente cuando la CIA empieza su colaboración formal con Hollywood–, alcanzado su auge entre 2000 y 2008 (Zegart, 2010: 603) –periodo post 11-S. En los últimos años, coincidentes con el inicio de dicho auge, este género ha cobrado importancia en la literatura académica, dada la ya mencionada creciente influencia del cine en la conformación de la visión que se tiene de la inteligencia y su funcionamiento, resultando en lo que se conoce como sentimientos de hiper-realidad (Redmond, 2017: 305), entendido como la dificultad de la audiencia para distinguir entre realidad y ficción.

En este punto, es preciso señalar la relevancia del imperialismo mediático (Boyd-Barrett et al., 2011), de acuerdo con el cual los medios de comunicación estadounidenses servirían a los intereses políticos y económicos del país. Así, dado que el cine constituye un medio de información para la ciudadanía –especialmente en sus orígenes– (OSS, s.f.; Barry, 2008), servicios como la CIA se sirven de él para introducir narrativas y discursos ideológicos con el fin de consolidar ciertas nociones vinculadas con el poder.

Desde aquí se transita a conceptos como poder blando y propaganda, y el sutil confin que hay entre ellos en términos de estrategia política, pues ambas –en especial la segunda– constituyen herramientas de manipulación cultural, mediante las cuales se condiciona el modo de consumir cultura e información. A fin de cuentas, el límite reside en el grado de coerción aplicada a la información transmitida, en la voluntariedad del espectador y en la medida en que las informaciones son falsas o verdaderas, siendo la desinformación un arma esencial (Domínguez Hacha, 2020). Esto es lo que hace tan difícil atisbar hasta qué punto las actividades de la CIA y Hollywood podrían considerarse poder blando o propaganda. Sea como fuere, ambas estrategias, en este caso vinculadas al *spytainment* y la política exterior estadounidense, persiguen la hegemonía del país norteamericano, bajo la idea de que el factor cultural y el factor ideológico son cruciales para sustentar una estructura hegemónica (Cox, 1992: 179), pues los valores y las formas de pensar pueden legitimar y sostener un régimen hegemónico, al tener una gran influencia en la opinión pública.

## 2. La protagonista: pinceladas de la convulsa existencia de la CIA

### 2.1. Rebobinando: Sus inicios en Hollywood

Creada en 1947 por el National Security Act of 1947 ante el trauma que supuso Pearl Harbor (1941) con el fin de coordinar al resto de agencias de inteligencia de Estados Unidos, pronto pasó a ser una agencia de acción. De hecho, aunque las relaciones CIA-Hollywood adquirieron un carácter sólido y formal en los años 90 del siglo XX, la Agencia había tenido desde su creación cierta influencia sobre Hollywood fruto de dos cuestiones.

En primer lugar, en el marco de la confrontación contra la Unión Soviética, dentro de la Doctrina de la seguridad nacional (Tejero, 2016) se le encomendaron operaciones propagandísticas relacionadas con la promoción de la imagen, instituciones y modo de vida estadounidenses (Weiner, 2008: 26). Es así como terminó llevando a cabo la Fórmula Hollywood (Willmetts, 2013; Redmond, 2017), consistente en erradicar de las películas aquellos estereotipos negativos de la CIA e insertar representaciones positivas, mediante la Oficina de la Coordinación de Políticas (OPC) –la rama de operaciones especiales–, a través de la cual infiltraba agentes en Hollywood (Redmond, 2017), bajo las órdenes de un exagente de la OSS (Office of Strategic Services) –que daba mucha importancia al cine como instrumento de propaganda y arma psicológica– especializado en la guerra psicológica, concretamente en la denominada propaganda negra –aquella que miente sobre la fuente de la que proviene, haciéndola parecer del bando contrario– (Saunders, 2000: 256).

En segundo lugar, una serie de códigos legales que coartaban y censuraban la producción cinematográfica (Jaluf, 2004: 8-16), limitando las representaciones de las agencias gubernamentales (Alford & Secker, 2017a). Destacan, en primera instancia, el HUAC (Comité de Actividades Antiestadounidenses), instaurado en 1938



bajo la paranoia macartista, materializada en el cine con una caza de brujas anticomunista hacia los cineastas y actores, que protegía a las agencias gubernamentales de representaciones contrarias a los valores liberales estadounidenses. Cabe apuntar, sin embargo, que el papel de la CIA dentro del macartismo fue en cierto modo anecdótico, siendo el FBI el principal vector institucional en la caza de brujas.

En segunda instancia, el Hays o Production Code (1934-1968) (Motion Picture Herald, 1934), que censuraba contenido explícito como la violencia extrema o el asesinato (Redmond, 2017: 287), con el fin de proteger el Sentimiento Nacional (Alford, 2013: 86), tramas asociadas tradicionalmente con las actividades de los servicios de inteligencia. Gracias a estas herramientas la CIA terminó introduciéndose en la producción de películas como *Rebelión en la granja* (1954), *1984* (1956) y *El americano tranquilo* (1958), a las que se decidió dar un tono anticomunista propio de la lucha ideológica contra los soviéticos (Saunders, 2000). Un órgano importante en este cometido fue el Psychological Strategy Board –PSB (Consejo de Estrategia Psicológica) – (CIA, 1951), del que Dulles, presidente de la CIA, era miembro.

En suma, se evidencia que, en realidad, la futura creación de una Oficina de Enlace con la Industria de Entretenimiento en los años 90 obedece a la formalización, a la institucionalización, de unas relaciones con Hollywood que ya tenían un precedente en los orígenes de la CIA.

## 2.2. La CIA como objeto de controversias

Más allá de este tipo de actividades, no se puede perder de vista que, a lo largo de su historia, la CIA ha sido protagonista de numerosos escándalos que han sido clave en la conformación del imaginario colectivo a su respecto, al considerarse poco éticas algunas de sus operaciones, y al contar con poco apoyo los eventos históricos en los que ha participado. Eventos que, no obstante, han marcado la historia de Estados Unidos.

Especialmente controvertida es la participación de la CIA en la Guerra de Vietnam (1955-1975) y en la Guerra de Irak (2003-2011). Otros acontecimientos en los que se ha encontrado inmersa son golpes de Estado en diferentes países, intentos de asesinato de líderes políticos (Select Committee to Study Governmental Operations with respect to intelligence activities, 1975), el apoyo a la fallida invasión de la Bahía de Cochinos (1961) o, desde el plano preventivo, el ataque del 11-S (2011).

En cuanto a escándalos, son conocidos el Watergate (1972) (Select Committee to Study Governmental Operations with respect to intelligence activities, 1976) o el Proyecto MKUltra (1953-1970) (Earman, 1963; Select Committee on Intelligence and Committee on Human Resources, 1977), entre otros casos, dando pie a multitud de teorías de la conspiración bajo la idea de una suerte de gobierno en las sombras.

Con todo, como se ha introducido, la CIA constituye el principal punto de referencia icónico sobre la inteligencia, tanto dentro de la comunidad de inteligencia estadounidense como a nivel mundial (Boyd-Barrett et al., 2011). De algún modo, esto ha tenido dos consecuencias muy destacadas. La primera es el desarrollo de controles y comités de supervisión que a su vez han favorecido enormemente el desarrollo de los estudios de inteligencia en Estados Unidos. La segunda, la aparición de las teorías de la conspiración y su gran calado en el imaginario colectivo, que han marcado muchos de los mitos –en ocasiones apoyados y promocionados– sobre las capacidades reales de los propios servicios de inteligencia. Ambos fenómenos constituyen el inicio de dos caminos paralelos sobre los temas de inteligencia en la opinión pública, que se abordarán a lo largo del presente artículo.

