

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

La mujer de la Alemania nacional socialista. Evolución y representación propagandística.

Trabajo de Fin de Grado para la titulación de Periodismo, tutorizado por
Doctora Dña. Lorena R. Romero-Domínguez. Curso académico 2019/2020

Vo. Bo. De la tutora:

Alumna:

Dra. Dña. Lorena Rosalía
Romero Domínguez

M^a Belén Valiño Monterrey

ÍNDICE

- 1. Resumen**
- 2. Palabras claves**
- 3. Justificación de la investigación**
- 4. Preguntas de investigación**
- 5. Objetivos**
- 6. Marco teórico. La Alemania de Hitler**
 - 6.1 Antecedentes. Las bases de la Alemania nazi
 - 6.2 Primera etapa. Consolidación de la dictadura y expansión territorial (marzo 1933- septiembre 1939)
 - 6.3 Segunda etapa. El auge de las tropas alemanas en la IIGM (septiembre 1939- febrero 1943)
 - 6.4 Tercera etapa. Punto de inflexión y caída del Reich (febrero 1943- septiembre 1945)
- 7. La propaganda durante el Tercer Reich.**
 - 7.1 Introducción hacia el concepto de propaganda
 - 7.2 Antecedentes. Las bases de la Alemania nazi
 - 7.3 Primera etapa. Consolidación de la dictadura y expansión territorial (marzo de 1933- septiembre de 1939)
 - 7.4 Segunda etapa. El auge de las tropas alemanas en la IIGM (septiembre 1939- febrero 1943)
 - 7.5 Tercera etapa. Punto de inflexión y caída del Reich (febrero 1943- septiembre 1945)
- 8. Análisis visual. La representación de la iconografía femenina por etapas:**
 - 8.1 Primera etapa. Consolidación de la dictadura y expansión territorial (marzo de 1933- septiembre de 1939)
 - 8.1.1 Análisis del icono femenino en la revista *NS- Frauen Warte*
 - 8.1.2 Estudio de la representación de la mujer en carteles propagandísticos

8.2 Segunda etapa. El auge de las tropas alemanas en la IIGM (septiembre 1939- febrero 1943)

8.2.1 Análisis del icono femenino en la revista *NS- Frauen Warte*

8.2.2 Estudio de la representación de la mujer en carteles propagandísticos

8.3 Tercera etapa. Punto de inflexión y caída del Reich (febrero 1943- septiembre 1945)

8.3.1 Análisis del icono femenino en la revista *NS- Frauen Warte*

8.3.2 Estudio de la representación de la mujer en carteles propagandísticos

9. Conclusiones

10. Bibliografía

11. Webgrafía

1. RESUMEN

El presente trabajo realiza un análisis del valor y concepción de la mujer en uno de los regímenes dictatoriales más destacados de la historia, la Alemania nazi.

Acceder a una investigación contextual sobre la situación vivida antes y durante el régimen nazi, incidiendo así en aspectos coyunturales como la cultura, economía, política y sociedad, nos permitirá trazar un eje cronológico sobre los valores, creencias o ideales sujetos a la concepción de la mujer durante el periodo del Tercer Reich.

De igual forma, el conocimiento sobre la evolución histórica del régimen nacionalsocialista, paralela al desarrollo de la IIGM, marcará las bases que nos permitirán señalar las causas por las que el sector femenino evolucionó de forma progresista dentro de la doctrina defendida por Adolf Hitler y sus seguidores.

Se pretende, por tanto, demostrar que la mujer ocupaba un puesto central dentro de la política hitleriana, a causa de su capacidad biológica. Es por ello por lo que el control del sector femenino fue un hecho verídico y tangible durante el periodo en el que Hitler ocupó el poder.

El análisis de numerosas portadas de la revista *NS- Frauen Warte*, así como de la cartelería desarrollada desde los comienzos del nazismo, nos permitirán extraer una idea clarificadora y, visual de los que fue la mujer en esta etapa y de cómo el contexto histórico le permitió evolucionar hacia el ideal de mujer trabajadora.

2. PALABRAS CLAVES

Alemania, nazis, nacionalsocialista, mujer, sector femenino, Tercer Reich, Adolf Hitler, Goebbels, NSDAP

3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La figura de la mujer siempre ha sido clave en el concepto “familia” y, más aún, durante la Alemania Nazi (1933- 1945) donde el núcleo familiar sólo se podía contemplar desde el ángulo y la perspectiva tradicional, es decir, un hombre junto a una mujer con el objetivo de formar una familia.

Tras el ascenso de Hitler al poder, el papel de la mujer se concebía por y para la reproducción, con el fin de mantener la supervivencia de la raza aria, basada no sólo en características físicas como los ojos azules y el pelo rubio, sino también en la robustez, la altura y en la inteligencia que caracterizaba, según Hitler, a los alemanes. Para conseguir el sueño de la raza aria superior, en 1935 se da vida a un proyecto denominado “Proyecto *Lebensborn*”.

La organización *Lebensborn* se basaba en la unión genética entre hombres, pertenecientes al cuerpo de seguridad del Estado (también conocido como las SS) y mujeres alemanas,

las cuales tenían que demostrar que no estaban casadas y que su ascendencia era únicamente alemana, es decir, su sangre era puramente aria. El objetivo era la incubación de una nueva y futura sociedad de alemanes puros. Se defendía que la figura femenina estaba concebida únicamente para la familia.

Podemos aportar una serie de cifras que nos ayudarán a entender esa concepción de “mujer, hijos y hogar”. A principios de los años 30, el número de abortos en Alemania por año era de 35.100, mientras que, a finales de dicha década, la cifra disminuye a menos de 2.000 abortos por año, según datos aportados por un blog especializado en historia y titulado “Segunda Guerra Mundial”. Nos preguntamos, entonces, ¿qué ha pasado?, ¿cómo Hitler logró conseguir esto?, ¿tendrá algo que ver la propaganda y los medios de comunicación?

Al poco tiempo del ascenso al poder de Hitler, los grupos feministas alemanes fueron desmantelados y se dio paso a la configuración de partidos feministas nazis, como la Liga Feminista Nacional-socialista (también conocida como la Liga de Muchachas Alemanas). Esta organización constituía y daba voz a la publicación *NS- Frauen- Warte*, la única revista femenina que el partido nazi permitía.

Conforme el nacional socialismo se fue extendiendo y la Segunda Guerra Mundial era un hecho, el papel de la mujer comenzó a posicionarse a favor del trabajo. Los hombres, que eran los propietarios de las empresas y los únicos que podían acceder al ámbito laboral, tenían que marcharse al frente, por lo que los puestos de trabajo pasaron a manos de las esposas y madres de estos, con el fin de que la economía alemana siguiese su curso.

Todo esos avances y cambios en el papel de la mujer se pueden ver reflejados en la revista femenina mencionada con anterioridad, de la que haremos un análisis e investigación con el fin de apreciar dicha evolución.

Así mismo, trataremos en este trabajo un concepto muy asociado a las dictaduras, como es la propaganda, esqueleto de la comunicación de los ideales dictatoriales y totalitarios que han estado presentes a lo largo de la historia de la humanidad y que aún lo siguen estando. Por ello, consideramos interesante trabajar sobre aquellos mecanismos que se despliegan en el ejercicio propagandístico, permitiendo establecer un control de la ciudadanía a través del convencimiento, por ejemplo. Este estudio será realizado centrándonos especialmente en la Alemania nazi y, por ende, en el control de la mujer desde las primeras edades. Será primordial el análisis de carteles propagandísticos de la época en los que la figura de esta aparecía representada.

2. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿La propaganda fue un medio útil de control de la población alemana durante el periodo de la Alemania nazi?

2. ¿Qué aspectos se consolidaban como la base de la propaganda femenina?
3. ¿Por qué fue importante el control de la mujer, incluso desde niña, en este periodo?
4. ¿En qué aspectos se basaba la figura de la mujer ideal durante las distintas etapas de la Alemania nacional socialista?

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo general

- Conocer y analizar los métodos propagandísticos empleados en la Alemania nazi para controlar a la población femenina.
- Analizar y determinar por qué era necesario establecer el control de la figura femenina.

3.2 Objetivos específicos

1. Determinar las diferentes organizaciones creadas por el régimen nazi para adoctrinar a las mujeres desde niñas.
2. Analizar la iconografía femenina empleada en las portadas de la revista *NS- Frauen-Warte*.
3. Analizar las distintas modificaciones que sufre la representación de la figura femenina en relación con el avance del conflicto bélico.

6. MARCO TEÓRICO. LA ALEMANIA DE HITLER

6.1 Antecedentes. Las bases de la Alemania nazi

A lo largo de la historia se han conocido muchos aspectos de la vida del popular jefe de Estado alemán, Adolf Hitler, aunque la mayoría de ellos se centran en su vida profesional, militar y política. Ir más allá y conocer sus facetas más íntimas, nos ayudará a asentar las bases de quién fue este personaje histórico y, por ende, cómo fue la Alemania que dirigió.

El que fuera dictador de la Alemania nacionalsocialista nació en 1889 en el seno de una familia de clase media, concretamente en la localidad de Braunau, perteneciente al Imperio Austrohúngaro, actualmente conocido como Austria. Hitler era fruto del tercer matrimonio de su padre, siendo este el tercer hijo de la pareja.

La relación que mantuvo con su padre estuvo marcada por el maltrato del progenitor. En alguna ocasión, Hitler llegó a confesarle a su secretaria personal lo siguiente:

Entonces tomé la decisión de no llorar nunca más cuando mi padre me azotaba. Unos pocos días después tuve la oportunidad de poner a prueba mi voluntad. Mi madre, asustada, se escondió en frente de la puerta. En cuanto a mí, conté silenciosamente los golpes de palo que azotaban mi trasero (National Geographic, 2012).

A pesar de que Hitler tuvo una infancia dura, su madre, Klara Pölz Hitler, le daba el afecto que el joven necesitaba. Klara idealizaba a su hijo, ya que fue el único varón que sobrevivió. De los cinco hijos frutos de la pareja, tan sólo sobrevivió Hitler y su hermana Paula, quien presentaba ciertas discapacidades. Algunos investigadores, como Florian Kontako, han desvelado que uno de los hermanos del dictador falleció a los seis días de haber nacido por presentar una enfermedad llamada “hidrocefalia”.

A la edad de 17 años, y tras la muerte de su madre, Hitler decidió mudarse a la ciudad de Viena, donde se dedicaría a la pintura y cursaría estudios de Bellas Artes. Su estancia en la ciudad le hizo explorar diversos rincones y detalles de la vida vienesa, aspectos que alababa, a la vez que añoraba en su país, Alemania. Aun así, Hitler despreciaba muchos otros, como la decadencia del Imperio, pues el jefe de Estado, el emperador Francisco José, carecía de juventud, ya que lideraba el país a sus 60 años. Aspecto que para Adolf Hitler suponía el estancamiento político y gubernamental de un territorio.

Viena era una ciudad caracterizada por su concepción cosmopolita. Población judía y vienesa convivían en sus calles. Aprender esa diversidad de razas y personas hizo que Hitler comenzara a cultivar cierto odio hacia la población judía. Fue aquí donde el que sería *Führer* de Alemania años más tarde, emprendió un proceso de formación de sus ideales y pensamientos basados en la necesidad de liderazgo de un país mediante la figura de un jefe de Estado joven y con vitalidad, así como de una nación alejada de la presencia de judíos y otras razas que empobrecían la raza pura alemana.

A la edad de 30 años, y tras el fin de la guerra, decidió trasladarse a Múnich haciéndose pasar por un escritor. Fue aquí cuando, en 1919, comenzó a interesarse por la política fundando el movimiento conocido como “Partido Obrero Alemán”, origen del que sería el Partido Nacional Socialista Obrero Alemán (NSDAP). Su carácter agitador y enérgico le hizo destacar entre las masas, aunque esto no le permitió conseguir un gran número de afiliados hasta años después.

El primer discurso de la vida política de Hitler reflejaba los ideales y pensamientos fomentados a raíz de su vida en Viena. Un mitin político centrado en la defensa de la escasa prosperidad y evolución que presenta un país cuyo jefe de Estado es de edad avanzada. Desde sus inicios hasta el final de su carrera política siempre sostuvo que un país tenía que ser liderado por una persona activa y enérgica. A pesar de que esta idea parece ser novedosa, lo cierto es que no lo es. Ian Kershaw declaró en su libro *El Mito de Hitler* lo siguiente:

Desde luego, la disposición a cifrar toda esperanza en el “liderazgo”, en la autoridad de un “hombre fuerte”, no era en sí misma peculiar de Alemania. La promoción por parte de las élites amenazadas, y su aceptación por parte de las masas ansiosas, de un fuerte liderazgo autoritario, con frecuencia personalizado en una figura carismática, ha sido (y

sigue siendo) experimentadas por muchas sociedades en las que un sistema pluralista débil se ve incapaz de resolver profundas fisuras políticas e ideológicas y es percibido por la población como una administración en crisis terminal (Kershaw, 1987: 26).

Aunque su carrera política acababa de comenzar y sus discursos agitadores habían atraído a masas, Adolf Hitler no consiguió muchos seguidores, por lo que decidió rodearse de personas de influencia, como fueron las mujeres de la alta sociedad. Las estrechas relaciones que mantuvo con las mujeres burguesas le ayudaron a trazar su pensamientos y actuaciones futuras en relación con la figura femenina.

A raíz de la adquisición del derecho al voto femenino en 1919, durante la República de Weimar, las mujeres comenzaron a participar y a interesarse de forma activa en la política. El sector femenino representó un porcentaje importante del total de espectadores que acudían a los mítines políticos que Adolf Hitler desempeñaba en las cervecerías de Múnich:

La República de Weimar (1918- 1933) consiguió para la mujer muchas de las metas de justicia que perseguían, su constitución las equiparaba a los hombres. Y sin embargo fue en Alemania donde la mujer volvió a encontrarse arrinconada en el papel de madre y fiel esposa. (Las mujeres y el Tercer Reich, Lecturas del Holocausto)

La expectación de los discursos de Hitler no sólo se hizo latente entre los hombres alemanes, sino también entre las mujeres. Tal y como se especifica en el documental *Las Mujeres del Tercer Reich* elaborado en 2018 bajo la dirección de Barbara Necek, el sector femenino alemán había sido partícipe de una situación bastante inestable. El conflicto generado por la Primera Guerra Mundial, la humillación que había sentido Alemania tras su derrota en la guerra y la creciente inflación económica, llevaron a las mujeres alemanas a apoyar al partido nazi desde sus inicios.

Sin embargo, Hitler consideraba que las mujeres no podían realizar las mismas labores que los hombres y que su proyecto de vida estaba dirigido, única y exclusivamente, a la formación de una familia y a la crianza de sus hijos. En línea con este discurso se crea la frase “Kinder, Küche, Kirche”, cuya traducción al español significa “Niños, Cocina, Iglesia”. Tres palabras que describen lo que será para Hitler y para su partido el poder y el papel que la mujer desempeñará en su nuevo orden estatal.

La labor que representaría el sector femenino en el nuevo Estado alemán fue recordada, en diversas ocasiones, en los múltiples discursos políticos que llevaron a cabo, no sólo Hitler, sino muchos de los dirigentes políticos del partido nazi. Joseph Goebbels, ministro para la Ilustración Pública y Propaganda del Tercer Reich, declaró en su primer discurso lo siguiente:

Creemos que las mujeres y más concretamente las alemanas, que son más mujeres que ninguna otra del mundo en el mejor sentido de la palabra, deben dedicar su fuerza y sus habilidades a otras tareas diferentes a las de los hombres (Goebbels, 1934: 118- 126).

Una apreciación que no dejaba lugar a dudas del poder que la mujer representaría, en un futuro, en el Tercer Reich.

Años antes de su ascenso al poder y, por ende, de la conformación de sus ideales y creencias, lideró en 1923 un golpe de Estado en Múnich, con el fin de derrocar al gobierno. Aunque había ganado seguidores y aficionados, no consiguió su objetivo, por lo que el golpe fracasó. Esto motivó la prohibición del NSDAP y la condena de cinco años de prisión para Hitler y otros miembros del partido nazi.

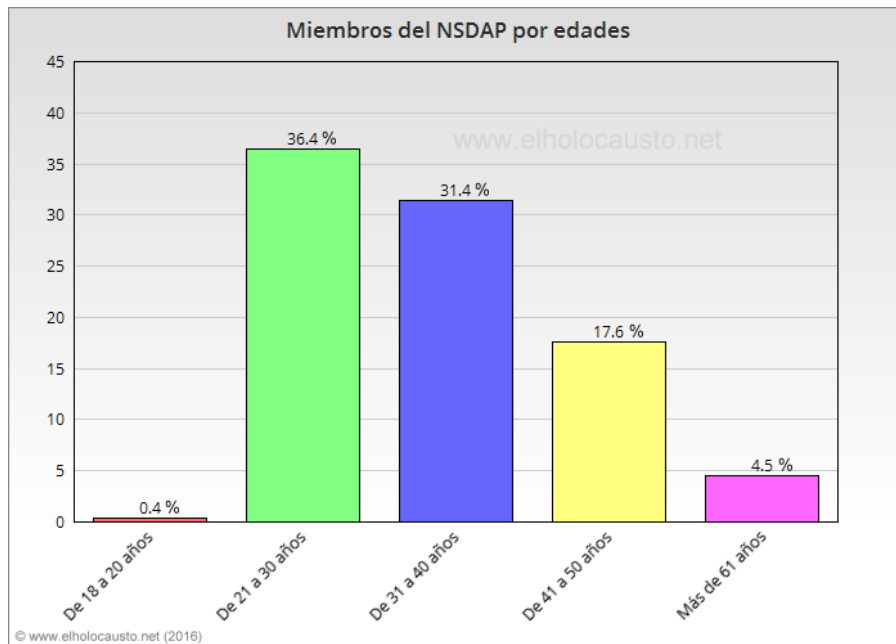
Finalmente, la condena del líder del partido se redujo a un año, aunque bajo libertad condicional. Los doce meses que estuvo en la cárcel le ayudaron, aún más, a cultivar su personaje público y político y a preparar diversas tácticas que le servirían en un futuro. Así mismo, dio vida a su libro titulado *Mi lucha*.

