



Facultad de Comunicación  
Doble Grado Periodismo y Comunicación Audiovisual

TRABAJO FIN DE GRADO

**LA PROPAGANDA ANTISEMITA EN LA PRODUCCIÓN  
CINEMATOGRAFICA DE LA ALEMANIA NAZI**

Antisemitic propaganda in Nazi Germany's film production

Tutor: Miguel Vázquez Liñán.

Autora: Paula Ruiz Cerrillo.

## ÍNDICE

1. Resumen.....	3
2. Introducción.....	4
3. Marco teórico.....	6
- <i>Definición y bases teóricas de la propaganda nazi.</i> .....	6
- <i>Bases teóricas del antisemitismo y definición de propaganda antisemita.</i> .....	7
- <i>El uso propagandístico del cine en los totalitarismos.</i> .....	10
4. Marco histórico .....	14
- <i>La organización de la propaganda nazi: Goebbels y el Ministerio de Propaganda.</i> .....	14
- <i>Breve historia de la propaganda antisemita desde la creación del NSDAP (1920- 1945). La representación del “enemigo judío”.</i> .....	15
- <i>Desarrollo histórico de la propaganda y la industria cinematográfica en el régimen nazi (1933-1945).</i> .....	17
5. Análisis de la obra.....	22
- <i>La producción cinematográfica antisemita: títulos, directores, temas principales, enfoques.</i> .....	22
- <i>Contextualización y análisis de Jud Süß.</i> .....	24
REFERENCIAS.....	33

## **1. Resumen.**

En las siguientes páginas se pretende analizar la representación del judío en la producción cinematográfica nazi. Para ello, tras la consulta de los principales estudios sobre el tema, se establecerán los principios de dicha propaganda entre 1933 y 1945. Estableceremos qué entendemos por propaganda nazi y a qué se denomina propaganda antisemita en ese contexto, explorando también sus bases teóricas. Seguidamente, expondremos la evolución de la producción cinematográfica durante el Tercer Reich en el marco general del uso del cine como propaganda en los totalitarismos. Para entender qué mensajes principales difundía la propaganda cinematográfica del antisemitismo, analizaremos una de las principales películas antisemitas: *Jud Süß*.

## 2. Introducción.

El cinematógrafo es uno de los grandes inventos de finales del siglo XIX; gracias a él podemos ver imágenes en movimiento en diferido. Desde sus inicios, con los primeros minutos grabados por los hermanos Lumière en su famoso metraje de salida de los obreros de una fábrica, hemos visto representaciones (reales o ficticias) a través de la gran pantalla. Sin embargo, vamos a ver que la utilidad de este invento irá cambiando conforme avancen los años; de la observación de momentos cotidianos con los Lumière a la más pura ficción.

La propaganda nazi es uno de los temas de los que más se ha escrito durante las últimas décadas, siendo el periodo de gobierno nazi una de las épocas históricas más estudiadas. Hannah Arendt (1987), por ejemplo, se ha adentrado en las causas de los totalitarismos europeos. Otros de los expertos que tendremos en cuenta serán Norberto Corella (2005), Antonio Pineda (2007) o Rafael de España (2001, 2004); estos dos últimos se centran en el tema que a continuación se va a tratar: la producción cinematográfica en la Alemania nazi.

El objetivo principal de este trabajo es estudiar el uso propagandístico del semita en la producción cinematográfica del régimen nazi. Para ello, es primordial establecer las bases de la propaganda nazi desde la creación del NSDAP, es decir, el Partido Nazi, tomando como base el *Mein Kampf* de Hitler (1924) y los 25 puntos de propaganda del NSDAP.

Otro de los objetivos que nos marcamos es el estudio de la propaganda antisemita y progermánica en la producción cinematográfica. Gracias a, entre otros, De España (2004), conocemos la visión de Goebbels del cine nazi; para lo que hay que sentar unas bases previas del antisemitismo y las principales teorías antisemitas.

Según Antonio Pineda (2007) la propaganda es un arma psicológica<sup>1</sup> de primer nivel y estará presente en todos los ámbitos de la vida de los alemanes. Por ello, Goebbels y su Ministerio de Propaganda emplean el cine con un objetivo propagandístico claro: reeducar a toda una población en valores como la supremacía de la raza aria o el ideal de familia germana. Pero ¿qué era para los grandes dirigentes nazis el cine? ¿Cuál era el uso que le dieron a este importante instrumento de propaganda y por qué? ¿Qué es el cine antisemita y qué películas se produjeron entre 1933 y 1945? ¿Cuál es la representación

---

<sup>1</sup> Para saber más, véase Pineda (2007: 164)

del judío en la producción cinematográfica y qué imagen recibieron los ciudadanos alemanes y anexionados al Reich del semita durante los años del nazismo?

Para llevar a cabo mi investigación, comienzo buscando información con la idea de que los largometrajes antisemitas iban a ser numerosísimos, teniendo en cuenta la propaganda nazi antisemita en periódicos y cartelería que he estudiado a lo largo de los años. Para mi sorpresa, la propaganda cinematográfica que encuentro en los primeros años de régimen nazi es diferente: hay una exclusión del semita en toda la cadena de producción, es decir, no se trata el antisemitismo como trama, pero tampoco hay judíos entre los actores o directores, salvo excepciones. Esto se desgranará más adelante.

El punto de inflexión lo encontramos a la hora de conocer el desarrollo de la industria cinematográfica alemana paralelamente a la propaganda y la visión del enemigo judío. Una vez conocemos las bases de la industria cinematográfica nazi y el objetivo y el papel que había sido otorgado por Goebbels y Hitler al cine, tenemos las herramientas necesarias para establecer la relevancia de la conocida como “trilogía antisemita”, materializada en tres largometrajes que se estrenaron durante 1940: *Die Rothschilds*, *Jud Süß* y *Der ewige Jude*. Para poder comprender plenamente cuál fue el objetivo propagandístico y lo que desencadenó socialmente debemos pararnos a pensar en la evolución de la imagen que existía en la sociedad alemana sobre el “enemigo judío”: ¿fue promovida esta visión por los dirigentes nazis, o solo se sirvieron de la propaganda para exaltar un sentimiento de odio que ya contaba con sus precedentes?

De estas tres producciones, el análisis cinematográfico se va a centrar en el segundo de los largometrajes nombrados, *Jud Süß*, la más taquillera y con más repercusión social de las tres. Como base del análisis he recurrido a Martín (2002), de cuyo estudio he seleccionado la metodología a seguir a la hora de analizar el metraje. Para ello, se contextualizará previamente la totalidad de la producción antisemita, y se nombrará a los principales directores y actores. En cuanto al análisis filmico, Marcel Martín nos presenta una vía para poder desgranar cualquier obra desde el punto de vista secuencial, visual y auditivo. La película en cuestión es en blanco y negro, pero los tipos de plano nos dan una información muy valiosa acerca de los personajes y la impresión que el director quiere mostrar. Este es uno de los puntos que se tratarán en el posterior análisis.

### 3. Marco teórico.

#### - Definición y bases teóricas de la propaganda nazi.

En este apartado en concreto vamos a tratar la propaganda nazi desde un punto de vista teórico, desarrollando las bases sobre las que se asienta.

El Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán (NSDAP en adelante) emplea la propaganda desde mucho antes de llegar al poder. Hitler (1924: 116) escribe en *Mein Kampf* que “la propaganda durante la guerra era un medio para un determinado fin, y ese fin era la lucha por la existencia del pueblo alemán”. Podemos deducir que la propaganda es una herramienta para un fin: unificar al pueblo ario contra el enemigo.

Los nazis emplean la propaganda para explotar sentimientos que surgieron en la población años atrás y que se han ido intensificando desde la finalización de la I Guerra Mundial. Corella (2011) recopila algunos de estos antecedentes y los resume en que había una fuerte tradición antiliberal y antidemocrática entre los pensadores<sup>2</sup> alemanes (algo que ayuda a que el Partido Nazi consiga apoyo), un sentimiento nacional, el resentimiento tras la derrota alemana de la I Guerra Mundial y el Tratado de Versalles y la crisis política y económica que se desarrolla en el periodo de entreguerras. Corella (2011: 22) también desarrolla unas bases sobre las que se asienta la ideología nacionalsocialista:

“1. Un exagerado nacionalismo teñido de imperialismo (...); 2. la idolatría del Estado omnipotente (...) la supremacía de la raza y el individuo sobre la masa y la nación; 3. con relación al punto anterior, destacaron la exaltación del caudillismo, y la superioridad y sobrevivencia de los más aptos; 4. unir el romanticismo social y el socialismo de Estado; 5. antisemitismo biológico radical, que hubo de convertirse en la idea central del nacionalsocialismo (...); 6. desprecio por la democracia parlamentaria occidental”.

Pero al hablar de las bases de la ideología nazi debemos aludir al programa del NSDAP de 1920, los 25 puntos<sup>3</sup>. Se trata del resultado de una asamblea del Partido

---

<sup>2</sup> Entre ellos, podemos destacar a Heidegger, filósofo que defiende el pensamiento nazi y miembro del Partido Nazi entre 1933 y 1945.

<sup>3</sup> Los 25 puntos del NSDAP han sido extraídos de Hitler (1924), en una edición en la que aparecen como un anexo.

Nacionalsocialista Alemán, en la que se establecen los objetivos a conseguir por el partido.

