



FACULTAD DE FILOLOGÍA

GRADO EN LENGUA Y LITERATURA ALEMANAS

TRABAJO DE FIN DE GRADO

CURSO 2017/2018

TÍTULO:

**LA CARTELERÍA COMO FORMA DE PROPAGANDA
Y ADOCTRINAMIENTO EN LA ALEMANIA NAZI.**

AUTOR/A: CAROLINA MARTÍNEZ SÁNCHEZ

Fecha:

VºBº del Tutor:

Firma:

Firma:

Índice

1. Introducción	3
2. El arte alemán: entre lo puro y lo degenerado	5
3. Trabajo creador durante el Tercer Reich. Relación del arte con la política: la construcción orgánica	6
4. La cartelería del Tercer Reich: Estructura, significado y análisis de los carteles	7
5. Análisis de la cartelería nazi	9
5.1. Carteles de enaltecimiento	9
5.2. Carteles de propaganda electoral	11
5.3. Carteles de integración	14
5.4. Carteles racistas y discriminatorios	25
6. Conclusión	32
7. Bibliografía, publicaciones electrónicas y videografía	34

1. Introducción

Si echamos la vista atrás, todos tenemos una idea sobre las consecuencias del Nazismo en el mundo, especialmente en Europa. Pero ¿cuáles fueron los factores que contribuyeron a la consolidación del Tercer Reich? La noción de masa social cobra relevancia en este sentido. La influencia de Le Bon en el *Führer* se ve reflejada en *Mi Lucha* especialmente en dos aspectos: el que solamente por ser miembro de un grupo se genera una especie de alma colectiva que repercute en el comportamiento de los individuos, que comienzan a actuar de manera distinta a cómo lo harían de forma aislada. También la necesidad de tener en cuenta que carecen de capacidad y espíritu crítico. Es aquí donde se encuentra la justificación de que deben ser guiadas por un líder carismático (Hitler 2016: 269).

El hecho de que al mismo tiempo una buena parte de los dirigentes nazis tuvieran, de una u otra manera contacto con el arte, facilitaría que las ideas nacionalistas tuvieran una difusión con mayor posibilidad de éxito.

El objetivo principal de este trabajo quiere responder a estas cuestiones a través del análisis del papel que jugó la cartelería como medio de difusión de propaganda teniendo en cuenta su importancia decisiva en el proceso de adoctrinamiento.

T.A. Van Dijk argumenta que los receptores de este tipo de información en mensajes visuales o escritos, debido a su papel pasivo, no son capaces de comprender las intenciones, o de adivinar las consecuencias de las creencias o acciones que defiende el poder (Van Dijk 2006: 49). En este sentido, el poder utilizará con fines persuasivos determinados recursos simbólicos tratando de institucionalizarlos en la vida cotidiana. Goebbels, ministro del Reich para la Ilustración Pública y Propaganda, impulsó una serie de técnicas comunicativas dirigidas a la persuasión, adoctrinamiento y manipulación tanto en los medios de comunicación de masas como en todas las disciplinas artísticas en beneficio de la ideología nacionalsocialista.

Durante el Tercer Reich se aplicaron principios como el de autoridad, del enemigo único, de vulgarización, de unanimidad, el de inclusión-exclusión, el de orquestación, de verosimilitud, de trasposición o del silencio que, unidos al uso de estereotipos, de léxico negativo para desacreditar y argumentos particularmente infantiles y la repetición de fórmulas pegadizas y juegos de palabras, facilitaron la asimilación del mensaje nazi.

La manipulación iba dirigida sobre todo al control de las representaciones sociales, que son las que controlan el comportamiento y actuación de los individuos en muchas situaciones y a la vez bloquean el sentido crítico.

El presente trabajo no estudia la historia del arte, ni géneros, estilos o materiales del Tercer Reich, más bien tiene como propósito profundizar en cómo las expresiones artísticas, van más allá de prácticas o disciplinas llevadas a cabo por diferentes artistas en un momento dado.

Las fuentes empleadas para llevarlo a cabo son primarias, al citar directamente a Hitler o Goebbels; y secundarias, al citar a autores que, ya bien en la época como Klemperer, o posteriormente como Rosa Sala Rose escribieron sobre esta época. Las fuentes textuales también son tomadas en consideración como en *Mein Kampf*, orales como en discursos, información procedente del tour del Berlín del Tercer Reich, la Topografía del Terror de esta ciudad también, de exposiciones como la de Auschwitz de Madrid, de la fábrica de Schindler de Cracovia, así como de los museos memoriales de Sachsenhausen, Dachau y Auschwitz.

A través de las páginas y partiendo de la base de que todas las manifestaciones artísticas poseen una impresión sensorial y un acto comunicativo capaces de legitimar el poder político e incluso cambiar el comportamiento de los individuos y posicionándolos, continuaré presentando lo que los nazis consideraron arte puro y lo que se catalogó como arte degenerado a fin de introducir el análisis de la cartelería que inundó las calles de Alemania durante el Tercer Reich.

Son tres pasos los que sigo en este proceso: en primer lugar muestro la imagen de los carteles, ofreciendo datos identificativos como el nombre, la fecha conocida de su creación, la traducción del texto que acompaña a la representación, así como la página web de la que fue extraída. Posteriormente, procederé a destacar los elementos más significativos de cada una de las muestras para unirlas con el entorno en el que fueron creadas. Es precisamente para concluir este análisis para lo que me apoyo en los hechos históricos que explican lo que los carteles reflejan claramente o de una manera más subliminal.

Estas láminas han sido seleccionadas atendiendo al criterio temático que organiza la cartelería de la propaganda nazi. La selección se hace conforme a su valor representativo y de ejemplificación para la caracterización de cada uno de los tipos de carteles con el fin de facilitar el objetivo final del trabajo: la explicación de cómo el arte fue una herramienta fundamental para el adoctrinamiento de la población.

2. El arte alemán: entre lo puro y lo degenerado

Durante el Tercer Reich, el Ministerio para la Ilustración Pública y Propaganda se dedicó a controlar y censurar todas las disciplinas artísticas y culturales y a orientarlas hacia la sincronización, nazificación y arianización.¹

Se establecieron unos cánones propios que trataron de establecer la identidad nacional de la raza aria en los que estaba muy definido lo que formaba parte y lo que era amenazante, lo que se llamó “arte puro” y “arte degenerado”, respectivamente.

Para Hitler el arte puro se lleva en la sangre, encuentra su fundamento en el pueblo, debe ser eterno, por lo que debe ser duradero y grandioso y es necesario que sea entendido por un amplio público. En el arte puro de carácter tradicionalista, ensalza las tradiciones y los temas populares relacionados con la naturaleza muerta, los paisajes alemanes, la familia y la vida campesina.

Para el Nacionalsocialismo, el arte degenerado iba en contra del desarrollo del espíritu del pueblo alemán y de su cultura, y será tachado de primitivo, distorsionado, indescifrable e incluso realizado por una raza inferior (Gil 2016).

El Tercer Reich censuró y desprestigió todas las manifestaciones artísticas y exposiciones que no fueran aceptadas por el Régimen.

¹ Son numerosas las referencias que Víctor Klemperer hace sobre este término durante su obra *La lengua del Tercer Reich*. Explica, en ellas, que lo que los nazis pretendían era “devolver la pureza a la sangre de los antepasados y “nordificar” (Klemperer: 2016: 328).