David King, historiador estadounidense, muestra en su obra *El juicio de Adolf Hitler* cómo este entró en prisión bajo los efectos de una depresión y salió sintiéndose como un líder. En una de las entrevistas realizadas por Anna Abella para *El Periódico*, King declaró:

Tras el veredicto, sus compañeros de prisión lo adoraron y adularon, reflejando en él sus crecientes ambiciones. La prisión de Landsberg se convirtió en una cámara de eco. En su diario manuscrito inédito un guardia mostró hasta que punto Hitler fue tratado como un invitado de honor por los presos y el personal de la cárcel, algunos de los cuales lo saludaban con un “¡Heil Hitler! (Anna Abella, 2019).

Tras su puesta en libertad y, a pesar de la fama que se había labrado en la cárcel, Adolf Hitler seguía siendo un desconocido para la mayoría de la población alemana. Además, el gobierno alemán era fuerte y estable, lo que le alejaba de su objetivo a corto plazo. Todo ello le hizo darse cuenta de que el mejor método para llegar a su propósito no era a través de la violencia, sino mediante la figura de ciudadano ejemplar y responsable. Acción que le haría ganarse, tiempo después, a un gran porcentaje de la ciudadanía alemana.

De igual forma, comenzó a rodearse de jóvenes a los que daba voz y les prometía una revelación contra sus figuras paternas. Su capacidad retórica atrajo a grandes cantidades de varones de corta edad. Las fuerzas de asalto del partido estaban constituidas por varones de menos de 30 años que mostraban una fidelidad absoluta a la figura del líder, datos que se pueden apreciar en el siguiente gráfico:



Miembros del NSDAP por edades. Fuente: Blog El Holocausto

Ian Kershaw escribió:

Las “biografías” políticas de los militantes de base que se unían al Partido Nazi con anterioridad a 1930, varios cientos de los cuales han llegado hasta nosotros y han sido recientemente analizadas, nos suministran pruebas sorprendentes del empuje del mito del *führer*, en el interior del movimiento, así como del magnético poder que, para captar nuevos miembros, tenía el culto a la personalidad (1987: 47-48).

Se muestra así una cita que relató uno de los miembros del partido tras haber oído hablar a Hitler por primera vez: “Ya sólo existía una única cosa para mí: o ganar con Hitler o morir por él. La personalidad del *Führer* me tenía totalmente hechizado” (Kershaw, 1987: 48).

Toda su campaña, centrada en la responsabilidad social y ciudadana, comenzó a dar sus frutos. El gran número de seguidores, que se había labrado en los últimos años, lo acompañaban en cada uno de sus desfiles y discursos.

No sólo el sector masculino pertenecía a las filas del partido nazi, sino que también las mujeres eran una parte importante del mismo, ya que en 1926 se crea la primera Unión de Mujeres Nacional Socialista.

Ese mismo año se instaura una organización cuyo objetivo era la formación de los jóvenes varones en la visión y creencia nacionalsocialista. El nombre que se le atribuye en alemán es *Hitlerjugend*, cuya traducción en español es “Juventudes Hitlerianas”. Esta institución tenía su paralelismo en la Liga de Jóvenes Alemanas (BDM), fundada en 1930.

Juventudes Hitlerianas

Símbolo	Organización	Sexo	Edad	Miembros en 1939
JM	Jungmädel	Mujeres	de 10 a 14 años	2.137.594
BDM	Bund Deutscher Mädel	Mujeres	de 14 a 18 años	1.502.574
DJ	Deutsche Jungvolk	Hombres	e 10 a 14 años	1.923.419
HJ	Hitler Jugend	Hombres	de 14 a 18 años	1.723.886

Organización de las Juventudes Hitlerianas. Fuente: EcuRed

A pesar de tener el apoyo de jóvenes y adultos en sus filas, Adolf Hitler y su partido no siempre obtuvieron buenos resultados en las elecciones democráticas alemanas. No será hasta 1930 cuando su número de votantes aumente de forma generalizada. Este dato refleja cómo la crisis económica mundial de 1929, también conocida como “La Depresión”, fortaleció e impulsó los principios del revolucionario alemán.

A continuación, se expone una gráfica en la que se puede apreciar el aumento de votantes a partir de las elecciones de septiembre de 1930.



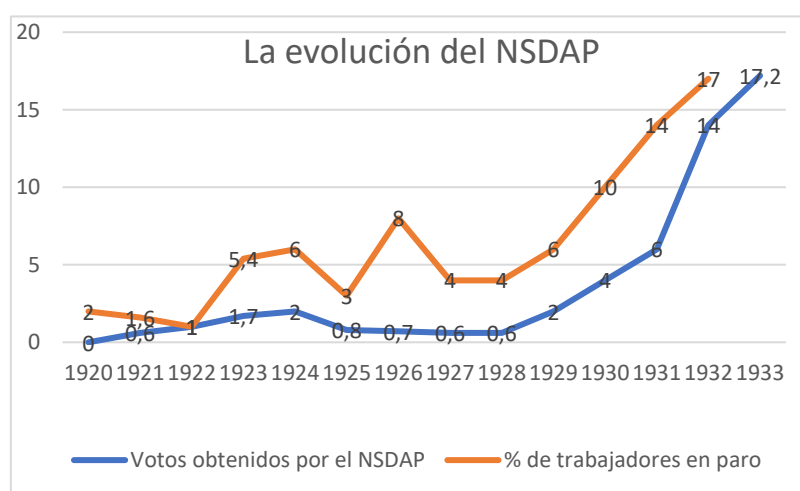
Resultados del Partido Nazi en las elecciones legislativas. Fuente: Blog El Holocausto

Esta gráfica representa cómo en una Alemania entristecida y decadente, las promesas de Hitler ganaban adeptos entre la población. Así mismo, el futuro *Führer* comenzó a desarrollar programas de autoayuda y ofreció trabajo a todo aquel que lo necesitaba.

El experto e historiador, Benedicto Cuervo Álvarez, profesor de Historia y Geografía en la FESD de Oviedo, ha señalado en su obra, “El ascenso de Hitler y del partido Nazi al poder en Alemania”, una de las circunstancias que fomentaron el ascenso de Adolf Hitler:

La economía alemana se precipitó también en el abismo de la crisis económica mundial. La galopante inflación alcanzó cotas inimaginables. Los precios de los productos subían en cuestión de horas a alturas astronómicas, mientras que el índice de desempleo superaba el 30% y la miseria y el hambre se apoderaban del país. (Cuervo Álvarez, 2015: 56- 57).

La gráfica expuesta a continuación muestra la evolución del Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán, paralelamente al crecimiento del paro en Alemania.



La evolución del NSDAP. Fuente: Blog El Holocausto

Aunque la crisis económica de 1929 supuso un factor decisivo en la política de Hitler, otros hechos también empujaron al líder nazi hacia la cima.

El 3 de octubre de 1929 Gustav Stresemann fallece tras seis años ocupando el puesto de canciller y ministro de Asuntos Exteriores. Los cimientos de la República de Weimar comienzan a tambalearse. Hitler ve en este suceso otra oportunidad para avanzar hacia su meta.

La situación de Alemania seguía siendo débil y poco estable. Las promesas de mejora, de trabajo y de protección de todas las clases sociales, se convirtieron en la base de todos los discursos heroicos que Hitler daba en las ciudades alemanas que visitaba.

A finales de los años veinte, y sobre todo durante la crisis política y económica de la época de la Depresión, la percepción de que la democracia de Weimar había fracasado por completo, así como la sensación de que todo el sistema político se hallaba inmerso en una crisis mortal, permitieron que la imagen del liderazgo “heroico” se desplazase desde los márgenes políticos al centro del escenario (Kershaw, 1987: 35).

Esta cita refleja el hecho de que, debido a la situación en la que estaba sumida Alemania, la sociedad comenzó a apostar y a inclinarse por la figura del personaje heroico de Hitler,

a quien consideraban un mesías, el único capaz de ayudar a Alemania a salir de la decadencia política y económica en la que se encontraba.

La campaña electoral liderada por Adolf Hitler en 1932 contó con el apoyo del sector femenino. La labor de las mujeres se centró en la impresión de octavillas, la confección de banderas y el reparto de bebidas y alimentos durante los discursos políticos.

La fecha de enero de 1933 marca el inicio del ascenso de Adolf Hitler al poder, así como el final de la República de Weimar.

Tras la pérdida de su canciller, Stresemann, años antes y, ante la popularidad creciente de Hitler, Hindenburg, presidente de la República, decidió atribuirle a Hitler el título de canciller de la República. Ahora el líder del Partido Nacional Socialista Obrero Alemán compartía el poder junto con el conservador Von Papen. Esa misma noche, un desfile de antorchas iluminó la ciudad de Berlín.

A pesar de su nuevo nombramiento, el revolucionario alemán y líder del partido nazi no estaba conforme con el hecho de compartir el poder con los conservadores. A partir de este momento, e incitado por el objetivo que siempre le movilizó, dio paso a una serie de acciones que le alzarían a ganar las elecciones de marzo de ese mismo año.

Hitler disolvió el parlamento, inició una campaña financiada por los magnates del Ruhr (Von Thyssen, Otto Wolff y Voegeler) marcada por la violencia de las Schutz Staffel, las SS, la policía militarizada del partido nazi y el incendio del Reichstag de Berlín, el 27 de febrero, hecho que utilizó en su favor atribuyendo su autoría a la subversión comunista y que le dio pie para instituir el estado de excepción (...) Por todo esto, el 5 de marzo, los nazis obtuvieron el 44% de los votos (Cuervo Álvarez, 2015: 68- 69).

Tal y como se especifica en la cita, el incendio que sufrió el Parlamento alemán cuatro semanas después benefició al Partido Nacional Socialista Obrero Alemán en las elecciones de marzo de 1933. Una votación que, sin duda, supuso el fin de la democracia, ya que la diversidad y libertad de información se vio profundamente alterada por los diversos discursos políticos que se transmitían a través de la radio a favor del futuro régimen nazi.

Finalmente, Hitler consigue llegar al gobierno tras la obtención del 50% de los votos gracias a la coalición que mantenía con el partido conservador. A pesar de no poseer la mayoría absoluta, el 23 de marzo de 1933 una ley denominada “Ley de habilitación”, aprobada por el Parlamento, le daría la potestad para gobernar con independencia a este y al presidente: “Ahora el canciller (Hitler) ya tenía el Poder del país por un periodo de cuatro años (a partir del 23 de marzo) Hitler, utilizó estos cuatro años para organizar Alemania y hacer más fuerte su dominio” (Cuervo Álvarez, 2015: 69).

6.2 Primera etapa. Consolidación de la dictadura y expansión territorial (marzo de 1933- septiembre de 1939)

Sólo tras las elecciones habría de registrarse una aguda elevación en la gráfica de la popularidad de Hitler, elevación producida, en primer lugar, a medida que iba

transformándose de forma fundamental el paisaje político de Alemania y, en segundo lugar, de manera paralela a dicho cambio de la imagen en la que ya empezaba a verificarse el paso de la propia de un líder de partido a la adecuada a un líder nacional (Kershaw, 1987: 81- 82).

Los aires de mejora y renovación del pueblo alemán se hacían latentes tras la victoria del partido de Hitler en las elecciones de marzo de 1933.

Alemania comienza su andadura hacia una nueva etapa, a la par que Hitler crece, ya no como líder de un partido, sino como el de una nación. Su capacidad de control ya no queda reducida a un partido político, sino a un país.

No sólo una gran parte de la nación apoyaba la figura y la política de Hitler, sino que también los medios locales y provinciales mostraban su apoyo. El periódico provincial de Baviera, *Miesbacher Anzeiger*, mostró en su reportaje, “El día del pueblo alemán”, el futuro deslumbrante que le esperaba a Alemania y a sus ciudadanos.

En una cita recuperada del libro *El mito de Hitler*, podemos apreciar un fragmento de dicho reportaje:

Lo que está teniendo lugar hoy día en Alemania es la lucha no solo, por la renovación de la idea del Estado, sino también por la remodelación del alma alemana, [...] El pueblo alemán se ha librado de la pesadilla que llevaba tantos años gravitando sobre él, y ha emprendido el camino hacia una nueva y, eso espero, bendita época [...] Quiera el cielo que el 21 de marzo sea el día del comienzo de la unida e indivisible comunidad libre del pueblo alemán que abarcará a todos los sectores populares de buena voluntad y estará basada en unos cimientos cristianos, nacionales y sociales (Kershaw, 1987: 83).

Se comienza a consolidar, de este modo, una dictadura basada en el apoyo de un gran porcentaje de la sociedad, así como de los medios de comunicación. A pesar de los continuos arrestos y persecuciones de aquellos que no se consideraban fieles al régimen, como los comunistas y demás “enemigos del Estado”, nada podía parar este fenómeno. El objetivo de Hitler era acallar y silenciar a todos aquellos que ponían en duda su figura y su actuación.

El término “colaboración ciudadana” adquiere mucho sentido en los días posteriores a las elecciones. Se comienza a extender una llamada legalizada bajo la “Ley de prácticas delictivas” fechada el 21 de marzo de 1933. Se especifica así lo siguiente: “Todo camarada del pueblo que se preocupe por la nación [...] informe a la gendarmería responsable de cualquier ofensa al gobierno del Reich o de cualquier degradación de la revolución nacional” (Kershaw, 1987: 86).

Muchos judíos y personas que no se mostraban fieles al régimen fueron despedidos de sus puestos de trabajo y muchos de ellos abandonaron el país por temor a la situación: “Directores y músicos judíos como Bruno Walter y Otto Klemperer fueron despedidos sumariamente o apartados de los escenarios” (Evans, 2005: 224).

La celebración de festividades y eventos se convirtió en una herramienta efectiva para controlar a la ciudadanía y a todo aquel que se opusiera a las prácticas hitlerianas.

Goebbels obtuvo el apoyo de los líderes sindicales en la creación de un nuevo día festivo, el Primero de Mayo, una vieja demanda de los sindicatos, y lo convirtió en el llamado

Día Nacional del Trabajo, que congregó a cientos de miles de trabajadores en las plazas de Alemania bajo la esvástica para escuchar los discursos de Hitler (Evans, 2005: 223)

Nikolaus Wachsmann, profesor de Historia alemana moderna en la Universidad de Londres, especificó en *Historia de los campos de concentración nazis*, la diversidad de los mismos, como por ejemplo las diferencias existentes en el trato violento y agresivo que se empleaba en cada campo de concentración. A pesar de las diferencias latentes, todos y cada uno de ellos compartían un único objetivo; eliminar a la oposición y a todo aquel que impidiese la construcción de una Alemania para los alemanes.

A medida que la situación de Alemania y del Tercer Reich avanzaban, eliminar la oposición social y política se convertía en uno de los objetivos primordiales de Hitler.

El jefe de los aliados de Hitler, Alfred Hugenberg, fue forzado a abandonar el gobierno, mientras que el líder del grupo nacionalista en el Reichstag fue encontrado muerto en su despacho en circunstancias sospechosas (...) A finales de junio, los nacionalistas también habían sido disueltos. El único gran partido que quedaba, el Partido de Centro, también sufrió un destino similar (...) el partido accedió a autodisolverse a cambio de la firma del concordato prometido cuando se promulgó la Ley de habilitación (...) El tiempo demostraría que el acuerdo era papel mojado. A mediados de julio de 1933, Alemania se había convertido en un Estado de partido único (Evans, 2005: 223).

El temor al partido y a la crisis económica, que aún seguía vigente en Alemania, hizo aumentar el número de afiliados del partido nazi en 1.6 millones de personas. De igual forma, la cifra de “camisas pardas”, término popular con el que se conocía a los miembros de la SA, ascendió a 1.6 millones de hombres en el verano de 1933.

Lo cierto era que existían tres cúpulas de poder militar en Alemania en esta fecha. Por un lado, observamos la presencia de la *Reichswehr*, las fuerzas armadas de Alemania que, más tarde, Hitler renombraría bajo el término *Wehrmacht*. De igual forma, encontramos la existencia de la SA, liderada por Ernst Röhm, cuya participación se limitaba a ser una organización voluntaria miliciana al servicio del NSDAP. Por último, existía la SS, organización militar y policial, cuyo líder era Heinrich Himmler. Las actuaciones de este cuerpo se centraban en labores militares, policiales, políticas, penitenciarias y de seguridad al servicio del partido nazi.

Estas tres instituciones militares comienzan un confrontamiento basado en una disputa acerca de la posesión del poder militar.

Tanto el historiador y profesor británico, Richard J. Evans y, el historiador y profesor español, Benedicto Cuervo Álvarez, han señalado que el objetivo de Ernst Röhm no se limitaba únicamente a recobrar el carácter revolucionario que el NSDAP había ejercido años antes. Su propósito iba más allá, ya que quería que la institución, popularmente conocida como “camisas pardas”, se convirtiese en la base de una milicia nacional que, más tarde, sustituiría al Ejército.

Ante el reclamo de poder de Röhm, quien quería llegar a ocupar el cargo de ministro de Defensa, Hitler decidió acallararlo nombrándole ministro sin cartera, aunque esta acción no tuvo los resultados esperados por el *Führer*, ya que el objetivo del líder de la SA no se detuvo.

Tal y como se especifica en la obra *El Tercer Reich en el poder* de Richard J. Evans, Ernst Röhm comenzó a fomentar un culto hacia su figura dentro de la institución que lideraba. Una serie de acciones radicales y violentas se cometieron en nombre de la SA, como el asalto al Hotel Kaiserhof de Berlín durante una celebración convocada por los oficiales del Ejército.

A pesar de los intentos de Hitler de recobrar una estabilidad y alianza entre las diversas organizaciones militares, el líder del Tercer Reich veía cómo su partido se desintegraba, lo que le llevó a tomar una drástica decisión: el asesinato de los líderes más “revolucionarios” del partido nazi en la conocida como “Noche de los cuchillos largos”, el 2 de agosto de 1934.

