



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES**

## **LA PERSUACION IDEOLOGICA EN LA PROPAGANDA NAZI**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN CIENCIAS POLÍTICAS

**Presenta:  
VERGARA GUTIERREZ HUGO LENIN**

**Asesor:  
Dr. Jorge Federico Márquez.**

Distrito Federal, 9 de septiembre del 2015



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## **Agradecimientos**

Le dedico este trabajo con todo mi amor y esfuerzo principalmente a mi madre Elia Gutiérrez Aguado y a Roberto Sánchez Camacho, quienes me apoyaron durante toda la carrera así como me alentaron para seguir adelante, a mis amigos y a todas las personas que me ayudaron en este trabajo.

Agradecimiento especial a la Universidad, al sindicato del STUNAM, a mis profesores y compañeros de la carrera de los cuales aprendí y adquirí conocimientos de esta hermosa ciencia.

# ÍNDICE

	Pág.
<b>Introducción</b>	I - V
<b>1. La importancia de la manipulación de los medios de comunicación frente a la población alemana.</b>	1
1.1 Definición de propaganda.....	1
1.2 Análisis comparativo entre propaganda y publicidad.....	11
1.3 Herramientas de la propaganda; medios de comunicación utilizados por los nazis.....	13
<b>2. Formación del Partido Nacionalsocialista, inicios hasta la toma del poder</b>	33
2.1 Causas del ascenso del partido nacionalsocialista al poder.....	34
2.2 Principios ideológicos del nacionalsocialismo.....	46
2.3 Creación del partido nazi y Hitler como líder del partido.....	52
2.4 Hacia una marcha triunfal “el putsh de la cervecería.”.....	74
2.5 Juicio político.....	76
2.6 La vía democrática hacia el poder.....	77
2.7 Hitler toca la puerta de la cancillería, adiós a la República de Weimar. ....	79
2.8 Acenso al poder del nacionalsocialismo 1933-1934.....	91
2.9 El incendio del Reichstag.....	92
2.10 El Reich de Hitler.....	94

<b>3. Análisis psicológico de la propaganda en los medios de comunicación, utilizados hasta y después de la toma de poder.</b>	<b>96</b>
3.1 Objetivos de la propaganda nazi.....	98
3.2 Principios de la propaganda nazi.....	102
3.3 Técnicas propagandísticas del nacionalsocialismo.....	121
<b>4. El nazismo una visión general de los mass media.....</b>	<b>137</b>
4.1 Comunicación, persuasión, retorica, lenguaje características para la construcción de los medios de comunicación .....	139
4.2 Los mass media o medios de comunicación.....	149
4.3 El nazismo una visión general de los mass media.....	151
4.4 Los medios de comunicación como medios de manipulación cultural. ....	178
4.5 Los medios de comunicación como medios de manipulación social e instituciones psicológicas.....	184
Conclusiones.....	210
Bibliografía	



## Introducción.

En nuestro país, como en el mundo, democráticamente del seno de la opinión pública, y por emanación del pueblo, surgen cada determinado tiempo campañas políticas, se construye día a día el proceso democrático dentro de los sistemas políticos, económicos y culturales.

Ésta investigación se encuentra enfocada en la Alemania nazi (1922-1934), donde un grupo de políticos jóvenes, sin una trayectoria política importante, siendo un partido prácticamente nuevo, con un líder desconocido y sin ninguna formación académica trascendental, con una retórica poco coherente pudo trascender al poder hasta ser un gran líder para las masas.

¿Cómo Alemania siendo un país con una trayectoria política trascendental, progresista, teniendo en sus filas académicas a personajes como Goethe, Carlos Marx, pudo permitir el ascenso a movimientos políticos como el nacionalsocialismo con un corte fascista, racista y violento?

Debemos de tomar en cuenta las condiciones sociales, políticas y económicas por las cuales el pueblo alemán se dejó llevar, se dejó persuadir por ideas cargadas de racismo, por fundamentalismos vagos de fe, por un fascismo alemán que pretendió ser alguna vez una religión política.

La pérdida de la guerra por parte de Alemania causo múltiples crisis, Alemania tenía que pagar fuertes cantidades de dinero a los países victoriosos, la población no tenía que comer y los pagos no cesaban, la democracia de Weimar era débil, se encontraba cimentada sobre estructuras por demás inestables.

La población no tenía alternativa ni confianza en los viejos partidos, anticuados, sin ningún posible éxito para la juventud en la vida política, los jóvenes eran el sector más golpeado por la crisis, millones de ellos se quedaron sin empleo, otros dejaron la universidad en busca de salarios, la población se encontraba desesperada.

El partido comunista ofrecía la lucha del proletariado, sindical contra el capitalismo voraz y contra el patrono, la socialdemocracia ofrecía igualdad de oportunidades y un estado de derecho en todos los órganos del Estado. El nacionalsocialismo ofrecía empleo, exigía a la república de Weimar la entrega de los culpables por la pérdida de la

guerra, entre otras propuestas como la construcción de un imperio tanto político como económico, el desarrollo nacional, así como el sacrificio personal para la grandeza colectiva de una gran nación como lo era Alemania, el punto clave del nacionalsocialismo se fundó en el ofrecimiento de un caudillo fuerte, enérgico y dinámico capaz de acabar con la república de Weimar y con la crisis económica, es decir, Hitler y su movimiento le inyectaron fe y esperanza a la población alemana.