3. El trabajo creador durante el Tercer Reich. Relación del arte con la política: la construcción orgánica

Por un lado, la producción de todas las disciplinas artísticas debía emplearse en favor del Estado y la nación. Por otro lado, desde el poder político se llegaría a la instrumentalización del propio hombre como creación productiva y orgánica⁴, que en todos los aspectos de su vida pondrá su talento al servicio de la perpetuación de la raza que, elaborada a partir de un pasado común llevaría a una imagen futura: un ideal basado en la raza aria.

Bajo este supuesto, el hombre sería capaz de sacrificarse y dar sentido a su existencia, ya que no hay creación artística más noble que la eternidad de la raza a través del ideal nórdico. Aquí se encuadraron todas las políticas natalistas como el decreto del 28 de octubre de 1935 sobre el matrimonio biológico o los *Lebensborn*², y de esta forma el arte y la raza tendrían relaciones recíprocas. Pero la construcción orgánica que llegó al hombre, pasó también por las autopistas, la ingeniería mediante la creación de bocetos para vehículos, el lenguaje... ya que se pretendía la remodelación de la arquitectura de toda Alemania.

Se trató de persuadir y manipular las actitudes y los sentimientos de toda la población a través de las técnicas señaladas en el apartado anterior y a favor de esa construcción orgánica, para lo que el Régimen consideró necesario el trabajo y la movilización de la población en su totalidad: trabajadores, soldados, hombres, mujeres, niños etc.

² *Lebensborn* es el nombre por el que se conoce al programa mediante el cual el Régimen nazi promovió la natalidad. (García 2014)

4. La cartelería del Tercer Reich: estructura, significado y análisis de los carteles

De todas las artes, quizás sean las artes gráficas: grabados, fotografías, cómics y sobre todo la cartelería, la que tiene un carácter más popular, llegando de forma sencilla y eficaz a toda la población.

Aunque la función del cartel hasta la Primera Guerra Mundial fue sobre todo expresiva y estética, fue a partir de los años 20 cuando los diseñadores gráficos dieron un giro al cartel convirtiéndolo en un medio de difusión de masas utilizado con fines ideológicos, publicitarios e incluso políticos: “De la misma manera como en el supuesto del cartel, su misión es llamar la atención de la masa y no enseñar a los cultos (...) su acción debe estar cada vez más dirigida al sentimiento y solo muy condicionalmente a la llamada razón” (Hitler 2016: 117).

El partido nacionalsocialista, en un marco social e histórico de crisis, fue el emisor de los carteles que se analizarán en este trabajo. Sus mensajes están contruidos sobre una ideología y están orientados a producir un cambio en el receptor de los mismos, hacia unas políticas determinadas.

En unos casos lo que se buscaba fue que el receptor votara en las elecciones a un determinado partido o se predispusiera para algún tipo de lucha social o política.

En este caso, el objetivo principal de las imágenes no fue la reproducción de la realidad, sino atraer al receptor hacia un mensaje unidireccional a fin de promover unos comportamientos determinados.

Como se verá, en los carteles el mensaje lingüístico suele ser corto, apenas una frase, y en ellos se emplearon tipografías diferentes dependiendo de la importancia que se les quisiera atribuir.

Respecto al tipo de letra, debe señalarse que el 3 de enero de 1941 Martin Bormann, secretario de Hitler, prohíbe mediante una circular el uso de la *Frakturschrift* a favor de los caracteres latinos, la *Antiqua*, que desde entonces se conocerá como *Normalschrift* al enterarse de su derivación del Schwabach de origen hebreo (Arilla 2014).

Se verá su forma estética, cuáles son las características de los elementos u objetos que se encuentran en la imagen y el texto como tal, como el color, tamaño, situación en el espacio, posiciones, figuras, animales y otras piezas (banderas, cruces...).

En el significado connotativo, se ve cómo esas imágenes están influenciadas por un contexto social, cultural y simbólico determinado en función del cual se le va a aplicar un significado. En este caso, la bandera se identificó con el amor a la patria, y la esvástica, con la misión de luchar por la victoria del pueblo ario.

En cada uno de los carteles se buscarán los elementos estéticos y comunicativos uniéndolos a otros factores como los históricos y sociales que darán cuenta de la importancia del arte en la propaganda política.

5. Análisis de la cartelería nazi

5.1. Carteles de enaltecimiento

Este tipo de carteles estuvo destinado a ensalzar las virtudes del Régimen. Es en ellos donde se concentra un mayor número de elementos simbólicos referentes al nacionalsocialismo como el águila, las esvásticas, banderas, la figura del líder y el culto a su personalidad. Estos elementos provocaron un sentimiento de unidad y sacrificio por el pueblo.



Figura 1: ¡Viva Alemania! (1936)³

En este cartel se expresa claramente el principio de autoridad, presentando al líder como un ser excepcional. Se centra sobre todo en el carácter emocional y concentrar casi todo el espacio con figuras con fuerte representación simbólica. Se apela a símbolos que tienen que ver con la divinidad y la tradición.

En la imagen central, lugar donde se coloca la idea principal, vemos la imagen de Hitler que levanta el brazo derecho sujetando un estandarte con la esvástica.

³ Traducción propia para el texto que acompaña la imagen. (Palomino 2007)

En la parte superior un águila planea bajo los rayos del sol, este simboliza “el despertar de una nueva vida nacional” (Sala Rose 2003: 353), y el hecho de que cubra al Führer con su luz tratará de ligarle con la energía vital.

El águila, dentro de la vida animal es el ave capaz de volar más alto, simbólicamente se asocia al sol, fuego, y a la luz. Representa el poder del Estado, siendo las garras y el pico sus mecanismos de defensa. En relación a la posición que ocupa, es la misma que la de la paloma en la iconografía cristiana, en el triángulo que representa a la Santísima Trinidad. Esto nos da la idea de atribución de poderes extraordinarios, identificando lo divino en la figura humana del líder.

Hitler en *Mi Lucha* interpretaría los colores de la bandera, viendo “en el rojo el pensamiento social del movimiento, en el blanco el nacionalista y en la esvástica la misión del combate por la victoria del hombre ario, y también la victoria del trabajo productivo, que es y será eternamente antisemita” (Sala Rose 2003: 130).

El color negro de la esvástica muestra contundencia y carácter intimidador y el círculo blanco sobre el que destaca representa la luz y la pureza.

La esvástica o cruz gamada fue un símbolo mágico utilizado tanto en la esfera antropológica como esotérica. Tenía un gran prestigio al tener una tradición milenaria (se le estimaba una antigüedad de doce mil años) y fue adoptada por el partido nazi en 1920.

En este cartel vemos cómo el pasado se puede conectar con el presente a través de formas religiosas. De este modo puede apreciarse que: “Los remanentes de la religión de otros tiempos neutralizados y vaciados de cualquier contenido son puestos al servicio del comportamiento ritual fascista”. (Adorno 2005: 17).

En la parte inferior, numerosos individuos que portan banderines van vestidos de la misma forma, uniformados. Esto apelaría al principio de unanimidad y al de conectividad.

El texto, en la parte baja, enfatiza lo descrito en su idea de lucha por la nación: “¡Viva Alemania!”