## 3. El guion: evolución del cine de espías y de la imagen de la CIA en este género

Una vez conocido el origen de la CIA y su inicial y discreta conexión con Hollywood y el mundo de la propaganda, se analizará la representación que ha tenido en la cultura cinematográfica estadounidense, abordando la conformación de la imagen negativa que posteriormente trataría de contrarrestar mediante la promoción de estereotipos positivos a través de su colaboración oficial con la industria cinematográfica. Se

evidenciará que todas estas vertientes han contribuido a la construcción e institucionalización de la mitificación de la Agencia en la cultura popular, aportando los múltiples matices con los que cuenta en el pensamiento colectivo.

### 3.1. La evolución del spytainment

Retomando el concepto de spytainment y su evolución, Willmetts (2016: 7) propone cuatro etapas o sub-géneros: el melodrama semi-documental (1945-1958), el romance de aventuras (1959-1966), el realismo trágico (1966-1972) y el thriller conspiranoico (1973-1979, prolongable a los 80). Cabría añadir una quinta etapa, la actual, iniciada en los años 90, caracterizada por la coexistencia de películas heroicas y patrióticas con películas críticas de mayor trasfondo político. Así, se aprecia que la evolución del género responde al paso de la tradición de la documentación “histórica” hacia el retrato de un mundo o bien ficticio o bien caracterizado por la crítica y el escepticismo.

Aunque el spytainment estuvo presente en la primera mitad del siglo XX, especialmente en Reino Unido, empezó a despegar y tomar la forma y dimensiones actuales tras la Segunda Guerra Mundial. La razón: el conflicto bélico mundial sirvió como caldo de cultivo para la creación de productos culturales propagandísticos de la mano de los estados implicados, a fin de llevar a cabo una guerra cultural (Saunders, 2000). Estados Unidos fue uno de los que más se aprovechó de esta herramienta, por su papel en la lucha contra el comunismo y el abanderamiento de los principios liberales democráticos. En este momento se popularizó, gracias al apoyo de agencias gubernamentales como la OSS, el melodrama semi-documental (Willmetts, 2016), cuyo objetivo residía en narrar las peripecias de los servicios de inteligencia y de seguridad del país durante la guerra, como forma de documentación histórica –“la historia oficial”–, como medio educativo para la población, acompañado de una dosis de patriotismo que respaldase la guerra.

Posteriormente aparecería el romanticismo de aventuras, películas ligeras de los años 50 y principios de los 60, iniciadas por Hitchcock, como el filme *Con la muerte en los talones* (1959), que relataban aventuras de espías, con un trasfondo más cómico que político. Curiosamente, en este período hubo una clara ausencia de la CIA dado su voluntario anonimato mediático, que coincidió con la conocida Edad Dorada de la Acción Encubierta de Estados Unidos (Willmetts, 2013: 126).

Fue a mediados de los años 60 cuando la Agencia empezó a tener presencia en la opinión pública, gracias al mayor conocimiento de sus actividades por parte de la población, que se tradujo en una mayor aparición en las películas y con ello en la penetración de una suerte de fascinación hacia sus operaciones (Redmond, 2017: 301). La sentencia *New York Times Co. V. Sullivan*, 376 U.S. 254 (1964) de la Corte Suprema de Estados Unidos, que reivindicaba la libertad de expresión en la industria cinematográfica, coadyuvó a este hito.

No obstante, en estos momentos de predominancia del realismo trágico –especialmente en Reino Unido, bajo la pretensión de rememorar su pasado hegemónico, como muestran las películas de James Bond, centradas en la inteligencia británica– la CIA apareció representada como una entidad poco relevante, con papeles secundarios.

Los años 70 fueron el primer punto de inflexión, con el auge del thriller conspiranoico (Booth, 1990: 152), con obras como *Los tres días del Cóndor* (1975). Surgen así las películas anti-CIA: argumentos que ilustraban el lado más oscuro y corrupto del mundo de la inteligencia, filmes críticos con las estructuras de poder estadounidenses y sus controvertidos abusos y actividades, ante los cuales se emitía una posición de rechazo, haciendo surgir una narrativa más realista que continuó en los años 80 (Urkijo, 2013: 111; Jenkins, 2012: 23).

En los años 90 se asistió al segundo punto de inflexión, de la mano del cambio de estrategia de la CIA respecto a la industria. Así, a lo largo de los años 90 y 2000 se presenció un auge de películas, sagas y series sobre espías (Zegart, 2010, 603) con una impronta “Made in the USA” (“Hecho en Estados Unidos”), películas que muestra a la CIA como una suerte de súper agencia, con sus agentes como protagonistas que intentan



salvar el mundo y proteger a la nación estadounidense. Este auge convive en la actualidad con la tradición anterior, los thrillers conspiranoicos, que se esfuerzan por revocar la imagen naíf y positiva de la CIA mostrando sus “trapos más sucios”, tradición que no abandonará al spytainment. Un ejemplo claro es el de la película *El buen pastor* (2006).

### 3.2. Los clásicos estereotipos

Si bien es cierto que algunos de los estereotipos que resuenan en la mente del espectador al pensar en la CIA se relacionan con una imagen superheroica fruto del reciente auge, cabe señalar los cinco estereotipos clásicos de esta Agencia (Jenkins, 2012: 14-31). Cinco estereotipos negativos que, desde su aparición con el surgimiento del realismo trágico y a pesar de la colaboración CIA-Hollywood desde los años 90, siguen sin abandonar la industria cinematográfica. Estos serían: asesinos, rebeldes, descuidados, moralmente corruptos y, finalmente, bufones e ineficientes. En definitiva, una serie de representaciones asociadas con un universo de actividades ilegales o inmorales perpetuadas por la CIA, que van desde la vigilancia, a la tortura a los asesinatos (Alford & Secker, 2017b: 399).

El estereotipo de asesinos es recurrente –en parte por su atractivo narrativo en la figura de villano–, tildando a los agentes de la CIA como personas despiadadas, sin miedo a asesinar a gente inocente, sea por necesidad (intereses) u oposición ideológica, lo que supone un reflejo del historial de la Agencia en su participación en operaciones de asesinato de líderes políticos y de movimientos civiles. Así, se usa esta representación para contrarrestar la pulcra imagen que Estados Unidos suele dar en su acción tanto doméstica como exterior, haciendo palpable la contrariedad que estos actos suponen para la moralidad estadounidense (Jenkins, 2012: 18). Un ejemplo sería *El agente invisible* (2022), en que, de hecho, se contrata a un reo para trabajar como asesino para la CIA.

En cuanto al estereotipo de rebeldes (Jenkins, 2012: 43; Boyd-Barrett et al., 2011), es común desde los años 70 la representación de los agentes de la CIA como individuos que trabajan sin supervisión, por su cuenta, ajenos a las normas y órdenes de sus superiores, con tendencia a inmiscuirse en operaciones delicadas bajo su propio criterio, poniendo en peligro la seguridad de sus compañeros, del país y de la propia democracia. Se alega este estereotipo a la conocida falta de supervisión legislativa de las actividades de la CIA, como se evidencia con el descubrimiento de corruptelas y escándalos como Watergate en 1975. Así, en la mayor parte de películas sobre la CIA aparece algún agente o facción con tendencias insurrectas. En *La guerra de Charlie Wilson* (2007), película producida ya bajo la Oficina de Enlace con la Industria de Entretenimiento, contrariamente, se muestran las conductas rebeldes del agente Avrakotos como un activo para la Agencia.