En el punto 8 se sientan las bases de la posterior política de expulsión de todo aquel que no se considera alemán, así como las leyes de Núremberg sobre la pureza de sangre: “exigimos que se obligue a todo no ario llegado a Alemania a partir del 2 de agosto de 1914 a abandonar inmediatamente el territorio nacional” (Hitler, 1924: 423). Pero antes de esto, en el punto 4, se nombra a los judíos por primera y última vez “(...) ningún judío será miembro de la nación” (Hitler, 1924: 423). De este extracto se deduce que para Hitler y el Partido Nazi, la nación alemana estará formada exclusivamente por arios.

El mensaje de la propaganda nazi es sencillo y masivo. Pineda (2007: 116) establece que “la propaganda impacta sobre los sentidos; tal impacto desencadena unas emociones, que son instrumentalizadas hacia el dominio”. Por otro lado, Hitler (1924: 116), expone así el target hacia el que va a ir dirigida la propaganda nazi: “¿a quién debe ir dirigida la propaganda, a los intelectuales o a las masas menos cultas? ¡A las masas!”. Por lo tanto, la propaganda va dirigida a las masas y alude a las emociones.

Según Le-Bon (1986), las masas son irracionales, hecho que aprovechan los propagandistas para conseguir sus objetivos. Estos objetivos se logran siguiendo los principios de propaganda de Domenach (1986), que teoriza sobre el uso de la propaganda en base a la experiencia histórica. Uno de los ejemplos que selecciona es el uso que le dieron los nazis a la propaganda. Algunos de estos principios son la simplificación y la repetición, es decir, mensajes claros y sobre un enemigo y que se repitan con la cadencia necesaria como para que el mensaje cale en la población, pero no canse. Por otra parte, los nazis también desfiguran el mensaje (sobre todo una vez llegada la guerra), de manera que se exageraban las victorias nacionales y las atrocidades del enemigo.

Sin embargo, no toda la propaganda era hacia la población, porque también había una propaganda interna, cuyo objetivo era que los altos dirigentes del régimen siguieran las doctrinas establecidas, así como reforzar la organización interna del partido y figura del líder. Un ejemplo de ello es, como se desarrollará más adelante, la obligatoria visualización de *Jud Süß* para los miembros de las SS.

#### **- Bases teóricas del antisemitismo y definición de propaganda antisemita.**

Actualmente relacionamos el antisemitismo con la II Guerra Mundial, pero este no es el único tipo de odio hacia el semita que ha existido a lo largo de la historia. El antisemitismo

debe ser diferenciado del antijudaísmo tradicional. En las siguientes líneas veremos cuándo surge el antisemitismo moderno o racial y qué lo diferencia del antijudaísmo. Por otra parte, nos apoyaremos en diferentes autores para desglosar las bases teóricas del antisemitismo racial y desarrollaremos las características físicas y psicológicas del judío para los nazis.

A mediados del siglo XIX nace el antisemitismo tal y como lo conocemos, un odio a los judíos por lo que representan cultural y económicamente, alejándose del antijudaísmo, que rechazaba al semita por su religión. Con la llegada de los nazis al poder, los semitas son odiados por su raza; la religión deja de ser el motivo principal del antisemitismo. Desde entonces, el antijudaísmo decae considerablemente, aunque sin llegar a extinguirse. La principal diferencia entre ambos términos (antisemitismo y antijudaísmo) radica en el objetivo de las instituciones para con los judíos. Mientras que en el antijudaísmo el objetivo de la Iglesia, como institución principal, era la conversión del judío al cristianismo, los nazis, esta vez representando a un Estado totalitario, tenían como objetivo principal la aniquilación de la raza, aunque no se admite públicamente hasta enero de 1939: “si los judíos financieros internacionales dentro y fuera de Europa logran sumergir a las naciones una vez más en una guerra mundial, el resultado no será la bolchevización de la tierra y, por tanto, la victoria de los judíos, sino la aniquilación de la raza judía en Europa” citado en Herf (2006: 52).

Este trabajo se va a centrar en el antisemitismo racial, aquel que surge a mediados del siglo XIX y que pierde la connotación religiosa. Chanes (2004) desarrolla seis tipos de antisemitismo siguiendo un criterio cronológico<sup>4</sup>. De estos tipos, nos quedamos con el quinto, el antisemitismo racial, puesto que es el que culmina con el nazismo. Según el antisemitismo racial, el judío pasa de ser el enemigo de la Iglesia cristiana a ser el enemigo de la humanidad, un peligro para la sociedad. Bokser (2001: 107) define este antisemitismo racial como un “movimiento sociopolítico que aspiró a la marginación y discriminación de los judíos y a su segregación y exterminio”.

Siguiendo la idea del judío como enemigo de la humanidad, Hitler (1924) canaliza en la raza judía el fin de todas las civilizaciones, por lo que, para que la sociedad aria siga existiendo, es necesario eliminar al judío: “todas las grandes culturas del pasado cayeron

---

<sup>4</sup> Para saber más, véase Chanes (2004)



en la decadencia debido únicamente a que la raza de la cual habían surgido envenenó su sangre (...) El hombre que crea (la cultura) precisa ser conservado” (184).

Horkheimer (2016) hace referencia a que el fin del antisemitismo significa el fin del totalitarismo, por lo que conecta ambos términos, posicionando el antisemitismo como una vía para unificar a las masas contra un enemigo común: “el propósito del antisemitismo es ganar a las masas de otros países para el nacionalsocialismo. La eliminación del antisemitismo coincide con la lucha contra el Estado totalitario” (2).

Otra idea a tener en cuenta es la concepción de Arendt (1987) sobre antisemitismo y su conexión con el Estado moderno. Se muestra en desacuerdo con aquellos que piensan que el antisemitismo es una consecuencia del nacionalismo. Defiende, pues, que “(el antisemitismo) alcanzó su cota máxima en el momento exacto en que se derrumbaba el sistema europeo de Nación-estado” (29). Los nazis no se sentían ligados a ningún Estado concreto, siguiendo a Arendt (1987: 29) “su movimiento era más importante para ellos que cualquier Estado, que necesariamente estaría ligado a un territorio específico”.

Para Bokser (2001), el objetivo del antisemitismo es combatir el poder que tenían los judíos como una solución a todos los problemas de la sociedad. Esta idea se puede extrapolar a la Alemania nazi, ya que creían que los judíos eran los culpables de todos los males que sufría la Alemania de la época: “el antisemitismo nazi conjuntó el odio histórico al judío con teorías racistas contemporáneas que presuponían la existencia de razas superiores e inferiores, y con ideas de un darwinismo social” (Bokser, 2001: 111). Aquí se resume el porqué del antisemitismo nazi: los judíos eran inferiores y débiles, en contraposición a un ario superior. Aludiendo al darwinismo social, sobrevive el más fuerte. Esto justifica también la eutanasia a personas con diversidad funcional y física.

Textos como *La victoria del judaísmo frente al germanismo desde un punto de vista no confesional* de Marr (1879)<sup>5</sup> y *La France juive, essai d'histoire contemporaine* de Edouard Drumont (1886)<sup>6</sup> sientan las bases antisemitas de las que mana Hitler durante sus primeros años de vida. Sin embargo, y según Da Costa (2014), el principal documento

---

<sup>5</sup> En este ensayo, el periodista alemán Marr define a los judíos como una raza, culpándolos de los males de Alemania. También funda la Liga Antisemita.

<sup>6</sup> Se trata de un panfleto antisemita publicado por el periodista francés Edouard Drumont que tuvo mucho éxito, vendiendo más de 60.000 ejemplares el año de su publicación. En él, se listan tres mil apellidos judíos y se recurren a los tópicos más arraigados del antisemitismo moderno y religioso.

del que bebe Hitler para asentar las bases del antisemitismo en *Mein Kampf* son los *Protocolos de los Sabios de Sión* (1902). Este documento surge en Rusia, como un manifiesto con los objetivos de los judíos para conseguir el control del mundo. Siguiendo a Da Costa (2014) el *Times* destapa en 1921 que es un panfleto falso, empleado como propaganda antisemita. Sin embargo, los nazis siguen pensando fehacientemente en su veracidad, por lo que será la principal baza contra los judíos.

Con la llegada del liberalismo a Alemania en el siglo XIX, los judíos se convierten en ciudadanos de pleno derecho y salen de los guetos, consiguiendo mucho poder económico y político. Se comienza a extender la idea de que la intención de esta raza es dominar la sociedad. Este es uno de los antecedentes claros del antisemitismo, puesto que se va a culpar a los judíos de las desgracias económicas de Alemania. Tal y como se había conseguido que el judío se convirtiera en “hombre”, Hitler, con ayuda de la propaganda, volvió a que fuera “judío” y no hombre.

Para la Alemania nazi, el judío no lo es solo por su religión, como se comentaba anteriormente, entran otros aspectos como su origen, la lengua, unas experiencias y sentimientos comunes, así como unos rasgos físicos concretos. La propaganda antisemita va a mostrar a los judíos como parias y animales. Físicamente los ilustraba con piel morena, nariz ganchuda y ojos oscuros. Estos rasgos se exageran en la propaganda nazi. Se muestran como seres codiciosos económicamente (algo que más tarde analizaremos de la mano de *Jud Süss*). Las mujeres judías eran vistas como fruto de pecado y lujuria. Según Arendt (1987), el terror que sale de la propaganda se usa para dominar masas de personas obedientes. Todas estas características las veremos reflejadas en las películas antisemitas que se produjeron durante el año 1940.