Las víctimas más destacadas fueron, entre otros, el dirigente de la S.A. Röhm, el general Kurt von Schleicher, un excanciller, un excomisario y algunos monárquicos que pretendían restaurar la dinastía Hohenzollem en Alemania. En total, esta purga ocasionó la muerte de más de quinientas personas encuadradas en la S.A (Cuervo Álvarez, 2015: 81- 82).

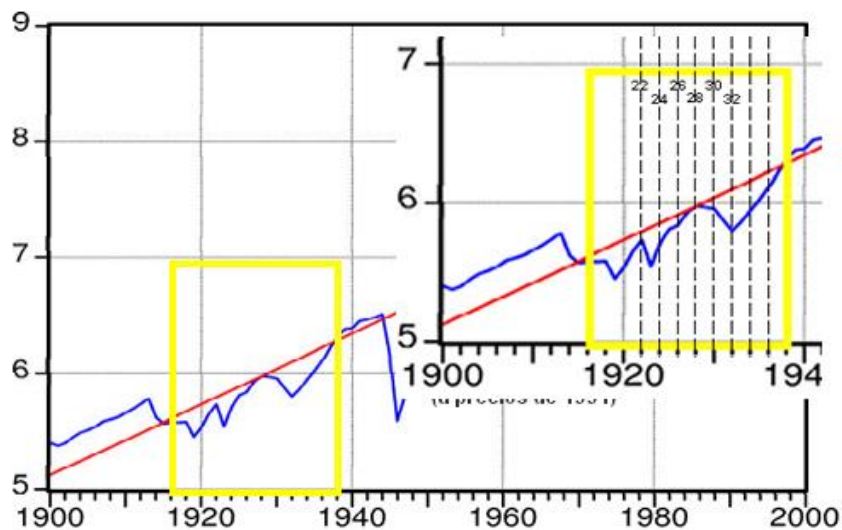
El dictador nazi no se detendría ante ninguna disposición de acabar con su liderazgo y con su poder. Por ello, admitió que los asesinatos se habían desarrollado bajo sus directrices y lo hizo argumentando que no iba a permitir ninguna actuación contra su figura.

El sociólogo Daniel Feierstein aseguró que los principales factores que impidieron a la población alemana manifestar su negativa ante los asesinatos acometidos el 2 de agosto fueron dos: por un lado, el terror que el nazismo había implantado en todo el país, y por otro, la consideración de los beneficios que traería la aplicación de la nueva legislación de Hitler.

La violencia empleada por el partido nazi se hizo latente en sus primeros años, la sociedad alemana era consciente de ello, pero el crecimiento económico que experimentó el país tras la instauración del Tercer Reich hizo que la mayoría de la población se mantuviera al margen y no protestara ante los actos violentos protagonizados por la cúpula nazi.

A continuación, se expone un gráfico que refleja las cifras del PIB, Producto Interior Bruto, de Alemania desde 1933 hasta 1943:

PRODUCTO INTERIOR BRUTO DE ALEMANIA



PIB durante el periodo de la Alemania nazi. Fuente: www.ruhr-uni-bochum.de

El crecimiento del que gozó el país alemán durante estos años permitió un estilo de vida cómodo y estable para las clases media y alta.

El objetivo de Hitler no sólo se centraba en la mejora económica del país, sino también en el fomento de la natalidad. El líder nazi quería construir los cimientos de un nuevo Estado alemán conformado por un pueblo puramente alemán, es decir, jóvenes de ojos azules, rubios e inteligentes. Para ello, era necesario la concesión de ayudas a las jóvenes parejas, con el fin de incentivar la creación de una familia.

El régimen comenzó a dar incentivos de “cheques regalos”, pero no todo el mundo podía acceder a ellos. Según el documental *Las Mujeres del Tercer Reich* (2018), las jóvenes parejas que querían formar una familia debían de cumplir los siguientes requisitos:

- Debían de realizarse un reconocimiento médico que demostrase que ninguno de los dos cónyuges padecía ninguna enfermedad, ni posesión de una genética ligada a algún tipo de trastorno.
- Las mujeres activas debían dejar su trabajo, el cual sería ocupado por hombres, lo que supondría un descenso del paro

La natalidad era un aspecto muy valorado en el Tercer Reich, tal es así que a las mujeres que tenían varios hijos eran galardonadas con lo que se conocía como “Cruz de Honor a la Mujer Alemana”.

Existían tres tipos de cruces:

- Bronce: para aquellas mujeres que tuvieran 4 hijos
- Plata: mujeres que tuvieran 6 hijos
- Oro: mujeres que tuvieran 8 hijos o más



Imagen de una mujer alemana portando la cruz de honor de plata. Fuente: Biblioteca Segunda Guerra

A la par que la natalidad del país aumentaba como consecuencia de las diversas prácticas estatales, la economía también lo hacía, aunque bajo unos cimientos que afectaban, sin duda alguna, a los trabajadores, y beneficiaban a las grandes corporaciones y al Estado.

La etapa comprendida entre los años 1933 y 1939 se caracteriza, desde un ámbito laboral, en la realización de múltiples trabajos forzados desempeñados por judíos y personas que no simpatizaban con el régimen.

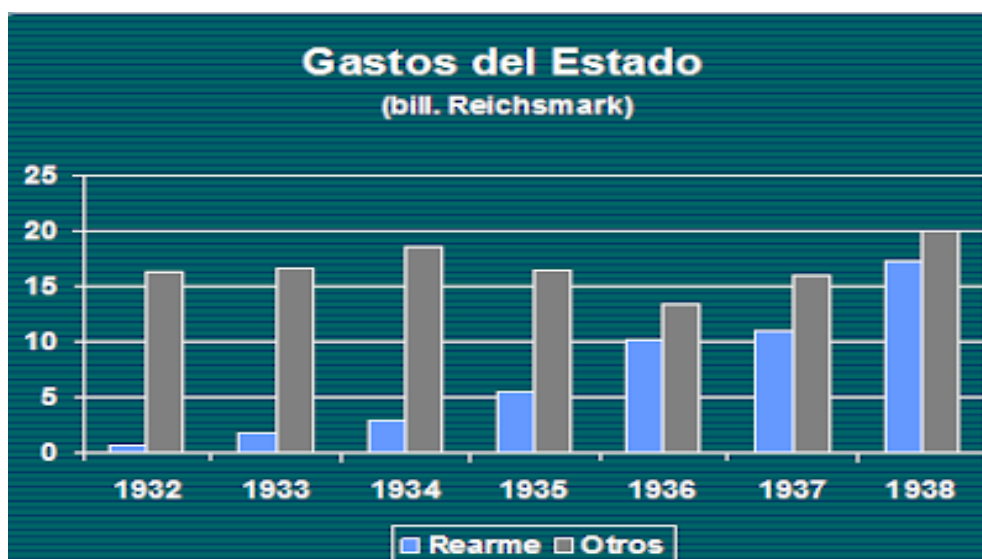
Así mismo, se declaró una ley basada en el libre despido de los trabajadores, una jurisdicción en beneficio de las corporaciones. Además, la mayoría de estos trabajos se hacían gratuitamente, lo que permitía una gran obtención de beneficios, según el historiador Cuervo Álvarez.

A pesar de la apariencia de libertad empresarial y económica, el capitalismo no se desarrolló bajo una libertad completa de acción.

En estos años se iniciaron importantes trabajos de comunicación vial (carreteras) y edificios ostentosos (Organización Todt). Si bien el Partido Nazi acaparaba todo el poder político, permitió que el capitalismo siguiera siendo aplicado en Alemania y no expropió la propiedad privada (...) No obstante, el régimen de Hitler impulsó una enorme intervención del Estado en la economía ya sea creando empresas estatales de servicios como fijando controles de precios y reglamentando toda actividad de las empresas privadas (Cuervo Álvarez, 2015: 91)

Aunque se desempeñaron importantes labores económicas a nivel nacional, Hitler también fijaba su objetivo en una política de expansión territorial, con el propósito de controlar una gran parte del territorio europeo. Es por ello por lo que muchas de sus actuaciones se centraron en la obtención y elaboración de armamento que, más tarde, sería esencial para las tropas alemanas.

En el siguiente gráfico se puede apreciar cómo, a la par que avanzamos en la etapa comprendida entre los años 1932 y 1938, la producción armamentística va aumentando a niveles casi igualitarios al de otras producciones. Un reflejo que, sin duda, muestra la importancia que tenía para Hitler la política exterior y, la ampliación de fronteras del Tercer Reich.



A medida que la dictadura de Hitler se iba consolidando dentro del territorio nacional, también lo iban haciendo los trazos y métodos de actuación que el líder nazi pondría en marcha, tiempo después, sobre suelo europeo.

Tanto la teoría como la acción política y militar del Tercer Reich se encontraron orientadas hacia la consecución de un poder hegemónico, de base racial, primero sobre Europa y, como objetivo final, sobre el conjunto del planeta. Fue lo que se llegó a denominar la construcción del Nuevo Orden (García Pérez, 1995: 259).

Para comprender la política expansiva desarrollada por Hitler, la cual se convertiría en el germen de la Segunda Guerra Mundial, hemos profundizado en la investigación realizada por el historiador Álvaro Lozano en su obra *La Alemania nazi (1933- 1945)*.

El deseo de reconquista de Adolf Hitler de recuperar los territorios que pertenecieron a Alemania con anterioridad al Tratado de Versalles, tratado de paz firmado tras la Primera Guerra Mundial en la que Alemania resultó vencida, supuso el principal motivo de su expansión territorial y de la ampliación de las fronteras del Tercer Reich. Una actuación que comenzó a asentar sus bases en 1933, aunque de forma tímida, ya que el *Führer* era consciente de la escasa capacidad de Alemania en esos momentos y de la gran cantidad de enemigos que lo rodeaban. La apariencia de moderación y la búsqueda de aliados fueron los primeros pasos del proyecto.

Podemos señalar a Polonia como la nación ubicada en el centro de toda la política expansiva hitleriana. Esta nación pertenecía a Alemania antes de la Primera Guerra Mundial. Era un territorio valorado, pues tenía acceso al mar y poseía el puerto de Danzig.

Tras la pérdida de la Primera Guerra Mundial, Alemania tuvo que someterse a una dura jurisdicción plasmada en el Tratado de Versalles que, además, permitió la creación de la Sociedad de Naciones, organismo legislador de carácter internacional que velaba por el apaciguamiento de los problemas internacionales. Una de las decisiones que se tomaron en contra de la nación alemana fue la expropiación de Polonia, la cual quedó asentada sobre tres territorios: Rusia, Austria y Alemania.

En la fecha de octubre de 1934, Alemania abandona la Sociedad de Naciones. Meses después y, ante el temor por Polonia, la Sociedad de Naciones obliga a Hitler a firmar un pacto de no agresión contra Polonia. A pesar de ello, en septiembre de 1939 ese acuerdo será incumplido por el *Führer*.

El verano de 1934, la imagen moderada que el dictador nazi se había labrado a ojos del resto de países, quedó completamente desenmascarada.

Hitler quería unir su país a Austria, aunque el canciller austriaco, Engelbert Dollfuss, mostró su negativa ante tal propuesta. Días después, concretamente el 25 de julio de 1934, Dollfuss aparece asesinado bajo extrañas circunstancias, un hecho que, sin duda, señaló al líder de la Alemania nazi como el autor del suceso. Ante el temor de que Austria fuera conquistada por Alemania y esta perdiese su capacidad de independencia, Mussolini envió tropas hacia la frontera austriaca con el objetivo de preservar la emancipación y libertad del país austriaco.

Tiempo después se demostró que Hitler no había dado ninguna orden, sino que el asesinato se había cometido desde por el propio gobierno austriaco.

En la fecha de 1935, tras las presiones establecidas por el partido nazi local, la región del Sarre, situada en la zona occidental alemana, se reunifica junto a su territorio de origen, Alemania.

Ante el potencial que Alemania mostraba al resto de países, Francia se reunió con la Unión Soviética en abril de 1935, con el fin de crear una alianza y defender ambos territorios ante cualquier actuación del ejército alemán. Más tarde, Checoslovaquia se sumó al pacto.

No sólo Francia y la Unión Soviética temían a la fuerza que Alemania había conseguido en los últimos años, sino que también Gran Bretaña se prestó a salvaguardar la paz mundial y europea. El gobierno inglés acuerda en junio de 1935 un pacto con Alemania basado en la reducción de los navíos de guerra alemanes a un 35% del total que poseía la armada británica.

Un año después, concretamente en 1936, los alemanes ocuparon militarmente Renania, un territorio ubicado en la zona oeste de Alemania.

La política expansiva alemana comienza a fortalecerse ese mismo año, cuando se produce la firma del Eje Roma- Berlín, tras la visita del ministro de Asuntos Exteriores de Italia a la capital de Berlín. Este pacto suponía la alianza entre Hitler y Mussolini. A pesar de la desconfianza que le generaba el dictador italiano al alemán, por sus acuerdos en el pasado con Francia e Inglaterra, Hitler conocía las posibilidades que le otorgaría esta unión en la consecución de sus objetivos.

Nos encontramos así con una situación bastante diferente a la presentada en el territorio nacional años antes. Las restricciones del Tratado de Versalles ya no tenían poder alguno, Alemania ya no era un territorio aislado y la alianza gestada con Italia le había permitido labrar una unión fuerte.

Hitler no sólo necesitaba la alianza de Italia, sino que también estaba dispuesto a conseguir la de Japón, país enemistado con China, con el objetivo de combatir el bolchevismo. A muchos representantes del partido nazi en el gobierno no les pareció una idea acertada, pues China poseía un mayor potencial y expansión comercial. Pese a las críticas recibidas desde su propio gobierno, el líder nazi pactó con Japón en noviembre de 1936.

Un año más tarde, concretamente el 5 de noviembre de 1937, Hitler decide reunirse con los principales dirigentes de las distintas áreas del Ejército y lo hizo bajo la siguiente declaración: “Alemania actuaría tras 1943, cuando la preparación militar hubiese finalizado” (Lozano Álvaro, 2014: 261).

El objetivo del *Führer* había sido previamente analizado, estudiado y remarcado en una fecha, 1943. Hitler sabía cuál era su meta, por lo que no iba a permitir que nadie se interpusiera, tal y como hizo al principio de su mandato con todos aquellos que no apoyaron sus ideales y creencias.

Así mismo, todas aquellas figuras que presenciaron su declaración fueron cesadas y sustituidas en un corto periodo de tiempo. Como fue el caso del ministro de Asuntos Exteriores, Von Neurath, quien fue sustituido por Ribben Trop en enero de 1938.

Su principal fin ahora era la anexión de Austria a Alemania. Esta se produjo el 12 de marzo de 1938, cuando las tropas nazis entraron en la capital vienesa. La aprobación por parte del canciller austriaco, Seyss- Inquiart, supone el inicio de la anexión popularmente conocida como la “Marca del Este”, que perduró durante los siguientes 7 años.

La expansión del Tercer Reich es ya una realidad en Europa Central.

En septiembre de 1938 los enfrentamientos frecuentes entre los alemanes y checos, que habitaban en la zona de los Sudetes, y las presiones establecidas por Hitler se materializarán en el Acuerdo de Múnich: el territorio de los Sudetes formaría parte de Alemania el 10 de octubre de 1938. Más tarde, en 1939 se haría con el resto del territorio checo.

En 1939 las fronteras del Tercer Reich ocupaban un amplio territorio, pero aún faltaba uno: Polonia. A pesar de las múltiples presiones de Adolf Hitler, el gobierno y el pueblo polaco no cedieron.

Del apoyo que Francia y Gran Bretaña le había brindado a Polonia, el 3 de abril de 1939 surge la denominada “Operación Blanco”, nombre del proyecto por el que el territorio polaco sería invadido el 1 de septiembre de 1939. La Segunda Guerra Mundial ya era casi un hecho.

Poco antes de que las tropas alemanas entrasen a la capital polaca, Hitler se alió con la Unión Soviética, con el fin de evitar cualquier tipo de enfrentamiento con Stalin. Un pacto que recogió la división de Europa del Este entre el régimen soviético y el nacionalsocialista.

El 1 de septiembre las tropas nazis invaden Polonia. Dos días después, Francia y Gran Bretaña ceden ante lo que sería una declaración de guerra.

La Segunda Guerra Mundial ve sus inicios el 3 de septiembre de 1939. Una lucha que duraría hasta 1945.

A continuación, se expone un mapa donde se muestra la expansión territorial del Tercer Reich a finales de 1939.



La expansión alemana (1935- 1939). Fuente: Sociales en las nubes.

6.3 Segunda etapa. El auge de las tropas alemanas en la Segunda Guerra Mundial (septiembre 1939- febrero 1943)

La rapidez con la que Hitler entró y conquistó el territorio polaco da nombre a lo que se conoce como “Guerra Relámpago”, *Blitzkrieg* en alemán. Una táctica militar cuyo objetivo era el ataque al enemigo de una forma rápida, sin que este estuviese preparado y que será empleada en la ocupación de Noruega, Dinamarca, Bélgica, Holanda y Francia poco tiempo después.

El 1 de septiembre, las tropas alemanas entran en Polonia. A partir de ese momento, las tropas polacas comienzan a perder efectivos, pues, a pesar del número de soldados con los que contaba el ejército nacional, la armamentística no era superior a la empleada por los nazis.

Rusia, quien había firmado un tratado con Alemania un mes antes, concretamente en agosto de 1939, decide, ante la disolución del ejército polaco, mandar al Ejército Rojo a Polonia, con el fin de conquistar el territorio que años antes perteneció a Rusia.

Pero cuando quedó claro que la resistencia polaca se había quebrado, la cúpula soviética autorizó al Ejército Rojo a entrar en el país desde el Este. Stalin estaba entusiasmado por aprovechar la oportunidad de reconquistar el territorio que había pertenecido a Rusia antes de la Revolución de 1917 (Evans, 2008: 10).