El tercer estereotipo sería la incapacidad de “salvar a los suyos”: la CIA como un organismo poco interesado e ineficaz en proteger a sus agentes, indiferente a los costes humanos que pueden causar sus operaciones si es necesario para cumplir su misión (Boyd-Barrett et al., 2011). Dicha imagen se traslada al cuarto estereotipo, que retrata a los agentes de la CIA como corruptos moralmente, incapaces –o poco interesados– de distinguir el bien y el mal, operando en una ambigüedad ética para conseguir sus objetivos. Es en los años 70 y tras los atentados del 11-S cuando se produce un auge de esta imagen. Ambos estereotipos aparecen claramente en *El buen pastor* (2006).

Finalmente, el estereotipo de bufones obedece a la caricaturización que suele realizarse de la CIA, para complementar su faceta villana y corrupta, como herramienta de ridiculización y burla ante su supuesta ineficacia y numerosos fracasos. Un caso de este modelo sería la serie *MASH* (1972–1983) o la película *The in-laws* (1979).

Como se observa, la imagen de los espías y específicamente de los agentes de la CIA, ha sido diversa y cambiante a lo largo de las décadas. No obstante, con el paso del tiempo y en paralelo a la evolución del género del spytainment, se aprecia la consolidación de un imaginario negativo en torno a esta agencia y sus oficiales. Efectivamente, el caldo de cultivo que, como se intuye con el giro de guion en los años 90 –con el auge de

películas que representan la vertiente más noble de la CIA–, lleva a la Agencia a tomar cartas en el asunto, como se comentará más adelante. Sin embargo, en este punto cabe preguntarse, ¿qué hay detrás de esta variación en las representaciones, y en concreto, de esta deriva cinematográfica hacia los aspectos más sombríos de la CIA? Se analizará en el siguiente apartado.

## 4. La trama: de la pantalla a la realidad

### 4.1. El punto de inflexión: la ruptura del consenso liberal de la posguerra

La explicación de estas metamorfosis en las representaciones es la existencia de una brecha mayor o menor según el momento histórico entre la ciudadanía estadounidense y su gobierno, concretamente en relación con la percepción de los servicios de inteligencia. Es decir, la transformación que ha experimentado el cine de espías refleja una transformación en el seno de Estados Unidos en términos sociales, políticos y culturales (Willmetts, 2016: 17).

La clave para comprender la deriva negativa del género cinematográfico reside en un acontecimiento que Willmetts (2016: 228) califica como la “ruptura del consenso liberal de la posguerra”, acaecido en los años 60-70. Como se ha introducido previamente, el fin de la Segunda Guerra Mundial trajo consigo una época de prosperidad en Estados Unidos, caracterizada por el patriotismo y la hegemonía del país en el mundo, especialmente en el área occidental, lo que se reflejó en el éxito y la popularidad del ideal del sueño americano. En esta época el gobierno gozaba de la confianza de su ciudadanía, de contar con la verdad, lo que posibilitaba la producción de los semi-documentales propagandísticos.

No obstante, los acontecimientos impopulares entre la población, los escándalos y los abusos por parte de los servicios de inteligencia contrarios al correcto desarrollo democrático –muchos de ellos señalados en el primer apartado– pusieron en jaque la confianza de la ciudadanía en su gobierno y la credibilidad del mismo, iniciándose una etapa teñida de escepticismo y crítica hacia las instituciones y concretamente hacia la comunidad de inteligencia (Townley, 2021: 11), de los que se conocían su corrupción y sus fracasos. Todo ello se agravaba con la cultura basada en el secreto de la CIA (Johnson, 2004) respecto a sus operaciones, que había mantenido en el desconocimiento a la población, alejándose de toda transparencia y dando pie a exageraciones y teorías de la conspiración.

Todo ello favoreció la popularización de las películas crudas, críticas con el gobierno y con un fuerte cariz anti-CIA, retratándola como una agencia que personificaba los peores rasgos de la nación estadounidense. Así, en este periodo, el gobierno estadounidense y sus servicios de inteligencia terminaron, en cierto modo, perdiendo su legitimidad: la fe en el gobierno fue decreciendo y la desconfianza y el miedo hacia las instituciones fue aumentando (Willmetts, 2016: 6; Booth, 1990: 152).

En definitiva, se consolidó un perfil de denuncia de abusos y crítica al trabajo de la inteligencia bajo la idea de que ‘no todo vale’ para conseguir objetivos de seguridad nacional, ya que en último término empañan las instituciones y el respeto al imperio de la ley. Existen multitud de ejemplos en la filmografía a este respecto. Aunque situada en Corea, la serie MASH (1972-1983) se entendía claramente como una metáfora de Vietnam. Mostraba cómo los soldados y médicos estadounidenses sufrían física y emocionalmente en una guerra sin sentido, cuestionando la utilidad y la moralidad de la intervención militar estadounidense. Los personajes frecuentemente ironizan sobre lo absurdo de luchar por una causa mal definida, en un lugar donde nadie quiere estar. Esta crítica a las políticas intervencionistas y abusos gubernamentales tendrá una continuidad en títulos bélicos como Apocalipsis Now (1979), Platoon (1986), Nacido el 4 de julio (1989), y tendrán un reflejo en el cine de espías en títulos como Los tres días del Cóndor (1975) Todos los hombres del presidente (1976), El buen pastor (2006), Leones por corderos (2007) o Los archivos del pentágono (2017) entre muchas otras. En definitiva, Hollywood crea una línea antibelicista efectiva para captar al público apelando tanto a la emoción como a la razón, conectando el coste humano, la futilidad de la guerra y la responsabilidad colectiva de no repetir errores históricos. Este tipo de filmografía con más o menos crítica



gubernamental se ve reforzada con una línea más conspiranoica del gobierno profundo en películas como *El mensajero del miedo* (1962) y *El escritor* (2010) entre muchas otras.

## 4.2. El Comité Church: un giro de guión

Consecuencia de los abusos cometidos por los servicios de inteligencia y seguridad del país, el Senado estadounidense creó, en 1975, el Comité Church, con el fin de investigar las actividades de dichas agencias, que habían contado desde su fundación con una escasa supervisión legislativa y rendición de cuentas, convirtiéndose en el foco político del país durante los 16 meses que estuvo activo (Townley, 2021: 124).

Bajo la dirección del senador Frank Church, –cuyo modelo se trasladaría a la Cámara de representantes y a la Casa Blanca, que decidieron crear sus propios comités de investigación–, destapó una serie de casos alarmantes sobre las actividades de dudosa legalidad de la CIA, como la Operación CHAOS, el Proyecto MKUltra, la participación en intentos de asesinato de líderes políticos, el uso de métodos como la tortura o la infiltración en organizaciones de diversa índole (Johnson, 2004: 8-9).

Más adelante, el caso de Aldrich Ames (1994) (Jenkins, 2012: 36; Weiner, 2008: 448-449) quien resultó ser un agente doble del KGB, contribuyó a un mayor conocimiento de las actividades de la CIA “desde dentro”.