La presente investigación no pretende encontrar la verdad última del fenómeno nazi, tan solo se pretende dar a conocer los procesos políticos e históricos del movimiento nacionalsocialista.

Esta investigación representa un esfuerzo por dar a conocer los procesos propagandísticos del nacionalsocialismo, que si bien es cierto fueron superiores en éste tema a cualquier otro partido de su época, se pretende explicar por qué el movimiento nacionalsocialista tuvo tanto éxito dentro de las filas obreras, campesinas y en la elite burguesa, o sea con los empresarios; pero, principalmente, fue una atracción casi irresistible para los jóvenes; el escenario caótico que hundió a Alemania en la desesperación, fue la gran crisis económica, causada por la pérdida de la guerra, la población no tenía que comer, sin embargo el gobierno tenía que pagar las indemnizaciones por los daños causados, la población activa laboralmente antes de la guerra, había perdido su trabajo, la escases del mismo tenía a Alemania en una desesperación engorrosa, las consecuencias en la crisis económica tuvo consecuencias en el gobierno, una inestabilidad política.

El documento intentará abordar los fenómenos mencionados; el caos político y económico, la habilidad propagandística del movimiento nacionalsocialista para abordar temas controversiales, caóticos y atraer a la población a sus filas, descalificando a los partidos convencionales de la época, engrandecer la figura de Hitler. Generar un culpable histórico, además de los agresores de la guerra, las causas por las cuales Hitler ascendió al peldaño de líder principal del partido nacionalsocialista, dar a conocer la estructuración del partido como su ideología.

El trabajo se propone dar cuenta justamente del proceso de convencimiento por parte de la propaganda nacionalsocialista, tácticas y principios que desplegaron en toda Alemania a la población. De cómo se logró convencer a masas enteras de un mesianismo fantasioso, pero, al mismo tiempo, radical, agresivo y, sobre todo, violento. Hitler con una personalidad risible en los tiempos modernos, pudo con su gran y radical oratoria persuasiva, atraer a masas enteras de gente a su partido, personas de todas las clases sociales incluso académicos como lo fuera Martin Heidegger; un filósofo alemán reconocido por sus trabajos en temas de política y psicoanálisis, pensador, catedrático e intelectual alemán.

La oratoria, los discursos, las diatribas por parte del líder nazi se reproducirán dentro del análisis de este trabajo.

Para cumplir con éste propósito, el trabajo se ha organizado en cuatro capítulos. El primero, hace referencia a la propaganda, se realiza la definición del concepto para que el lector de la presente tesis pueda comprender de una manera muy clara el propósito de la investigación. El primer capítulo, analizará la diferencia conceptual entre propaganda y publicidad, ya que dichos conceptos se confunden mucho, se define el concepto de propaganda, por último se realiza un análisis minuciosos de los diferentes medios de comunicación o mass media utilizados por el partido nazi; al movimiento nacionalsocialista se le reconoce un avance y un progreso dentro del tema de la propaganda, ya que revolucionó la propaganda como un arma tan efectiva dentro de las campañas políticas en el mundo. El nacionalsocialismo si bien es cierto no inventó la propaganda política, pero hizo de ella un arma en la campañas electorales, así como su utilización para hacerla efectiva.

Utilizaron todos los medios de comunicación a su alcance como, mítines, carteles, pancartas, marchas, banderas, reuniones, oratoria, imágenes, dibujos. Los propagandistas alemanes fueron unos verdaderos psicólogos para poder controlar la mente de la población, estos temas los veremos y desarrollaremos en el transcurso del trabajo.

El segundo apartado tratará sobre la formación del partido nacionalsocialista, de la estructura partidista, desde sus inicios hasta la conformación del poder, cómo atrajeron a la población alemana, cómo inicio este movimiento tan violento pero tan atrayente

como partido nuevo. Cuáles fueron los cimientos ideológicos sobre los cuales el nacionalsocialismo y el líder se basaron para difundir la idea del pangermanismo, del antisemitismo y de la raza aria. El manejo informativo por parte del nazismo fue hábil y astuto, el resultado para sus objetivos fue positivo ya que masas enteras se dejaron manipular y guiar por ideologías tan fantásticas como irracionales.

Se analizarán los temas de cómo el nacionalsocialismo pudo penetrar en las estructuras políticas de Alemania. En un principio Hitler y el partido, no querían entrar en las reglas del juego democrático, los líderes nacionalsocialista todos de corte político radical, intentaron tomar el poder por la fuerza, es decir, organizaron un golpe de Estado cuyo cálculo político fue desastroso.

Finalmente Hitler y los líderes radicales tuvieron que afrontar los cargos por la república de Weimar, en un juicio donde les dictarían sentencia por traición a la patria. Finalmente, el movimiento en su conjunto y a los líderes aceptaron las reglas del juego democrático, tuvieron que participar dentro de los procesos y parámetros políticos que dictaba la constitución de una república caótica pero aun instaurada en el poder.