#### **- El uso propagandístico del cine en los totalitarismos.**

Según Bavasso (2017: 2) “con la irrupción de las nuevas corrientes políticas europeas, el cine se convierte en un medio perfecto para poner en imágenes los valores ideológicos que las mismas tienden a manifestar”. Es decir, los estados totalitarios emplean el cine de forma propagandística, ejerciendo control y censura sobre sus contenidos. En este apartado vamos a hacer una aproximación al uso que le dieron al cine otras dictaduras coetáneas a la de Alemania, como lo son la Italia fascista y la URSS de Stalin. Posteriormente, nos centraremos en desarrollar el papel del cine en la Alemania nazi.

Una de las características comunes en cuanto al uso del cine como medio propagandístico es la censura. Todas aquellas producciones que no concuerden con el ideario del régimen son prohibidas. Siguiendo a Labarrère (2009), Italia sufre una fuerte censura estatal en documentales, cine y noticieros a partir de 1923. La autocensura se suma a la censura estatal, convirtiéndose en una característica muy común del cine totalitario. Encontramos un tercer tipo de censura, la eclesiástica, que se da principalmente en Italia, donde la cultura religiosa es importante. Por contraposición, en Alemania no se da este tipo de censura, ya que el nazismo tiene una visión de la Iglesia que no comparte el fascismo de Mussolini. Pese a que la concepción de la propaganda en la URSS no es la misma que en Italia y Alemania, la producción cinematográfica también se veía controlada y censurada por parte del estado. La URSS de Stalin entiende la propaganda como una vía de enseñanza al proletariado de la conciencia comunista, por lo que su objetivo es educativo.

Otra de las características comunes de los regímenes totalitarios es la promoción interna de la producción cinematográfica propia. Esto también puede entenderse como una consecuencia de la censura a producciones extranjeras, ya que según Bavasso (2017: 3) “en 1929, Mussolini prohibió la proyección de películas en lenguas extranjeras”. Siguiendo a Bavasso (2017), la cuota de pantalla para producciones italianas asciende hasta un 25% para todos los cines nacionales.

La última de las características a resaltar la encontramos en el contenido de estas producciones. En las tres regiones va a aumentar la producción de películas propagandísticas de contenido nacionalista. Un ejemplo de esto es *Maxim* (Trauberg, 1935) en la URSS, *La Flecha Quex* (Steinhoff, 1933) en Alemania o *Vecchia guardia* (Blasetti, 1935) en Italia.

Pineda (2007: 153) establece que en Alemania se dio lo que se conoce como propaganda total: “(...) el uso del cine se desdobló en un empleo directo de este medio (por ejemplo, en los documentales de Leni Riefenstahl) e indirecto (el cine de entretenimiento). La lógica de Goebbels era irrefutable: si la propaganda en el cine era directa, la gente no iría a las salas, agobiada por el resto de propaganda totalitaria que circulaba por Alemania”. Goebbels veía el cine como una forma de arte, posicionando la calidad artística y técnica por encima de su uso propagandístico. El Ministro de Propaganda quería una industria capaz de competir con Hollywood<sup>7</sup>. Por este motivo, hasta 1940 la propaganda que se ve

---

<sup>7</sup> Para saber más sobre la visión del cine alemán de Goebbels véase De España (2004: 12)

en el cine alemán es nacionalista y progermánica, evitando mostrar el antisemitismo como trama en la gran pantalla (en esto se profundizará más adelante).

El cine ocupaba la quinta división dentro del Ministerio para la Ilustración Pública y Propaganda liderado por Goebbels. Dentro de este órgano se encuentra la Cámara de Cultura (*Reichskulturkammer*). Esta es una de las principales vías de control que emplearon los nazis, de forma que para poder ser trabajador de algún sector relacionado con la cultura (ya sea cantante, músico, actriz o director de cine), debías ser miembro de la Cámara de Cultura del Reich. Sin embargo, una característica esencial para poder formar parte de esta cámara es la pureza de sangre. De esta forma, toda persona no aria quedaba excluida de la vida cultural alemana.

Las películas eran clasificadas según su calidad, es decir, según calidad técnica, pero también según la sintonía del contenido con el ideario nazi y según la estética de la producción. Cuanto mejor fuera la película, menos impuestos debía pagar y más subvenciones obtendría. El desglose de estas categorías se hará más adelante. Según De España (2004, 14) “los criterios estéticos de Goebbels en materia cinematográfica no pueden sorprender a nadie, ya que armonizan perfectamente con lo que era el arte “oficial” del nazismo: las clasicistas arquitecturas de Speer, los abarrocados atletas esculpidos por Thorak o Breker o, en pintura, los rotundos y naturalistas desnudos femeninos de Ziegler”<sup>8</sup>.

En el año 1935 tiene lugar un Congreso internacional de Cine en Alemania. En él, Goebbels muestra un tono cautivador y nada extremista (los Juegos Olímpicos de Berlín estaban a pocos meses y debían mostrar una imagen abierta al extranjero). Siguiendo a De España (2004), en este Congreso, se establecieron siete puntos en los que se basa el cine nazi:

- Un cine alejado del teatro, consiguiendo crear una identidad propia y diferenciada del cine como arte.
- Cine como elemento educativo, aspecto que, según De España (2004: 13) “tiene una doble lectura: ¿educación o manipulación)” teniendo en cuenta que nos encontramos en un país totalitario.

---

<sup>8</sup> Para saber más véase De España, R (2004: 14).

- “Mantener una calidad artística y técnica al mismo tiempo que se entretiene y educa al público” (Goebbels, 1935, como se cita en De España, 2004: 13). En este punto es importante la calidad técnica, algo muy importante para Goebbels y de lo que se hablará más adelante, puesto que se sacrificará el sentido propagandístico directo de las producciones cinematográficas por la calidad artística y técnica de la película.

- “El cine no puede sostenerse por sí mismo (...) Por ello el Estado tiene la obligación de subvencionarlo” (Goebbels, 1935, como se cita en De España, 2004: 13). Siguiendo a De España (2004), en esta frase se defiende que la producción cinematográfica no está a la altura de competir como industria y obtener beneficios, por lo que el Estado debe apoyar las producciones. Sin embargo, este apoyo del Estado supone el inicio del “proteccionismo cultural”.

- Hay que adaptar el cine al presente, es decir, adaptar los mensajes y el lenguaje de obras históricas a problemas del presente. Esto lo veremos reflejado en el posterior análisis de *Jud Süß*, puesto que la historia que se cuenta se desarrolla en el siglo XVIII, pero se extrapola a los problemas del momento.

- El cine es la expresión de la cultura de un pueblo. Ante este penúltimo punto, De España (2004: 14) establece que “la misión del cine alemán es amedrentar a los demás países mostrándoles la superioridad cultural, económica y militar del Reich”.

- La última de las bases del cine nazi es la naturalidad que deben mostrar las películas, rechazando los experimentos, lo sobrenatural y el humor trasgresor.

#### 4. Marco histórico

##### - La organización de la propaganda nazi: Goebbels y el Ministerio de Propaganda.

El Ministerio para la Ilustración Pública y Propaganda se crea el 11 de marzo de 1933, dos meses después de que el NSDAP ganara las elecciones alemanas. El objetivo de este órgano es, según De España (2004), la formación política del pueblo. El Ministerio estaba presidido y centralizado en Joseph Goebbels, una de las personas más cercanas a Hitler<sup>9</sup>. Siguiendo a Pineda (2007: 155), Goebbels no inventa nada nuevo, tan solo adapta las teorías propagandísticas de Hitler: “Goebbels era un maestro de la práctica de la propaganda, pero el núcleo de la teoría nazi de la propaganda procede de Hitler”.

Uno de los elementos claves de la propaganda nazi es el control de los medios de comunicación, puesto que son la vía más rápida para ponerse en contacto con las masas, es decir, el público objetivo de la propaganda nazi. Tanto la prensa escrita como la radio son medios de comunicación en expansión en la primera mitad del siglo XX. Un ejemplo de control en la prensa es el *Völkischer Beobachter*, el periódico principal del NSDAP desde 1920 hasta la caída del nazismo en 1945. En cuanto a la radio, se crean una serie de receptores capaces de retransmitir únicamente la emisora empleada por el Estado para los discursos. Esta es una manera de que la propaganda nazi llegue a todos los ámbitos de la vida ciudadana: se instauran receptores en fábricas y en la calle, con el objetivo de que el mensaje se escuchara en todo el territorio alemán.