Estos descubrimientos, acompañados de una importante desclasificación de documentos, apuntalaron la idea de que Estados Unidos había abandonado la libertad en nombre de la seguridad (Johnson, 2004: 9) y contribuyeron al cambio en la cultura de inteligencia que se había ido gestando desde el inicio de los años 70. Es por ello por lo que en este escenario se fijaron en la cultura popular dos ideas sobre la inteligencia que siguen conviviendo. Por una parte, se consolidó la idea del súper espía, una imagen idílica y todo poderosa de la inteligencia, un mundo fascinante gracias a su cariz aventurero, con James Bond como icono (McCracken & Moran, 2018) –que posteriormente se reforzaría con el proyecto propagandístico del gobierno estadounidense. En el lado opuesto, gracias a los descubrimientos del Comité Church, cristalizó la narrativa centrada en la crítica al gobierno, central para entender una cultura de la inteligencia que no ha abandonado a Estados Unidos.

Como respuesta a las conclusiones del Comité Church se decidió implementar medidas para imponer límites y regular las actividades de la CIA y el resto de la comunidad de inteligencia (Johnson, 2004: 10), como la enmienda Hughes-Ryan a la ley de Autorización y Ayuda Exterior o la Foreign Intelligence Surveillance Act (Ley de Supervisión de la Inteligencia Exterior) de 1978 (Taylor, 2008: 78; Johnson, 2004: 11; NSA/CSS, s.f.). La CIA, por su parte, sentó un precedente de cambio, creando la Oficina de Asuntos Públicos, un organismo de representación ante la opinión pública (Secker, 2023) en la que posteriormente se insertaría la Oficina de Enlace con la Industria de Entretenimiento.

Consecuentemente, los años 80 se presentaban complicados para el mundo de la inteligencia, que, con su mala reputación, se vio de nuevo en el epicentro de escándalos como el caso Irán Contra, bajo la administración Reagan. Ante ello, el presidente trató de clasificar numerosos documentos y proteger a la comunidad de inteligencia (Stein, 1980) de las persecuciones periodísticas que habían provocado la dimisión de su antecesor, Nixon, recuperando el característico secretismo en busca del anonimato mediático, alegando que era el mejor modo de dejar a la CIA hacer correctamente su trabajo. Así, a pesar de ser años de gran actividad para la CIA, los 80 fueron testigo de una Agencia alejada de la colaboración con Hollywood, a causa del retorno al alejamiento respecto al ojo público (Jenkins, 2012: 36; Redmond, 2017: 301), que cambiaría, como se abordará en el siguiente apartado, con la estrategia adoptada en los años 90.

## 5. Dirección y producción: el binomio (oficial) CIA-Hollywood

## 5.1. Relaciones formales: la Oficina de Enlace con la Industria de Entretenimiento como solución a la crisis de legitimidad

Este cambio se produjo, como resulta evidente, a raíz de la crisis reputacional de la CIA, consecuencia de los abusos destapados por el Comité Church y la pérdida de la confianza ciudadana hacia el gobierno.

Primero, la Task Force for Greater CIA Openness de 1991 (DCI, 1991; Jenkins, 2009: 233, 2012: 35), iniciativa del director Central de Inteligencia, Robert Gates, proponía diferentes formas mediante las cuales la CIA podía fomentar el apoyo de la opinión pública, mostrándose más abierta, dejando atrás su carácter clandestino y apoyando más distintos procesos de desclasificación. Sin embargo, la mejor solución a sus problemas la encontró en Hollywood, en la colaboración activa. Se creó así en 1996 la Oficina de Enlace con la Industria de Entretenimiento, bajo la dirección de Chase Brandon (Secker, 2022), inserta dentro de la Oficina de Asuntos Públicos, con el fin de trabajar juntamente con la industria cinematográfica y tener más poder en la conformación de sus representaciones. Siguió así con la tradición propagandística del FBI y el Pentágono, quienes habían empezado a trabajar con Hollywood desde los años 50 y 1915 respectivamente (Jenkins, 2009: 229; Redmond, 2017: 282; Zegart, 2022: 26), para vender su labor, transmitir poder y una buena imagen de su trabajo, reforzando la legitimidad de los organismos de la nación estadounidense. En definitiva, el control de los mensajes cinematográficos como un medio de poder blando con el que realzar el poder duro estadounidense.

Se llegó a la conclusión de que, gracias a su potencial propagandístico, el cine era una herramienta clave para ofrecer una imagen renovada, con un gran poder para moldear las creencias y opiniones e impulsar ciertos imaginarios. Efectivamente, pues parte del poder de la CIA proviene de su mitologización (Marchetti, citado por Willmetts, 2016).

Con esta estrategia, la CIA conseguía cumplir cuatro objetivos. En primer lugar, resultar más atrayente en vistas del reclutamiento, mostrando una imagen de agentes competentes, cualificados y trabajadores que pudiera convertirse en un modelo aspiracional para potenciales agentes. La película *La prueba* (2003) se crea en colaboración con la CIA con este fin.

En segundo lugar, el objetivo clave: hacer un “lavado de cara” a la CIA, reinventarse, transformar su imagen, apareciendo como una agencia centrada en el buen hacer, como ejemplo de moralidad, mostrando su labor eficiente, necesaria y patriótica (Alford & Secker, 2017b). De este modo, se moldearía la concepción pública sobre la CIA, persuadiendo a la ciudadanía de abandonar el rechazo a su actividad y adoptar una postura de apoyo y “mejor comprensión” de la agencia. Con la serie *La Agencia* (2001-2003) se trata, precisamente, de reafirmar el buen funcionamiento de la CIA tras el 11-S, añadiendo además un nuevo enemigo, el islamismo. En esta misma línea, en la película *La noche más oscura* (2012), la CIA “vende” su importante papel en la lucha contra este enemigo a través de la narración de la operación de asesinato de Bin Laden (Shaw & Jenkins, 2017: 93).

El tercer objetivo se dirigía a dotarse una imagen de capacidad y, en consecuencia, de fortaleza, de poder, proyectando una apariencia de omnipresencia y omnipotencia. En definitiva, mostrar –de manera exagerada y heroica– sus amplias capacidades, especialmente en términos tecnológicos, tratando de intimidar a sus enemigos y de brindar seguridad y confianza a su ciudadanía. *Argo* (2012), por ejemplo, utiliza un hecho real para resaltar la importante labor y la eficiencia operativa de la CIA.

El cuarto objetivo: aumentar la moral interna de sus agentes y crear contactos dentro del mundo de la cinematografía –actores, guionistas, productores– para despertar su interés y conseguir en un futuro nuevos proyectos.

Pero ¿cómo consigue la CIA influir en la configuración de su imagen en las películas y series? Lo cierto es que su capacidad de influencia reside en la etapa de pre-producción (Barry, 2008: 492; Redmond, 2017: 303),



es decir, en el proceso de construcción de la historia y los personajes, ofreciendo asistencia técnica a los guionistas y directores, dando información sobre los métodos de actuación de la Agencia y los casos reales – exitosos– en los que inspirarse, que suelen girar en torno a la épica de salvar el mundo, mostrando episodios históricos y operaciones en las que han derrotado a algún enemigo internacional, como serían el caso de *La noche más oscura* (2012) con Bin Laden (fundamentalismo islámico) o *La guerra de Charlie Wilson* (2007) con el ejército soviético (comunismo). La forma de proceder de la CIA a este respecto es más bien pasiva (OPA, 2014), es decir, no tan centrada en proponer producciones –aunque también lo ha intentado, como sería el caso de *Los archivos clasificados de la CIA*, serie que finalmente no consiguió realizarse (Jenkins, 2012: 45; Secker, 2022)–, sino en encontrar oportunidades con las que publicitarse dentro de Hollywood, ofreciendo, por ejemplo, visitas privadas y guiadas a la sede, para crear contactos.