5.2. Carteles de propaganda electoral

Buscando los votos de todos los sectores de la población aparecen este tipo de carteles en los que mediante frases simples buscan provocar en el pueblo el sentimiento de que el partido nazi y en particular Hitler, supondrán la solución a sus problemas e incluso su salvación.

El mensaje de este tipo de carteles, puede tomarse como verdadero al ser fácilmente reconocible e identificable no sólo la imagen sino también el texto y asociarse al partido.

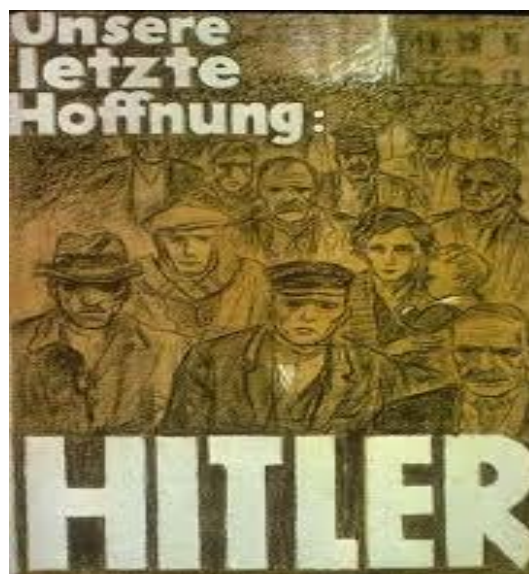


Figura 2: “Nuestra última esperanza, Hitler” (1932)⁴

En este cartel se observa todo un espacio abarrotado de individuos desolados. Por sus vestimentas podrían abarcar diferentes clases sociales, sexos y edades. No se aprecia movimiento y la tonalidad empleada da como resultado una apariencia lúgubre.

Ante la uniformidad del fondo, la luz y grosor de la palabra “Hitler”, en mayúsculas, llama la atención del receptor. El mandatario sería “nuestra última esperanza”.

⁴ Traducción propia del texto de la imagen. (Palomino 2007)

Hace referencia a las duras condiciones que el Tratado de Versalles impone a Alemania y a la grave crisis que esto conlleva al verse obligada a pagar una deuda de trescientos mil millones de marcos, a la reducción de efectivos militares a cien mil, así como a la cesión de territorios estratégicos clave para una posible recuperación económica etc., por salir perdedora de la Primera Guerra Mundial y, por tanto, serle atribuidos los costes de reparación (Instituto Ibero-Americano de Derecho Comparado 1920: 24).

Económicamente hablamos de una Alemania inestable, endeudada y con una grave inflación, lo que se traduce en una tasa de paro desorbitante e incontrolable. El sentimiento de humillación y la pobreza en aumento hará que los individuos busquen un culpable y se aferren a cualquier solución posible, por eso Hitler se presenta como la última esperanza para la población, sobre todo para el proletariado y las clases medias.



Figura 3: “Nosotros trabajadores estamos despiertos. Nosotros votamos Nacionalsocialismo. Lista 2.” (1932, Felix Albrecht)⁵

Estamos delante de un cartel de las elecciones al Parlamento de 1932. Destacan los colores blanco, rojo y gris. Destaca la figura principal del ideal de hombre ario. Podemos visualizar el ideal de hombre ario de grandes dimensiones y mandíbula granítica. La manga arremangada y un brazo musculoso permiten ver su fortaleza. La postura en la que se encuentra, la mirada retadora, así como el puño cerrado muestran una actitud desafiante ante las personificaciones

⁵Traducción propia. Fuente de la imagen: (Belenger 2017))

de los que el Nacionalsocialismo consideró sus enemigos: socialdemócratas, judíos, comunistas y católicos (de izquierda a derecha).

A continuación analizo los personajes presentes en esta imagen:

1. El comunista ataviado con una gorra roja sostiene un cartel que dicta: Barones de Hitler /Decretos de emergencia/ campañas de difamación y calumnias / Los peces gordos en el tocino / el pueblo en la miseria//. Hitler señala el 10 de mayo de 1933 que “en el marxismo vemos al enemigo de nuestro pueblo, al enemigo que aniquilaremos, que exterminaremos hasta la última raíz, consecuentemente inexorable” (Hitler, 1933: 47)
2. Al judío susurrándole al oído se le dibuja como controlador del capital.
3. El socialdemócrata presentado a su vez como enemigo del pueblo, al votar en contra, en 1933, de la *Gesetz zur Behebung der Not von Volk und Reich* (ley habilitante) y que permitía a Hitler y a su gabinete promulgar leyes sin la aprobación del Parlamento, modificando, si fuera necesario, la aún vigente Constitución de Weimar. Ese mismo año, el partido socialdemócrata (SDP) fue prohibido en los dominios de Hitler, aunque siguió trabajando desde el exilio.
4. Entre las piernas del ario se halla Heinrich Brüning, canciller de Alemania entre 1930 y 1932, alzando un cartel en el que reza el número 48 que hace referencia al artículo 48 de la Constitución de Weimar que permitía al Presidente del Parlamento adoptar medidas de emergencia bajo ciertas circunstancias. Se entendía que este poder incluía la promulgación de “decretos de emergencia” (en alemán *Notverordnungen*). A pesar de que en su origen se esperó que solo fuera empleado en casos excepcionales, la realidad fue diferente. El socialdemócrata Friedrich Ebert lo usó en hasta 136 ocasiones aunque sería con Brüning y su propuesta de reforma financiera, que aumentaría los impuestos y los recortes de gasto público, cuando un proyecto rechazado por el Reichstag sería hecho ley posteriormente, gracias a este artículo.

En la parte superior del cartel y sobre una hilera de maquinaria de construcción se sitúa, imperante, una esvástica símbolo por excelencia del nazismo (ya mencionada en la primera imagen).

Tras la grave crisis económica social y política, el partido nazi ganó las elecciones de 1932 con un 37% de los votos.

5.3. Carteles de integración

Recurriendo al aspecto emocional, los mensajes fueron dirigidos, a la demanda de cooperación de distintos colectivos en reconocimiento de la identidad nacional.

Se facilitaron y legitimaron políticas familiares, educativas, laborales, económicas y actuaciones dirigidas a la reproducción de la raza, al espacio vital...entre otros.

La imagen se aleja de la ofrecida en los carteles electorales donde se mostraba una sociedad desolada.



Figura 4: “Tus compañeros necesitan tu consejo. Alístate en los grupos municipales.”⁶

La fuerte carga simbólica y el claro aspecto emocional, mediante la utilización de mitos y símbolos que tienen significado cultural serán sus principales características de los carteles como este.

En la mitad izquierda la letra del alfabeto rúnico que se identifica con la vida le da el carácter mágico, se apoya en la existencia de una raza luminosa que habría sido contaminada por las mezclas raciales y de sangre. Esta letra atraviesa la palabra *Lebensborn*.

⁶ Traducción propia. (Contreras 2008)

Klemperer señala cómo en las notas necrológicas de los periódicos del Tercer Reich era frecuente que la runa *Madr* o runa de la vida apareciera en el lugar del tradicional asterisco para indicar la fecha de nacimiento de un difunto, y la forma inversa como testimonio del fallecimiento, como la cruz latina (Kemplerer 2001: 109)

El carácter integrador y el principio de reciprocidad entre la población y el poder del Estado se muestra en varios espacios de la imagen: en la mitad derecha, cuando una comunidad de individuos que pretenden representar la raza aria son arropados por un gran águila; y en la esquina superior izquierda, cuando se afirma que “el partido nacionalsocialista asegura la comunidad del pueblo”.