La lucha de Polonia contra dos bandos distintos hizo que la pérdida de efectivos se multiplicara. En la obra de Evans se aportan una serie de cifras que reflejan la devastación de este ejército. Hablamos de 70.000 soldados fallecidos en la lucha contra las tropas alemanas y de 50.000 que perdieron su vida contra el ejército ruso, respectivamente. A ello se suma una cifra de más de 133.000 heridos.

Alemania había incumplido todos los tratados que había firmado años antes. En la obra *La Segunda Guerra Mundial* de Winston S. Churchill, se narra en primera persona cómo su autor, quien ocuparía tiempo después el cargo de Primer Ministro de Reino Unido,

vivió la declaración de guerra por parte de las potencias occidentales a Alemania el 3 de septiembre de 1939:

Me enteré de que se había enviado a Alemania un ultimátum británico a las 21.30 del uno de septiembre, seguido de un segundo ultimátum definitivo a las 9 de la mañana del tres de septiembre. A primera hora del mismo día (...) el primer ministro nos informó de que ya estábamos en guerra (Churchill Winston, 1959: 168).

Finalmente, se produce la conquista y división de Polonia en dos partes, la occidental, perteneciente al Reich alemán y la oriental, bajo el poder de la Unión Soviética.

Pese a la declaración de guerra por parte de Francia y Gran Bretaña, ahora el Tercer Reich se extendía a lo largo y ancho de 90.000 kilómetros cuadrados de territorio, que suponían un total de 10 millones de personas, de las cuales el 80% eran polacas.

Tras la invasión y conquista del territorio polaco, se comienza a desarrollar una acción basada en la expulsión de muchos residentes del territorio. De esta forma, se produce una transformación de estos pueblos, pertenecientes en su mayoría a judíos y polacos, en municipios alemanes que serán reformados con colonos de descendencia alemana.

En este proceso, debemos destacar la figura de Bruno Streckenbach, quien fue nombrado jefe del Grupo Operativo 1 en Polonia. Como ha apuntado Evans (2008:17): “Streckenbach y los grupos operativos tenían la misión de crear la seguridad política y económica de la ocupación alemana después de la invasión”

La figura de la mujer también fue muy importante en esta etapa de colonización y germanización que afrontó el Tercer Reich tras su invasión. Un gran número de mujeres se trasladaron a los respectivos territorios con el fin de preparar las casas que habían sido abandonadas, y que más tarde serían ocupadas por la población alemana.

Desde ese momento, las mujeres alcanzan un gran poder y potestad en la vigilancia de estos nuevos pueblos. Una idea que refleja Elisabeth Harvey, profesora de la Universidad de Nottingham, en el documental *Las Mujeres del Tercer Reich*, dirigido por Bárbara Necek en 2018.

Las organizaciones femeninas reivindicaron firmemente su puesto en los territorios conquistados, afirmando que ellas también tenían una tarea que cumplir en ese gran proyecto. Les habían presentado el proyecto como una oportunidad fantástica para adquirir experiencia profesional realizando un trabajo útil para la comunidad alemana (Havey Elisabeth, *Las Mujeres del Tercer Reich*).

Gracias a la existencia de este documental, hemos podido acceder a la declaración de una de las jefas de los grupos femeninos que formaron parte del proyecto de colonización. Melita Maschmann, quien había pertenecido a la BDM, explicó que se sentía feliz y honrada por el hecho de servir a Alemania en el objetivo de la colonización y culturalización de los nuevos pueblos.

A pesar de la participación de la figura femenina en el nuevo proyecto del Tercer Reich, lo cierto era que no todas las mujeres alemanas formaron parte del mundo laboral durante los años de la Segunda Guerra Mundial.

Bonnie y Zinsser especifican en *Historia de las mujeres: una historia propia*, la apreciación de los nazis de la necesidad de poseer una mano de obra no cualificada para sus fábricas y granjas, sobre todo durante el periodo bélico, cuando muchos hombres combatían en el frente.

Ambas autoras aportan en su libro la cifra de que sólo 15 millones de alemanas formaban parte del mundo laboral durante la Segunda Guerra Mundial. Lo cierto era que el régimen nazi siempre había desarrollado, desde sus inicios, una ideología basada en el rol de la mujer como ama de casa y no como trabajadora, por lo que la iniciativa de que la figura femenina se convirtiera ahora en una figura trabajadora no tuvo mucho éxito.

Además, a un régimen que había predicado la santidad de la vida de las mujeres en el hogar le resultaba difícil ideológicamente insistir en su obligación de trabajar fuera de él (...) A pesar de la tremenda escasez de mano de obra, nunca se movilizó a las mujeres de forma obligatoria, y las alemanas que se negaban a registrarse para trabajar nunca fueron perseguidas legalmente (Bonnie y Zinsser, 1991: 350).

La etapa comprendida entre abril y mayo de 1940 se caracteriza por la invasión alemana de Noruega y Dinamarca. Un primer enfrentamiento entre las tropas alemanas y las de los aliados en la costa noruega supuso la pérdida de efectivos pertenecientes al ejército británico a consecuencia de los incesantes bombardeos por parte de la *Luftwaffe*, nombre que recibe la Fuerza Aérea alemana en ese momento.

Así describe Churchill en su obra la situación vivida por los aliados en Noruega: “La guerra sombría acabó con el ataque de Hitler a Noruega, en el resplandor de la explosión militar más temible que hubiera conocido el hombre (...) Esta fue la fase más perniciosa para los aliados” (Churchill Winston, 1959: 217).

Ante el decaimiento de las tropas aliadas en el enfrentamiento con Alemania en el norte de Europa, se sucedió un hecho que marcaría el futuro de Gran Bretaña en la guerra. Chamberlain, quien ocupaba el puesto de Primer Ministro de Reino Unido, renunció al cargo, puesto que fue ocupado en su lugar por Churchill.

Tras la invasión de Noruega y Dinamarca, se produjo la de Bélgica y Holanda. El mes de mayo de 1940 será una fecha que determine la superioridad de las tropas del Tercer Reich.

Tal y como especifica en el documental *La Segunda Guerra Mundial a todo color*, dirigido por Jonathan Martin, Hitler quiso centrar su objetivo en estos dos territorios con dos fines: el primero, para el uso de los puertos belgas, con el objetivo de acceder a mar abierto, y de los aeropuertos para llegar a Gran Bretaña; el segundo, para distraer a las tropas francesas, que estarían asentadas en Bélgica, con el fin de entrar en Francia sin apenas oposición.

De esta forma la Wehrmacht, las fuerzas armadas unificadas de Alemania, aunque algo superada en número de tanques, podía crear una superioridad local aplastante donde la necesitaba. Atravesaría Bélgica, que era lo que esperaban los franceses. Para alejar la guerra del norte de Francia, los franceses trasladaron tropas al interior de Bélgica y allí se encontraron lo que supusieron, erróneamente, que era el asalto principal de los alemanes (Stone Norman, 2013: 30- 31).

Este hecho supuso que las tropas francesas e inglesas ubicadas en Bélgica para la protección del país, ante la supuesta invasión alemana, quedasen rodeadas por el ejército

alemán. La velocidad empleada por los tanques, vehículos y soldados alemanes hizo que la llegada a Sedán, ubicada en el noroeste de Francia, se hiciera en un periodo corto de tiempo, concretamente tres días.

Mermados sus efectivos militares presentes en el país, Francia tuvo que enfrentarse a 60.000 soldados alemanes, 22.000 vehículos y 850 tanques. A medida que los soldados nazis avanzaban por territorio francés, el gobierno se desplazaba hacia el sur del país.

Paralelamente al avance alemán, los británicos deciden rescatar a las tropas aliadas que habían quedado aisladas a través de la Costa del Canal. Un total de 340.000 soldados fueron rescatados.

Lo cierto es que las tropas alemanas, situadas en territorio francés, estaban dirigidas bajo la iniciativa de Göring, comandante de la *Luftwaffe*, quien había desobedecido en diversas ocasiones las órdenes de Hitler. El historiador Peter Lieb explica en el documental *La Segunda Guerra Mundial a todo color* las razones por las que Hitler mandó a su ejército a detener su avance. Lieb destaca la independencia con la que los generales habían actuado, burlando la autoridad del jefe supremo de Alemania. Una acción que, sin duda, enfadó a Adolf Hitler, que quiso demostrar con esta orden quién era el líder.

Pese a la orden dada por Hitler, días después el dictador nazi ordena la invasión de París. Ante la tentativa de invasión de la capital francesa, las tropas nacionales deciden abandonar la capital por miedo a que los bombarderos alemanes la destrocen.

El 14 de junio de 1940 París cae en manos de Hitler y de su ejército.

La inestabilidad y ocupación de una gran parte del territorio francés supuso la dimisión del Primer Ministro de Francia, Reynaud, quién fue sustituido por el ministro del Estado, Philippe Pétain.

Este hecho da lugar a un suceso que aparece remarcado en la historia de la Segunda Guerra Mundial, la firma del armisticio del 22 de junio de 1940 entre Alemania y Francia. Una reproducción del armisticio firmado tras el fin de la IGM en 1918, cuando Alemania se rindió ante Francia.

Siguiendo órdenes personales de Hitler, se buscó, hasta dar con él en un museo, el vagón privado del comandante en jefe francés durante la Primera Guerra Mundial, el mariscal Foch, a bordo del cual se había firmado el armisticio del 11 de noviembre de 1918 (...) Tomando el mismo asiento que Foch ocupó en 1918, Hitler se hizo fotografiar y no tardó en marcharse despectivamente (...) dejando al resto de la comitiva y a los jefes militares para que leyeran en voz alta las condiciones y obtuvieran la rúbrica de los abatidos franceses (Evans, 2008: 92).

La extensión de la Alemania nazi por la zona del occidente europeo no sólo se centraba en la invasión de los países mencionados con anterioridad, sino también en el asalto de la isla de Gran Bretaña.

En la fecha de julio de 1940, Hitler pone inicio a lo que se conoce como “Proyecto León Marino”. A pesar del intento de negociación del líder nazi, Churchill niega toda acción pacífica con Alemania.

El Primer Ministro de Reino Unido relató en su libro *La Segunda Guerra Mundial*, cómo vivió este hecho. Así mismo, se hace eco de las palabras que Ciano, ministro de Asuntos Exteriores de Italia, escribió en su diario. Una declaración que asegura la voluntad de Hitler de llegar a un acuerdo con Gran Bretaña, ya que era conocedor de lo “dura” y “sangrienta” que sería la guerra contra la potencia británica. De igual forma, Churchill parafrasea la declaración de Ciano respecto a la posición de Mussolini ante las posibles negociaciones, pues asegura que el dictador italiano quería la guerra. La respuesta del Primer Ministro inglés ante tales palabras fueron: “No hacía falta que se preocupara: tendría toda la guerra que quisiera” (Churchill Winston, 1959: 325).

La batalla liderada entre Alemania y Gran Bretaña se extendió desde agosto de 1940 hasta septiembre de ese mismo año y culminó con la derrota del Ejército del Aire alemán.

Estados Unidos, a pesar de ser consciente de la batalla que se libraba en Europa, no quiso formar parte del conflicto bélico y su intervención se limitó a suministrar materias primas a Gran Bretaña durante su enfrentamiento con Alemania.

No será hasta el 7 de diciembre de 1941 cuando EE. UU, tras el ataque de Japón a Pearl Harbor, base asentada en Hawái, decida tomar parte de la Segunda Guerra Mundial.

El conflicto japonés- estadounidense se extenderá hasta junio de 1942, fecha en la que se pondrá fin al conflicto con la batalla de Midway, en la que el país estadounidense resultaría vencedor.

Paralelamente a este acontecimiento, Alemania centra su objetivo, tras la derrota ante el país liderado por Churchill, en Rusia. La Operación Barbarroja se inicia en junio de 1941 y no será hasta el 2 de febrero de 1943 cuando la derrota alemana en suelo ruso suponga el fin del auge del ejército alemán.

En sus inicios, la táctica nazi tuvo consecuencias positivas: “El 29 de junio se habían rendido 290.000 rusos, aunque la fortaleza de Brest- Litovsk resistió hasta el 12 de julio” (Stone Norman, 2013: 45).

Ante el desarrollo con el que se presentaba la lucha alemana- rusa, Stalin hizo un llamamiento al Ejército Rojo. Joche Hellbeck, profesor de Historia en la Universidad de Rutgers, señaló en el documental *La Segunda Guerra Mundial a todo color* la declaración que el jefe de la URSS realizó a su ejército. Esta se basaba en que Stalin redimiría a sus tropas si estas “no decían ni un metro del sagrado suelo soviético”.

Poco tiempo después, los bombarderos nazis dejaron caer su armamento en la ciudad de Stalingrado.

Un hecho a destacar fue el gran número de mujeres rusas que se alistaron en el Ejército Rojo con el fin de servir a su país. Alrededor de 1 millón engrosaron las filas soviéticas. La incorporación de la figura femenina como combatiente en la guerra sorprendió a las tropas nazis, quienes tenían una concepción muy distinta del rol que debería desempeñar la mujer en la nación: “Estaban acostumbrados a que las mujeres en Alemania fueran exaltadas por los nazis. Eran madres, eran amas de casa, pero no eran soldados de combate” (David Saul, *La Segunda Guerra Mundial a todo color*).

El invierno ruso tomó un rol activo en la lucha. A pesar de la preparación armamentística con la que Alemania cruzó la frontera rusa, Hitler no había dotado a sus tropas de los suministros adecuados. Norman Stone declara en su libro la escasez de provisiones, por parte de Hitler, de “ropa invernal” y “necesidades elementales como anticongelante”.

Este fue un elemento clave en la pérdida de efectivos alemanes: muchos de ellos murieron de hambre y frío por no estar dotados de los materiales necesarios para combatir el invierno de la Siberia.

David M. Glante, historiador militar, expresó en el documental mencionado con anterioridad, cómo la resistencia alemana fue decreciendo hasta el punto de “no ser más que un grupo”.

El 2 de febrero de 1943, las tropas alemanas son minoritarias, la victoria rusa era una realidad. A partir de ese momento, el ejército alemán sería el reflejo de una guerra perdida: “No sólo fue la derrota del ejército alemán, sino la humillación del ejército alemán” (Kudryashov Sergei, *La Segunda Guerra Mundial a todo color*).

6.4 Tercera etapa. Punto de inflexión y caída del Tercer Reich (febrero 1943-septiembre 1945)

Será en esta última etapa donde el sueño de Hitler y, por ende, la Segunda Guerra Mundial, lleguen a su fin.

Tras la victoria por parte del ejército ruso y, la consiguiente expulsión de las tropas alemanas del territorio soviético, Stalin ordena a sus efectivos a avanzar hacia territorio alemán. Ya en la primavera de 1944, son múltiples las zonas del Tercer Reich que han pasado a manos de Stalin, entre ellas Ucrania, parte de Lituania, Estonia, Letonia y Checoslovaquia, entre otros. El avance será simultáneo a la expansión del Ejército Rojo. La URSS de Stalin acabará extendiéndose por Rumania, Hungría y Bulgaria.

A medida que el frente del Este era combatido por el Ejército Rojo, las tropas nazis depositaban su objetivo en la defensa de la costa atlántica francesa. Se sucede así lo que se conoce como el “Desembarco de Normandía”, el 6 de junio de 1944.

La realidad era que Estados Unidos ya era un combatiente más en esta guerra y formaba parte del bloque aliado. Su unión con Gran Bretaña, a la que había prestado recursos y apoyo material años antes, y Canadá, marcará la formación del bando que combatió en las costas del norte de Francia.

Un fuego entrecruzado que supuso la pérdida de medio millón de vidas aliadas y nazis: “Los alemanes sufrieron en promedio cerca de 6.000 a 6.500 bajas por día” (Lieb Peter, *La Segunda Guerra Mundial a todo color*).

Pese a las pérdidas sufridas por parte de las tropas combatientes de Estados Unidos, Gran Bretaña y Canadá, el bloque aliado vence esta batalla. Ahora su camino se dirige hacia el corazón del nazismo, Alemania.

Francia, finalmente, es un territorio libre de la presencia del *Führer*. La fecha del 25 de agosto de 1944 será señalada por el pueblo francés como el día en el que la capital francesa fue liberada de las manos alemanas.

Las tropas aliadas se dirigen hacia el territorio del Tercer Reich, será entonces cuando en su paso por Francia y Bélgica se desarrolle la “Batalla de las Ardenas”, concretamente en diciembre de 1944.

El autor de *The war in the west*, James Holland, determinó en el documental *La Segunda Guerra Mundial a todo color* lo siguiente: “Sin duda, la guerra ha terminado y en su fase final. Se desconoce cuánto tiempo durará esa fase, pero marca el absoluto principio del fin. En términos de la invasión del noroeste de Europa” (Holland James, *La Segunda Guerra Mundial a todo color*).

En su avance hacia el territorio alemán, los Aliados bombardean una pequeña ciudad alemana, Dresde, el 13 de febrero de 1945. Alrededor de 25.000 personas, incluyendo civiles, se vuelven víctimas del suceso. Una acción que, sin duda, no fue bien vista por la democracia inglesa.

El territorio de la Alemania nazi va cediendo ante los pasos del bloque aliado en el oeste de Europa, y los avances del Ejército Rojo desde el este.

A partir de este momento, la verdad sobre qué estaba ocurriendo con la población judía es desvelada por los primeros en llegar, las tropas rusas. Datos aportados por Flint Whitlock, autor de *The beasts of Buchenwald*, desvelan la falta de creencia de Occidente en la información sobre los campos de concentración nazi que las tropas rusas habían remitido a su país. Más tarde, la llegada de las tropas aliadas a estos campos supondrá la puesta en conocimiento mundial de la barbarie nazi. Los principales dirigentes ingleses y estadounidenses quisieron mostrar a la ciudadanía mundial lo que había ocurrido dentro de la maquinaria del Tercer Reich.



Un grupo de soldados soviéticos aprecian los cadáveres carbonizados en el campo de concentración de Klooga (Estonia). Fuente: USHMM, Esther Ancoli- Barbasch. Imagen obtenida del libro *Historia de los campos de concentración nazis* de Nikolaus Wachsmann.