Así, su labor se basa eminentemente en recibir propuestas de colaboración por parte de los cineastas. Una vez conseguida la propuesta, la Oficina de Enlace con la Industria de Entretenimiento, mediadora con Hollywood, pide el guion de la producción, para ver en qué medida encaja con lo que Paul Barry (2008: 491), sucesor de Chase Brandon, denomina el *Strategic Intent* (Intención estratégica), compuesto por sus valores centrales, como la excelencia, la integridad, la misión de reclutar o el servicio (ibid.). Si el proyecto no ofrece una representación basada en estos valores, la CIA lo desestima, denegando la asistencia y la consultoría. Como es evidente, la CIA rechaza participar en cualquier proyecto cinematográfico que no se alinee con su objetivo de ofrecer una imagen de sí misma positiva y alejada de los tradicionales estereotipos con subtexto crítico y político, ya que estas representaciones, de acuerdo con la Agencia, menosprecian la reputación de aquellos que trabajan en esa esfera (Barry, 2008: 491).

Sin embargo, la Oficina lo presenta de otro modo, afirmando que su tarea en Hollywood consiste, por un lado, en garantizar que las representaciones que se hacen de la CIA sean rigurosas histórica y procedimentalmente, es decir, que no se cuenten mentiras sobre cómo opera, sobre cómo son sus agentes o sobre sus intervenciones y operaciones, y, por el otro, en educar a la población de manera correcta sobre cómo es y cómo funciona la Agencia, permitiéndole a la ciudadanía comprender su labor y haciéndola conocedora de sus logros (Jenkins, 2012: 32), pues estima que la desinformación mostrada en las películas acerca de cómo trabaja la agencia, conforma una concepción errónea en la población (CIA, 1991). Esto es algo que se ha discutido desde la academia. De hecho, si se atiende a archivos desclasificados de la OPA (2014), se atisba en mejor medida la razón detrás de esta colaboración: la propia CIA considera que las representaciones negativas que se hacen de ella suponen un peligro para la misión de la Agencia, y diríase, por ende, para la Estrategia de Seguridad de Estados Unidos.

## 5.2. El papel de los exoficiales de inteligencia

Para finalizar con este apartado, cabe mencionar a un sector que suele pasar más desapercibido pero que está teniendo cada vez un papel mayor: los exoficiales de inteligencia (Alford & Secker, 2017a, 2017b; Jenkins, 2012; Barry, 2008).

Este grupo se erige para Hollywood como la alternativa a la asesoría de la propia CIA para producir películas y series, pues de esta forma tienden a sortear con mayor facilidad la censura y asegurar su independencia (Barry, 2008: 492). En ocasiones suelen ofrecer versiones que retratan a la CIA de manera negativa, contando historias de primera mano sobre actuaciones cuestionables de la misma. Es por ello por lo que, en términos generales, la CIA no suele percibir de buen grado la participación de sus exagentes en la creación de productos cinematográficos, alegando, o bien que se trata de exagentes que han tenido experiencias desfavorables con la agencia y desean de alguna forma resarcirse, o bien que aquello de lo que informan no compete a la que fuera su área de actuación durante su etapa activa (Jenkins, 2012: 117).

Entre muchos otros, dos ejemplos claros que narran historias sobre la CIA basadas en la colaboración de dos exagentes serían: Robert Baer, que habría contribuido a la creación del filme crítico *Syriana* (2005) y Milt Bearden, que participó en la producción de *El buen pastor* (2006) y de *La guerra de Charlie Wilson* (2007).

### 5.3. El anti-héroe. ¿la CIA como víctima o como responsable de su imagen?

Cabe considerar qué papel ha jugado Hollywood y la cultura estadounidense en la conformación de su imagen, comprendiendo, por una parte, aquellos factores que definen el funcionamiento de Hollywood, y por otra, el contexto en que la industria cinematográfica produce las películas y series.

Un rasgo esencial: la tendencia liberal de Hollywood (Jenkins, 2012: 28). Es decir, su ideología relativamente progresista, situada en una postura de crítica al gobierno, lo que ha favorecido, respecto al ámbito político, la creación de obras escépticas, reflexivas, realistas o incluso conspiratorias, por encima de otras de cariz más propagandístico, que, como se ha podido advertir, provienen en gran medida de iniciativas gubernamentales. Así, la inercia de Hollywood es de retratar los aspectos más negativos de agencias como la CIA, especialmente en lo referente a la puesta en peligro de las libertades civiles.

Asimismo, es relevante el poder de ciertas organizaciones en presionar a los cineastas para que mantengan sus tramas dentro de un marco concreto, sin desafiar en demasía al sistema, preservando la legitimidad de la democracia, el capitalismo y el “Estilo de vida americano”, sin cuestionar la magnanimidad de Estados Unidos, sin denunciar a sus aliados y, contrariamente, señalando y vilipendiando a sus enemigos (Alford, 2013: 85). Este escenario, junto al oligopolio que gobierna Hollywood, permite una cierta homogeneidad de contenidos y perspectivas.

Por otro lado, la cultura estadounidense se caracteriza por tener un cierto atractivo hacia el militarismo y la cultura de las armas, siendo populares los filmes bélicos, de espías, de superhéroes y de ciencia-ficción, curiosamente los géneros que han sido usados para inyectar narrativas propagandísticas, aquellos que obedecen al cine relacionado con temas “de seguridad nacional” (Alford & Secker, 2017a), promovido por el gobierno y alegremente consumido por los espectadores. Desde la labor del ejército estadounidense en las guerras, a la fascinación por el mundo del espionaje personificado en la CIA, hasta la lucha contra el mal y los extraterrestres, usando a los villanos como metáforas de los enemigos de la nación y a las agencias gubernamentales como los héroes.

Es necesario mencionar también la idoneidad de los estereotipos negativos para contar historias que resultan atractivas, relacionados con la materia del engaño (Stempel, Pringle Jr. & Stempel, 2002: 115), como se observa en las tramas de corrupción e investigación. Aquí entraría el papel de las populares teorías conspiratorias en ofrecer historias sugerentes para la población (Zegart, 2010: 613), que viene agravado por el secretismo característico de la CIA. Esto fomenta la imaginación tanto por parte de la ciudadanía, que intenta cubrir los vacíos de información con teorías de la conspiración sobre el funcionamiento de las agencias gubernamentales en la sombra, como por Hollywood, que, ante la demanda de este tipo de contenidos, construye numerosas tramas alejadas de las dinámicas reales del mundo del espionaje y la inteligencia, pero que satisfacen los gustos de la audiencia.

En suma, se advierten tres factores clave que convergen en la institucionalización de una cultura popular en torno a los temas de inteligencia –que ha capilarizado en otros géneros, viéndose atravesados por temáticas generales. En primer lugar, la propaganda, que obedece al propio interés de Estados Unidos de mitificarse y mitificar sus servicios de inteligencia y seguridad, lo que se traduce en la labor del gobierno de vender su discurso con fines políticos y hegemónicos a través de la inserción, en el cine, de un discurso y una imagen –discrecionales– personificados en dichas agencias. En segunda instancia, una industria cinematográfica que desea el éxito de sus productos y se nutre, no solo de los discursos gubernamentales, sino también de teorías conspiratorias impactantes que satisfacen las necesidades de información del tercer factor. Es decir, el público, quien, ante el vacío de conocimiento provocado por el secretismo de dichas agencias, adopta dos estrategias: o bien hace surgir este tipo de teorías de la conspiración basadas en la idea de un gobierno en la sombra que engaña y controla a su población, situándose del lado de las miradas críticas al gobierno y a los servicios de inteligencia, o bien opta por creer y confiar en los discursos y métodos que se muestran en el spytainment promocionado por el gobierno.