El Ministerio de Propaganda se divide en siete divisiones: administración, mítines de masas y raza, radiodifusión, prensa nacional y extranjera, películas y censura cinematográfica, arte, música y teatro y protección contra la contrapropaganda extranjera. La función de cada una de las divisiones es la supervisión y organización de las actividades que se promovían en ellas. El Ministerio de Propaganda promueve la implantación de la Ley del cine de 1934, la que, según Corella (2005) permite la creación de un departamento de censura, centralizado en la Oficina Central de Censura cinematográfica de Berlín. Por otra parte, esta ley permite reorientar la ley de censura existente de 1920, ampliando los motivos para prohibir la exhibición de largometrajes y añadiendo la censura previa. Se introduce también la figura del *Reichsfilmdramaturg*, cuya misión era la supervisión de los guiones de las películas en proceso de producción. El último aspecto que trata la ley es la categorización de las producciones

---

<sup>9</sup> Para saber más sobre la relación entre Hitler y Goebbels, véase Kershaw (1971: 252)

cinematográficas según su calidad. Si la película cualificada obtiene una buena puntuación, consigue una reducción en los impuestos a pagar. De acuerdo con De España (2004: 10) “era otra forma de censura, pues lo que realmente se premiaba no era la calidad sino la sintonía del film con los supuestos estéticos y políticos del régimen”. Dentro de las muchas categorías existentes, De España (2004) nos desarrolla tres. Las dos primeras son las más básicas: el rango *künstlerisch* (artístico) y *volksbildend* (instructivo). Por otra parte, nos habla de una de las categorías más valoradas, *staatspolitisch und künstlerisch besonders wertvoll* (especialmente importante desde el punto de vista político y artístico), tan solo superada por la *Film der Nation*.

La *Reichskulturkammer* (Cámara de Cultura del Reich) es un organismo asociado al Estado a la que debían pertenecer todos los trabajadores culturales. Aunque ya se han nombrado anteriormente sus funciones, cabe destacar que fue creada en 1935 y autoriza la creación de una división específica que permite trabajar fuera del país, así como la creación de una lista negra de obras literarias. Por otra parte, las Leyes de Núremberg es la primera legislación racista de la Alemania nazi. Adoptadas por unanimidad en septiembre de 1935, prohibían las relaciones entre arios y semitas para conseguir que la descendencia aria sea de sangre pura. También establecía los rangos de sangre existentes: pura, mestizos de primer y segundo grado y judíos.

Paralelamente al Ministerio de Propaganda, el NSDAP tenía su propio departamento de propaganda, pero estaba igualmente liderado por Goebbels<sup>10</sup>. Aquí se demuestra la centralización de decisiones: dos órganos aparentemente independientes con la misma presidencia: el partido es el Estado, y viceversa. La función principal del departamento de propaganda del Partido Nazi era la difusión de los actos o directrices promovidas por el Ministerio, así como la coordinación entre el partido y los afiliados.

#### **- Breve historia de la propaganda antisemita desde la creación del NSDAP (1920-1945). La representación del “enemigo judío”.**

Para comprender la representación del judío durante la Alemania nazi es importante comprender cómo evoluciona este antisemitismo desde la estancia de Hitler en la cárcel tras el *Putsch de Munich*<sup>11</sup> de noviembre de 1923.

---

<sup>10</sup> Para ver el organigrama al completo, véase, Corella, A (2005: 106-110).

<sup>11</sup> Fue un Golpe de Estado fallido que tuvo lugar entre el 8 y el 9 de noviembre de 1923 por parte del Partido Nazi. Como consecuencia mueren 14 militantes nazis, futuros mártires a los que Hitler

Ya en 1924 Hitler escribe en *Mein Kampf*: “si los judíos fuesen los habitantes exclusivos del mundo, no solo morirían ahogados en suciedad y porquería, sino que intentarían exterminarse mutuamente” (192). Esta es la imagen que se va a explotar en la propaganda antisemita desde que coge fuerza el NSDAP hasta el final del Tercer Reich.

Hasta que los nazis llegan al poder, el odio a los judíos se incita a través de una propaganda no institucional, mediante mítines y publicaciones en *Der Strücker*, un tabloide nazi que nace en 1923 y que será la publicación antisemita por excelencia.

En 1935, coincidiendo con las Leyes de Núremberg y la Cámara de Cultura, se crea el *Reichfilmarchiv*, una cinemateca nacional que recoge títulos de cine nacional y extranjeros. Se emplea como una vía de propaganda antisemita y progermánica. Una de las primeras adquisiciones fue *La Casa Rothchild* (Werker, 1934) en su primera versión, la norteamericana. Este metraje fue el origen de la primera producción de la trilogía antisemita, *Die Rothchild* (Waschneck, 1940), de la que hablaremos más adelante.

Observamos dos etapas en las que la intensidad de la propaganda antisemita cambia. Hasta 1938 (año en el que tiene lugar la Noche de los Cristales Rotos<sup>12</sup>), la propaganda antisemita existía, pero era menos intensa. Como se ha comentado en apartados anteriores, en un principio el régimen nazi quería la aceptación del extranjero, por lo que de cara a otros países se mostraba como un Estado tolerante, sobre todo, previamente a la celebración de los JJOO de Berlín de 1936. Durante los años anteriores al inicio de la guerra, los judíos estaban cada vez más aislados de la vida en Alemania, cada vez más castigados y limitados. Pasamos a la segunda etapa, en la que la inminente guerra daba una oportunidad para unificar al pueblo alemán contra el enemigo judío. La representación del judío como animal y raza que ha traído todos los problemas al país aumenta considerablemente. El verdadero giro en la visión del judío en la sociedad alemana llega en 1939, con el discurso de Hitler en el Congreso de Núremberg<sup>13</sup>. Durante estos años se intensifica el uso de la propaganda antisemita. En este momento, siguiendo

---

recordará en multitud de ocasiones. Arrestan a los cabecillas del golpe, entre los que se encontraba Hitler, que fue condenado a cinco años de prisión, aunque fue puesto en libertad el 20 de diciembre de 1924. Durante su estancia en la cárcel escribe *Mein Kampf*.

<sup>12</sup> Ataques llevados a cabo contra la población judía por parte de las tropas de asalto nazis, junto con la Gestapo, las Juventudes Hitlerianas y la población civil, en la noche del 9 al 10 de noviembre de 1938. La principal consecuencia fue el asesinato de casi un centenar de judíos y la deportación de decenas de miles.

<sup>13</sup> Para saber más véase Kershaw (1971)



a Kershaw (1971), Hitler “revela públicamente” la intención genocida para con la raza judía. Es la primera vez que alude a la aniquilación total. Kershaw (1971) coincide con Da Costa (2014) en que previamente había odio y episodios de violencia, pero este discurso marca un punto de inflexión aumentando la escala de violencia.

Este discurso coincide cronológicamente con el año en que comienza la guerra y la necesidad de marcar un enemigo común para que los alemanes acepten una nueva contienda es esencial. Cabe remarcar que la guerra comienza por una cuestión de espacio vital, en el que los arios puedan vivir plácidamente sin judíos.

Según Arendt (1987), Alemania pasa por dos estados de antisemitismo. El primero de ellos, el cultural, defiende la exclusión de los judíos de la nación, mientras que el segundo, denominado antisemitismo político, mantiene la necesidad de una “purificación de la nación a través de la expulsión del judío del alma nacional”. Este es el inicio de la solución final. Los altos líderes nazis han negado rotundamente conocer nada acerca de la solución final ni del trato que recibían los judíos en los campos de exterminio. Speer (2001: 677) declara en sus memorias que estaba ciego y solo veía lo que quería: “aun hoy me sigo sintiendo personalmente responsable de Auschwitz”<sup>14</sup>.

El judío aparece en la propaganda nazi como un ser sucio, avaricioso y sin honor. Físicamente son representados con piel y pelo morenos, descuidados y nariz ganchuda. Llega un momento en el que hay que mostrar a la población la inhumanidad del judío que la propaganda lleva años expresando. No hace falta mentir, solo “transformar las mentiras en realidad” (Arendt, 1987: 150). Pero ¿cómo se hizo posible? A través del cine, el último paso para conseguir asentar definitivamente el antisemitismo en la población alemana.

### **- Desarrollo histórico de la propaganda y la industria cinematográfica en el régimen nazi (1933-1945).**

Según Labarrère (2009: 117), el cine alemán siempre “se ha puesto, voluntariamente o a la fuerza, al servicio de las causas dominadas por inquietudes ideológicas”.

La UFA es la productora por excelencia de cine alemán desde el fin de la I Guerra Mundial. Nace en 1917 como “un enorme consorcio formado a instancias del Estado Mayor con fines propagandísticos y que agrupa a las productoras alemanas más

---

<sup>14</sup> Para saber más véase Speer (2001)

dinámicas, da un impulso decisivo a la nueva industria” (Labarrère, 2009: 121). La primera gran película de la UFA es *El gabinete del doctor Caligari* (Wiene), de 1919.

Hasta 1929 el cine alemán se compromete con los problemas sociales de la ciudadanía. Sin embargo, llega a Alemania una gran crisis económica a raíz del *crack del 29*, hecho que propicia que el cine pase a ser un método de evasión para la población alemana.

No es hasta principios de la década de los 30 cuando comienza la producción de películas de corte patriótico. Alemania ya estaba por aquellos años en un estancamiento político del que Hitler saldría reforzado. Son dos los directores que dan el primer paso hacia la producción de metrajes patrióticos una vez que Hitler consigue alzarse con el poder: Ucicky con *Fugitivos* (1933), una película anticomunista, y Steinhoff con *La Flecha Quex* (1933), la primera producción pronazi. Este mismo director evoca la figura de uno de los modelos a seguir de Hitler, Federico el Grande, en *El Rey soldado* (Steinhoff, 1935), donde se aprecia una propaganda imperialista. La propaganda en el cine alemán se centra, principalmente, en idealizar un futuro alemán sin judíos, mostrando la grandeza del pasado con películas imperialistas. Aumenta pues la producción histórica y biográfica de grandes líderes alemanes como el nombrado Federico II de Prusia y Bismarck. Otro de los directores más importantes, siguiendo a Labarrère (2009), es Karl Ritter, quien lleva a cabo películas de educación para épocas de guerra, como *Forja de Héroes* (1938) y *Terror GPU* (1942). Pero, si hay que hablar de una directora conocida en el régimen nazi es Leni Reifenstahl, la protegida de Hitler, que crea metrajes como *El triunfo de la voluntad* (1935) y *Olympia* (1938).