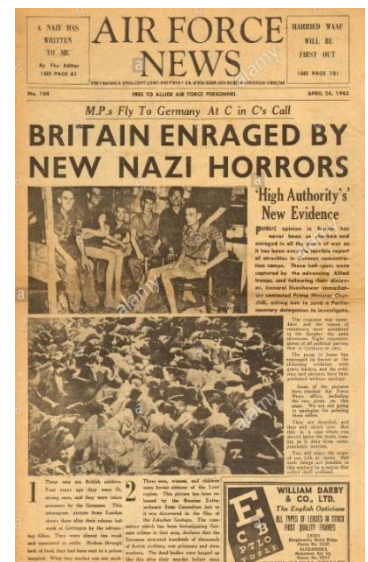
Este fue un hecho muy importante para los miles de judíos y prisioneros de distintas razas que se encontraban en los campos de concentración nazis, pues por fin eran libres.

Previamente, durante la expansión del Ejército Rojo por los numerosos campos de trabajo forzado extendidos en Alemania, los miembros de la SS establecieron una serie de medidas contra los presos que aún permanecían allí.

La víspera de la evacuación definitiva, los funcionarios de la Lager-SS decidieron cuál sería el destino de los inválidos restantes (...) Los funcionarios individuales de la Lager-SS adoptaron caminos muy diferentes (...) Algunos obligaron a los impedidos a dejar los recintos, siempre que hubiese medios de transporte disponibles. En el resto de instalaciones, dejaron atrás a los dolientes y despejaron el campo de concentración; y aún hubo alguna que otra masacre final en consonancia con la máxima de no permitir que cayera ningún preso en manos aliadas que había formulado Himmler (Wachsmann Nikolaus, 2015: 726).

No sólo los hombres que formaban parte de los grupos de la SS eran culpables de las diversas violaciones sufridas por los individuos concentrados en los campos de exterminio. Muchas mujeres se convirtieron en “guardianas de campo”. Este puesto les otorgaba un salario procedente del Estado, por lo que se convertían en funcionarias.

Monica G. Álvarez expresa en su libro *Guardiana nazis: el lado femenino del mal* el poder que muchas de estas mujeres tuvieron a la hora de decidir sobre la vida y la muerte, así como el carácter violento de las mismas.



Ejemplar de la portada del periódico *Air Force News* que muestra los horrores nazis que se habían descubierto. Fuente: Banco de imágenes Alamy.

Si los hombres de Hitler fueron perversos, ellas las “guardianas” de los campos de concentración, supusieron la mano ejecutora e implacable de la justicia aria. No hubo juez más atroz que María Mandell, Ilse Koch, Irma Grese, Hermine Braunsteiner, Dorothea Binz y así hasta 19 nombres. Todas y cada una de ellas establecieron un patrón de entrenamiento para enseñar a sus secuaces como debían golpear, apalear, fustigar, maltratar y vejar a sus reclusas hasta el óbito (Álvarez, 2012: 12).

Las mujeres no sólo tuvieron un papel importante dentro de los campos de concentración, sino también como apoyo incondicional para sus esposos, los hombres de la SS. A ellas se les nombraba bajo el término “Esposas SS”.

En un artículo elaborado por Héctor G. Barnés y publicado en el diario *El Confidencial*, se refleja como estas mujeres tuvieron que realizar un curso en lo que se conocía como “escuelas para novias”, ya que no toda figura femenina podía contraer matrimonio con estos hombres. Barnés refleja cuáles eran las labores principales de las mismas: “Estaban obligadas a cocinar, mantener la casa, coser, limpiar, planchar, cuidar a los niños y criarlos” (Barnés, El Confidencial, 2013).

La potestad de la figura femenina en el Tercer Reich se caracterizaba principalmente por el cuidado del hogar y la familia, pero con el paso de los años, esta tarea se fue diluyendo hacia otras labores que les otorgaban más poder y superioridad.

A pesar de que el germen de la Segunda Guerra Mundial se había desarrollado en el centro de Europa, este conflicto bélico no verá su fin en suelo europeo, sino asiático.

El enfrentamiento de Estados Unidos y Japón se extenderá y culminará con el lanzamiento de las bombas atómicas en las zonas de Hiroshima y Nagasaki, el 6 y 9 de agosto de 1945, respectivamente. Un episodio que provocó la muerte de 70.000 personas y la rendición de Japón el 2 de septiembre de ese mismo año.

La Segunda Guerra Mundial ve su fin en septiembre de 1945 y, con ello, el Imperio de Adolf Hitler.

En la tabla expuesta a continuación se muestra el número de personas procedentes de los diversos países implicados que perdieron la vida durante el conflicto bélico.

PÉRDIDAS HUMANAS DE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL			
Países	Militares	Civiles	En % de la población de 1939
URSS	7.500.000	10.000.000	12
Polonia	320.000	5.500.000	14
Yugoslavia	410.000	1.400.000	10
Grecia	74.000	500.000	2,4
Alemania	3.850.000	3.810.000	7
Italia	230.000	150.000	1
Países Bajos	10.000	200.000	2,5
Francia	211.000	330.000	1,5
Gran Bretaña	245.000	150.000	1
Estados Unidos	298.000	—	0,2
Canadá	42.000	—	0,4
China	3.500.000	10.000.000	2,2
Japón	1.220.000	700.000	3

Tras el fin de la guerra, muchos oficiales y suboficiales nazis fueron condenados por el TMI (Tribunal Militar Internacional). Entre los juicios más destacados se encuentra el de Nuremberg, Alemania, ante jueces procedentes de los distintos países del bloque aliado.

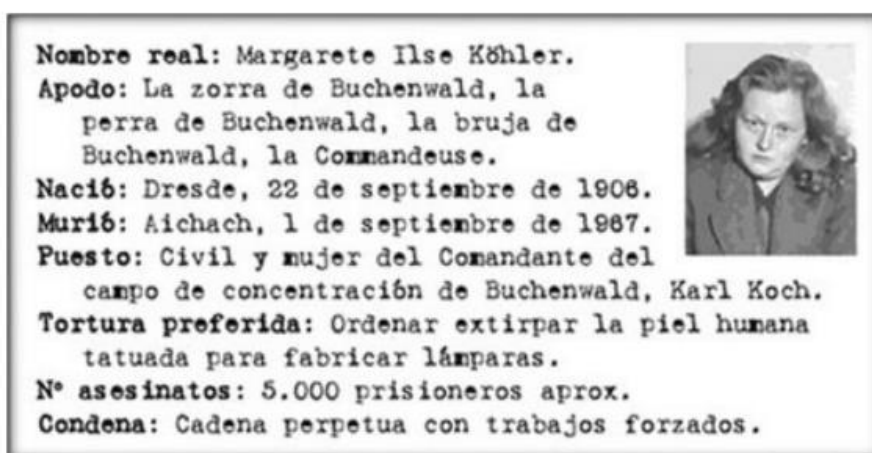
Estos juicios se subdividen en varios, tal y como se expresa en el artículo “Juicios de Nuremberg” elaborado y publicado por el diario News Europa. Entre ellos, destacamos los juicios a los doctores, los cuáles desempeñaron el “Programa de Eutanasia”, los juicios de los altos mandos, de las organizaciones, o de Erhard Milch, oficial alemán acusado de cometer varios crímenes contra la humanidad en los campos de concentración.

Estos juicios no sólo fueron importantes porque se juzgaron a los verdugos, sino porque supusieron un avance legislativo en un contexto internacional. El artículo mencionado con anterioridad señala la modificación del “derecho internacional”, pues ya no sólo se centraba en las relaciones entre Estados, sino también en la defensa de “los derechos y deberes de las personas”.

A pesar de que muchas mujeres se mostraron favorables al régimen nacionalsocialista y sucumbieron al odio por las razas inferiores, como la judía, a través de violaciones, agresiones y asesinatos, ninguna de ellas fue juzgada por estos crímenes, ya que los jueces dictaminaron que carecían de dotes de responsabilidad. Además, ninguna de ellas admitió ante el estrado ser culpable de ninguno de los hechos de los que se le acusaban.

Mónica G. Álvarez muestra en su obra *Guardiana nazis: el lado femenino del mal* una declaración que una de estas oficiales al mando expresó en su juicio: “Yo nunca contemplé la posibilidad de ser llevada a juicio, porque nunca hice ninguna de las cosas que se han presentado en mi contra” (Ilse Koch durante su primer juicio el 10 de julio de 1947).

A continuación, se muestra una fotografía de la ficha de Ilse Koch:



Ficha de la oficial al mando Ilse Koch en la que se expresan sus cargos y condena. Fuente: Mónica G. Álvarez, *Guardianas nazis: el lado femenino del mal*.

7. LA PROPAGANDA DURANTE EL TERCER REICH

7.1 Introducción hacia el concepto de propaganda

Para poder comprender las bases sobre las que se asentó la propaganda del Tercer Reich, liderada por el ministro de Propaganda, Joseph Goebbels, es necesario conocer las acepciones de diversos autores.

Emma Rodero Antón nos acerca mediante su investigación *Concepto y técnicas de la propaganda y su aplicación al nazismo* a la obra *Técnicas de persuasión* de Brown, la cual nos ha permitido acceder al concepto de “propaganda” de Kimball Young, sociólogo estadounidense y presidente de la Asociación Americana de Sociología en 1945, quién definió el concepto de “propaganda” en su obra *La opinión pública y la propaganda*.

La propaganda es el uso sistemático, más o menos deliberadamente planeado de símbolos, principalmente mediante sugestión y técnicas psicológicas similares, con la intención de alterar y controlar opiniones, ideas, valores y, en última instancia, cambiar acciones públicas con arreglo a unas líneas predeterminadas. Se mueve en una estructura determinada sin la cual no pueden comprenderse sus aspectos psicológicos y culturales. (Brown, 1991: 19)

Mientras tanto, Edward Bernays, periodista y publicista, muestra en su obra *Propaganda* la siguiente definición: “La propaganda es el mecanismo por el cual se diseminan las ideas a gran escala, en el sentido amplio de un proyecto organizado para extender una creencia o una doctrina en particular” (Bernays, 1928: 14).

Por tanto, y en base a estas definiciones, podemos considerar la propaganda como un mecanismo que, a través de técnicas psicológicas y persuasivas, establece un control ideológico sobre las mentes de las personas y, por ende, sobre la opinión pública.

El historiador Alejandro Pizarroso Quintero expresa en su estudio *La historia de la propaganda: una aproximación metodológica* el carácter “multidisciplinar” del término. La propaganda no sólo centra su objetivo en las ideas y pensamiento que se quieren transmitir a la población, sino que también es de especial importancia analizar los diversos medios o, recursos a través de los cuales se transmite y difunde el mensaje.

Como podemos apreciar, la actividad propagandística no es un ente aislado de la comunicación, sino que se sirve de muchas metodologías y disciplinas empleadas en el Periodismo:

Si la propaganda es un fenómeno comunicativo polimórfico que impregna o al menos puede impregnar prácticamente todos los procesos de comunicación social, la Historia de la Propaganda no sería otra cosa que la Historia de la Comunicación Social atendiendo, eso sí, con particular interés al aspecto persuasivo. Y en realidad no es otra cosa. (Pizarroso Quintero, 1999: 148).

Emma Rodero Antón aporta en su investigación *Concepto y técnicas de la propaganda y su aplicación al nazismo* una definición que aborda los aspectos fundamentales y sustanciales definidos con anterioridad acerca del estudio del término.

Se entiende por propaganda la acción sistemática reiterada, ejercida por medios orales, escritos o icónicos, sobre la opinión pública, con una finalidad persuasiva, principalmente mediante la sugestión y técnicas psicológicas similares, para imbuir una ideología/

doctrina o incitar a la acción mediante la canalización de actitudes y opiniones, al presentarse la realidad tergiversada, seleccionada e interpretada con un reduccionismo valorativo y una carga emocional. La propaganda se muestre en una estructura social determinada, sin la cual no puede comprenderse sus repercusiones psicológicas y culturales (Rodero, 2000: 3).

Es en esta acepción donde podemos comprender que el concepto “acción sistemática” se refiere a una repetición reiterada del mensaje que se quiere transmitir, es decir, difundir de forma continuada la misma idea con el fin de controlar la mente de la opinión pública. De igual forma, se hace necesario el estudio y comprensión de la sociedad sobre la que se va a incidir, ya que cada estructura social posee un esquema cultural y psicológico determinado. Ambas claves se consolidan como las bases de la propaganda.

Adolf Hitler ve en este término una estrategia clave para la movilización de sus creencias y valores en la sociedad alemana. En una declaración del dirigente nazi en su obra *Mi lucha*, podemos apreciar el pensamiento que compartía respecto a la propaganda.

La propaganda aventajará, con su impetuoso avance, de muy lejos a la organización, a fin de conquistar el material humano indispensable para esta última. Siempre he sido enemigo de la organización precipitada y pedante, que produce inertes y mecánicos resultados. Por esta razón, lo mejor es dejar que la idea se difunda desde un centro y por medio de la propaganda durante un espacio de tiempo dado, y luego explotar cuidadosamente en busca de dirigentes entre los seres humanos que acudieron a la cita. (Hitler, 1925: 279)

Como podemos apreciar en su declaración, para Hitler una de las claves de la propaganda es que se afianzaba en el tiempo, permitiendo mejores resultados en las mentes de los ciudadanos.

Esta acción no fue puesta en marcha únicamente tras la toma del poder por parte de Hitler y de su partido, el NSDAP, sino que la llegada al poder fue fruto de una labor propagandística ejercida desde los inicios del partido nazi: “En el régimen hitleriano y en su actividad previa a la toma del poder, la propaganda no es sólo un aspecto fundamental, sino que en realidad lo es todo” (Pizarroso Quintero, 1993: 331)

Otros de los factores primordiales que debemos señalar dentro de la actividad propagandística de la época nacionalsocialista será la representación del hombre ario mediante su cuerpo.

Carlos Montes Pérez señala en su estudio *Cuerpos representados, cuerpos dominados. Poder y representación en los carteles de propaganda nazi* el mensaje que transmite la representación de los cuerpos en los carteles del momento. Considera así que el cuerpo aparece vinculado no sólo con el físico de la persona que lo posee, sino con otros tipos de rasgos, como la inteligencia, la raza... Todo ello en su conjunto permitirá que la imagen del hombre nazi, principalmente, sea concebido como un ser supremo: “La representación de cuerpos humanos desarrollando ejercicio físico se convirtieron en el prototipo de modelo racial” (Montes Pérez, 2010: 709- 710).

A través del siguiente estudio e investigación de las diferentes etapas del nazismo, apreciaremos cómo el surgimiento y desarrollo de las nuevas tecnologías, como la radio,

y el uso de la cartelera propagandística, consolidarán las bases más eficaces y eficientes de la transmisión y difusión de los ideales fascistas.

7.2 Antecedentes. Las bases de la Alemania nazi

En este capítulo haremos un breve repaso a lo que fueron los inicios del Partido Obrero Alemán, así como a las bases de la propaganda que se comenzaron a desarrollar en esta primera etapa.

Antes de comenzar con un análisis de los antecedentes propagandísticos de la Alemania nazi, debemos mencionar la antigüedad del término “propaganda”.

Norberto Corella Torres cita en su obra *Propaganda Nazi* a Jacques Ellul, autora del libro *Historia de la Propaganda*, la cual señala que el estudio de la labor propagandística se remonta a los antiguos griegos. De igual forma, Corella Torres hace mención a Jean Marie Domenach, quien estipula que, a pesar de los antecedentes del término, la propaganda es propiamente un “fenómeno del siglo XX”, debido al uso “sistemático” y a otras características empleadas por los nazis y bolcheviques que le hacen diferenciadora.

Por tanto, no podemos asignarles a los nazis la paternidad del concepto, pero sí el uso diferenciador del mismo, pues a través del desarrollo tecnológico vivido en el siglo XX consiguieron perfeccionar la técnica hasta el punto de movilizar a toda una sociedad.

La propaganda fascista ve sus inicios en el Partido Obrero Alemán, fundado en Múnich en 1919, el cual se consolida como el germen del Partido Nacional Socialista Obrero Alemán, representado bajo las siglas NSDAP. Tras su fundación, Hitler se unió a las filas del partido, que contó en sus inicios con 25 militantes. En sus comienzos fue nombrado jefe de propaganda, aunque poco tiempo después se convirtió en el líder de la organización política.

A pesar de que el Partido Obrero Alemán no duró mucho más que un año, los pensamientos, creencias e ideales nazis ya son defendidos entre el escaso número de afiliados al partido, entre ellos Adolf Hitler.

Norberto Corella Torres señala en su obra la filosofía defendida por Hitler antes de llegar al poder:

Tenía que ser una forma exaltada de idealismo en contraste con el materialismo marxista, tenía que calificar al liberalismo de plutocrático, egoísta y antipatriótico; contra la igualdad, la libertad y la felicidad debía afirmar el servicio, la devoción y la disciplina; tenía que condenar, naturalmente, a la democracia parlamentaria por inútil, débil y decadente; frente al racionalismo tenía que acentuar la importancia de la intuición y la voluntad, superior es a su entender la inteligencia. (Corella Torres, 2005: 19).

Los cimientos contra la democracia, a la que consideraban un régimen débil, el odio hacia el bolcheviquismo, el cual se sustentaba sobre los ideales marxistas y, la superioridad de la raza aria por encima de cualquier otra, ya eran una realidad a principios de los años 20.

Janet Yazmín Hernández Narváez muestra en sus tesis, basada en la propaganda del Tercer Reich, los ideales que se representaron en los primeros productos propagandísticos.

A medida que fue aumentando la influencia del partido, el objetivo principal de la propaganda nacionalsocialista fue la denuncia del bolcheviquismo, al que consideraban una conspiración internacional de financieros judíos. Asimismo, proclamaron su desprecio por la democracia e hicieron campaña a favor de un régimen dictatorial. (Hernández Narváez Janet, 2007: 29- 30).