## 6. Entre bambalinas: implicaciones de la colaboración CIA-Hollywood sobre la política exterior estadounidense

Se concluirá abordando el significado de la presencia y la influencia de la CIA en Hollywood, vinculada con una estrategia de política exterior estadounidense y de Seguridad Nacional.

Se ha evidenciado que la imagen que la CIA trata de proyectar a través de la Oficina de Enlace con la Industria de Entretenimiento no se limita a la propia agencia de inteligencia, sino que refleja un ideal de nación, la nación estadounidense, cuyos valores y principios –moralidad, capacidad, democracia o liberalismo, como se aprecian en su última Estrategia de Seguridad Nacional, bajo la Administración Biden– permean y se publicitan en los productos culturales en los que interviene.

Teniendo en cuenta la cronología de los hechos se advierte que la apertura de la CIA al público –como relata la Task Force de 1991 (DCI, 1991) – y en especial la creación de esta Oficina, es decir, la consolidación de un apoyo institucionalizado, obedecen a una política exterior de poder blando. A fin de cuentas, es la crisis de legitimidad experimentada por la CIA la que impulsa su inserción en la red gobierno-entretenimiento en la que ya se encontraban el Pentágono y el FBI desde décadas atrás, con sus “oficinas cinematográficas” financiadas con fondos públicos para promocionar su imagen. Al fin y al cabo, las representaciones negativas fruto de los abusos cometidos y su popularización con el Comité Church y el consecuente contexto nacional crítico con las acciones de los servicios de inteligencia deslegitimaban no solo a la CIA, sino al conjunto de las instituciones gubernamentales.

Por ello, promocionar una imagen renovada, fuerte, favorable y atractiva de su agencia de inteligencia más famosa era necesario para no mermar la percepción de las capacidades de Estados Unidos y, por consiguiente, su Estrategia de Seguridad Nacional y su rol hegemónico en la comunidad internacional, consiguiendo así el apoyo de la opinión pública y mediática para sus prácticas (Boyd-Barrett et al., 2011). En definitiva, la buena imagen de la CIA es un ejemplo más de cómo sirviéndose de Hollywood, el país consigue mitificar sus agencias gubernamentales y con ello proyectar sus ideales y capacidades, vender su proyecto de Seguridad Nacional, su política exterior, y promover sus intereses nacionales (Jaluf, 2004). Un mecanismo común es el de retratar a través de los antihéroes o villanos, cuáles son sus adversarios, sea en el contexto nacional o en el contexto internacional, ampliando así la visión del enemigo, que pasaría a ser cualquiera que atente contra la idea de estado y sociedad nacional impulsada por el gobierno (Tejero, 2016). Un caso real: a raíz del 11-S, la Administración Bush expresa la labor tanto del gobierno como de Hollywood de ser garantes de la seguridad de la nación ante la “lucha contra el mal”, lo cual implicaba, en el caso de la industria cinematográfica, publicitar ciertos temas (Alford, 2010: 14).

Se habla de estrategia de poder blando porque mediante este mecanismo de apoyo institucionalizado Estados Unidos es capaz de generar atractivo, lo que le permite adquirir smart power (poder inteligente) (Nye, 2021), es decir, una conjunción entre poder blando y duro, de manera que el primero consigue reforzar el segundo. Así, consiguiendo un país que el resto de los países admiren sus valores y emulen su ejemplo es capaz de obtener resultados que le sean funcionales en la arena política (Nye, 2004: 5). Por ello, no resulta descabellado pensar que Estados Unidos sea el principal exportador de películas y programas de televisión (Nye, 2004: 33), habiéndose servido de la cultura popular como instrumento de atracción y de mantenimiento de su hegemonía. Esto remite al imperialismo mediático (Boyd-Barrett et al., 2011) en Estados Unidos, de manera que, a causa de la influencia de las instituciones gubernamentales, el cine sirve para llevar a cabo proyectos nacionales.

En suma, esto demuestra que la hegemonía de Estados Unidos se relaciona con un liderazgo basado en el poder sobre el estado de opinión, que promueve una cosmovisión generalizada y aceptada por el resto de los estados del mundo –o al menos sus aliadas–, hundiéndose sus raíces en el “Estilo de vida americano”. Así, mediante esta diplomacia pública, incidiría en aquellas opiniones públicas directamente vinculadas con la política exterior de otros gobiernos (Benedicto Solsona, 2024: 81).

El mundo de la inteligencia y sus dinámicas también se sitúa en esta cosmovisión, lo que significa la efectividad de la estrategia de poder blando en el ámbito del *spytainment*. Es de esta forma como se universalizan cuestiones a priori tan propias de la ficción como el espía que, con su trabajo, patriotismo y tecnología de alto nivel, consigue salvar al mundo –y ante todo a su nación– de cualquier enemigo, pero que, en realidad, encierran, como se ha evidenciado, un discurso intencionado y orientado hacia la consolidación de la posición hegemónica en el contexto internacional a través de la cristalización de una determinada cultura popular que moldea el marco de creencias y pensamiento del imaginario colectivo.

Al mismo tiempo, hace calar la idea de que sus capacidades de inteligencia todo lo pueden, de que no hay lugar donde no puedan llegar ni misión que no puedan conseguir. Una idea poderosa en el ámbito de la seguridad internacional que obliga a aliados y enemigos a destinar un mayor número de recursos a estas cuestiones y, sobre todo, a dudar de las capacidades reales de Estados Unidos, lo que en última instancia le otorga un poder importante en la esfera internacional.

A fin de cuentas, las representaciones cinematográficas que presentan a la CIA como una entidad omnipresente, capaz de interceptar comunicaciones globales y monitorear a cualquier individuo en todo momento, han contribuido a consolidar una visión cultural de vigilancia totalitaria. Estudios académicos como el de Tricia Jenkins señalan que la Agencia ofrece asesoramiento técnico a las producciones para aumentar la apariencia de realismo, pero al mismo tiempo promueve narrativas exageradas de sus capacidades como herramienta de guerra psicológica, jugándose así con la información proporcionada al espectador (Domínguez Hacha, 2020: 36). En realidad, esta estrategia de colaboración con Hollywood busca moldear la percepción pública, reforzando la imagen de un Estado poderoso y preeminente, a menudo disfrazada como autenticidad cinematográfica (CIA, s.f.; Alford & Secker, 2017c; Wills, 2021). De este modo, la línea entre espionaje y propaganda se vuelve difusa, y el espectador se enfrenta a un discurso híbrido donde la ficción es tan persuasiva que termina alimentando la sospecha, creando un estado de desconfianza y paranoia: “la CIA todo lo escucha y a todos lados llega”.

## 7. Conclusiones

En este artículo se ha hecho un recorrido por la particular relación entre uno de los servicios de inteligencia más famosos del mundo, la CIA, y la meca del cine, Hollywood, con la historia de Estados Unidos y el papel de la ciudadanía estadounidense como escenografía principal. De este modo, se ha profundizado en el papel de los productos culturales cinematográficos basados en agencias gubernamentales y los valores nacionales en la estrategia de Seguridad Nacional de Estados Unidos, haciendo que la fama que recibe la Agencia sea en realidad resultado de una mitificación derivada de estos elementos.