Se analizará el proceso del nacionalsocialismo a la cancillería alemana, de cómo el partido nazi, jugó su poder electoral frente a la elite política, empresarial y militar para que fueran aceptados como una de las fuerzas principales en la cancillería y dentro del parlamento alemán, estos grupos llevaron al partido al poder. Se explicara brevemente como Hitler usurpó los poderes de la república convirtiéndose en un dictador, a través de una estrategia pueril y villana, la trampa fue incendiar el *Reichstag*, (parlamento alemán), con esta táctica culparían de todo al partido comunista por atacarlo, después aniquilarlo y quedarse con una república aniquilada pero sin ninguna oposición partidista, éste juego de manos les salió a la perfección.

En el tercer capítulo de la investigación se centrara en un análisis psicológico de los medios comunicativos que se utilizó en la propaganda nazi, los objetivos principales del capítulo están constituidos en tres apartados:

1. Objetivos de la propaganda nazi
2. Principios de la propaganda nazi
3. Técnica propagandística

1) en el presente apartado se analizara cuáles fueron los principales objetivos del movimiento nacionalsocialista, el partido nazi fue un partido el cual se basó principalmente en atraer a jóvenes radicales, resultado de la crisis política y económica, los jóvenes no obtenían empleo, recientemente Alemania había perdido la guerra y firmó un tratado de paz impuesto por los países triunfantes. La propaganda nacionalsocialista buscó principalmente adeptos, simpatías y militantes.

2) en el segundo apartado nos enfocamos a los principios que tiene la propaganda como ley o regla que debe cumplirse para alcanzar un objetivo. Hitler el líder principal y por lo tanto un orador excelso por naturaleza, aplicaba los principios propagandísticos a su oratoria, a las campañas políticas del nacionalsocialismo y, por supuesto, frente a las masas, las cuales salían convencidas después de escuchar o haber tenido una reunión con el líder radical. Se analizaran las cargas emocionales del mensaje propagandístico, la construcción del enemigo superficial creado por los nazis, la simplificación del mensaje, el mensaje organizado para después ser transmitido a las masas, todos los temas se desarrollaran dentro de los principios propagandísticos.

3) en el tercer apartado se analizaran las técnicas propagandísticas por las cuales el nacionalsocialismo basó su propaganda: las técnicas de la propaganda se enfocan a los métodos por los cuales el nacionalsocialismo también destinó sus objetivos, los cuales fueron; ascender al poder y mantenerlo. El nacionalsocialismo utilizó armas políticas para atraer a las masas, desacreditar a un partido político o incluso a un líder, y por supuesto cuales fueron los objetivos principales por parte del nazismo para llegar triunfante al poder, además de atacar eficazmente a sus adversarios.

En el último capítulo se analizaran los medios de comunicación en su conjunto, como los medios electrónicos influyen diariamente en nuestra vida cotidiana, en como Hitler y el nacionalsocialismo utilizaron la oratoria con cargas persuasivas, también se analizará el concepto de retórica, en el cual las ideas se ajustan a las personas y viceversa. La comunicación es un proceso social fundamental durante la vida diaria, el nacionalsocialismo se sirvió del proceso interpersonal y colectivo con fines políticos.

# **1. La importancia de la manipulación de los medios de comunicación frente a la población alemana.**

En el presente capítulo se definirán y ahondará sobre el tema principal de ésta tesis, la propaganda política aplicada al nazismo, y la distinción de propaganda y publicidad, para que el lector no confunda los conceptos, existe una diferencia nada abismal; En las técnicas como en sus principios propagandísticos o publicitarios comparten muchos campos, ya que su fin es el mismo, la manipulación del individuo para el consumo de un candidato o de un producto.

Los medios de comunicación meramente no son un aspecto de entretenimiento o de pasar el rato, son medios de comunicación educativos, porque pueden cambiar una idea, imponer otra hasta llegar a la dominación y al sometimiento social y cultural. Para Elisabeth Noelle Neumann, en su trabajo “La espiral del silencio”, mas adelante la retomaremos para el enriquecimiento del trabajo, indica que las personas que mas observan la televisión son conservadoras, por que consumen la ideología del capital financiero y de la elite política, transmitida a través de los medios de comunicación como vehículo para la población.

En palabras de Ariel Dorffman y Armand Mattelart, refiriéndose al inmenso poder que tienen los medios de comunicación de masas en su libro “Para leer al Pato Donald, *mientras Donald sea poder y representación colectiva, el imperialismo y la burguesía podrán dormir tranquilos*” podemos referirnos al poder de los mass media; mientras el pueblo se encuentre hambriento y en la ignorancia, nunca conocerán la construcción de una democracia.

## **1.1 Definición de propaganda.**

En el primer capítulo, se mostrarán los diferentes medios de comunicación utilizados por la propaganda, y el uso del arma propagandística moderna en manos de expertos manipuladores de masas. El presente trabajo es enfocado en el estudio y

análisis del manejo propagandístico en el Estado alemán, en el periodo comprendido de 1920-1933 a la toma del poder.

Para darle un sentido de claridad al capítulo, es de suma importancia, definir la propaganda política. Jean Marie Domenach, en su libro, *La propaganda Política*, la define como:

[...] una tentativa para ejercer influencia en la opinión y en la conducta de la sociedad, de manera que las personas adopten una opinión y una conducta determinada, la propaganda es el lenguaje destinado a la masa. Emplea palabras u otros símbolos a los cuales sirven como vehículo la radio, la prensa y la cinematografía. La finalidad de la propaganda es ejercer influencia en la actitud de las masas en puntos que están sometidos a la propaganda y que son objeto de opinión<sup>1</sup>.