Más abajo y centrado, el texto refuerza la imagen “los compañeros del pueblo necesitan su consejo y ayuda. Por eso, alistaos en los grupos municipales” se vuelve a insistir en la necesidad de colaboración entre el Estado y el pueblo.

El color rojo es el color de la sangre. Simbólicamente la sangre es un elemento fundamental ya que es la portadora de la raza. El mito de la sangre (como sacrificio) se heredó desde la doctrina cristiana al nazismo y será utilizado en numerosas ocasiones, como la bandera “de la sangre”, la orden “de la sangre” e incluso como señalara Adorno “el asesinato quedará vestido de una aureola sacramental” (Adorno 2005: 19).

Para Hitler, lo que determina la pertenencia a la comunidad es la sangre y no la lengua o cultura común. Tanto él, como Julius Streicher⁷ señalaron la supuesta intención de los judíos de contaminar la raza. “Se debe esperar de la mujer un retoño más sano de los que actualmente nacen ya contaminados” (Hitler 2016:162).

El fortalecimiento de la raza se llevaría a cabo a través del Programa *Lebensborn*. En Alemania se establecieron 35 centros destinados a la fecundación y reproducción de los individuos racialmente más idóneos (generalmente de las S.S.). Al principio de la guerra se buscó que mujeres solteras tuvieran hijos con soldados. Para ello el gobierno organizó fiestas e incluso facilitó el ocultamiento, promovió la manutención de mujeres embarazadas o la posterior adopción de sus hijos. Mediante ese programa nacerían más de 15.000 bebés.

Otras actuaciones y leyes que se legitimaron a través este cartel son, entre otros: la obligatoriedad nacional de los “racialmente aptos” de casarse y tener hijos, tras la aprobación

⁷ Julius Streicher fue un reconocido militar nazi que llegó a ser editor del periódico *Der Stürmer*, de la misma ideología.

de la Ley de Salud Marital de octubre de 1935 y los embarazos de las 900 jóvenes pertenecientes a la Unión de Jóvenes Alemanas, tras el gran mitin de Núremberg de 1936.



Figura 5: “Alemania, ¡tus colonias!” (1938) ⁸

Destaca sobre todo la claridad de su mensaje, y la representación de solo unas pocas figuras y una gran extensión de terreno. Al observarlo, los receptores no tienen que hacer un gran esfuerzo por entenderlo.

A un lado del cartel se ve un águila con las alas desplegadas, sobre un montículo mirando el horizonte, sobre ella una bandera con la esvástica mientras que en el resto del cartel se ve únicamente un paisaje desértico.

Durante la Primera Guerra Mundial, Alemania perdió casi la totalidad del territorio colonial. Para el Nacionalsocialismo siempre estuvo presente su recuperación e incluso llegó a promover la idea de la Gran Alemania mediante la conquista de nuevos territorios como Hitler afirmó: “La amplitud territorial, en sí misma, supone ya la base para la fácil conservación de la libertad y de la independencia de un pueblo” (Hitler 2016: 91).

⁸ Traducción propia. (Threepwood 2015)

El nacionalsocialismo, en el concepto de “espacio vital”, disfrazará su política de expansión territorial (que se observa en la posición de las alas del águila) bajo la necesidad de acomodar los excedentes de población y asegurar su futuro.

Hitler incorporaría en su programa el concepto de “espacio vital” gracias a Karl Haushofer⁹, profesor de Rudolf Hess¹⁰. Para este existía una

Interrelación ineludible entre las imposiciones geográficas y la actuación política. La extensión del espacio vital que precisa una nación vendría determinada en primera instancia por la densidad demográfica, así como por el tipo de interrelación mantenido entre el hombre y el espacio. (Sala Rose 2003: 112)

⁹ Karl Haushofer fue profesor de la Academia de Guerra de Baviera. Posteriormente se dedicó al estudio de la geografía política. Debido a su matrimonio con una mujer judía, su vinculación al partido nazi se vio truncada, aunque puso a su disposición su saber sobre geopolítica. Fue un privilegiado de Rudolf Hess (como posteriormente lo fue su hijo), por el que fue protegido hasta su huida a Escocia.

¹⁰ Rudolf Hess participó en 1923 en el *Putsch* de Múnich, un golpe de Estado fallido y por el que acabaron presos algunos de los futuros dirigentes nazis. Durante su estancia en la cárcel, colaboró con Hitler en la redacción de *Mein Kampf*. Tras el ascenso al poder del partido nazi, Hess fue adjunto del dictador y ministro sin cartera. Se encargó de la organización de los Juegos Olímpicos de Berlín de 1936.



Figura 6: “Oficiales del mañana.” (1940) ¹¹

En este cartel vemos en primer plano un joven, y en segundo plano, un oficial militar. Ambos se encuentran suspendidos entre las nubes y el sol.

A partir de 1920, muchos de los mensajes de propaganda fueron dirigidos a la juventud. Las asociaciones juveniles y de estudiantes existieron antes de la llegada del Tercer Reich aunque no tenían conexiones con la política. El nazismo, apoyado en que el futuro de la raza y en que los cambios en la historia procederían de la juventud, utilizó el desencanto producido tras la derrota de la guerra para involucrar a los jóvenes en el sentimiento de pertenencia a la comunidad nacional.

El adoctrinamiento partió de las escuelas, en ellas se inculcó la fe en la nación, el sentimiento racial, la necesidad de la pureza de la sangre y se ensalzó el Principio de Autoridad (en todas las aulas se mostraba un retrato de Adolf Hitler, y se les enseñó el saludo “Heil Hitler”), además de enseñarse lo que se consideraba bueno y lo que se había de rechazar por ser indeseable : se utilizaron juguetes para estimular el militarismo, y para inculcar el antisemitismo se emplearon cuentos cargados de estereotipos del judío, juegos de mesa, y diapositivas educativas antisemitas.

Un componente clave del entrenamiento de la Juventud Hitleriana era la devoción a Adolf Hitler. Es curioso cómo el 20 de abril, día de su cumpleaños, le juraban lealtad y prometían servir a la nación a su líder como futuros soldados. Los rituales, como las grandes

¹¹ Traducción propia. (Deutsches historisches Museum 1940)

concentraciones y fiestas, sirvieron para estimular la instrucción política, las creencias, el pensamiento y las acciones de la juventud fomentando la idea de comunidad nacional. Las exhibiciones públicas les animaban a perder su individualidad a favor de los objetivos del colectivo.

El propósito original de la Juventud Hitleriana, fundada en 1926, fue entrenar a los niños para el ingreso a las SA (Tropas de Asalto), una formación paramilitar del Partido Nazi. Sin embargo, después de 1933, fueron preparados para servir como soldados en las Fuerzas Armadas o en las S.S.

Una de las iniciativas del Tercer Reich fueron las 28 *napolas* (NPEA) (Sala 2009). Se crearon a partir de mayo de 1933. Fueron escuelas de educación nazi dirigidas a una minoría selecta, las mejores mentes y las racialmente más puras, elegidas para ser los futuros dirigentes militares y políticos. En principio fueron costeadas por el Ministerio de Educación y en 1933 pasaron a depender de las SS.