De esta suerte, se ha evidenciado que la representación de la CIA en Hollywood ha sido compleja, diversa y cambiante a lo largo de la historia, fruto de la evolución de la cultura de la inteligencia. Pasa de ser invisibilizada en los filmes, a comenzar a aparecer tímidamente, hasta recibir sus clásicos estereotipos negativos y críticos, a unírseles, con el tiempo, representaciones burlescas y cómicas, así como, en el periodo más reciente, representaciones positivas, retratando a sus agentes como inteligentes, competentes, valientes y patrióticos. En suma, la CIA ha permanecido perennemente en el imaginario colectivo, ganando una gran fama en la cultura popular.

Es importante destacar la creación de una Oficina de Asuntos Públicos y, sobre todo, de una Oficina de Enlace con la Industria de Entretenimiento en 1996, que favorece el cambio de narrativa a favor de la Agencia, protegiéndose del escepticismo y la crítica social consolidadas con los descubrimientos del Comité Church (1975), al impulsar representaciones positivas que rememoran sus éxitos y muestran a sus agentes como ciudadanos ejemplares que con sus actuaciones garantizan una política exterior orientada a los intereses nacionales de Estados Unidos.

Se ha podido evidenciar que la presencia de la CIA en Hollywood forma parte de un proyecto



gubernamental de apoyo institucionalizado en el seno de la política exterior, por el cual diferentes agencias estadounidenses cuentan con sus oficinas de relaciones públicas y de enlace con Hollywood, a fin de adquirir un rol más directo en el diseño de la representación que desde la industria cinematográfica se hace de ellas y moldear la cultura de la inteligencia. Una estrategia de poder blando que busca la atracción y persuasión del público tanto nacional como internacional hacia Estados Unidos y sus valores, para conseguir así un refuerzo de su poder duro y su posición hegemónica en el contexto internacional. Estrategia que, por su secretismo, se acerca más bien a la propaganda.

De este modo, se advierte que, si bien la CIA tiene un rol relevante –siendo una de las 18 agencias que conforman la comunidad de inteligencia de Estados Unidos–, el poder abstracto con el que cuenta es fruto, en realidad, de una mitificación producto de su compleja y extensa presencia en Hollywood, incentivada desde los distintos gobiernos.

Por otro lado, no se puede pasar por alto el papel que han jugado y juegan las distintas teorías de la conspiración y la polémica asistencia de algunos exagentes que crean historias perfectas para “un argumento de Oscar”. Por ende, de la pantalla a la realidad existe una brecha no cubierta por el insaciable secretismo de la CIA, que resulta en una imagen dicotómica conformada por la combinación de representaciones propagandísticas y representaciones críticas con el gobierno y el mundo de la inteligencia.

En suma, este artículo ha pretendido contribuir a la laboriosa tarea de reducir el vacío de conocimiento existente sobre el rol de las estructuras de poder en los productos culturales y su implicación política, en este caso, respecto a los misteriosos servicios de inteligencia y los proyectos de seguridad nacional que les dan vida, tratando, al ponerse las gafas de investigador, de trascender el rol de espectador.

## Financiación

Esta investigación no recibió financiación externa.

### Cómo citar este artículo / How to cite this paper

Samper Serra, M., y Díaz Matey, G. (2026). Cine, espionaje y poder: la CIA como herramienta de poder blando. *Revista de Pensamiento Estratégico y Seguridad CISDE*, 11(1), 77-95. <https://doi.org/10.54988/cisde.2026.1.1739>

## Referencias

- Alford, M. (2010). *Reel power: Hollywood power and American supremacy*. Londres y Nueva York: Pluto Press.
- Alford, M. (2013). Screening our screens: Propaganda and the entertainment industry. An interview with Matthew Alford. En R. Fisher (Ed.), *Managing democracy, managing dissent* (pp. 85–95). London: Corporate Watch. <https://core.ac.uk/download/pdf/161911539.pdf>.
- Alford, M.; Secker, T. (2017a). National security cinema: The shocking new evidence of government control in Hollywood [e-book]. Drum Roll Books.
- Alford, M.; Secker, T. (2017b). Why are the Pentagon and the CIA in Hollywood? *American Journal of Economics and Sociology*, 76(2), 381–404. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/ajes.12180>.
- Alford, M.; Secker, T. (2017c). New evidence for the surprisingly significant propaganda role of the Central Intelligence Agency and Department of Defense in the screen entertainment industry. *Critical Sociology*, 45(3), 347–359. <https://doi.org/10.1177/0896920517739093>.
- Barry, P. (2008, 4 de marzo). How the Central Intelligence Agency works with Hollywood: An interview with Paul Barry, the CIA's new Entertainment Industry Liaison. Entrevista por T. Jenkins. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0163443709102721>.
- Benedicto Solsona, M. A. (2024). Diplomacia digital china al inicio de la guerra en Ucrania. *Revista de Pensamiento Estratégico y Seguridad CISDE*, 9(2), 75–89. <https://doi.org/10.54988/cisde.2024.2.1541>.
- Booth, A. R. (1990). The development of the espionage film. *Intelligence and National Security*, 5(4), 136–160. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02684529008432083>.
- Boyd-Barrett, O. B.; Herrera, D.; Baumann, J. (2011). *Hollywood and the CIA: Cinema, defense and subversion* [e-book]. Routledge.