Expuesto éste punto, al retomar la definición de propaganda del autor, se puede apreciar la finalidad de la propaganda, que es la influencia para la inducción de una determinada conducta al penetrar en la opinión pública.

La definición de propaganda es cuestión principal para el trabajo, tratando de obtener información de primera mano, de autores dedicados al tema.

Pizarroso Quintero define la propaganda de la siguiente manera:

La propaganda, fundamentalmente es un proceso de persuasión porque, implica la creación, reforzamiento o modificación de la respuesta; también es un proceso de información, en lo que se refiere al control del flujo de la misma. La propaganda, en el terreno de la comunicación social, es un proceso de diseminación de ideas a través de múltiples canales con la finalidad de promover en el grupo al que se dirigen los objetivos<sup>2</sup>.

El autor expone una idea fundamental para el entendimiento de la presente investigación: que la propaganda consiste en el control de la información y el flujo de la misma; los nazis sabían los efectos producidos por los medios de comunicación, cada mensaje por parte del partido, cada discurso pronunciado por Hitler, fue meticulosamente estudiado y elaborado por Goebbels y Hitler, dos personajes de la historia que modificaron la propaganda moderna.

---

<sup>1</sup> Jean Marie Domenach, *La propaganda política*, Buenos Aires, Editorial Universitaria de Buenos Aires, eudeba, 1986, octava edición, p. 8

<sup>2</sup> Alejandro Pizarroso Quintero, *Historia de la propaganda: una aproximación metodológica*, [en línea], Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 1999, p 146, número 4., [consulta: 4 de octubre de 2011].

Para continuar con la exposición en la misma tesitura debemos explicar claramente lo que fue el fenómeno nazi, pero más bien presentaremos el sistema político en el cual se basó el nazismo para el control social, se definirá de una manera muy general, las características específicas de un sistema fascista.

Para Wolfgang Benz en su libro, "*El tercer Reich 101 preguntas fundamentales*" da una breve explicación de la estructura del Estado nacionalsocialista.

Como síntoma de la crisis de la democracia. Son movimientos que en su ideología y en la construcción de un Estado y una sociedad, intentan la implantación por medio de una dictadura de los elementos principales del nacionalismo radical, el racismo y el pensamiento antidemocrático, antiliberal y antimarxista<sup>3</sup>.

Para Pizarroso Quintero, la propaganda es un método de persuasión por excelencia, además de ser un proceso de comunicación, para realizar un proceso comunicativo se necesita un poder real de los medios de difusión, ésta tarea se realiza para difundir alguna idea de una cierta agrupación política a favor de dicha camarilla, utilizando múltiples medios comunicativos para permear a la población de su ideología de grupo.

Quintero expone dos conceptos fundamentales dentro de su teoría. Que la propaganda consta de:

- 1) *Un proceso de información,* 2) *un proceso de persuasión,* éstos dos conceptos influyen en las acciones del individuo.

A diferencia de Jean Marie Domenach, Pizarroso Quintero expone el proceso persuasivo a través de la comunicación; el autor retoma la idea principal de la propaganda: ejercer influencia en la opinión y en la conducta de la sociedad a través de los medios de comunicación.

Por otra parte, Bartlett define la propaganda de la siguiente manera:

La propaganda es un intento de influir en la opinión y la conducta de manera especial la opinión y conductas sociales en tal forma que las personas que adopten las opiniones y conductas indicadas, lo

---

<sup>3</sup>Wolfgang Benz, *El tercer Reich 101 preguntas fundamentales*, Madrid, Alianza editorial, 2009., p. 46.

hagan sin realizar en sí mismas búsqueda alguna definitiva de razones. Aunque el crecimiento de la educación es una de las condiciones principales de que ha surgido la propaganda política, los propósitos de ésta son diferentes a los de aquélla y se pueden oponer tajantemente a ellos<sup>4</sup>.

Para Bartlett, la propaganda es un influjo psicológico hacia las personas que reciben la información propagandística, o sea el receptor, ya que ésta intenta transformar su forma de pensar y de actuar, para llevarlos a un inconsciente colectivo, de tal manera que las personas actúen sin razonar, a favor de los objetivos propagandísticos.

Bartlett expone la propaganda como un método de influencia tan grande como efectivo; en ella la educación funciona como método de manipulación por parte del propagandista político, antes de que el individuo se proponga escoger cuál de las diversas corrientes de pensamiento es la más idónea, las ideas se difunden mediante el círculo social en el cual se desenvuelve el individuo o simplemente éste tendrá que escoger el partido político de su preferencia a través de influencias por parte de agentes externos, o del influjo dentro de su entorno social.

El propagandista político impone su voluntad al individuo, antes que pueda organizar sus ideas y por lo tanto pueda elegir cualquier tendencia política que no sea la suya.

La definición de Violet Edwards adoptada por el «*Institute for Propaganda Analysis*» e inspirada por Lasswell: «Propaganda es la expresión de una opinión o una acción por individuos o grupos, deliberadamente orientada a influir opiniones o acciones de otros individuos o grupos para unos fines predeterminados y por medio de manipulaciones psicológicas<sup>5</sup>.

Guy Durandin, parte del concepto de la mentira como ejercicio principal de la propaganda y la publicidad, dicho concepto desarrolla los diferentes ejemplos de la historia tan tangibles y demostrativos como el ascenso del nazismo al poder en Alemania, y la instauración del sistema político Bolchevique.