Según Straehle (2014) la función del cine nazi era entretener más que adoctrinar, puesto que existía un noticiero previo obligatorio de ver que incluía toda la propaganda e información necesarias. Sin embargo, no se puede afirmar que la producción cinematográfica no fuera propagandística, únicamente hablamos de otro tipo de propaganda.

Según Goebbels (citado en Corella, 2005: 62) el cine “no deberá dejar fuera los dos principios fundamentales de la buena propaganda, la simplificación y repetición constantes”. En estas palabras vemos dos de los principios esenciales de propaganda de Goebbels, así como la base del cine nazi de antes de la guerra. Como consecuencia, se deja atrás el vanguardismo cinematográfico de la República de Weimar y Alemania deja de ser uno de los referentes en cuanto al cine a nivel mundial. La producción de comedias “insulsas”, según Labarrère (2009) asciende a un 80%. En ellas, la propaganda se centraba

en la idealización de la familia alemana y la superioridad aria. Goebbels, sin embargo, ansía levantar una gran industria cinematográfica, lo que Straehle (2014) denomina un “Hollywood germánico”.

El 28 de marzo de 1933 Goebbels convoca a artistas del mundo del espectáculo en el Kaiserhof Hotel de Berlín. Durante su discurso, motiva a los profesionales a regenerar el cine alemán (que había tenido una época dorada en los años 20) y, según De España (2004: 9) “menciona como obras maestras películas producidas, dirigidas o interpretadas por judíos cuando no era ningún secreto que el antisemitismo era la *pièce de résistance* del programa político nacionalsocialista”. Posiblemente este hecho se deba a que el nazismo estaba recién instaurado como régimen y necesitaban la aceptación de países extranjeros.

Sin embargo, con la llegada de los nazis y las leyes raciales<sup>15</sup>, los colaboradores judíos son despedidos, siguiendo las directrices de la Cámara de Cultura, que no permite la presencia de judíos en trabajos relacionados con la cultura, como lo es el cine. Según Labarrère (2009) una de las principales consecuencias es la caída en el número de películas producidas y la disminución de la calidad de las mismas, puesto que muchos directores, productores y actores abandonan Alemania.

La edad de oro del cine alemán “resultó de la convergencia en Berlín de una enorme cantidad de extranjeros” según Labarrère (2009: 119). Desde 1919 hasta 1933, la industria cinematográfica alemana es la única capaz de oponerse a la hegemonía de Hollywood, pero entonces aparece el *Arierparagraph* en abril de 1933, un antecedente a las leyes raciales a modo de cláusula en los contratos culturales que impiden trabajar a personas de sangre no aria. En palabras de De España (2004: 7), “la eliminación de los judíos del cine alemán va a ser uno de los principales conflictos que tendrá que afrontar el ministro, ya que su presencia era muy importante tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo”. Los judíos aportaban calidad y recursos económicos a la industria cinematográfica. Esta ausencia de recursos se intenta compensar con ayudas estatales a modo de subvenciones.

Siguiendo a De España (2004) hay una gran crisis en el cine alemán hacia 1936 y 1937 acaecida por la emigración de profesionales a raíz de la nueva legislación (a lo que hay

---

<sup>15</sup> Para saber más sobre las consecuencias de las leyes raciales, véase Labarrère (2009).

que sumarle la emigración de alemanes que no tienen ideología nazi), la caída de las exportaciones y el incremento de los costes de producción a causa de las nuevas tecnologías<sup>16</sup>. Para contrarrestar esta crisis, Goebbels plantea una serie de medidas. En primer lugar, propulsa el proteccionismo a través de “la subvención y la eliminación de la competencia” (De España, 2004: 16) gracias a la creación de una entidad denominada *Filmkreditbank*, que aportaba estos fondos. Las subvenciones se otorgaban en función de la calidad del film, siguiendo los criterios establecidos en el apartado anterior. La competencia se elimina boicoteando el cine extranjero, con el objetivo de que se exhibiera cine patriota en mayor medida.

La segunda medida que plantea Goebbels para salvar el cine es, siguiendo a De España (2004), la concentración productiva. Hacia 1937, tres de las principales productoras caen bajo el control del Gobierno (UFA, Tobis y Bavaria). De España (2004: 18) establece que “la idea de Goebbels era poner todas las productoras a disposición del Estado, pero sin comprarlas directamente o asimilarlas a la fuerza”. Esto lo consigue gracias a una empresa que actúa de intermediaria, adquiriendo las empresas que interesan al régimen<sup>17</sup>.

La tercera de las medidas que van a conseguir que el cine alemán salga de la crisis y sea rentable es la exportación. En palabras de De España (2009: 21) “si lo que Goebbels quería es que en el extranjero comprasen las películas alemanas por su indiscutible calidad y atractivo comercial, su fracaso fue mayúsculo (...) Pero cuando la raza superior no podía conseguir algo por las buenas recurría a tácticas más expeditivas”. Esta táctica era, principalmente, vender las producciones a los países ocupados y/o aliados: Checoslovaquia, Polonia y España son ejemplos de ello. Con estas medidas se mantuvo a flote la industria cinematográfica alemana hasta la caída del régimen nazi.

Una vez establecido el desarrollo de la industria, podemos diferenciar dos etapas a lo largo del régimen nazi según el tipo de propaganda empleada en los largometrajes. La primera de ellas se desarrolla entre 1933 y 1938, los años previos a la guerra. En ella, se establece un cine de entretenimiento basado en la familia aria mayoritariamente, como se ha explicado. La segunda de ellas la encontramos entre 1939 y 1945 encontramos un cine propagandístico, cuya trama se centraba en la propaganda contra los aliados. El objetivo era reforzar el ánimo de la población, “y convencer de los riesgos que sobrevendrían a

---

<sup>16</sup> Para saber más sobre los factores que desencadenaron la crisis, véase De España (2004: 16).

<sup>17</sup> Para saber más del funcionamiento de esta estrategia, véase De España (2004: 19).

partir de una derrota” (Da Costa, 2016: 188). Por este motivo y, siguiendo a Da Costa (2016: 188) “el cine de propaganda alemán comenzó a colmarse de contenidos antibritánicos”. Algunos ejemplos son: *Mi vida en Irlanda* (Kimmich, 1941), *La victoria del Oeste* (Hippler, 1941) y *Ohm Krüger* (Steinhoff, 1941). Dentro de esta segunda etapa debemos hacer un paréntesis en el año 1940, cuando se produce una implosión de producción antisemita, lo que se conoce como trilogía antisemita, en la que profundizaremos más adelante.

Sin embargo, no podemos afirmar que en la primera etapa no hubiera otro tipo de propaganda, ni que en la segunda toda la producción fuera anti-británica; tan solo hemos expuesto la visión general de ambos periodos. Por ejemplo, en 1941 se estrena *Ich klage an*, una película dirigida por Liebeneiner, que se posiciona a favor de la eutanasia<sup>18</sup> y en 1944, Tourkansky dirige *Orient-Express*, una adaptación de *Asesinato en el Oriente Express* de Agatha Christie.

---

<sup>18</sup> Según Da Costa (2016: 200) “Durante los años 40 y en plena campaña de exterminio de los *Untermensch*, el nazismo producía una película que, desde el punto de vista racial, pretendía justificar el asesinato de miles de personas solo por el simple hecho de no ser productivas para la comunidad alemana”.

## 5. Análisis de la obra.

### **-La producción cinematográfica antisemita: títulos, directores, temas principales, enfoques.**

Lo primero que debemos saber es qué entendemos, en este trabajo, por producción antisemita. Aunque el antisemitismo en la industria cinematográfica se da desde que Hitler llega al poder a través de la exclusión de los judíos del mundo del cine, hablamos de producción cinematográfica antisemita para referirnos a aquellas películas en las que la trama, es decir, la historia que se narra, es antisemita. En abril de 1933, muchos artistas del mundo del cine alemán emigran a otros países donde poder trabajar libremente a raíz del *Arierparagraph*, del que ya hemos hablado. Este tipo de películas se dan dentro de la segunda etapa del cine nazi que desarrollamos en el anterior epígrafe. En este apartado vamos a profundizar en el año 1940 y vamos a desarrollar dos de las tres producciones antisemitas que se produjeron en Alemania en este año concreto. La tercera se explicará en el siguiente apartado junto con un análisis.

Uno de los temas que se mantiene durante todo el régimen nazi es la idealización de la familia, los valores arios y la idea del héroe ario. El antisemitismo cinematográfico no apareció durante los primeros años de nazismo. Pero ¿por qué esta ausencia de contenido antisemita en el cine? Para De España (2004) el régimen nazi estaba en pleno asentamiento, por lo que debían dar una visión de apertura hacia el exterior. Por otra parte, los Juegos Olímpicos se celebrarían en 1936, por lo que guardar las apariencias y dar imagen de estabilidad de cara al extranjero era principal. Estas ideas se complementan con el hecho de que la población alemana estaba inmersa en propaganda antisemita (no cinematográfica) durante todo el día: cartelera, radio o discursos son ejemplos de propaganda con contenido antisemita. El periodo de tiempo durante el que se celebran los Juegos Olímpicos se caracteriza por un paréntesis notable de la propaganda antisemita y de la violencia contra los judíos, ya que conseguir la aprobación de los líderes extranjeros era esencial para asentar el régimen. Siguiendo a Strachle (2014: 359) “del mismo modo que se fue expoliando y deportando a los judíos, también se los intentó eliminar y hacer desaparecer de las pantallas como si jamás hubieran existido”.