La utilización de la juventud por el partido nazi se puso de manifiesto cuando en 1944 se reclutaron a menores de 16 años para defender al Reich cuando los ejércitos aliados cruzaron la frontera alemana (tropas de asalto populares). La importancia de la juventud será puesta de manifiesto por Hitler en numerosas frases como en 1934 en el discurso “El triunfo de la voluntad” en Núremberg.



Figura 7: “Fondo de invierno. ¡Un pueblo se ayuda a sí mismo!” (1941)¹²

Las figuras representan una familia aria ideal. Sus rasgos pretenden ser paradigma de perfección tanto en su fisonomía como en las funciones o roles que cada uno debe cumplir. El varón, serio y fuerte. La mujer, “la buena alemana”, encargada de procrear alemanes puros de sangre, en ella destaca el gesto sonriente aporta la ternura hacia sus hijos y su labor de madre en el hogar. El hijo mayor también aparece representado con semblante serio y con el uniforme de las Juventudes Hitlerianas. Cada una de las partes conforma un todo en el sentido de la identidad y el patriotismo prestando servicio a la nación.

Este cartel fue utilizado para promocionar la campaña “Auxilio de Invierno al Pueblo Alemán”. Aunque este programa se estableció en 1931 por Heinrich Brüning, Hitler se atribuiría su creación. En septiembre de 1933 inauguraría la “Primera Acción de Invierno contra el Hambre y el Frío”, que funcionaría hasta 1945. Durante los meses de octubre a marzo se distribuirían productos de primera necesidad como alimentos, ropa, carbón, entre otros productos a los alemanes más necesitados. Este programa fue muy utilizado por la propaganda nazi, como muestra de las políticas sociales del régimen nazi.

Hay que señalar que mediante este cartel se solicitaba la colaboración de la población en las donaciones. Este cartel, aparentemente familiar y acogedor, esconde prácticas con el fin de

¹² Traducción propia. (Lupulox 2011)

asegurarse que todo buen ciudadano alemán contribuyese con el fondo. Algunas fueron organizar comidas una vez al mes en las que se servía un solo plato y se cobraba el menú completo. La diferencia iba destinada a este fondo.

Las personas que no colaboraban o daban poco eran víctimas de violencia callejera, de presiones mediante notificaciones para recordarles su desinterés e incluso tenían que ser protegidas por la policía. Se animaba a denunciar y censurar a vecinos, e incluso a los familiares, con el fin de que todos cumpliesen con su deber ya que podían hasta perder sus puestos de trabajo si eran denunciados por otros compañeros. Aquellos que denunciaban conseguían convertirse en personas fiables para el Régimen.

También se llegó a realizar un documento que se exponía en ventanas y puertas de las personas que habían donado para mostrar a la población quién colaboraba y quién no. Hay que señalar que esta propuesta logró movilizar a un millón y medio de voluntarios, muchos procedentes de las organizaciones juveniles nazis.

El matrimonio y la vida familiar fueron tenidos muy en cuenta en las políticas del Tercer Reich. Una de las primeras medidas que se tomaron como apoyo a la estabilidad de la clase media y obrera y en apoyo a la familia fue, el 1 de junio de 1933, la Ley de Reducción de Desempleo. Esta medida produjo la salida de la mujer del mercado laboral, lo que propició la entrada de hombres parados. Esa misma ley estableció el préstamo matrimonial que equivalía a la paga de cuatro meses del salario medio (cuya cuarta parte podía ser cancelada por cada hijo que naciese), préstamos a parejas recién casadas para amueblar el hogar, cupones canjeables si la mujer no trabajaba e incluso se llegaron a conceder medallas que en función del número de hijos: de bronce, plata y oro (4, 6 y 8 hijos respectivamente) el día del cumpleaños de la madre de Hitler (el 12 de agosto) o la Cruz de Honor. Estas ayudas solo se concederían a los racialmente puros (bajo control médico). Desde la Asociación Nacionalsocialista de mujeres se facilitaron cursos de cocina, costura y cuidado de los recién nacidos.

Existieron otras ayudas por hijos, como reducciones de impuestos o en las facturas de los suministros de luz y agua, ayudas para uniformes escolares además se concedieron viviendas sociales a las familias numerosas.



Figura 8: “Tú eres el frente” ¹³

Se asocia la clase obrera trabajadora con el frente. Todos trabajan, desde diferentes oficios y funciones, en favor de la nación. Encontramos el refuerzo de su “construcción orgánica” y la necesidad de eliminación de clases sociales en favor de un objetivo común por el que es necesario la movilización de todos.

Ante el Parlamento, el 23 de marzo de 1933 Hitler hizo un llamamiento al pueblo alemán señalando la necesidad de defender la nación y reavivar la economía y el bienestar social, ante la miseria y el desempleo. En este discurso implicó a todos los ciudadanos independientemente de su género, clase social, profesión o nivel cultural.

Las medidas propuestas por el nacionalsocialismo en un momento en el que el pueblo no veía ninguna salida a la situación económica, consiguió convencer a los obreros y a la clase media. Adorno plantea que para tener éxito era necesario contar con el apoyo de la masa y ello no solo se consigue mediante el miedo, sino con la cooperación activa de la gran mayoría de la gente (Adorno 2005: 177).

En 1932 los desempleados ascendían a seis millones, mientras que cuatro años después se registrarían menos de un millón, la renta nacional se duplicó y la producción se incrementó al 102%. Para conseguirlo, el partido Nacionalsocialista emprendió proyectos de obras públicas,

¹³ Traducción propia. (Threepwood 2015)

intervino en la política económica y en los mercados financieros y dio prioridad a la producción de ciertos bienes frente a otros.

A finales de 1934 la economía quedó sometida a la guerra, centrándose en el rearme y los gastos de defensa, lo que iba en contra de lo que se estableció en el Tratado de Versalles (1919)

La Ley Nacional del Trabajo (1934) disolvió los sindicatos (que fueron reemplazados por el Frente Alemán del Trabajo al que debían pertenecer todos los obreros), prohibió las huelgas, aumento la protección de trabajador frente a despidos y elevó el status del trabajador.

Se aprobaron medidas dirigidas a reducir el paro juvenil, como el control de la formación profesional para conseguir mano de obra cualificada. Se les preparó hacia aquellos oficios que consideraban más necesarios para la patria como fueron la industria del acero y del metal, y realizaron trabajos manuales en los batallones de trabajadores.

El Programa del Servicio Estatal para el Trabajo (julio de 1934) sirvió como plan de impulso económico, llevándose a cabo proyectos civiles, militares y agrícolas y de apoyo al desarrollo militar. En este sentido su ayuda fue decisiva para la provisión de víveres y municiones al frente de combate, así como en la reparación de caminos, puentes, pistas de aterrizaje, o protección de puntos estratégicos. Incluso como vía de reclutamiento para el combate.

Destinadas a la economía de guerra fueron las escuelas de FP de las SA donde se proporcionó la formación especializada necesaria en el sector metalúrgico a jóvenes incluso menores de 17 años con el objetivo de que trabajaran en los astilleros de la Marina de Guerra. Estas escuelas fueron muy bien aceptadas por las empresas de estos sectores que con el fin de responder de forma rápida y eficaz a las demandas de la industria bélica necesitada de trabajadores bien formados.