Póster propagandístico nazi correspondiente al año 1920. En él se puede apreciar como un brazo, que posee la esvástica nazi, estrangula a una serpiente que tiene grabadas las palabras “Marxismus” y “Hochfinanz”. Una imagen visual que muestra la lucha del nazismo contra el bolcheviquismo. Fuente: Blog Yoursysteminvalid

Estas fueron las máximas en las que se caracterizó la propaganda nazi hasta 1923, fecha en la que muchos dirigentes del partido, entre ellos Hitler, fueron encarcelados por el golpe de Estado contra la República de Weimar.

Tras su liberación, Hitler se pone en contacto con Joseph Goebbels, quien tenía un doctorado en literatura, y ejercía la profesión de periodista y escritor.

Goebbels era partidario de la conducta fascista y del odio hacia el marxismo y la raza judía. En la obra *Goebbels, una biografía* de Ralf Georg Reuth se muestra el pensamiento compartido por el que sería ministro de Propaganda del Tercer Reich antes de su llegada al poder:

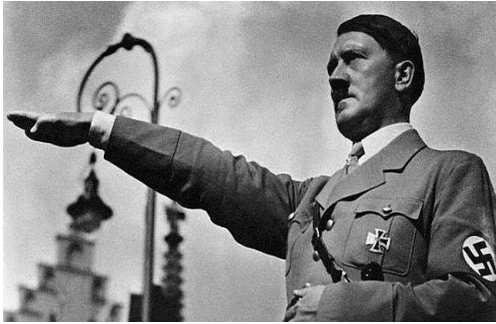
Goebbels empezó a ver en los judíos la encarnación del materialismo, del mal por antonomasia, del “anticristo” y, por tanto, al culpable concreto de la desgracia de este mundo. ¿No procedían del judaísmo los protagonistas tanto del comunismo materialista y por ende corrupto como del capitalismo igualmente materialista y su orden democrático? (...) A partir de ahí concluyó Goebbels que el “marxismo es una comedia judía que trata de castrar y depravar a los pueblos conscientes de su raza” (Georg Reuth, 2009: 89).

No sólo no compartía el pensamiento defendido por Hitler, sino que veía en este un personaje divino que decía lo que él tanto anhelaba. Tras varios encuentros con Hitler, Goebbels fue nombrado Jefe de Propaganda del NSDAP.

Joseph Goebbels se dedicó a viajar por todos los rincones del territorio alemán con el fin de difundir su mensaje, liderado por el odio, y centrado en un futuro mejor de Alemania en un Tercer Reich.

A partir de este momento, Goebbels es el encargado de dirigir las presentaciones públicas de Hitler.

El historiador James Holland señala en el documental producido por National Geographic lo siguiente:



Hitler realizando el saludo nazi durante uno de sus discursos. Fuente: ABC

“Hitler se ha dado cuenta de que tiene el poder de fascinar a una gran multitud, pero Goebbels se da cuenta de que puede fascinar a una nación entera con el uso de la propaganda.” (James Holland, *La maquinaria de la propaganda nazi*)

Uno de los aspectos más destacables fue la sectorización de las masas, es decir, conocer al sector al que nos vamos a dirigir para hablarle en su mismo idioma, con independencia del medio que se emplee para su divulgación.

Goebbels toma esta concepción de Gustavo Le Bon, quien defendía que la proximidad física de unos individuos con otros, con independencia de los niveles económicos y culturales que presente cada uno, permitía la consolidación de unas características nuevas y diferentes, explica Norberto Corella en su obra.

La etapa comprendida entre el surgimiento del Partido Obrero Alemán y el triunfo del NSDAP en las elecciones de marzo de 1933 refleja un crecimiento cada vez mayor de la propaganda y de los efectos que esta tenía sobre la población alemana.

Goebbels va a apreciar que la mejor manera de que el nazismo y su líder lleguen a todo el mundo es viajando de ciudad en ciudad dando discursos políticos.

En un artículo elaborado por Carlos Joric publicado en *La Vanguardia* se expresa esta idea:

Para hacer que la voz de Hitler llegara al mayor número de alemanes posible, Goebbels ideó una solución muy novedosa. Por primera vez en una campaña electoral, el candidato de un partido se trasladó de ciudad en ciudad viajando en avión. Bajo el lema “Hitler sobre Alemania”, el líder nazi pudo celebrar mítines por todo el país, llegando al electorado por ningún político alemán lo había hecho. (Joric, *La Vanguardia*, 2020)

Los discursos que Hitler transmitió a la ciudadanía alemana se caracterizaron por ser un llamamiento a todo aquello defendido por la doctrina nazi, pero lo más relevante fue el modo y la forma en la que se transmitieron esos mensajes.

Aunque tópico, el llamamiento a restaurar la libertad mediante la unidad nacional, la necesidad de que colaboraran “los que trabajan con el cerebro y los que trabajan con las manos”, la armonía social de una “comunidad nacional” y la protección del “hombre pequeño” aplastando a sus explotadores eran, a juzgar por los aplausos que invariablemente provocaban, propuestas que tenían un atractivo innegable para el público de Hitler. Y la propia pasión y el fervor de Hitler transmitían eficazmente el mensaje (...) de que no había ningún otro camino posible (Kershaw, 2008: 108- 109).

Otro de los factores que resultaron indispensables en la transmisión del mensaje nazi fue el uso de la radio, ya que a través de ella Hitler se podía dirigir a toda la nación. La radio se convierte entonces en un medio de comunicación de masas gracias a la cual la doctrina nazi calaba en las mentes de todos aquellos afines al régimen, y de los que aún no lo eran.

Todas estas acciones permitieron a la organización nazi conseguir a un gran número de seguidores, lo que supuso para Hitler y su partido la llegada al poder tras las elecciones de marzo de 1933.

7.3 Primera etapa. Consolidación de la dictadura y expansión territorial (marzo 1933- septiembre 1939)

La llegada al poder del NSDAP y, por ende, de Hitler, supuso la expansión y consolidación del ideal nacionalsocialista en la mente de los ciudadanos alemanes. Las bases de lo que sería el Tercer Reich comienzan a construirse en marzo de 1933.

A pesar de que Adolf Hitler había logrado su objetivo, su presencia en el poder fue un motivo mayor para seguir ejerciendo la labor propagandística, pues sólo a través de ella podría seguir manteniéndose en la cúspide el Estado alemán.

La radio se consolida ahora como la base de la divulgación de la doctrina nazi. Para que todo el mundo pudiese acceder a la compra de un receptor radiofónico, el régimen nazi concibe una radio barata, denominada “Radio del pueblo” (en alemán *Wolksempfänger*).

Como podemos apreciar en la imagen inferior, se muestra un cartel propagandístico en el que se anuncia este aparato. Por ende, el símbolo nazi que se muestra en el póster nos aporta una información concisa y clara basada en que dicha radio era propiedad del régimen nacionalsocialista.

De igual forma, esta radio tenía unas ondas de expansión muy débiles que impedían la conexión con otras de carácter internacional.

Para Goebbels uno de los principios básicos para la eficacia de la propaganda era la censura y el control de los medios de comunicación: “Goebbels no tenía escrúpulos de ninguna especie con respecto al uso de la censura. Decía que la política de las noticias era un arma de lucha y su objeto es conseguir triunfos para la causa y no emitir informaciones.” (Corella Torres, 2005: 43).



Póster que anuncia la radio VE 301 o, también conocida como “Radio del pueblo”.
Fuente: Antiqueraradio.org

El tipo de información emitida a través del medio radiofónico consolida el “efecto goteo”, es decir, repetir el mensaje que se quiere transmitir, pero no de forma frecuente, ya que esto puede agobiar al oyente. Es por ello por lo que encontramos la presencia de la música clásica y de la comedia en convivencia con el resto de informaciones a favor del régimen de Hitler. De esta forma se conseguía distraer al receptor y, provocar su completa atención en cada mensaje emitido sobre el *Führer*.

En síntesis, la radio fue uno de los medios más importantes que permitieron la transmisión del mensaje nazi. Para ello fue indispensable la ilegalización del resto de medios de comunicación, con el fin de evitar que se cuestionase la labor del *Führer*. Solo así se podría conseguir un adoctrinamiento de la población alemana a través de un mensaje de odio repetitivo, pero no continuado.

El medio de comunicación radiofónico no sólo constituyó una parte importante de la acción propagandística, sino también el adoctrinamiento de la masa desde una corta edad.

En las Juventudes Hitlerianas el mensaje era una parte importante durante el periodo de formación de los menores. Holland explica que la base del mensaje en la escuela masculina era “preparar a los niños para la guerra” y, para la agrupación femenina, “enseñar a las niñas a apoyar a sus futuros maridos, ser amas de casa y engendrar niños arios”.

Como podemos apreciar, los ideales para la formación de la figura masculina, con independencia de su edad, se consolidaban sobre la idea de la guerra y la lucha por el Tercer Reich y por el *Führer*. Mientras tanto, a la mujer se le adoctrinaba, desde edades muy tempranas, a entender que su objetivo en la vida se limitaba al cuidado de su esposo, a la formación de una familia de niños arios y al cuidado del hogar. Roles muy diferenciados y, por ende, fácilmente representables a través de la propaganda.

Otros de los medios que debemos destacar en lo referente a la acción propagandística fue el cine.

En la radio sólo escuchas el mensaje, pero una película es mucho más absorbente, es un engaño visual y Goebbels ve que puede usar este nuevo medio a su conveniencia y exprimir todo su potencial (James Holland, *La maquinaria de la propaganda nazi*).

En un artículo elaborado por Juan Carlos Laviana para *El Mundo*, se explica lo siguiente:

Desde que en 1933 el partido nazi asume el poder hasta 1945 en que Hitler pierde la guerra, se realizaron en Alemania más de 1.200 películas. Es cierto que todas pasaron por el férreo control de Goebbels, el gran vigilante del espíritu nacionalsocialista.



Cartel propagandístico en el que aparece representado un niño de raza aria sustentando material de guerra. Fuente: Javier Sanz



Familia alemana escuchando la radio en la década de los 30. Fuente: Antiqueraradio.org

Y también lo que es mucho de los títulos se hicieron a mayor gloria de los delirios del *Führer* (Laviana, *El Mundo*, 2016).

Entre todas ellas cabe destacar *El triunfo de la voluntad* producida en 1935. El mensaje que se muestra en esta película alude a la representación de Hitler como un héroe y su poder para llevar a Alemania a la grandeza.

Este fue un ejemplo de las muchas películas que se elaboraron en favor del mensaje nacionalsocialista, sucumbiendo al odio por la raza judía y engrandeciendo a la aria.

El mensaje transmitido a través de la radio, los carteles, el cine y las instituciones escolares, influirá en las mentes alemanas alegando al poder de la nación aria y la lucha por la expansión de la misma. En septiembre de 1939, más de 5 millones de alemanes estaban preparados para enfrentarse a la Segunda Guerra Mundial.

Debemos hacer énfasis en la siguiente idea, el arte de la propaganda y de la emisión del mensaje pronazi no sólo fue un hecho vivido en territorio alemán, sino también entre los alemanes residentes en un contexto internacional. Muchos ciudadanos alemanes habían emigrado años antes a territorios de Colombia y una gran mayoría estaba asentada en el Caribe, donde habían construido sus propias empresas.

Julián Andrés Lázaro explica en su tesis doctoral cómo se desarrolló la doctrina nazi en estos territorios:

En Barranquilla, durante la segunda mitad de la década de 1930 hicieron presencia varias organizaciones nazis; entre ellas un Grupo Nacional con sus respectivas divisiones y jerarquías y vinculación directa con la Organización del Partido Nacionalsocialista para el Extranjero (AO) en Berlín, una pequeña sección de las Juventudes Hitlerianas, otra del Frente Alemán de Trabajo, y el cuerpo consular, que para entonces se encontraba en buena medida en manos de simpatizantes o adeptos del nacionalismo (Lázaro, 2017: 68).

Con esta idea queremos mostrar cómo la propaganda nazi llegó incluso a controlar la mente de aquellos alemanes que no residían en el territorio del Tercer Reich durante esta primera etapa.

7.4 El auge de las tropas alemanas en la Segunda Guerra Mundial (septiembre 1939-febrero 1943)

En este capítulo nos centraremos en el tipo de propaganda que se elaboró durante septiembre de 1939 y febrero de 1943.

Para poder comprender bajo qué directrices se desarrolló la acción propagandística a lo largo de este periodo, debemos hacer un breve recordatorio sobre el contexto político, económico y, social que se estaba gestando tanto a nivel nacional (Alemania), como a nivel internacional.

En septiembre de 1939, la invasión de Polonia supondrá el inicio de la Segunda Guerra Mundial. Dicha fecha marcará el auge del ejército de Hitler en comparación con el bloque de los aliados. Tal será la potencialidad de los efectivos nazis que ocuparán Bélgica, Dinamarca, Holanda, Noruega y Francia en un periodo corto de tiempo. La fortaleza del ejército del III Reich comenzará a decrecer en febrero de 1943, cuando la guerra en el

este (Rusia) culmine con la derrota de las tropas nacionalsocialistas por parte del Ejército Rojo.

El artículo elaborado por Javier Bilbao titulado “La propaganda de Goebbels durante la Segunda Guerra Mundial” nos aporta datos que reflejan las bases de la propaganda en esta etapa.

Bilbao explica que la invasión de Polonia fue previamente meditada y justificada durante el verano de ese mismo año a través de titulares falsos que se difundían entre la población alemana y que aseguraban que los polacos habían agredido a ciudadanos alemanes. Uno de los titulares que se publicaron bajo esta temática fue “¡Una familia inocente apaleada!”. Goebbels apreció que la divulgación de estos rumores permitiría a los alemanes posicionarse a favor de la invasión del país polaco, pues, supuestamente, era una causa justificada.

De igual forma, podemos apreciar que la ocupación del resto de territorios como Bélgica, Holanda, Dinamarca, Noruega o Francia, fueron una acción que el ministro de Propaganda nazi quiso justificar en todo momento bajo la culpabilización de los territorios enemigos.

El nueve de abril comenzó la invasión de Dinamarca y Noruega, que Goebbels justificó mediante la consigna dada a los medios: “respuesta relámpago a los intentos británicos de convertir Escandinavia en un escenario bélico contra Alemania”. En defensa propia, otra vez. Al igual que las posteriores invasiones de Bélgica y Holanda, por su “flagrante violación de las reglas más primitivas de neutralidad. La siguiente en caer fue Francia, un terreno que ya estuvo siendo preparada desde meses atrás mediante el uso de la “propaganda negra”. Consiste en emitir propaganda en un país enemigo haciéndose pasar por autóctono (Bilbao, Jot Down, 2013).

Por tanto, y en referencia a esta cita, podemos decir que uno de los factores principales de la propaganda de Goebbels durante los primeros años de la IIGM fue la justificación de los hechos a través de la culpabilización continua del enemigo, transmitiéndole a la ciudadanía alemana que todas las acciones bélicas desarrolladas eran la consecuencia de acciones mayores.

Otros de los factores determinantes fue el engaño. La Operación Barbarroja, cuyo objetivo era la ocupación de la Unión Soviética, se inició con un engaño. Ante ciertas informaciones que habían llegado a Stalin de que el ejército hitleriano se dirigía hacia territorio soviético, el ministro de Propaganda nazi distribuyó por las fronteras aliadas un determinado número de publicaciones que aseguraban el desembarco inminente en Gran Bretaña. Tras la distribución de esta falsa información, Goebbels mandó a retirar la publicación con el fin de transmitir que había sido un error difundir esa información “secreta”. Esta acción, que estaba previamente meditada, obtuvo las consecuencias deseadas: la Unión Soviética sería ocupada bajo el engaño y distracción de las tropas de Stalin.



Ejemplo de cartel que se distribuyó durante la Operación Barbarroja y, que emite el siguiente mensaje: “¡Nunca! La lucha de Alemania y vuestro trabajo salvarán a Europa del bolcheviquismo”. Fuente: Javier Bilbao

Debemos hacer énfasis en la representación de la figura femenina. Si bien es cierto que en muchos carteles y portadas de la revista femenina nazi *Frauen Warte* a la mujer se le sigue representando como un ama de casa que debe preocuparse y atender a su familia, a partir de 1940 comienzan a publicarse portadas en dicha revista femenina en las que se representa a la figura femenina como una mujer trabajadora mientras el hombre lucha por Alemania. Esta imagen visual pretende mostrar la idea de que la lucha por el Tercer Reich es de todos.

De igual forma, apreciaremos la figura de la mujer enfermera que cuida de los soldados en el frente. Aunque procederemos a un análisis más exhaustivo de estas portadas, es necesario hacer un breve repaso, aunque superficial, en lo que fue la representación de la mujer en esta etapa y, en cómo el desarrollo de la guerra supuso, a su vez, una evolución en la concepción de la figura femenina, aunque sin desvincularse de su objetivo principal.

En síntesis, la propaganda de esta etapa centró su acción en un carácter engañoso y justificador, que originó énfasis y fervor entre la población civil y el ejército alemán. La labor propagandística fue clave en la motivación de los ciudadanos alemanes, tanto en los que se encontraban en el frente, como en los que seguían desarrollando su vida en suelo alemán.

7.5 Tercera etapa. Punto de inflexión y caída del Reich (febrero 1943- septiembre 1945)

La derrota del ejército alemán en febrero de 1943 supondrá un punto de inflexión en el tipo de propaganda que Joseph Goebbels va a desarrollar hasta 1945, fecha en la que se pondrá fin a la IIGM.

En 18 de febrero de 1943, concretamente en el Palacio de los Deportes de Berlín, el ministro de Propaganda va a pronunciar el discurso considerado más famoso de la historia del nazismo, se le conoce bajo el título “Discurso de la guerra total”.

En un artículo publicado en *La Vanguardia* por Teresa Amiguet bajo el título “Discurso de Sportpalast: Goebbels declara la guerra total” hemos podido acceder a un resumen y breve descripción de lo que consistió este discurso al pueblo alemán.