El cine era arte, como ya hemos explicado anteriormente y, como tal, una de sus funciones era entretener, aunque la propaganda casi siempre está presente. Sin embargo, la no existencia de judíos en el proceso de producción cinematográfica también es una forma de propaganda, en este caso, progermánica. Esto se debe a que los judíos no formaban

parte de los trabajadores que daban forma al proceso creativo a raíz del *Arierparagraph*, pero tampoco del contenido de las producciones, por lo que el producto final quedaba como una utopía de lo que ocurriría en una Alemania sin judíos. Con el inicio de la II Guerra Mundial, esta idea cambia de forma radical. El antisemitismo se convierte en un punto clave para que la población alemana apoye la guerra, por lo que comienza la producción cinematográfica antisemita.

Hull (1973) habla de tetralogía cuando se refiere a las producciones antisemitas de 1940, añadiendo *Robert and Bertram*, una comedia de 1939 y dirigida por Zerlett que tiene tintes antisemitas ocultos por el humor. Nos vamos a regir por la opinión de la mayoría de los historiadores, entre los que se encuentra Da Costa (2014), que coinciden en la existencia de una trilogía antisemita, cuya producción comienza en 1939, estrenándose a lo largo de 1940. De acuerdo con Straehle (2014: 358), “más allá de estas tres películas [...], las referencias a la cuestión antisemita fueron relativamente reducidas en número, escasamente sustanciales y muy dispersas en la cinematografía nazi”.

Las tres producciones de las que vamos a hablar cuentan con una característica en común: todas se basan en una producción anterior. En el caso de las dos primeras producciones (*Die Rothchilds* y *Jud Süß*), cuentan además la historia de familias judías que existieron realmente. La imagen del semita en las producciones en las que se basan para crear estas películas es benévola y amable. Los nazis deciden mostrar la “verdadera historia” de estas familias para que el pueblo alemán conociera lo que ellos consideraban que era la realidad.

La primera de ellas es *Die Rothschilds*, una producción de la UFA, dirigida por Waschneck y estrenada en julio de 1940. Estamos ante la reacción nazi de *La casa de los Rothschild* (Werner y Landfield, 1934), una película estadounidense que cuenta cómo consigue levantar esta conocida familia su imperio financiero. En la versión alemana, la producción está cargada de estereotipos antisemitas y se especifica el carácter apátrida de los judíos: se enriquecen a costa de especular con el dinero que prestan para la guerra napoleónica. La película en cuestión trata la historia del origen de la rama inglesa de la familia Rothschild; no es casualidad que en la fecha del estreno tenga lugar un combate aéreo contra Reino Unido. Siguiendo a Sraehle (2014: 358) la película “fue acremente criticada por el mismo Goebbels por culpa de su falta de sutileza y no recibió ningún tipo

de (...) reconocimiento oficial”<sup>19</sup>. Algo que tiene en común es la presencia de todos los estereotipos asignados a los judíos desde el inicio del régimen y que se han plasmado en la propaganda antisemita. Da Costa (2016) define al protagonista como un anciano desconfiado y avaricioso. El cabeza de familia ofrece préstamos a ingleses y franceses durante las guerras napoleónicas, dejando ver que no le importa quién gane mientras el beneficio sea suyo. Hay un detalle que podemos destacar de esta película, y es que termina con una imagen de la estrella de David, símbolo que representa a los semitas en Alemania. *Jud Süß* comienza con esta misma imagen, hecho que se puede interpretar como un signo de continuidad en la trilogía antisemita.

La película que cierra la trilogía antisemita es *Der ewige Jude* (Hippler, 1940). Da Costa (2016: 176) la define como “un documental antropológico-racista sobre los judíos en contraposición con la comunidad racial aria”. No cuenta la historia de familias o personalidades conocidas, sino que muestra a los alemanes la “verdadera cara” del judío, siempre dentro de la obsesión nazi por desenmascararlos. Una vez más, es esencial mostrar lo que la propaganda escrita llevaba años promulgando: el carácter sucio y animal de los judíos. Para ello, y siguiendo a Mayor (2011: 10), “Goebbels (...) ordenó a Hippler (...) que preparase un documental sobre los judíos del gueto de Lodz”. Por otra parte, Kershaw (1971: 686) establece que “el aspecto de los degradados y oprimidos judíos, aplastados bajo el yugo nazi, se había llegado a parecer a la caricatura que la propia propaganda que Goebbels había creado”. Hippler consigue que el judío parezca un parásito social, comparándolo con las ratas. En este filme, el montaje es también de vital importancia, porque, con la ayuda de un mapamundi que se asemeja a una tela de araña, se demuestra que los judíos van extendiendo su poder e infectándolo todo a su paso. Una vez más, y como en *Die Rothschilds* y, como posteriormente veremos en el análisis de *Jud Süß*, se recurre a los estereotipos que durante años han estado repitiendo (judíos como seres sucios, egoístas, peligrosos), en un intento más de que se convierta en la realidad con la ayuda de las imágenes.

#### **- Contextualización y análisis de *Jud Süß*.**

El film que vamos a analizar es una producción de 1940 dirigida por Veit Harlan y titulada *Jud Süß*, traducido como *El judío Süß*. Según Straehle (2014: 350) “representa (...) una

---

<sup>19</sup> Con reconocimiento oficial, aquí Straehle (2014) se refiere a la categorización que hacía la división de cine nazi de las películas dependiendo de la calidad de las mismas y de la afinidad con la ideología del régimen.



de las realizaciones más conocidas, discutidas y condenadas de la prolífica y mal conocida filmografía del Tercer Reich”. Este ha sido el filme seleccionado para analizar, porque es el único de la trilogía denominada como antisemita que fue un verdadero éxito en taquilla.

El origen de esta película está en la novela homónima<sup>20</sup> escrita por Lion Feuchtwanger en 1925. Sin embargo, se conoce más por ser una respuesta a la producción norteamericana de 1934 llamada *Jew Süss*, la primera adaptación de la novela y la más fiel a su trama. De acuerdo con Straehle (2014) *Jud Süss* es una crónica falseada sobre un acontecimiento histórico, pero, además, se trata de una “respuesta a un best seller de la época” (364). Una vez más, la intención nazi fue trasladar la “verdadera historia” a la población alemana.

El director del filme es Veit Harlan<sup>21</sup>, uno de los principales directores de películas propagandísticas designado por Goebbels. Como miembro activo del NSDAP, realiza filmes propagandísticos como *Der Grobe König* en 1942, una biografía de Federico II el Grande, y otras películas centradas en el entretenimiento, como *Immensee* (1943) o *Die Goldene Stadt* (1942). Harlan estuvo siempre vinculado a la cultura, puesto que su padre fue escritor. Previamente a ser director de cine, Harlan trabaja de actor en el teatro. Posteriormente, pasa a realizar filmes para el régimen nazi, siguiendo los ideales del Estado. A Harlan le confían los filmes más costosos que se produjeron durante el Reich. En su vida privada, siguiendo a Spivak (2012), Harlan se casa tres veces: su primera mujer fue Dora Gerson, una actriz y cantante judía que murió finalmente en Auschwitz junto a su segundo marido y sus dos hijos. En 1929 se casa con Hilde Körber, una actriz de teatro con la que tuvo tres hijos previos al divorcio en 1938. Finalmente, se casa con Kristina

---

<sup>20</sup> Esta novela de 1925 cuenta la historia de un judío que se hace muy influyente gracias a su talento para las finanzas y la política, convirtiéndose en Consejero de Finanzas del duque de Wurtemberg. El judío descubre que realmente es el hijo ilegítimo de un noble, pero decide callarlo y seguir viviendo como un judío porque se ha criado en esa comunidad. Por otra parte, el Duque es quien viola a la hija escondida de su consejero judío, y acaba matándola. El pueblo condena a la horca al judío en un intento de vengar a su hija. En la producción alemana se mantiene la base de la historia, pero, como podemos comprobar, son muchos los detalles que no concuerdan con la novela en la que se basa.

<sup>21</sup> Como curiosidad, fue el único artista de Alemania procesado como criminal de guerra una vez finaliza la II Guerra Mundial.

Söderbaum, una actriz de origen sueco que protagonizaría la mayoría de las películas de Harlan (interpreta a Dorothea en *Jud Süß*).

Por otra parte, *Jud Süß* es producida por Terra-Filmkunst, una de las productoras más importantes en el periodo nazi. Terra-Film es una productora que se crea en 1919, que fue adquirida por la familia Scotoni en 1930. Pese a que muchas de las películas producidas por Terra-Film durante de los años 30 están influenciadas por ideas nazis, la productora no cae bajo control nazi directo hasta 1942, cuando es absorbida por la UFA.