Por último, es preciso señalar que el Tercer Reich desde 1938, impuso trabajos forzados a los judíos para obtener ganancias económicas y satisfacer la necesidad de mano de obra. Esto se intensificaría en 1942. Desde los campos de concentración se hicieron trabajos para fábricas de caucho o en los guetos como el de Lodz donde se establecieron 96 plantas y fabricas que producían materiales de guerra.

Para los judíos, la capacidad de trabajar a menudo significó la posibilidad de sobrevivir después de que los nazis empezaran a llevar a cabo la “solución final”. Los judíos

considerados como incapaces para trabajar fueron los primeros en ser fusilados o deportados. En territorios conquistados por la guerra se deportaban civiles para hacer trabajos forzados en granjas o en fábricas alemanas, como fue el caso de los prisioneros soviéticos.

5.4. Carteles racistas y discriminatorios

Bajo la regla de la desfiguración y del enemigo único estos carteles se apoyaron en la necesidad de volcar el odio de la nación ante seres que se consideraba que debían ser exterminados por su carácter impuro. Se les presenta bajo una imagen físicamente desfigurada, y se les deshumaniza y se les presenta como alimañas u otros animales portadores de enfermedades. Con ello se tratará que esa imagen sea interiorizada y al final se le atribuya la idea, por un lado, de inferioridad de esa raza y, por otro, de culpabilidad, como enemigo único que va a ser el causante de todos los males de la sociedad alemana. Muestra de ellos es la siguiente afirmación:

La mayor y más profunda de las causas que determinaron la ruina del Imperio residía en el hecho de no haber reconocido oportunamente la trascendencia que tiene el problema racial en la evolución de los pueblos. Todos los acontecimientos de la vida de las naciones no son obras de la casualidad, sino consecuencias naturales de la necesidad imperiosa de la conservación y de la multiplicación de la especie y de la raza. (Hitler 2016: 179).

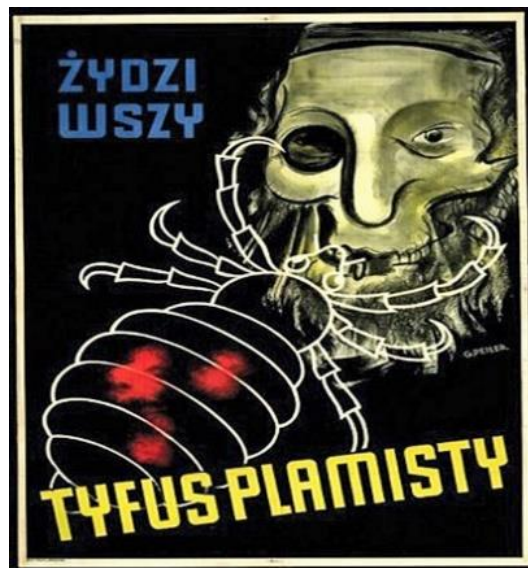


Figura 9: “Los judíos son piojos que transmiten el tifus”.¹⁴

“Si la naturaleza desea poco la asociación individual de los más débiles con los más fuertes, menos todavía la fusión de una raza superior con una inferior.” (Hitler 2016: 182)

¹⁴ Traducción propia. (Sierra 2015)

En este cartel escrito en polaco, se visualiza un parásito que ha consumido a una persona, de la que ya apenas queda la calavera. Es un cartel muy oscuro en el que solo resaltan las palabras “tyfus plamisty”, en español “transmisor de tifus”.

Para Hitler la mezcla de razas tendría como consecuencia el retroceso de la raza más fuerte y la regresión física e intelectual. Por ello, sería necesario depurar la sangre aria de los componentes ajenos a ella.

Hitler continuamente en mi lucha le presenta como a un parásito “que absorbe traidora e insidiosamente la energía vital de su anfitrión ario” llegando a afirmar también que: “tres parecen ser los principales sacrilegios de los judíos contra la sangre aria: absorberla, verterla y contaminarla”. (Sala Rose 2003: 330). En Mi Lucha se habla de los judíos como:

El judío es y será siempre el parásito típico, un bicho, que, como un microbio nocivo, se propaga cada vez más, cuando se encuentre en condiciones adecuadas. Su acción vital se parece a la de los parásitos de la Naturaleza. El pueblo que le hospeda será exterminado con mayor o menor rapidez. (Mi lucha 2016: 193).

Para Hitler el espíritu de sacrificio dispuesto a arriesgar el trabajo personal, y si fuera necesario la propia vida en servicio de los demás, se encuentra más desarrollado en la raza aria, y el sacrificio en los judíos solo es aparente. Él manifiesta que aunque ellos fueran los únicos habitantes del mundo, tratarían de exterminarse entre ellos. (Hitler 2016: 189)

La Ley para la Protección de la Sangre y el Honor Alemanes y otras ordenanzas secundarias establecieron muchas de las teorías raciales propuestas por la ideología nazi. Estas fueron difundidas por Julius Streicher en el periódico Der Stürmer, tratando de convencer a las masas de que el judío era una lacra social que debía ser “extirpada como un tumor cancerígeno”. De acuerdo con lo establecido en ellas a cualquier persona que tuviera tres o cuatro abuelos judíos fue definida como judía, se le negó la ciudadanía alemana, se le prohibió casarse o mantener relaciones sexuales con personas de “sangre alemana o afín.” Esto se aplicó posteriormente, en noviembre, a los romaníes (gitanos), los negros o sus

descendientes. Se les inhabilitó para votar y se les privó de la mayor parte de los derechos políticos, como ondear la bandera nacional del Reich o lucir los colores nacionales.

Durante los Juegos Olímpicos de 1936, se moderaron los ataques e incluso se retiraron algunos de los carteles que decían "no se aceptan judíos" de los lugares públicos, por temor a las críticas internacionales o un posible traslado de los juegos a otro país y teniendo en cuenta que eso supondría una pérdida de prestigio para Alemania aunque los comentarios despectivos sobre los judíos habían sido frecuentes: "Todo lo que en el mundo no es buena raza, es cizaña" (Hitler 2016: 188).

Entre 1937 y 1938, se exigió el registro de sus propiedades y se trató de arianizar los comercios judíos (la mayoría fueron comprados por alemanes a precios muy bajos fijados por los nazis). Se procedió al despido de trabajadores judíos y se prohibió el ejercicio de la profesión a médicos y abogados judíos.

En Alemania, los judíos estaban obligados a llevar identificación, pero el gobierno les agregó marcas de identificación especiales: una "J" roja impresa, lo que le permitía a la policía reconocerlos fácilmente. Con los ataques organizados por los nazis el 9 y 10 de noviembre de 1938, en la conocida como *Kristallnacht* contra judíos alemanes y austriacos y sus propiedades, quedó claro el mensaje: abandonar Alemania era la única posibilidad de salvar sus vidas.



Figura 10: “60.000 marcos cuestan los enfermos hereditarios durante su vida a la comunidad. Compañero este también es tu dinero. Lea “Pueblo Nuevo” los cuadernos mensuales de las políticas raciales del Nacionalsocialismo”.¹⁵

El tema de las enfermedades mentales y hereditarias fue un tema que preocupó mucho a los nazis:

La cuestión de hacer imposible a los seres tarados la procreación de una descendencia también tarada es un imperativo de la más clara razón y significa, en su aplicación sistemática, la más humana acción de la sociedad. Ahorrará sufrimientos a millones de seres inocentes y, finalmente, determinará para el provenir un mejoramiento progresivo (Hitler 2016: 163).