A través de la mentira Durandin desarrolla dos conceptos y es el análisis principal de su trabajo. En su obra aborda la mentira en la propaganda política y en la publicidad,

---

<sup>4</sup> Bartlett F.C, *La propaganda política*, [en línea], edición Ridendo Castigat Mores, 2002, Versión para ebook dirección ebooksbrasil.com, ([www.jahr.org](http://www.jahr.org)), p. 14. Capítulo 1[consulta: 4 de noviembre de 2011].

<sup>5</sup> Edwards, V.: *Group Leader's Guide to Propaganda Analysis*, Nueva York, Columbia, University, Press, 1938, p. 40.

define y separa la conceptualización de propaganda y publicidad, si bien es cierto, éstas dos vías comunicativas son utilizadas por políticos en campañas políticas y la publicidad por empresarios para vender un producto, en ambos casos se presenta un objeto innecesario y se trata de hacerlo lucir como necesario para la vida cotidiana.

El fin de éstos dos vehículos es influir en la conducta de determinadas acciones sobre los individuos, ya sea en política para votar por un candidato, o en publicidad para consumir un producto, los principios, las técnicas y las formas de aplicación a una cierta conducta no son las mismas, las diferencias se mostrarán más adelante para no confundir al lector de la tesis, ya que el trabajo es enfocado únicamente en la propaganda.

Guy Durandin, define la propaganda de la siguiente manera:

El papel de la propaganda y la publicidad es modificar la conducta de las personas a través de la persuasión, es decir, sin parecer forzarlas. Uno de los principales medios que utilizan para ello es la información: dando falsas informaciones, o sencillamente seleccionando las informaciones, se puede modificar los juicios de los interlocutores sobre las cosas, y con ello también su conducta<sup>6</sup>.

Para Durandin la propaganda tiene el objetivo justamente como los dos autores anteriores la definen: conducir a la acción del individuo a través de la persuasión utilizando el vehículo de información para comunicarse con el receptor. Utilizando las mentiras como un medio eficaz para llegar al punto de la persuasión, la mentira es uno de los medios más eficaces debido a que cuando tiene éxito pasa desapercibida, es por eso que, el autor la define como un arma principal de la propaganda política.

El propio Hitler escribe su concepto de propaganda dentro de la obra de referencia de los nacionalsocialistas, su libro titulado *Mein Kampf*, Mi Lucha, que fuera redactado y escrito por el líder nazi poco después de tener un altercado en una marcha, y que le dieran formal prisión por 5 años, pero por buena conducta salió al término de 9 meses.

Hitler despreciaba la democracia, así que realizó un intento de golpe de Estado, el cual fue un fracaso ya que los nacionalsocialistas creían que algunos jefes de la policía local simpatizaban con el movimiento, suponían que los apoyarían para derrocar a la república de Weimar, pero el cálculo político fue erróneo por parte del jefe nazi, la

---

<sup>6</sup>Guy Durandin, *La mentira en la propaganda política y en la publicidad*, México, Editorial paidós, 1983., p. 12.

policía los detuvo y se enfrentó a la marcha, arrestando a Hitler dos días después dándole formal prisión. Desarrollaremos más adelante y en otro capítulo dicha información.

En un principio un grupo de nacionalsocialistas y miembros del *Kampfbund*, unos 2.000 quizá, había conseguido apoderarse de los puestos de policía, emprendiendo entonces la marcha encabezados por Hitler, Luedendorff, Goring, Kriebel, y Weber. “Emprendiendo el golpe de Estado tan deseado por los nacionalsocialistas.” Tras un breve tiroteo la multitud emprendió una huida desordenada buscando desesperadamente una salida por las calles colaterales<sup>7</sup>.

En la declaración de su defensa ante el tribunal de justicia alemán, Hitler, supo separar los temas del verdadero asunto por el cual se encontraba enjuiciado, con sus dotes como orador y como agitador de masas, convirtió la sentencia en un verdadero acto propagandístico, retomando una y otra vez aspectos de la grandeza de su movimiento y de su persona, poniendo de relieve el nacionalismo como punto de desarrollo para el gobierno alemán.

Esta fue la sentencia: Rohm y Frick fueron declarados inocentes, al igual que Ludendorff, mientras que Hitler obtenía la pena mínima para un caso de alta traición: cinco años de arresto en un castillo con la expresa posibilidad de un pronto indulto<sup>8</sup>.

En *Mein Kampf*, Hitler plasma los principios de la ideología del partido nacionalsocialista, la importancia que tiene la propaganda dentro de la lucha política, así como el análisis de la propaganda de guerra dentro de la primera guerra mundial. Según aquella propaganda no fue nada eficaz, fue una de las causas de desmoralización en la lucha dentro del alma combativa de los soldados, la traición de los dirigentes políticos ante la guerra internacional, enfatizó la debilidad de la república de Weimar, los intereses económicos y políticos por parte de la raza judía acusándolos de traidores del interés general de la Nación.

Hitler respetaba mucho el manejo propagandístico del partido Bolchevique en Rusia; al haber instaurado el sistema político comunista por Lenin, hubo una fuerte

---

<sup>7</sup> Karl Dietrich Bracher, *La dictadura alemana génesis estructura y consecuencias del nacionalsocialismo*, Editorial alianza universidad, Madrid, 1973., pp. 161-162.