- [https://scholar.google.es/scholar?hl=ca&as\\_sdt=0%2C5&q=hollywood+and+the+cia+subversion&btnG=](https://scholar.google.es/scholar?hl=ca&as_sdt=0%2C5&q=hollywood+and+the+cia+subversion&btnG=)
- Central Intelligence Agency – CIA. (s.f.). The CIA and pop culture. <https://www.cia.gov/stories/story/the-cia-and-pop-culture/>.
- Central Intelligence Agency – CIA. (1951, 1 de junio). Psychological Strategy Board (PSB) (Aprobado para desclasificación el 2 de junio de 2005, FOIA). <https://www.cia.gov/readingroom/docs/CIA-RDP80R01731R003300130030-3.pdf>.
- Cox, R. W. (1992). Multilateralism and world order. *Review of International Studies*, 18(2), 161–180. <https://www.cambridge.org/core/journals/review-of-international-studies/article/abs/multilateralism-and-world-order/DB4855A3EB8A348BA54BF50172A53E83>.
- Director of Central Intelligence – DCI. (1991, 20 de diciembre). Task force on greater CIA openness. CIA. (Aprobado para desclasificación el 25 de mayo de 2010, FOIA). [https://www.cia.gov/readingroom/docs/DOC\\_0005524009.pdf](https://www.cia.gov/readingroom/docs/DOC_0005524009.pdf).
- Domínguez Hacha, J. (2020). Falsas noticias y desinformación en el ámbito de inteligencia. *Revista de Pensamiento Estratégico y Seguridad CISDE*, 5(2), 93–110. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8772068>.
- Earman, J. S. (1963). Report of inspection of MKULTRA (Aprobado para desclasificación 2019, FOIA). <https://www.cia.gov/readingroom/docs/REPORT%20OF%20INSPECTION%20OF%20M%5B15603475%5D.pdf>.
- Jaluf, A. C. (2004). El Imperio del Sol o la articulación entre política externa y cinematografía estadounidense. En VI Jornadas de Sociología. Universidad de Buenos Aires. <https://cdsa.aacademica.org/000-045/473.pdf>.
- Jenkins, T. (2009). Get smart: A look at the current relationship between Hollywood and the CIA. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 29(2), 229–243. <https://doi.org/10.1080/01439680902890704>.
- Jenkins, T. (2012). *The CIA in Hollywood: How the agency shapes film and television*. Austin: University of Texas Press.
- Johnson, L. K. (1991). *America's secret power: The CIA in a democratic society*. Nueva York: Oxford University Press.
- Johnson, L. K. (2004). Congressional supervision of America's secret agencies: The experience and legacy of the Church Committee. *Public Administration Review*, 64(1), 3–14. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1540-6210.2004.00342.x>.
- McCracken, T.; Moran, C. (2018). James Bond, Ian Fleming and intelligence: Breaking down the boundary between the 'real' and the 'imagined'. *Intelligence and National Security*, 33(6), 804–821. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02684527.2018.1468648>.
- Motion Picture Herald (1934): Text of the Production Code, 11 de agosto. <https://digitalcollections.oscars.org/digital/collection/p15759coll1/id/11869>.
- National Security Agency/Central Security Service – NSA/CSS. (s.f.). Foreign Intelligence Surveillance Act of 1978 (FISA). <https://www.nsa.gov/Signals-Intelligence/FISA/>.
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. Nueva York: Public Affairs.
- Nye, J. S. (2021). *Soft power: The evolution of a concept*. *Journal of Political Power*, 14(1), 196–208. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/2158379X.2021.1879572>.
- Office of Management and Budget. (2024, marzo). Budget of the United States Government: Fiscal year 2025. Washington, DC: U.S. Government Publishing Office. [https://www.whitehouse.gov/wp-content/uploads/2024/03/budget\\_fy2025.pdf](https://www.whitehouse.gov/wp-content/uploads/2024/03/budget_fy2025.pdf).
- Office of Public Affairs – OPA. (2014, 26 de marzo). Entertainment industry guidelines (Aprobado para desclasificación 20 de septiembre 2019). <https://www.cia.gov/readingroom/docs/ENTERTAINMENT%20INDUSTRY%20AGU%5B15720499%5D.pdf>.
- Office of the Director of National Intelligence – ODNI. (s.f.). Members of the IC. <https://www.dni.gov/index.php/what-we-do/members-of-the-ic>.
- Office of Strategic Services – OSS (s.f.): The Motion Picture as a weapon of psychological warfare. (Aprobado para desclasificación 14-01-2004, FOIA). <https://www.spyculture.com/oss-memo-on-motion-pictures-as-weapons/>.
- Redmond, P. (2017). The historical roots of CIA–Hollywood propaganda. *American Journal of Economics and Sociology*, 76(2), 280–310. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/ajes.12177>.
- Saunders, F. S. (2000). *The cultural Cold War: The CIA and the world of arts and letters*. New York: The New Press.
- Secker, T. (2022, 23 de mayo). Chase Brandon: CIA entertainment liaison. *Spy Culture*. <https://www.spyculture.com/decoding-chase-brandon/>.
- Secker, T. (2023, 3 de mayo). *Clandestine 078 – Chase Brandon: The CIA's man in Hollywood*. *Spy Culture*. <https://www.spyculture.com/clandestine-078-chase-brandon/>.
- Select Committee on Intelligence and Committee on Human Resources (1977): Project MKUltra, the CIA's program of research in behavioral modification. Washington: U.S. Government Printing Offices. <https://www.intelligence.senate.gov/sites/default/files/hearings/95mkultra.pdf>.
- Select Committee to Study Governmental Operations with respect to intelligence activities (1975). Interim Report. Alleged assassination plots involving foreign leaders. Washington: U.S. Government Printing Offices. [https://www.aarclibrary.org/publib/church/reports/ir/html/ChurchIR\\_0009b.htm](https://www.aarclibrary.org/publib/church/reports/ir/html/ChurchIR_0009b.htm).
- Select Committee to Study Governmental Operations with respect to intelligence activities (1976). Supplementary reports on intelligence activities. Book VI. Washington: U.S. Government Printing Offices. [https://www.aarclibrary.org/publib/church/reports/book6/html/ChurchB6\\_0143a.htm](https://www.aarclibrary.org/publib/church/reports/book6/html/ChurchB6_0143a.htm).
- Shaw, T.; Jenkins, T. (2017). From zero to hero: The CIA and Hollywood today. *Cinema Journal*, 56(2), 91–113. <https://muse.jhu.edu/pub/15/article/645452/summary>.
- Stein, J. (1980, 12 de julio). Reagan's plans for intelligence. *The Nation*. <https://www.cia.gov/readingroom/docs/CIA-RDP90-00552R000100130018-9.pdf>.
- Stempel, J. D., Pringle, R. W. Jr.; Stempel, T. (2002). Intelligence and the cinema. *International Journal of Intelligence and Counterintelligence*, 15(1), 115–124. <http://dx.doi.org/10.1080/088506002753412919>.
- Taylor, S. A. (2008). The depiction of congressional oversight in spy film and fiction: Is Congress the new meddler? *Intelligence and*



- National Security, 23(1), 61–80. <https://doi.org/10.1080/02684520701798148>.
- Tejero, E. L. (2016). Seguridad Nacional vs. Derechos y Garantías, el nuevo despotismo (el patrón trazado por los Estados Unidos). *Revista de Pensamiento Estratégico y Seguridad CISDE*, 1(2), 27-47. <http://www.uaajournals.com/ojs/index.php/cisdejournal/article/viewFile/156/138>.
- Townley, D. (2021). The year of intelligence in the United States: Public opinion, national security, and the 1975 Church Committee. Springer Nature.
- Urkijo, P. (2013). Cine de espías. En A. N. Umaran, G. Vázquez, B. Cobeaga, A. Calleja, R. de las Muñeas, C. Gil & P. Urkijo, *Cine de espías* (pp. 107–143). Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. <https://web-argitalpena.adm.ehu.es/pdf/UWLGCI8397.pdf>.
- U.S. Department of State, Office of the Spokesperson. (2022, 12 de octubre). Release of the President’s National Security Strategy [Comunicado de prensa]. <https://2021-2025.state.gov/release-of-the-presidents-national-security-strategy/>.
- Weiner, T. (2008). *Legacy of ashes: The history of the CIA*. Vintage.
- Willmetts, S. (2013). Quiet Americans: The CIA and early Cold War Hollywood cinema. *Journal of American Studies*, 47(1), 127–147. <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-american-studies/article/quiet-americans-the-cia-and-early-cold-war-hollywood-cinema/0A8241D477D7DE92575DC749E9BF15A2>.
- Willmetts, S. (2016). In secrecy's shadow: The OSS and CIA in Hollywood cinema 1941–1979. Edinburgh University Press.
- Willmetts, S. (2019). The cultural turn in intelligence studies. *Intelligence and National Security*, 34(6), 800–817. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02684527.2019.1615711>.
- Wills, M. (2021, 15 de abril). When the CIA was everywhere—except on screen. *JSTOR Daily*. <https://daily.jstor.org/when-the-cia-was-everywhere-except-on-screen/>.
- Zegart, A. B. (2010). “Spytainment”: The real influence of fake spies. *International Journal of Intelligence and CounterIntelligence*, 23(4), 599–622. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08850607.2010.501635>.
- Zegart, A. B. (2022). American intelligence: History at a glance: From fake bakeries to armed drones. En *Spies, lies, and algorithms: The history and future of American intelligence*. Princeton University Press. <https://www.jstor.org/stable/j.ctv1t8q8tp>.