*Jud Süß* cuenta la historia de Süß Oppenheimer (una persona que vivió durante la primera mitad del siglo XVIII). Oppenheimer, interpretado por Ferdinand Marian es presentado como “el epítome de los males del judío” (Straehle, 2014: 366), un banquero cuyo principal objetivo es aumentar su poder. Cuando un ayudante de Carlos Alejandro, duque de Württemberg, le pide un préstamo para una joya, ve la oportunidad de entrar en el ducado, que tenía la entrada prohibida a los judíos. En este momento, el ayudante le comenta a Süß que no puede entrar en la corte con esa pinta de judío, puesto que los nobles se extrañarían. Este es el primer momento en el que se alude a la apariencia de judío (rizos en las patillas, pelo y barba largos y morenos), y vemos el origen de la necesidad de enmascarar al judío para evitar tener su apariencia. En cuanto llega a la ciudad, conoce a Dorothea (interpretada por Kristina Söderbaum), una joven aria hija de un miembro del Consejo del duque, de la que se encapricha. La película transcurre mientras Süß logra cada vez más poder a costa de un duque al que consigue dominar fácilmente con su capacidad de convicción. Pese a que el pueblo y el Consejo ven la realidad del judío, el duque está cegado. Finalmente, consigue que se permita la entrada de los judíos a la ciudad, saliendo del gueto. El punto de inflexión se encuentra en la detención del marido de Dorothea, quien es torturado bajo las órdenes de Süß mientras él viola a Dorothea tras ser rechazado en multitud de ocasiones. La joven se suicida ante la deshonra, y la revolución se desata. El duque muere repentinamente, y Oppenheimer se encuentra ante una ciudad que lo detesta sin la protección que el duque le otorgaba. Finalmente, es condenado a la horca por violar las leyes de pureza racial al forzar a Dorothea. Minutos antes de morir, Oppenheimer, ya desenmascarado y con apariencia de judío nuevamente, suplica por su vida, consiguiendo así quitarle toda dignidad a la población judía. Mayor (2011: 7) opina que “con este final la película pretendía que los espectadores llegasen a la conclusión de que la única solución posible para los judíos era su exterminio”.

Tras su estreno el 24 de septiembre de 1940, el éxito que cosecha el film es enorme. Tanto es así que consigue el León de Oro del Festival de Venecia de 1940. Cineastas como Michelangelo Antonioni escribe “si esto es propaganda, bienvenida sea la propaganda” (citado en Friendländer, 2009: 156). A parte del taquillazo que fue en Alemania, también obtuvo buenas cifras tanto en la Francia ocupada como en la Francia de Vichy.

Sin embargo, no podemos dejar a un lado las consecuencias del estreno. *Jud Süß* se convierte en un film de obligatoria visualización para las SS, todos los policías y para los comandos que operaban en Europa Oriental y que eran los encargados de ejecutar a los judíos. De acuerdo con Mayor (2011) la visualización de este film conllevó un aumento significativo de la violencia contra los judíos; es más, expone en su artículo un testimonio de Stefan Baretzi, un miembro de las SS que afirma que los judíos eran tratados con más crueldad después de ver la película.

## ANÁLISIS

Como base para analizar la película, se han seleccionado dos obras clave. La primera de ellas es *El lenguaje del cine* de Martin (2002), quien nos aportará una guía sobre la que iremos trabajando. Por otra parte, Casetti y Di Chio (1991) nos dan la base teórica sobre la que trabajar, acercando el análisis filmico y sus diferentes puntos de vista. Hay muchísimas formas de analizar una película: desde el punto de vista narrativo, comunicativo, compositivo... Nosotros nos vamos a centrar en un análisis formal, desgranando el significado de los tipos de plano, el papel de la cámara, los códigos sonoros y de montaje, etc. Cuando alguna característica no aparezca o no sea significativa en nuestro análisis, no se nombrará para decir que no aparece; se omitirá directamente.

### **Análisis de planos y angulaciones de cámara**

Algo tan simple como seleccionar un plano más cerrado que otro para ilustrar una escena cambia la sensación que tiene el espectador de la misma. Nos encontramos en los años 40, época en la que todavía no se jugaba mucho con los movimientos de cámara, aunque los tipos de plano sí tenían ya importancia. Un primer plano (PP en adelante) tiene un uso principal, que es mostrar una expresión facial. Sin embargo, los planos tan cerrados deben aparecer en la pantalla poco tiempo, puesto que una prolongación del plano causa incomodidad y agobio en el espectador. Esto es lo que ocurre en *Jud Süß*. Un ejemplo de ello lo vemos en el minuto 15:50, en el que Oppenheimer comienza a mostrar interés por Dorothea, pero saben que es judío. Al mencionarle directamente que es judío, baja la voz

y la cámara hace *zoom in* hasta llegar a un primerísimo primer plano (PPP en adelante). Su voz se torna amenazante y la luz consigue intensificar los rasgos denominados como judíos. Otro ejemplo de uso del PP lo encontramos en el minuto 47:17. Oppenheimer vuelve a hablar de Dorothea con su padre, miembro del Consejo, pero ahora empleando un tono cautivador, mostrando otras de las características de los judíos: saben embelesar a cualquiera con sus artimañas. La mayoría de las veces que se emplean estos tipos de plano coinciden con conversaciones entre nuestro protagonista y el padre de Dorothea, en las que Oppenheimer intenta cortejarla o desposarla, o embelesando al duque para conseguir sus propósitos. La mirada de Oppenheimer es desagradable al espectador, una mezcla de deseo y ambición, acrecentada por el uso de la luz, de la que hablaremos más adelante.

Otra característica que hemos observado a lo largo del largometraje es que, cuando aparece el duque (o su ayudante) junto con Oppenheimer, muchas veces el alemán aparece sentado, mientras que el judío está de pie. Esta diferencia de altura notoria también tiene su significado, y no es rebuscado. Simplemente, aquí el director quiere demostrar que el judío se siente superior a los alemanes. Un ejemplo lo encontramos en el 8:52, al poco de comenzar la película, cuando el ayudante del duque va a pedirle un préstamo a Oppenheimer. En esta escena, encontramos un plano medio de Oppenheimer de pie, mientras que, al ayudante del duque, el plano se le corta por los hombros. En lugar de mostrar un plano más abierto o igualarlos en altura, el director ha optado por un plano que no compensa la presencia de ambos en cámara. Este mismo plano se repite en el 34:00, esta vez con el duque como protagonista. Una vez más, Oppenheimer está convenciéndolo de algo que será beneficioso únicamente para él, y el duque, copa en mano, le da lo que pide tras caer en las redes de su nuevo consejero.

En cuanto a las angulaciones de la cámara, tan solo hay un plano en el que la angulación cobre un sentido concreto. Hacia el minuto 17, Oppenheimer coloca unas monedas en la mesa del duque y la cámara, principalmente estática a lo largo de la película, hace un *travelling*<sup>22</sup> para acercarse a esas monedas cayendo. Posteriormente, hay una transición

---

<sup>22</sup> Se denomina *travelling* a un movimiento de cámara en el que se desplaza de forma lineal.

por fundido hacia otro plano en el que las monedas cambian por bailarinas en un salón de fiesta. El plano de las bailarinas es un picado con tendencia a cenital<sup>23</sup>.

Hacia los años cuarenta, el papel de la cámara es descriptivo, es decir, los pocos movimientos de cámara que se presencian tienen como objetivo seguir a los protagonistas o explorar una estancia. Sin embargo, en esta película en particular observamos dos tipos de movimientos de cámara que no tienen una función descriptiva, sino expresiva o subjetiva. Del primero de ellos ya hemos hablado, y es el zoom in que se hace en algunas ocasiones para llegar a un PP o PPP de Oppenheimer. El segundo movimiento de cámara es denominado por Martín (2002) como *travelling* subjetivo no realista. En él (minuto 38:20), la cámara se acerca a los personajes hasta que se convierte en sus propios ojos.

### **Análisis de la iluminación**

Actualmente, la iluminación es un factor clave para dotar de significado una narración. Sin embargo, en nuestra película aunamos la iluminación con el uso del color, ya que, al ser en blanco y negro, ambas cuestiones van de la mano. Siguiendo a Martín (2002: 63) “su importancia no es apreciada en su valor, y su papel, ante el espectador no advertido no se manifiesta de forma directa, pues contribuye en especial a crear la atmósfera”.

La luz puede intensificar rasgos faciales o disimularlos dependiendo del ángulo en el que se proyecte. En este caso, vemos que los primeros planos de Oppenheimer reciben la luz lateralmente, por lo que sus rasgos faciales son más toscos, queriendo exagerar los estereotipos judíos de los que hablamos anteriormente. Sin embargo, cuando Dorothea, imagen de la inocencia, aparece en el plano, la luz es difusa, evitando sombras en su rostro, de forma que se suavizan mucho más los rasgos y elevan ese tono de inocencia que irradia el personaje.

El juego de luces y sombras toma especial importancia también en el inicio del film. Una estrella de David aparece iluminada por velas. La luz de las velas no es estática, de manera que la sombra que proyecta es dinámica, consiguiendo una ilusión de movimiento en la propia estrella.

---

<sup>23</sup> En las angulaciones del encuadre encontramos: cenital (plano enfocado desde arriba de la acción), frontal (a la altura de la acción), nadir (completamente desde debajo de la acción) y dos más que se encontrarían entre los arriba citados; el picado (entre el cenital y el frontal) y el contrapicado (intermedio entre el frontal y el nadir).