En respuesta al anuncio de los Aliados de que sólo aceptarían la rendición incondicional de Alemania, Goebbels exhorta al pueblo alemán a continuar la guerra, una guerra total. El numeroso público, previamente seleccionado, absorbe ávido los enunciados de su líder que les advierte de que la lucha será larga y difícil, pero ineludible habida cuenta de que están en juego la supervivencia de Alemania y la de una Europa no bolchevique y no judía (Amiguet, *La Vanguardia*, 2018).

James Holland asegura en su entrevista para el documental de National Geographic, *La maquinaria de la propaganda nazi* la importancia del discurso de Goebbels, ya que supondrá un “cambio inmenso”.

De igual forma, señala la premeditación de dicho acto público, pues entre los ciudadanos alemanes había muchos oficiales nazis e, incluso, actores que sabían cuándo tenían que aplaudir, incentivando así a la población civil que asistió a la cita. Incluso se emitieron aplausos grabados.

Holland señala, a su vez, la emisión del discurso de Goebbels a través de la radio con el fin de que las tropas combatientes nazis escucharan las palabras del ministro de Propaganda.

Ya en 1943 los recursos materiales para la guerra eran escasos, al igual que la mano de obra masculina. Muchos hombres se vieron obligados a desplazarse al frente ante el gran número de pérdidas de efectivos nazis. Será ahora, cuando a partir del discurso mencionado en febrero de 1943, se aliente a la población femenina a participar, con mayor vehemencia, en las fábricas y demás trabajos necesarios para la lucha. Este hecho aparece ilustrado en una de las portadas de 1943 de la revista femenina nazi *Frauen Warte*, en la que se muestra a una mujer trabajando en una fábrica. Esta imagen será analizada en el apartado “Análisis visual” de esta investigación.

A continuación, se expone una tabla que representa al empleo ejercido por las mujeres alemanas según los distintos sectores desde 1939 hasta 1944.

MUJERES EMPLEADAS POR SECTOR, 1939-SEPTIEMBRE DE 1944						
SECTOR	1939	1940	1941	1942	1943	1944
Agricultura/Silvicultura	4.880.000	5.689.000	5.369.000	5.673.000	5.665.000	5.756.000
Industria	3.310.000	3.650.000	3.677.000	3.537.000	3.740.000	3.636.000
Comercio/Transporte	2.227.000	2.183.000	2.167.000	2.225.000	2.320.000	2.219.000
Industrias de servicio/ Administración	954.000	1.157.000	1.284.000	1.471.000	1.719.000	1.748.000
Servicio doméstico	1.560.000	1.511.000	1.473.000	1.410.000	1.362.000	1.287.000

Mujeres alemanas empleadas por sector desde 1939 hasta septiembre de 1944. Fuente: *Tim Kirk, The Longman Companion to Nazi Germany (Guía de la Alemania nazi), Longman.*

Como podemos apreciar, la labor en el servicio doméstico se va reduciendo desde 1.560.000 en 1939, hasta 1.287.000 en 1944, a la par que va aumentando el número de mujeres dedicadas a la industria o, a la agricultura. Una de las cifras más llamativas es la que aparece reflejada en el sector de la industria de servicio o administración. Podemos apreciar que en 1939 los datos son de 954.000 mujeres, mientras que cinco años después asciende a 1.748.000 mujeres trabajando en este sector.

Sin duda, con esta gráfica podemos ver un claro ejemplo de cómo la concepción y labor de la mujer se va diversificando a medida que la Segunda Guerra Mundial avanza y, que las condiciones empeoran, tanto a nivel político, como económico y social.

Ya en 1944 cuando la derrota resulta ser una realidad, Goebbels ordena la elaboración de un último material cinematográfico titulado *Kolberg*. Es en esta película donde se refleja la resistencia del pueblo alemán de Kolberg frente a la invasión napoleónica, con el fin de transmitirle a la sociedad civil y a los soldados alemanes que no se rindieran ante la tangible derrota alemana que se aproximaba.

Finalmente, cuando el Ejército Rojo llega al territorio alemán y comienza a visualizar la catástrofe acontecida en los campos de concentración, Goebbels sigue haciendo un llamamiento a la oratoria y el engaño a través de la propaganda. James Holland asegura en su entrevista que Goebbels elaboró un informe de las “supuestas atrocidades de los soviéticos a alemanes”. De igual forma explica que cuando los soviéticos ya estaban cerca de la capital del Reich, Berlín, el ministro de Propaganda incitó a los ancianos, mujeres y niños a luchar hasta la muerte, como un último intento de salvar al Imperio.

Esta última acción propagandística de Goebbels originó la muerte de 100.000 civiles y el suicidio de 6.000 personas por miedo a los soviéticos, según datos del documental *La maquinaria de la propaganda nazi*.

A modo de conclusión, podemos señalar que la propaganda nazi ejercida durante la Segunda Guerra Mundial se caracterizó por una oratoria movilizadora por parte de Hitler y de su ministro de Propaganda, Goebbels.

8. ANÁLISIS VISUAL. LA REPRESENTACIÓN DE LA ICONOGRAFÍA FEMENINA POR ETAPAS.

En el siguiente apartado trataremos de analizar las portadas y carteles que mejor representaron las líneas propagandísticas que destacaron en cada etapa del Tercer Reich.

Con el fin de determinar cuáles serán las categorías de análisis visual que utilizaremos, hemos accedido a diversas investigaciones de autores que versan sobre el análisis fotográfico y visual de carteles y fotografías. Algunas de los autores tomados como referencia serán Mariano Visa Barbosa, con su artículo “Una investigación sociológica y narrativa para el análisis de relatos fotográficos”, Antonio Rodríguez de las Heras, autor de “Metodología para el análisis de la fotografía histórica” o, Alfons González Quesada y Patricia Lázaro, autores de “La figura femenina en el cartel político y social en Cataluña (1931- 1939)”.

Tras el conocimiento adquirido mediante la lectura de estos artículos e investigaciones, hemos derivado el análisis visual en varias categorías o, jerarquías:

1. Análisis de la figura femenina en base a la edad, con el fin de determinar si esta aparece representada como una mujer joven o adulta.
2. Idealismo o realismo de la ilustración. Con esta categoría se pretende exaltar la naturaleza real o, por el contrario, idealista de la mujer alemana.
3. Rasgos de raza, pues consideramos que es de especial relevancia destacar si la figura femenina es representada bajo los ideales de la raza aria.
4. Gesto. La expresión del rostro de la figura representada transmite las emociones, sentimientos o, pensamientos de la misma.
5. Indumentaria. Es importante destacar si esta aparece ilustrada con un uniforme, o, por el contrario, con una indumentaria más del hogar.
6. Labor que ejercen. La acción que aparece realizando la mujer representada en cada imagen aporta mucha información sobre el honor, la fortaleza, incluso de la cultural y estatus social que posee esa figura femenina.

7. Espacio público o privado. Es necesario destacar el lugar en el que aparece ubicada la ilustración. Este rasgo nos permitirá señalar si el espacio representado es de carácter público o, privado.
8. Dimensión de la imagen. Con esta categoría se pretende señalar si la mujer representada está sola y en un primer plano, o si comparte espacio con otras figuras.
9. Mujer luchadora o débil. La composición y análisis de las categorías mencionadas con anterioridad nos permitirán determinar si la imagen muestra la exaltación de la mujer como figura luchadora o, por el contrario, débil.

8.1 Primera etapa. Consolidación de la dictadura y expansión territorial (marzo 1933- septiembre 1939)

El ascenso de Hitler al poder en marzo de 1933 supondrá la consolidación del ideal nacionalsocialista, y, por ende, de la representación de la mujer nazi como pilar fundamental del régimen.

En los años anteriores a la constitución del III Reich, la mayoría de la propaganda y carteles que se difundieron fueron orientados, principalmente, al partido NSDAP y a la figura de su líder, Adolf Hitler. Durante el camino al poder, la figura femenina no apareció representada como tal, pues el objetivo del líder nazi era llegar al gobierno a través de propuestas como la “sanación y recuperación económica”, así como la manifestación del odio hacia la raza inferior, es decir, la raza judía. Con ello, queremos dar a entender que la focalización visual en carteles de la mujer no fue un hecho constatado en esta etapa. La reproducción del sector femenino en carteles y portadas no verá su hegemonía hasta 1933, con la llegada al poder del nazismo.

A continuación, procederemos a un análisis visual de una serie de carteles y portadas en las que aparece representada la figura de la mujer. Con esta investigación visual, podremos mostrar la evolución de la mujer y, por ende, de su labor. Apreciaremos cómo, a medida que el III Reich avanza y se adentra en la Segunda Guerra Mundial, el sector femenino evoluciona.

8.1.1 Análisis del icono femenino en la revista *NS- Frauen Warte*

La revista *NS- Frauen Warte* era la única revista femenina permitida durante el Tercer Reich, pues en ella se mostraba la doctrina nacionalsocialista y, por consiguiente, el ideal femenino. Su contenido era publicado cada quince días.

Podremos apreciar tras el siguiente análisis, el carácter colorido y visual apreciable en las diversas portadas de la revista. Una representación clara de lo que era la mujer en esta etapa histórica. En su interior, aparecían publicados varios artículos sobre moda, costura, recetas, etc., contenido demandado por el estereotipo de mujer alemana cuya labor se centraba en el cuidado del hogar, de los niños y de sus maridos. En definitiva, mujeres que no debían de centrar su preocupación en otras labores, como el mercado, la industria o, la lucha en la guerra.



Imagen 1. Portada de la revista *Frauen Warte* de 1938. Fuente: Universidad de Heidelberg

La imagen 1 data de la fecha 1938. Un año después se iniciaría en septiembre la Segunda Guerra Mundial.

Como podemos apreciar, en la imagen aparecen varias figuras significativas. En una primera instancia, observamos a una mujer sosteniendo en brazos a un niño pequeño. Esta imagen visual de la mujer aparece bajo el ideal de “mujer idílica”, es decir, esta figura femenina representa el ideal de mujer nacionalsocialista. Su ilustración se realiza en base a la raza; una mujer rubia, de ojos claros, de piel blanca y aparentemente delgada. Esta concepción física nos permite concebir, de una forma indirecta, un valor de inteligencia superior de la raza y, por consiguiente, de la mujer aria.

En cuanto a su gesto, podemos decir que es neutro, incluso presenta una ligera sonrisa que transmite al espectador la idea de que esta mujer está de acuerdo con los valores que se ejercen sobre ella y sobre Alemania en general. Por tanto, decimos que su gesto muestra el sentimiento general del sector femenino durante el nacionalsocialismo. Una mujer adaptada y comprometida con el régimen.

Respecto a la indumentaria que viste, aparece representada con un vestido verde aparentemente largo. Como podemos apreciar, este no es un uniforme de trabajo, lo que nos permite concebir la idea de que esa ropa es propia de una mujer que es madre y ama del hogar. Incluso, podemos llegar a pensar que la longitud del vestido expresa la idea de una mujer casta, prudente, femenina, educada, pulcra...

En su regazo sostiene a un pequeño que representa también los valores de la raza aria. Un menor de ojos claros y pelo rubio. Esta composición nos permite concretar aún más la idea de mujer de esta primera etapa. La figura femenina está dispuesta cultural y socialmente, incluso genéticamente, para la concepción de niños de raza aria que permitan

la evolución, a lo largo de los años, de esta raza suprema. Una mujer cuya labor es el cuidado de sus hijos y de su familia.

La disposición en la portada de varias figuras alienta a la idea de cuáles son las labores del hombre y cuáles las de la mujer. Desde una perspectiva visual general, se nos transmite la idea de que el hombre es el que trabaja, ya sea en la tierra o bien en el ejército y lucha por el estado alemán. Mientras el hombre se preocupa de la nación, la mujer lo hace del hogar. Con ello, podemos considerar que la labor del sector femenino se reduce a un ámbito privado, mientras que el del hombre opera fuera del hogar.

En conclusión, de la imagen 1, podemos considerar que dicha portada transmite la idea de una mujer dulce, cariñosa, incluso débil, pues no tiene potestad, ni fuerza para ejercer otra labor que no sea la del hogar. Mientras tanto, el hombre es una persona fuerte, con coraje para luchar por su país. Con esta imagen podemos entender, de una forma más general, la representación y, el valor femenino en esta primera etapa previa a la guerra.

8.1.2 Estudio de la representación de la mujer en carteles propagandísticos

A continuación, se expone un cartel representativo de la mujer o, mejor dicho, de las jóvenes mujeres que fueron formadas en la Liga Alemana de Niñas. Una institución creada por el régimen nazi para la formación de las mujeres, desde cortas edades, en patrones y pensamientos fascistas, como fue el de la mujer para el hogar, el cuidado de sus hijos y, de sus maridos.

En el siguiente cartel, el cual hemos recuperado del blog *Diez más uno* y, que data del año 1936, se muestra la imagen de una chica alemana, cuya apariencia física representa a una joven y no a una mujer. Esta aparece ilustrada bajo una larga cabellera rubia, ojos claros, piel blanca y cuerpo aparentemente delgado. Sin duda, esta joven alemana expresa el icono de la raza aria y el ideal de una chica joven alemana.

En lo referente a su gesto, se muestra sonriente mientras sostiene una bandera con la esvástica nazi. La unión de ambos elementos muestra la felicidad de las jóvenes alemanas por el III Reich y, por consiguiente, por los ideales que este representa.

La ropa que luce la joven es un uniforme, nada que ver con el vestido con el que aparece representada la mujer en la imagen 1. El hecho de que la chica alemana aparezca uniformada nos transmite la idea de que pertenece a la organización de las Juventudes Hitlerianas. De igual forma, considero que debemos destacar que la falda que viste la joven es larga. De nuevo, los ideales de elegancia, educación, prudencia y respeto aparecen concebidos en un mínimo detalle.

De igual forma, la joven se muestra en un espacio público, la visualización de un pequeño pueblo de fondo nos muestra el lugar donde se ubica. Una composición representativa del carácter público que tenía la Liga de Niñas Alemanas.

Finalmente, la figura de la joven se muestra sola, sosteniendo la bandera nazi. Esta dimensión transmite la idea de liderazgo, de poder y lucha de las jóvenes dentro de estas organizaciones nazis.



En conclusión, este cartel muestra cuál era la labor de la joven antes de convertirse en mujer. Cuando se es menor, los objetivos, como futura mujer, son la formación y el adoctrinamiento en los ideales femeninos que defendía la doctrina nacionalsocialista, con el fin de poder desempeñarlos correctamente cuando se alcance la edad adulta.

Imagen 2. Joven alemana representando a la organización femenina de las Juventudes Hitlerianas. Fuente: Blog Diez más uno

8.2 SEGUNDA ETAPA. EL AUGE DE LAS TROPAS ALEMANAS EN LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL (SEPTIEMBRE 1939- FEBRERO 1943)

A modo de recordatorio, debemos situarnos en los inicios de la Segunda Guerra Mundial, tras la invasión de Polonia por el ejército alemán en septiembre de 1939. El periodo comprendido entre esta fecha y el año 1943 supondrán el auge de las tropas nazis hasta la pérdida de la guerra contra Rusia.

En sus comienzos, la figura femenina será representada bajo los ideales fascistas, es decir, el objetivo vital de la mujer es el cuidado de su familia y del hogar. Pese a que la concepción sobre el sector femenino nunca cambió, sí es cierto que, con el avance del conflicto bélico, la pérdida de efectivos, material y recursos se hizo latente. La necesidad de mano de obra e incluso de soldados, fue la principal causa de demanda del sector femenino en el ámbito laboral y bélico. Esta evolución podrá apreciarse en las portadas de la revista femenina de índole nacionalsocialista y, en los carteles propagandísticos que marcan este periodo.

8.2.1 Análisis del icono femenino en la revista *NS-Frauen Warte*



Imagen 3. Portada de la revista *Frauen Warte* del año 1940. Fuente: Universidad de Heilderberg.

En la siguiente imagen se muestra una de las portadas de la revista femenina nazi correspondiente a abril de 1940. En ella aparece representada una mujer en un primer plano, que viste una indumentaria típica de las trabajadoras del campo de la época, concretamente un vestido largo de color gris oscuro, un mandil de un tono azul apagado y un pañuelo en la cabeza, también de un color oscuro. Podemos apreciar que la figura femenina representada aparece, mayormente, tapada por la indumentaria que viste, por lo que en ella no se puede apreciar ningún atisbo de su color de pelo, de piel o, del color de sus ojos, es decir, no se muestra claramente la raza. Este hecho nos transmite la idea de que una mujer de raza aria no puede ejercer una labor de campo, pues es una raza suprema. Como vemos, se ensalza la figura de la mujer trabajadora, pero no se relaciona directamente a esta con la mujer alemana, sobre todo por el trabajo que esta aparece desempeñando, labrar el campo.

Es interesante destacar la labor que ejerce la figura femenina representada en esta portada. Una idea que colinda con el hecho de que no se represente a la figura femenina bajo los rasgos de la raza pura alemana.

De igual forma, la mujer presentada en un primer plano comparte escena con la cabeza de un soldado representado en el fondo de la imagen. La composición muestra claramente que mientras una mujer, perteneciente a una clase social baja, trabaja labrando el campo, el hombre lucha por el país. Esta comparativa, indirectamente, sostiene la concepción de que el hombre sigue teniendo más fuerza y poder respecto a la mujer, pues quién arriesga su vida en el frente es él. De una forma quizás menos detallista, podemos considerar que la imagen pretende transmitir la idea de unión colectiva frente al conflicto.

En conclusión, la composición de la portada no transmite la idea de una mujer luchadora como tal, sino de una figura femenina adaptada al desarrollo y evolución de la situación belicista.

8.2.2 Estudio de la representación de la mujer carteles propagandísticos

A continuación, se expone uno de los carteles que circularon durante esta etapa por Alemania. En él se puede apreciar un llamamiento de la mujer para actuar en el frente.



Imagen 4. Cartel fomentando la unión de las mujeres a la organización auxiliar de la *Luftwaffe*. Fuente: Blog The Elephant Gate

En la imagen 4 podemos apreciar la representación de una mujer joven ocupando todo el espacio visual. En ella se muestra a una figura femenina que posee el pelo rubio, ojos claros, piel blanca y un cuerpo aparentemente delgado. Sin duda, el ideal de mujer nazi aparece representado en este cartel.