También se llevaron a cabo campañas de educación pública sobre los efectos del alcohol, el tabaco y la sífilis por considerarlos “producto de la enfermedad del instinto social, moral y racial” (Hitler 2016: 164).

El 14 de julio de 1933 se promulgó la Ley para la Prevención de la Descendencia con Enfermedades Genéticas a la que estarían sujetos hombres y mujeres que sufrían de alguna de las nueve condiciones, supuestamente hereditarias: esquizofrenia, debilidad mental, trastorno maniaco depresivo, epilepsia genética, una forma mortal de demencia denominada Corea de

¹⁵ Traducción propia. (Palomino 2007)

Huntington, ceguera y sordera genética, deformidad física severa y alcoholismo crónico, lo que llevaría a un Programa masivo de Esterilización.

A los tribunales especiales para la salud hereditaria llegarían especialistas genéticos, psiquiatras, antropólogos... exigiendo la esterilización de aproximadamente 400.000 personas. Incluso los maestros se vieron obligados a identificar a alumnos inferiores que tenían dificultades para realizar actividades simples de la vida diaria.

Mediante Decreto del Gobierno alemán, el 18 de agosto de 1939, se obligó a profesionales de la salud a informar de los recién nacidos y niños menores de 3 años con discapacidades graves. En octubre de ese mismo año, se recomendaría a todos los padres de niños con discapacidades, que los internaran en clínicas pediátricas, en las que se les administraban sobredosis letales o se les dejaba morir de inanición. Este programa se extendería poco a poco hasta adultos conocido como Aktion-T4.

Tras ser descubierta por la población, Hitler pidió que se cesara, aunque ya se había superado con creces el objetivo inicial con una estimación aproximada de 200.000 personas.



Figura 11: “¡Calla! Me pones en peligro” ¹⁶

Sobre un fondo blanco, un soldado de semblante impassible y ataviado con un casco pone un

¹⁶ Traducción propia. (Hafimel 2016)

dedo sobre su boca exigiendo silencio. En el texto la atención se centra sobre la palabra *Schweige*, debido al color y grosor de la letra.

Esta orden podría interpretarse, en mi opinión, de dos maneras, o bien como una mera estrategia bélica en la que si no se llama la atención, se reduce la posibilidad de ataques o bien como un imperativo a aquel que no compartiera la ideología del partido nacionalsocialista.

En el nazismo, lo importante es el bienestar de la comunidad por encima de los intereses individuales y las masas deben considerarse:

no como seres humanos autónomos, que deciden racionalmente su propio destino y a quienes hay que dirigirse, por tanto como sujetos racionales, sino como simples objetos de medidas administrativas, a quienes hay que enseñar por encima de todo, a ser humildes y obedecer órdenes (Adorno 2005: 11).

En este sentido se puede entender que lo que se busca es que los individuos se identifiquen con el partido nacionalsocialista y que sean moldeables y obedientes.

Se observa en el cartel una presión clara sobre la opinión individual, es un mensaje claro a los detractores del Régimen: a pesar de no compartir ideología, habrían de guardar silencio.

Se tratará de ejercer una forma de control social en la que se trata de enmudecer a quienes tienen posiciones o ideas diferentes. Durante el nacionalsocialismo muchos enmudecieron por miedo o desconfianza al Régimen o a ser acusados, incluso, por otros individuos como compañeros de trabajo, vecinos, familiares...

La realidad es que no todos los alemanes mantuvieron silencio ni apoyaron el régimen de Hitler, numerosos colectivos estudiantiles, políticos, empresarios e incluso clérigos llevaron a término acciones en contra del nacionalsocialismo. De ellos, algunos de los nombres más conocidos fueron, por ejemplo, los hermanos Scholl, pertenecientes a La Rosa Blanca, Oskar Schindler cuya fábrica aún se puede visitar en Cracovia y el pastor Martin Niemöller que, a pesar de que en un principio apoyó al Führer, fue cuando este propuso el principio de homogeneización en las iglesias con la finalidad de prohibir la entrada a los judíos, cuando se opuso tajantemente al nazismo.

En el siguiente poema, realiza una fuerte crítica, a, precisamente, lo que promulga el cartel:

Cuando vinieron a apresar a los comunistas,/yo no dije nada, porque no era comunista./
Cuando vinieron a apresar a los socialdemócratas,/ yo no dije nada, porque no era
socialdemócrata./Cuando vinieron a apresar a los sindicalistas/yo no dije nada, porque no era
sindicalista./ Cuando vinieron a apresar a los judíos, yo no/ dije nada porque no era judío./
Cuando, al fin/ vinieron a apresarme a mí, ya no quedaba/ nadie que pudiera alzar la voz en mi
defensa.//

A pesar de esto, los historiadores creen que el número de atentados contra la vida del
mandatario llega a 43, lo que lejos de amedrentarle, le hizo confiar más en que él era “un ser
superior e inmortal” (Información extraída del Tour del Berlín nazi).

6. Conclusión

En el comienzo del trabajo me planteaba esclarecer cuáles fueron los factores que contribuyeron a la consolidación del Tercer Reich, lo que más tarde se convirtió en el cuerpo del trabajo y en el análisis de una muestra de representativa de la cartelera nazi.

Como resultado de la investigación llevada a cabo para redactar este trabajo puedo afirmar, a modo de conclusión, que:

En primer lugar la gran relevancia del simbolismo en todos los tipos de carteles. Aparecen componentes propios del cristianismo adaptados al Nacionalsocialismo y se rescatan elementos germanos en desuso como las runas.

En segundo lugar la importancia de las luces y de los colores. Se desenfocan u oscurecen las partes en las que se quiere transmitir pesimismo, mientras que el nombre del partido o del mismo Hitler suelen ir en letras grandes y luminosas. Los colores suelen transmitir estados de ánimo: mientras que en los carteles en los que se representa a una sociedad desolada, los ocres y grises son los colores más frecuentes, en los que aparece el ideal de hombre ario, suelen ser colores rojos y negros y el blanco en señal de pureza en las representaciones en las que las familias “modelo” ocupan un lugar principal.

En tercer lugar la tipografía. En el cartel de la figura número dos las letras *Unsere letzte Hoffnung* aparece en letras blancas, lo que le hace resaltar mucho más, es en la palabra “Hitler” donde el tamaño aumenta considerablemente. Frente a esto, ejemplos como en el cartel de la figura 10, en el que lo que se considera importante es el mensaje que se sabe no es éticamente correcto, por lo que el nombre del partido aparece en tamaño casi ilegible en la parte inferior de la imagen. En este lo único de texto que resalta es *Neues Volk* lo que denota que cualquier método era válido para conseguir su propósito.

En cuarto lugar la enorme diferencia a la hora de representar al hombre nazi y a sus enemigos. El primero es fuerte, desafiante y suele doblar o triplicar en tamaño a los segundos. Estos aparecen caricaturizados, con ropas raídas y por su actitud postural se puede afirmar que temen enfrentarse al monumental ario. En muchas ocasiones con los rasgos tan exagerados que se asemejan más a un simio que a un humano.

En quinto lugar la manera de representar el ideal ario no es siempre la misma y aquí se pueden ver claros dos grupos diferenciados: los hombres y las mujeres.