<sup>8</sup> *Ibid.*, p. 166.

aceptación por parte de la sociedad del proceso de instauración del sistema político y de los partidos Marxistas o Comunistas en el ámbito nacional; los partidos de izquierda manejaron las técnicas mediáticas de una forma sencilla y comprensible, la población podía comprender todo el mensaje propagandístico que se le ofrecía, Hitler redacta su idea de la propaganda como un medio tan eficaz como indispensable para conseguir adeptos, miembros y adhesiones a cierta idea.

El movimiento nacionalsocialista supo manejar la propaganda con fines políticos cupulares, manipuló las conciencias de los alemanes a través de los medios de comunicación. La sociedad al ser bombardeada con innumerables mensajes propagandísticos, se convenció de la ideología nacionalsocialista hasta llegar a la acción propuesta por el partido.

La propaganda orienta la opinión pública en el sentido de una determinada idea y la prepara para la hora del triunfo<sup>9</sup>.

El movimiento nazi logró a través de sus grandes oradores, infundir poco a poco la ideología nacionalsocialista, las clases sociales se encontraban permeadas de rencor, antipatía, aversión y desprecio. Hitler, logró llevar todos éstos estados psicológicos de frustración, insertados en el alma de la población alemana a una exteriorización. Cuando hablaba en público, la población cedía en sustancia y voluntad, su personalidad era comparable con la de un psicólogo. El público lo escuchaba, lo adoraba y al final, el gran agitador de masas arrancaba todas las emociones negativas de la masa, el auditorio se sentía tranquilo y desahogado de todos los problemas cotidianos que vivía.

Se definió el concepto de propaganda en el cual todos y cada uno de los autores coinciden con la definición:

La propaganda es el método para el convencimiento y la persuasión, los propagandistas utilizan cualquier medio necesario para la manipulación del individuo, la propaganda es el ejercicio del manejo del poder para que las masas realicen una acción determinada sin darse enteramente cuenta de sus actos, o bien, sin reflexionar en ellos.

---

<sup>9</sup> Adolf Hitler, *Mi lucha*, México, Editorial del Partido Nacionalsocialista de América Latina, 2000.,p. 203.

Como lo hemos enmarcado antes, la propaganda del nacionalsocialismo se basó y fue construida para las masas, las masas en carácter de un conjunto de personas reunidas pierden la personalidad de su elemento como individuo, no importa el modo de vida, su grado de inteligencia, o su manera de actuar en situaciones adversas frente a un acontecimiento político, por el sólo hecho de ser masas pierden todo carácter individual y actúan de una manera inconsciente, que hace que actúen, piensen diferente a como lo harían individualmente.

Para el entendimiento más claro del trabajo definiremos el concepto de masa por José Ortega y Gasset, ya que fue al sector de la población que el nacionalsocialismo dirigió su propaganda.

La masa es el conjunto de personas no especialmente cualificadas. La muchedumbre es una determinación cualitativa; es la cualidad común, es lo mostrenco social, es el hombre en cuanto no se diferencia de otros hombres, sino que repite en sí un tipo genérico<sup>10</sup>.

Para Gasset la muchedumbre no se exige nada a sí mismo, se conforma con lo que es, con lo que posee, no aspira a tener un grado intelectual mayor que el que ya obtiene. Las masas no se diferencian en nada de lo selecto, todos los individuos masa son comunes, no poseen una habilidad específica, además de evitar el esfuerzo para desarrollarse como un ente calificado dentro de la sociedad, todo individuo que sea diferente a la masa corre el riesgo de ser anulado.

Las masas según Gasset no pueden ni deben obrar por sí misma, se ha constituido la masa para ser dirigida, para ser encaminada en su vida, debe ser representada y organizada, no existe la capacidad para desenvolverse en la vida política o social, debe entregar toda voluntad a las minorías instruidas, a las minorías especializadas.

El poder de palabra de las muchedumbres no tiene peso, no tiene fundamentación en ningún tema por sencillo o complicado que sea, opina por opinar. En éste sentido se funda el hecho que las muchedumbres sean organizadas y dirigidas por un líder, como un rebaño sigue a su pastor.

---

<sup>10</sup> José ortega y Gasset, *La rebelión de las masas*, México, Editorial colección austral, 1983, vigésima tercera edición, p. 39.

La masa según Mauro Wolf, son personas individuales pero que no se diferencian entre sí, tienen automáticamente los mismos fines, son una masa porque no son distinguibles, no tienen habilidades que los diferencie de los demás, son un mismo individuo multiplicado por miles, sólo que con diferente aspecto, de la misma manera concebían a las masas los líderes nazis.

La masa en cuanto a miembros son sustancialmente iguales, no diferenciables, aunque procedan de ambientes distintos, heterogéneos y de todos los grupos sociales<sup>11</sup>.

Antes de anteponer ante cualquier acción, el hombre individual razona las consecuencias de su acción, pone en una balanza lo justo por una parte y lo injusto por la otra, las masas no razonan, no existe la balanza de la justicia, tan solo reaccionan ante cualquier circunstancia ya sea que les favorezca o no.

A continuación definiremos el concepto de masa en palabras de Gustavo Le Bon, de su libro "*Psicología de las Multitudes*".