En lo referente a su gesto, se muestra muy sonriente, como si estuviese feliz por desempeñar su labor, que en este caso es formar parte de la organización auxiliar de la *Luftwaffe*, nombre bajo el que se denomina a la organización aérea alemana.

La figura femenina representada en el cartel luce un uniforme que presenta la imagen de un águila como símbolo de la Alemania nazi. Esta indumentaria transmite la idea de una mujer profesional que lucha en las fuerzas armadas de su país.

La exaltación de la mujer ideal nazi, con sus atributos correspondientes, luciendo un uniforme militar, es un claro llamamiento a las mujeres con el fin de alistarse en el ejército, insinuando que estas se convertirían en un ejemplo de mujer alemana si formasen parte de la organización aérea del III Reich.

A modo de conclusión y, en relación con la imagen analizada en el anterior apartado, podemos decir que la mujer ideal nazi es aquella que realiza un trabajo de honor, que conlleva un gran valor, mientras tanto, son las mujeres pertenecientes a una clase social baja o, inferior, las que ejercen labores relacionadas con el sector primario, como labrar el campo. Trabajos que no son considerados lujosos u ostentosos. Por tanto, decimos que en ambas ilustraciones se muestra a una mujer trabajadora, pero una posee más valía que la otra simplemente por el trabajo que desempeña cada una.

8.3 Tercera etapa. Punto de inflexión y caída del Tercer Reich (febrero 1943-septiembre 1945)

En esta etapa se sucede un decrecimiento de la fortaleza del ejército nazi. La pérdida de la guerra contra el Ejército Rojo será el punto de inflexión que derivará, pocos años después, en la caída del Tercer Reich. Será en este periodo de tiempo cuando la mayoría de la propaganda se centre en resurgir un mínimo atisbo de esperanza para la población civil y para las tropas alemanas situadas en el frente.

Respecto a la mujer, esta seguirá desempeñando trabajos en industrias, fábricas y demás sectores que requieran de mano de obra para la producción, que como ya sabemos, era necesaria debido a la gran escasez de material, alimentos y productos necesarios para la supervivencia de la nación.

8.3.1 Análisis del icono femenino en la revista *NS-Frauen Warte*

En el presente apartado, analizaremos las portadas de la revista *Frauen Warte* que mejor reflejan visualmente la evolución del sector femenino en este último periodo de guerra.



Imagen 5. Portada de la revista *Frauen Warte* de abril de 1943.
Fuente: *Universidad de Heilderberg*

En la imagen 5 podemos apreciar la figura de una mujer desempeñando un trabajo en una fábrica. Debemos señalar que el color de la portada no permite diferenciar correctamente el color del pelo y piel de la mujer, por lo que no podemos proceder a un análisis físico de la misma. Aun así, podemos señalar que en dicha portada se muestra la figura de una mujer real, sin ningún tipo de utopía, ni idealismo. Incluso podemos llegar a decir que es

o, al menos parece ser, una fotografía real. Con el hecho de mostrar en la portada una fotografía, se está transmitiendo indirectamente un argumento, una prueba real del trabajo desempeñado por el sector femenino en los últimos años del conflicto bélico.

La señora representada en la fotografía expresa un gesto neutro, incluso podemos llegar a decir que muestra una expresión de concentración en su labor. La indumentaria que luce es una camisa negra, que podemos llegar a considerar como uno de los uniformes que lucían estas mujeres que trabajaban en las fábricas e, industrias.

La calidad de la foto no nos permite identificar con exactitud la labor que está desempeñando, pero podemos llegar a intuir que está trabajando con alguna especie de material de calor o, luz, por el destello que muestra una de las piezas.

Es importante señalar que la figura femenina representada aparece en solitario, lo que le da aún más importancia a la concepción de la mujer como una persona trabajadora que ejerce una determinada labor para ayudar a su país.

A modo de conclusión, no podemos considerar que de esta portada emane la idea de mujer independiente o luchadora, sino más bien de una ciudadana que trabaja por y para su nación.

8.3.2 Estudio de la representación de la mujer en carteles propagandísticos



Imagen 6. Cartel representado bajo el titular en alemán “Madre, lucha por tus hijos”. Fuente: *Blog Nowthatsnifty*

En el siguiente cartel, titulado “Madre, lucha por tus hijos”, aparece representada la figura de una mujer junto a cuatro niños, cada uno de ellos de diferentes edades.

En dicha ilustración, a pesar de estar en blanco y negro, podemos apreciar la representación de la raza aria, pues se puede intuir que el color de pelo de la mujer y de los niños es rubio, y que todos aparecen representados bajo una tonalidad de piel blanca.

La figura femenina aparece sosteniendo en brazos a un pequeño mientras da la mano a una niña. Delante de ella se encuentran dos varones que aparecen representados con rasgos más maduros y, con gesto de dureza como símbolo de la fortaleza de los futuros soldados del Reich alemán.

La madre aparece representada con un gesto de furia, como si estuviese gritando a la par que escapa y, aleja a sus hijos de un mal mayor. Sin duda, este cartel muestra la representación de una madre que, a pesar de haber evolucionado hacia la imagen de una mujer trabajadora, sigue ejerciendo la labor maternal. Una mujer, cuyo impulso maternalista, le hace luchar por el futuro de sus hijos ante la destrucción ocasionada por la IIGM.

De igual forma, la figura femenina aparece ilustrada bajo una indumentaria que no es precisamente un uniforme, sino una camisa blanca holgada. Esta ropa nos hace intuir que esta mujer se dedica al cuidado del hogar y de sus hijos.

La composición representada en este cartel transmite la idea y la valía de una mujer luchadora, que intenta escapar con sus hijos o, luchar para protegerlos. El título bajo el que aparece representada la ilustración muestra claramente un llamamiento hacia la mujer en esta lucha final por el Tercer Reich, a la par que se le persuade con el término “hijos”, pues, como sabemos, una madre da todo por el amor que le procesa a sus hijos.

En definitiva, este cartel representa visualmente ese llamamiento a la última lucha del pueblo nazi por Hitler y por la nación alemana, persuadiendo a la mujer para que esta lucha no sea por y para el *Führer*, sino por y para sus hijos. Como podemos apreciar, se hace un llamamiento al lado emotivo y biológico de la figura femenina como madre, concepción básica del sector femenino en la Alemania nacionalsocialista.

9. CONCLUSIÓN

Los resultados obtenidos tras la investigación han generado las siguientes conclusiones:

- Durante el periodo de la Alemania nacionalsocialista, la mujer era instruida y adoctrinada a una corta edad, a través de una institución de carácter público denominada “Juventudes Hitlerianas”, que a su vez se subdividía en otras organizaciones acorde a la edad y el sexo. En estas escuelas públicas la formación de las jóvenes estaba orientada a la enseñanza de labores del hogar, y del cuidado de los hijos y los esposos. Desde edades tempranas la mujer era formada en la concepción nazi. De igual forma, la cartelería y la propaganda siempre instó a este valor femenino, pues el objetivo vital de la mujer era la perpetuación de la raza aria. Consolidada y distinguida como la raza suprema, frente al resto de diversidades étnicas y culturales. La idea de ser superiores fomentó la acción de la mujer a querer ser madre y a desempeñar su objetivo vital.

- El control de la figura femenina era indispensable dentro de las fronteras del Tercer Reich, pues era la única con capacidad biológica para engendrar niños de raza aria que permitiesen la consolidación de la Alemania nazi durante siglos y, por ende, de la supremacía de la raza puramente alemana. El adoctrinamiento del sector femenino se hacía indispensable para la consecución de uno de los objetivos primordiales de Hitler, la raza aria dominando el mundo. Sin ellas, no habría futuro.
- En los inicios de régimen de Hitler, el valor y objetivo de la mujer estaba bastante delimitado y reducido. A pesar de que la concepción femenina se mantuvo en el tiempo y hasta el fin del Tercer Reich, es cierto que su valor fue evolucionando por el desarrollo de la Segunda Guerra Mundial. La pérdida de efectivo, la escasez de material, alimentos y demás recursos necesarios para la supervivencia de Alemania y de los soldados alemanes, contribuyó a un aumento de la demanda de mano de obra. La mayoría de los hombres, que ejercían las labores de mercado, se encontraban luchando en el frente, por lo que las mujeres se vieron obligadas a ocupar los puestos vacantes, con el fin de acelerar la industria y producir lo necesario. A partir de este momento, la imagen de la mujer ama de casa evolucionó al de mujer trabajadora.
- La concepción de la mujer a medida que el conflicto bélico evolucionaba se vio reflejada en la cartelería y en las numerosas portadas de la única revista femenina permitida en la Alemania nazi, la revista *NS- Frauen Warte*. De este modo, en sus inicios se puede apreciar la representación de la mujer como madre y protectora. En la mayoría de las portadas aparece representada junto a sus hijos o su marido. Ya en el inicio de la guerra, la representación de la mujer no es únicamente con sus hijos, sino trabajando, desempeñando labores en el campo, la industria y otros sectores laborales. Una clara manifestación de cómo esta revista se hace eco de la realidad femenina en cada etapa del III Reich.

10. BIBLIOGRAFÍA

Churchill, W. [Ed.]. (1959), *La Segunda Guerra Mundial*, Madrid, España: La Esfera de los Libros.

Andreassi Cieri, A. (2010). Antecedentes del genocidio nazi. *Historia social*. N° 66, 99- 118.

Bernays, E. [Ed.]. (1928), *Propaganda*, Barcelona: Melusina.

Bonnie, Anderson y Zinsser, J. (1991), *Historia de las mujeres: una historia propia*, Barcelona: Crítica.

Bracher, K.D. (1973), *La dictadura alemana*, Madrid: Alianza Editorial.

Brown, J.A.C. (1991), *Técnicas de persuasión*. Madrid: Alianza Editorial.

Corella Torres, N. (2005), *Propaganda nazi*. México: Miguel Ángel Porrúa

Cuervo Álvarez, B. (2015). El ascenso de Hitler y del partido Nazi al poder en Alemania. *Historia Digital (XV)*, Vol.15, (26), 56- 120.

- Evans, R. [Ed]. (2008), *El Tercer Reich en Guerra*, Barcelona: Ediciones Península.
- Feierstein, D. (2007). *El genocidio como práctica social: Entre el nazismo y la experiencia. Argentina*. Buenos Aires: S.L Fondo de Cultura Económica de España.
- García Perez, R. (1995). *El proyecto continental del Tercer Reich*. *Revista de Estudios Políticos*. Nº 87, 259- 284.
- Georg Reuth, R. [Ed.]. (2009), *Goebbels, una biografía*, Madrid, España: La Esfera de los Libros.
- González Quesada, A. y Lázaro Pernias, P. (2013). *La figura femenina en el cartel político y social en Cataluña (1931-1939)*. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 18. Nº Especial Diciembre. Págs. 173-186.
- Hernández Narváez, JY. (2007). *Reflexión crítica de la propaganda nazi de Joseph Goebbels VS George Bush*. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México.
- Herrendoerfer, C. (1977). *Hitler, una biografía [Película]*. Werner Rieb Production.
- Hitler, A. [Ed]. (1984), *Mi lucha*, Barcelona: Antalbe.
- Evans, R. [Ed]. (2005), *El Tercer Reich en el poder*, Barcelona, España: Ediciones Península.
- Kershaw, I. [Ed]. (1987), *El mito de Hitler*, Barcelona: Crítica.
- Kershaw, I. [Ed.]. (2008), *Hitler*, España: Biblioteca Nueva.
- Llano Reyes, C. (2008/2009). *Cómo pudo suceder*. *Revista de Historia*. Vol. 18-19, (1 y 2), 69-78.
- Lozano Cutando, A. (2008), *La Alemania nazi 1933- 1945*, Barcelona: Marcial Pons.
- Lázaro, J. (2017). *Los medios impresos como recurso para la difusión del Nacionalsocialismo: sobre boletines y magazines nazis circulando en el Caribe colombiano, 1935-1939*. *Memorias: Revista Digital de Arqueología e Historia desde el Caribe*. (33), 62-87.
- Martin, J. (2009). *La Segunda Guerra Mundial a todo color [Documental]*. NM Productions
- Montes Pérez, C. (2012). *Cuerpos representados, cuerpos dominados. Poder y representación en los carteles de propaganda nazi*. *Thémata: Revista de filosofía*. Vol. 46, 707- 716.
- National Geographic. (2017). *Nazis megaestructura- La maquinaria de la propaganda nazi*. [Película]. National Geographic
- Pazos Polo, C., y Polo Serrano, D. (2018). *La figura de la mujer en el nazismo. Feminismo, investigación y comunicación: una aproximación plural a la representación de las mujeres (85-107)*. Sevilla: Egrejus.
- Pineda Cachero, A. (2007). *¿Todo es propaganda?: el panpropagandismo o monismo propagandístico como límite superior de la teoría de la propaganda*. *Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura*. Vol. 1 (5), 415-436.
- Pineda, A. (2007). *Orígenes histórico-conceptuales de la teoría de la propaganda nazi*. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 12, 151-176.
- Pizarroso Quintero, A. (1993). *Historia de la propaganda*, Madrid: Eudema.

- Rodero Antón, E. (2000). Conceptos y técnicas de la propaganda y su aplicación al nazismo. Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca.
- Rodríguez de las Heras, A. (2009). Metodología para el análisis de la fotografía histórica, en Espacio, Tiempo y Forma. (21), 19- 35.
- Rosado Orquín, A.C. (2018). La cosificación de las mujeres como instrumento de una ideología perversa, en Askarpia: Investigació feminista. (33), 185- 204.
- Scholtz- Klink, G. (s.f). El lugar de la mujer en el III Reich. Recuperado de: <https://editorialkamerad.files.wordpress.com/2014/03/el-lugar-de-la-mujer-en-el-iii-reich.pdf>
- Stoner, N. [Ed.]. (2013), Breve historia de la Segunda Guerra Mundial, Barcelona: Ariel
- Visa Barbosa, M. (2012). Una metodología sociológica y narrativa para el análisis de relatos fotográficos. Estudios sobre el mensaje periodístico. Vol. 18, núm. especial noviembre, (929-939). Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.
- Wachsmann,N. (2015), KL: Historia de los campos de concentración nazis, Barcelona: Crítica.
- Álvarez G, M. (2012), Guardianas nazis: el lado femenino del mal, España: EDAF.

11. WEBGRAFÍA

- Abella, A. (2019). David King: Hitler entró deprimido a prisión y salió sintiéndose un líder”. elPeriódico. Recuperado de: <https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20190901/entrevista-david-king-libro-juicio-hitler-7588609>
- Amiguet, T. (2018). Discurso de Sportpalast: Goebbels declara la guerra total. La Vanguardia. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/hemeroteca/20180218/44814894093/joseph-goebbels-nazismo-discursos-sportpalast.html>
- Anschluss. Recuperado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Anschluss>
- Bilbao, J. (2013). La propaganda de Goebbels durante la Segunda Guerra Mundial. Jot Down. Recuperado de: <https://www.jotdown.es/2013/02/la-propaganda-de-goebbels-durante-la-segunda-guerra-mundial/>
- Bitwerk, R. (2002). The NS Frauen Warte de <https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/fw.htm>
- Del campo, J. (2015). El reconocimiento de la madre en la Alemania nacional socialista. Guerras Mundiales de <https://mundialino.wordpress.com/2015/05/03/el-reconocimiento-de-la-madre-en-la-alemania-nacional-socialista/>
- Descubren que Hitler tuvo un hermano discapacitado. (2016). Recuperado de: https://www.abc.es/historia/abci-descubren-hitler-tuvo-hermano-discapacitado-201605302145_noticia.html
- El adoctrinamiento de la juventud. (s.f). Recuperado de: <https://encyclopedia.ushmm.org/content/es/article/indoctrinating-youth>

- Fuentes, H. (2016, junio 3). ¿Qué secreto ocultaba la familia de Hitler? Trágica revelación de un investigador. Recuperado de <https://www.guioteca.com/mitos-y-enigmas/que-secreto-ocultaba-la-familia-de-hitler-tragica-revelacion-de-un-investigador/>
- Joric, C. (2020). Hitler, al poder por la propaganda. La Vanguardia. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/historiayvida/historia-contemporanea/20200121/472986273341/tercer-reich-propaganda-goebbels.html>
- Juicios de Núremberg. (2019). News Europa. Recuperado de: <http://newseuropa.es/juicios-de-nuremberg/>
- La familia de Hitler. (2012). Recuperado de <https://www.nationalgeographic.es/historia/la-familia-de-hitler>
- La mujer y el Tercer Reich. (s.f). Recuperado de: http://www.lecturasdelholocausto.com/uploads/1/0/9/6/10969104/02_gu%C3%ADa_lectura_nazis_en_femenino.pdf
- Las mujeres en la Alemania nazi. (s.f). Recuperado de: <https://segundaguerramundial.es/mujeres-alemania-nazi/>
- Laviana, JC. (2016). Auge y caída del cine durante el III Reich. El Mundo. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/cultura/2016/05/30/574ba8b8e2704efe0e8b4608.html>
- Montano, J. Invasión alemana de Polonia: causas y consecuencias. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/invasion-alemana-de-polonia/>
- Ostmarck. Recuperado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Ostmark>
- Potencias del Eje en la Segunda Guerra Mundial. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Potencias_del_Eje_en_la_Segunda_Guerra_Mundial
- Puerta Morava. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Puerta_Morava
- República de Weimar. [En Wikipedia]. Recuperado (2020, abril 21) de [https://es.wikipedia.org/wiki/Rep%C3%BAblica_de_Weimar#El_ascenso_del_nacional_socialismo_\(1930-1932\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Rep%C3%BAblica_de_Weimar#El_ascenso_del_nacional_socialismo_(1930-1932))
- Schutzstaffel. Recuperado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Schutzstaffel>
- Sociedad de las Naciones. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Sociedad_de_las_Naciones
- Tratado de Versalles. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Tratado_de_Versalles_%281919%29