Asociando el color con la iluminación, podemos ver que la mayoría de los judíos aparecen con ropajes oscuros e iluminación tenue, provocando una sensación de oscuridad y tenebrismo en los espectadores. Esto lo vemos en el inicio de la película, cuando el ayudante del duque visita a Oppenheimer en el barrio judío para solicitar un préstamo.

Por último, el uso de la noche también se puede asociar a la iluminación. Como hemos expresado anteriormente, las sombras se relacionan con lo tenebroso, pero también se puede asociar a tragedia. Cuando el marido de Dorothea la porta en brazos una vez se suicida para llevarla a la residencia de Oppenheimer, es noche cerrada. Los acontecimientos de esta índole suelen mostrarse cuando es de noche para evitar una iluminación natural exagerada y provocar esta sensación de tragedia en el espectador.

### **Análisis del vestuario**

Dentro de este apartado solo hay que reseñar una característica. El vestuario de este filme es realista según los parámetros de Martin (2002), ya que se ha realizado siguiendo una época histórica y siendo fiel a la misma. Sin embargo, el vestuario que portan los judíos está llevado al extremo: se muestran pobres y sucios en su mayoría, con el objetivo de confirmar la falta de higiene de la que trataban en propaganda. A esto se le suma la oscuridad del vestuario judío de la que hemos hablado anteriormente.

### **Análisis de elipsis**

En primer lugar, una elipsis es una parte de la narración que se suprime por diferentes motivos, como la ausencia de interés para el espectador, o por censura social. En nuestro caso, las dos elipsis significativas que aparecen en el largometraje se deben a esta censura social. De acuerdo con Martin (2002: 89) “la muerte, el dolor violento, las heridas horribles y las escenas de tortura o de asesinato se suelen ocultar al espectador y reemplazar o sugerir por distintos medios”. En *Jud Süß* hay una secuencia en la que esta idea se refleja claramente: la violación de Dorothea junto con la tortura de su marido. Sabemos que lo torturan por los gritos que se escuchan mientras Dorothea está con Oppenheimer. En este caso, la elipsis se reemplaza por lo que Martin (2002) denomina una “evocación sonora”. Por otra parte, tampoco vemos en pantalla la violación de Dorothea. Podemos imaginar algo por el recorrido de la trama, y porque la última imagen que hay es de Oppenheimer lanzándola a su propia cama. Sin embargo, el periodo de tiempo en el que la fuerza se omite, y vemos a Dorothea en el exterior despeinada y desorientada antes de suicidarse.

### **Análisis del montaje**

Hay dos tipos de montaje principales: narrativo y expresivo. Lo normal en un largometraje es que ambos se entrelacen para crear lo que el director quiere expresar. En esta película también se hace. Con ayuda del montaje, el director puede crear un efecto psicológico en el espectador. El montaje narrativo es el principal en esta obra, puesto que la historia se cuenta de forma cronológica de principio a fin. Sin embargo, hay ciertas partes en las que se introduce un montaje más expresivo, como en la escena en la que Oppenheimer le ofrece monedas al duque para tener su propio ballet. Estas monedas se transforman en bailarinas metafóricamente con ayuda del montaje. Con este recurso, el director transmite que la riqueza del judío es asombrosa, y la emplea para ganarse al duque.

### **Análisis del sonido**

El sonido también tiene un papel importante en las producciones cinematográficas. En esta película encontramos que la banda sonora que escuchamos cuando salen arios es alegre y nos puede recordar a los compositores que alaban los nazis, como Wagner. Un ejemplo lo encontramos en el fragmento en el que el duque aparece recogiendo el testigo de su fallecido antecesor. La banda sonora tiene sonas imperialistas. Sin embargo, la cuestión cambia a los segundos, cuando aparece en pantalla el gueto judío. Entonces, la música se torna lúgubre e intrigante, todo lo contrario a lo anterior. Esto se repite a lo largo de todo el filme, apoyando la idea del judío como un ser inferior que trae solo maldad, codicia y avaricia.

## 6. Conclusiones.

En estas páginas he mostrado la representación del judío en la propaganda cinematográfica alemana a través del análisis de *Jud Süß*, una de las tres películas que representan la trilogía antisemita.

Pese a que la propaganda antisemita estaba muy presente en el día a día de nazis y de la población alemana a través de la cartelería, periódicos, discursos radiofónicos y mítines, no era así en el cine. Hemos desarrollado dos etapas en las que podemos dividir la producción cinematográfica nazi desde 1933 hasta 1945. En la primera de ellas, comprendida entre 1933 y 1938, la producción se centra en una propaganda progermánica, trasladando a la población alemana el ideal de la familia aria y el heroísmo y superioridad del héroe ario. En esta etapa, no hay producción antisemita, puesto que el objetivo es evadir y ofrecer a la población alemana la imagen de una vida perfecta con la ausencia de judíos. Por este motivo, concretamos que estamos ante una propaganda indirecta, puesto que, aunque la trama no sea antisemita (como veremos en las producciones de la segunda etapa), hay un rechazo a la presencia de los judíos en las películas, ni representados, ni en producción.

Con el inicio de la guerra, da comienzo la segunda etapa del cine nazi, en la que la propaganda de los filmes cambia su enfoque. Ahora, el objetivo era que la población alemana apoyara el inicio de una nueva guerra tan cercana en el tiempo a la anterior (1914-1918). Esta etapa la podemos subdividir, a su vez, en otras dos: el año 1940, en el que hay un apogeo de producción antisemita, y de 1941 a 1945, en los que se deja a un lado la producción antisemita, pero aumentan los filmes con propaganda antibritánica, siguiendo con el objetivo de conseguir la conformidad del pueblo en la contienda. Es en 1940 cuando se produce la trilogía antisemita de la que hemos tratado: *Die Rothschilds*, *Jud Süß* y *Der ewige Jude*. Cuando inicié la recopilación bibliográfica, mi hipótesis era que la propaganda antisemita en el cine iba a ser abundante teniendo en cuenta el discurso de odio que propagaban los altos líderes nazis. Por contrario, me encontré con una industria sin judíos (habían sido expulsados de los trabajos culturales en 1935), pero que tampoco hablaba de ellos en sus películas.



## REFERENCIAS

- Arendt, H (1987). *Los orígenes del totalitarismo*. (2ª ed). Alianza Universidad.
- Bavasso, C (2021). Un recorrido por el cine fascista. Auge y caída. *La razón histórica. Revista hispanoamericana de Historia de las Ideas*. 52, 40-57
- Bokser, J (2001). El antisemitismo: recurrencias y cambios históricos. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 183, 101-132.  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42118306>
- Chanes, J (2004). *Antisemitismo: a reference handbook*. ABC Clío
- Corella, A (2005). *Propaganda nazi*. Segunda década.
- Da Costa, M (2014). *Ideología y propaganda en el cine del Tercer Reich*. Comunicación social.
- Da Costa, M (2016). *El cine del Tercer Reich: desmontando el cine nazi en 50 películas*. Notorious Ediciones.
- De España, R (2001). El cine nazi: temas y personajes. *Historia Contemporánea*, 22, 151-178.
- De España, R (2004). *El cine de Goebbels*. Editorial Ariel.
- Friedländer, S (2009) *El Tercer Reich y los judíos, 1939-1945. Los años del exterminio*. Galaxia Gutenberg.
- Harlan, V [director] (1940). *Jud Süss* [Película]. Terra-Filmkunst.
- Herf, J (2006). *El enemigo judío: propaganda nazi durante la Segunda Guerra Mundial y el Holocausto*. Prensa de la Universidad de Harvard.
- Hitler, A (1924). *Mi Lucha*.
- Horkheimer, M. (2016). Los judíos y Europa. Constelaciones. *Revista De Teoría Crítica*, 4(4), 2-24. <http://constelaciones-rtc.net/article/view/778>
- Hull, D (1973). *Film in the Third Reich*. Touchstone.
- Kacauer, S (1985). *De Caligari a Hitler*. Paidós Comunicación.
- Kershaw, I (1971). *Hitler*. Península.
- Labarrère, A (2009). *Atlas del cine*. Akal.

- Le Bon, G (1986). *Psicología de las masas*. (2ª ed). Ediciones Morata.
- Martin, M (2002). *El lenguaje del cine*. Gedisa editorial.
- Mayor, T (2011). El cine nazi: judíos vs arios, estereotipos y películas. *Revista de Claseshistoria*, 256. <http://www.claseshistoria.com/revista/index.html>
- Pineda, A (2007). Orígenes histórico-conceptuales de la teoría de la propaganda nazi. *Revista Historia y Comunicación Social*, 12, págs. 151-176
- Pinzón, I.V (2017). La construcción cinematográfica del enemigo en la Alemania nazi. *Revista de Psicología Universidad de Antioquia*, 9(2), 139-156. DOI: 10.17533/udea.rp.v9n2a09
- Speer, A (2001). *Memorias*. Acantilado.
- Spivak, R (2012). Nazi Filmmaker's Family Denies He Was Anti-Semitic. Are they Correct? Critique of Harlan In The Shadow of Jud Süß. *Behind the news in Israel*. <https://web.archive.org/web/20121114171747/http://israelbehindthenews.com/bin/content.cgi?ID=3947&q=1> Consultado el 6 de junio de 2022.
- Straehle, E (2014). El judío Süß y el cine antisemita del Tercer Reich: una aproximación a los límites del poder totalitario. *Ápeiron, Estudios de Filosofía*, 1, 349-381