Los principales caracteres de los individuos en muchedumbre son: desvanecimiento de la personalidad consciente, predominio de la personalidad inconsciente, orientación por vía de sugestión y contagio de los sentimientos y de las ideas de un mismo sentido. Las muchedumbres presentan impulsividad para razonar, ausencia de juicio y espíritu crítico, sugestibilidad y credibilidad<sup>12</sup>.

El nacionalsocialismo dirigió su propaganda principalmente a las masas, para conseguir el triunfo electoral, se necesitaban los votos de las grandes urbes, Hitler y todo su partido veían en las masas tan sólo un escalón para poder realizar su más grande ambición; La cual fue, el dominio político total de Alemania.

Le Bon en su obra expone el concepto de psicología de las multitudes, como una revolución, un cambio de pensamiento de las sociedades, realizando un cambio en la ideología y en las creencias, las sociedades pueden hacer un cambio en la política; sólo sucede cuando un agitador o un hombre de Estado conoce todas las características de las masas, Hitler en sí fue un psicólogo social, manejaba y

---

<sup>11</sup> Mauro Wolf, *La investigación de la comunicación de masas*, España, Ediciones paidós, 1987., primera edición., p. 25.

<sup>12</sup> Gustavo Le Bon, *Psicología de las multitudes*, México, Editorial nacional edinal, 1966., p. 34.

manipulaba al público para su beneficio, sirviéndose del auditorio para fines personales y colectivos del Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán (NSDAP).

El gran éxito del (NSDAP), se le debe a la personalidad carismática de Hitler, al manejo efectivo de grandes masas para incluirlos al movimiento nazi, y a las frases persuasivas frente a la población alemana.

Gustavo Le Bon define a la psicología de las multitudes como:

Los grandes cambios de la civilización son consecuencia de cambios en el pensamiento de los pueblos. La creencia moderna en el poder de las muchedumbres. Las transformaciones importantes en un cambio de civilización, son aquellas realizadas en las ideas, las concepciones y las creencias<sup>13</sup>.

Según Le Bon, el cambio más importante dentro de una nación se encuentra en la transformación de las ideas, de las creencias, se debe atacar la raíz, el origen del pensamiento del individuo, el nacionalsocialismo, estudio la cultura Alemana para después dominarla. El NSDAP al controlar a las masas controlaron las estructuras de la religión, social y política.

Cuando se pretende cambiar la forma de pensar de una nación, se implantan nuevas ideas. Las nuevas doctrinas solo serán aceptadas por los ciudadanos, sí, solo sí, las costumbres anteriores son desplazadas. Cumpliendo el principio propuesto por Le Bon, las nuevas doctrinas, tendrán cabida social, cultural y política. Pero si se dejan en vigencia, son fuertemente peligrosas, existe un periodo de violencia, revolución, anarquía y desobediencia.

Hitler no cambió la forma de pensar de los alemanes, empezó por la famosa frase mercantil, "darle al cliente lo que pida"; las empresas del mercado de ventas proponen esa frase basándose en el hecho de que las personas al consumir cierto producto no tangible, queden satisfechos para continuar consumiendo otro producto de la misma firma; mediante su satisfacción con el producto recomiendan a uno, dos o hasta tres clientes potenciales, Hitler hizo lo mismo dentro de la política.

Hitler ofreció a la audiencia alemana la propagación del desprecio y la frustración frente al sistema político democrático, hacia la clase gobernante, sobre la raza judía y al

---

<sup>13</sup>*Ibíd.*, p. 16.

sistema político comunista. El partido nacionalsocialista los manejó de tal forma que la población alemana creyó en el manejo persuasivo de su propaganda.

Se definió el concepto de propaganda, a través de diferentes autores especialistas en el tema de la comunicación y de la psicología de masas, en cada uno de los autores así como de las fuentes antes citadas, la mayoría de los conceptos retomados sobre la definición de propaganda coinciden.

Puede concluirse que la propaganda es una herramienta de la política, utilizada por políticos, propagandistas o jefes de Estado, con el fin de influir en las acciones de la población, de los individuos, e incidir en la opinión pública así como en la ideología de un pueblo. La propaganda generalmente se realiza con objetivos particulares, es un proceso comunicativo dirigido al receptor del mensaje, el mensaje debe tener matices persuasivos para que cumpla con el fin deseado.

La propaganda es de carácter multifacético, ya que puede tener un abanico de posibilidades para propagar un mensaje o una idea, estos vehículos utilizados por el propagandista, son llamados medios de información o de comunicación, como lo son: la radio, el periódico, el cine, panfletos, volantes, fotografías, mítines, discursos políticos etc.

## **1.2 Análisis comparativo entre propaganda y publicidad.**

Para dar un mejor entendimiento al lector sobre la presente investigación, se dividirá el concepto de propaganda y publicidad a través de diferentes autores especialistas en los temas. Si bien es cierto, las dos tendencias dentro de la mercadotecnia y la política, tratan de manipular las acciones y el modo de pensar de las personas, se pretende vender algún producto, alguna forma de vida, tanto la propaganda como la publicidad son concepciones con similitudes muy grandes, pero no iguales, sus objetivos son diferentes, y sus técnicas muy parecidas, a continuación se mostrará una breve separación de las dos tendencias ya insertadas desde el siglo pasado hasta la época actual.