Los hombres son retratados desde que son niños, marcando un patrón de cómo habrían de ser. De niños, alistarse en las Juventudes Hitlerianas y de adultos o bien trabajar en la industria o ir al frente a combatir. Tan necesarios los primeros como los segundos. Necesarios e idealizados al presentarlos en numerosas ocasiones en ambientes celestiales rodeados de nubes.

Las mujeres sin embargo suelen estar rodeadas de niños ya que ser madre de familia numerosa era la principal virtud que se consideraba podía tener una buena alemana.

En sexto y último lugar el hecho de que los dirigentes nazis tuvieran de una u otra manera contacto con el arte así como que se estudiaran las técnicas de persuasión convirtieron este método, en el que ninguno de los elementos era colocado al azar, en una herramienta muy frecuente y los bajos costes de producción y su fácil propagación lo situaron como una de las tácticas más útiles y efectivas. Por lo que se puede confirmar que si un individuo pasa todos los días por delante de la misma imagen y lee todos los días el mismo texto, antes o después el mensaje cala en su subconsciente y comienza a actuar conforme a lo que toma como verdad absoluta.

7. Bibliografía, videografía y publicaciones electrónicas

7.1. Bibliografía

ADORNO, Th. W (2005). *Ensayos sobre la propaganda fascista. Psicoanálisis del antisemitismo*. Buenos Aires: Paradiso.

BARNICOAT, J. (2000). *Los carteles. Su historia y su lenguaje*. Londres: Gustavo Gili S.A.

HITLER, Adolf (2016) *Mi Lucha*, Múnich: Real del Catorce.

HITLER, A. *Adolf, discursos 1933-1938*. Editorial Kamerad.

KLEMPERER, V. (2016) *LTI: La Lengua del Tercer Reich. Apuntes de un filólogo*. Leipzig: Minúscula.

LE BON, G. (2005) *Psicología de las masas*, París: Ediciones Morata

MICHAUD, E. (2009) *La estética nazi. Un arte de la eternidad. La imagen y el tiempo en el nacional-socialismo*. Buenos Aires: Los sentidos/ artes visuales.

SALA ROSE, R. (2009) *Diccionario crítico de mitos y símbolos del nazismo*. Barcelona: Acantilado.

VAN DIJK, T. (2006) . “Discurso y manipulación. Discusión teórica y algunas aplicaciones”. *Revista Signos*, 49-74

7.2. Videografía

RIEFENSTAHL, L. (1935) “Das Triumphs des Willens”

<https://www.youtube.com/watch?v=GHS2coAzLJ8&bpctr=1527779316>

7.3. Publicaciones electrónicas

ARILLA, A.I. (2014) “Los nazis dejaron de usar la letra gótica al descubrir su origen hebreo”
<http://www.abc.es/segunda-guerra-mundial/noticias/curiosidades/20141002/abci-segunda-guerra-mundial-letra-201408262130.html> (consulta 11/04/18)

BELINGER, J. (2017) “The propaganda art of Felix Albrecht)

<http://www.renegadetribune.com/propaganda-art-felix-albrecht/> (consulta 02/06/17)

CLASEUVAQ. (2011) “Comunicación unidireccional, bidireccional y multidireccional. Redes de comunicaciones.” <https://claseuvaq.wordpress.com/2011/10/30/comunicacion-unidireccional-bidireccional-y-multidireccional-redes-de-comunicacion/> (consulta el 27/04/2018)

CONTRERAS VÁSQUEZ, O(2008) “Territorios de la historia II” <http://historiacem.blogspot.com.es/2008/06/la-propaganda-nazi.html> (consulta 02/06/18)

DEUTSCHES HISTORISCHES MUSEUM (1940) <https://www.dhm.de/lemo/bestand/objekt/offiziere-von-morgen-1940.html> (consulta 02/06/18)

DONCEL DOMÍNGUEZ, J.A. (2012) “La propaganda nazi y los medios de comunicación de masas” <http://jadonceld.blogspot.com/2012/11/la-propaganda-nazi-y-los-medios-de.html> (consulta el 12/04/2018)

GARCÍA BARCALA, J. (2014) “Lebensborn o cómo crear una raza perfecta.” <http://www.cienciahistorica.com/2014/12/11/lebensborn-o-como-crear-una-raza-perfecta/> (consulta 11/04/ 2018)

GARCÍA BARCALA, J (2016) “Políticas familiares en la Alemania nazi” <http://www.cienciahistorica.com/2016/10/11/politicas-familiares-la-alemania-nazi/> (consulta 11/04/2018)

GIL LANDA, A. (2016) “Nazismo: el expolio que deshizo la memoria artística” <https://hipertextual.com/2016/04/nazismo-memoria-artistica> (consulta 02/06/2018)

HAFIMEL (2016) “La estrategia del silencio en la Segunda Guerra Mundial (50 carteles)” <http://comunicardio.com/estrategia-silencio-segunda-guerra-mundial/> (consulta 02/06/18)

LUPULOX, (2011) “La Campaña de Ayuda Invernal *Winterhilfswerk* refuerza los vínculos de la Comunidad del Pueblo. 12/09/1941” <http://ww2diario.blogspot.com.es/2011/09/la-campana-de-ayuda-invernal.html> (consulta 02/06/18)

MORET, X. (2014) www.blogs.lasprovincias.es/elturistaindie/2014/04/25/7-rincones-con-historia-de-berlin-que-deberias-visitar/ (consulta el 03/05/ 2018)

PALOMINO, M. (2007) “Tercer Reich: propaganda de 1933-1945) <http://www.hist-chron.com/eu/3R/propaganda-2wk-ESP.html> (consulta 02/06/18)

REMO (2016) “Cómo Hitler y nazismo consiguieron acabar con el desempleo en los años 30”

<https://www.elblogsalmon.com/historia-de-la-economia/como-hitler-y-el-nazismo-consiguieron-acabar-con-el-desempleo-en-los-anos-30> (consulta el 10/04/2018)

SALA ROSE, R.(2009) “Las napolas y el trampolín” <http://rosasalarose.es/2009/06/las-napolas-y-el-trampolin/> (consulta 02/06/18)

SANTA MARÍA, F. (2014) “Teoría del color para diseñadores: significado del color” www.staffcreativa.pe/blog/teoria-del-color-disenadores/ (consulta el 10/04/2018).

SIERRA, X (2015) “ “Propaganda sanitaria”, antisemitismo y deshumanización” <http://xsierrav.blogspot.com/2015/11/propaganda-sanitaria-antisemitismo-y.html> (consulta 02/06/18)

THREEPWOOD, G. (2015) “10+1 carteles de propaganda nazi” <https://diezmasuno.wordpress.com/2015/02/02/101-carteles-de-propaganda-nazi/> (consulta 02/06/18)

UÑA JUÁREZ, O. (2000) “Teorías y modelos de la comunicación” https://www.researchgate.net/publication/28181853_Teorias_y_modelos_de_la_comunicacion (consulta el 27/04/2018).

VILLAREAL, H. (2002) “Leni Refenstahl y el Cine de Propaganda. Razón Y Palabra nº 29” [www. Razonypalabra.org.mx/anteriores/n29/hvillarreal.html](http://www.Razonypalabra.org.mx/anteriores/n29/hvillarreal.html) (Consulta 02/02/2018)