La propaganda puede compararse con la publicidad en cuanto tiende a crear, transformar o confirmar opiniones: pero se distingue de ésta porque persigue un fin político y no comercial. Las necesidades o preferencias que suscita la publicidad están enderezadas a un producto particular, mientras que la propaganda sugiere o impone creencias o reflejos que a menudo modifican el comportamiento, el psiquismo y aun las convicciones religiosas o filosóficas, la propaganda, por consiguiente, influyen en la actitud fundamental del ser humano<sup>14</sup>.

La propaganda es difícil encerrarla en un juego de palabras, imágenes, cantos, símbolos o abreviaturas, ya que funciona con una buena formulación de la información, el emisor debe conocer los deseos y las necesidades del receptor, puede crearlas, pero es más difícil ésta situación comunicativa, la propaganda se encuentra basada en mecanismos fisiológicos, psíquicos e inconscientes un poco complejos.

La parte sustantiva en la diferencia de propaganda y publicidad, se encuentra en el campo político y de comercio.

La propaganda intentará influir en la opinión del individuo para que éste, se adhiera o vote por un candidato o un partido político, en cambio, la publicidad influirá en la opinión de un individuo llevándolo a la acción de compra de un producto determinado.

Los ámbitos de aplicación de la propaganda y la publicidad son, en principio, diferentes: normalmente, se habla de publicidad cuando se trata del terreno comercial, y de propaganda cuando se trata de problemas de orden político o de interés general. Pero las dos tienen el mismo fin general: modificar la conducta de las personas<sup>15</sup>.

El acercamiento entre propaganda y publicidad queda ilustrado actualmente por la expresión de marketing electoral, y por otra más general, la de marketing político. Existen muchos elementos en común entre éstos dos campos comunicativos así como también confusión. La similitud entre las dos formas persuasivas de dominio psicológico ante las masas es que las dos tendencias, tienen un mismo fin, un objetivo similar, el consumo de un producto político o comercial, así mismo utilizan técnicas similares o hasta en algunos casos iguales, se prestan sus metodologías, sus artes y sus tecnologías.

---

<sup>14</sup> Marie Domenach, *op. cit.*, p. 9.

<sup>15</sup> Guy Durandin, *op. cit.*, p. 12.

Es preciso distinguir entre publicidad y propaganda ya que las dos tendencias comunicativas pretenden influir en la opinión pública. Existen una enorme variedad de técnicas publicitarias, desde un simple anuncio en una pared, hasta una campaña simultánea que emplea periódicos, revistas, televisión, radio, folletos distribuidos por correo y otros medios de comunicación de masas.

Se realizó la diferencia conceptual de las dos tendencias comunicativas, para un mejor entendimiento de la tesis. Primeramente se retomaron éstas dos herramientas de la comunicación, psicología, historia y ciencia política, fue de suma importancia realizar la separación conceptual para evitar la confusión y objetivo del trabajo.

Podemos definir conceptualmente de manera general, que la propaganda política es:

1) la propaganda es un campo teórico y práctico orientado esencialmente a influir en la conducta de los individuos, en sus acciones e insertar una ideología en el modo de pensar en ciertas personas, utilizando los medios de comunicación masivos como vehículo para influir sobre la población, la propaganda es esencialmente de corte político.

Podemos definir conceptualmente de manera general, que la publicidad es:

2) la publicidad la entendemos a partir de la influencia en la acción de las personas para el consumo de algún producto, es una cuestión a través de un proceso económico de compra y venta, de igual manera se utilizan los medios masivos de comunicación para la influencia sobre las personas, la publicidad, la debemos de entender meramente desde un punto de vista económico y de mercado (compra, venta) ya que su finalidad es tratar de vender un producto determinado.

### **1.3 Herramientas de la propaganda; medios de comunicación utilizados por los nazis**

El presente capítulo se hace bajo la hipótesis que el nacionalsocialismo llegó al poder gracias en gran parte a la propaganda. Existen muchos factores por los cuales Hitler pudo ascender a las alturas del control estatal, en la investigación se retoma la

idea de que el nacionalsocialismo controló y manipuló la información con fines particulares.

Goebbels, sin duda el segundo hombre más importante del Reich, realizó 19 principios propagandísticos que fueron encontrados por autoridades norteamericanas al final de la guerra, éste manuscrito fue redactado en forma de diario, se retomaron algunos principios dentro del primer capítulo para un mejor entendimiento de la investigación. Cabe mencionar, en el tercer capítulo se hace una síntesis de los 19 principios del Dr. Joseph Goebbels, ya que no se puede prescindir de su trabajo intelectual dentro del gobierno alemán y dentro de su aportación a los medios de comunicación, y a los propagandistas.

El autor Jean Marie Domenach, nos muestra los diferentes vehículos que el propagandista utiliza para difundir una ideología hacia la masa en general: todos los propagandistas sin excepción intentan convencer y manipular en su acción a la población a la cual es dirigida su propaganda, se utilizan todas las maneras posibles para influir en las mentes de las personas, una de las propagandas más eficaces es la difusión de una idea, esa idea aceptada por algunas personas se propaga de manera unipersonal hacia otras, por medio del contagio, con la convicción de defender una postura o una posición ideológica que es la que se está divulgando.

La propaganda puede servirse de los diferentes recursos que otorga la tecnología, en su carácter de propagadora de la información, debe ser multifacética en su uso y empleo, para ser difundida sobre una población determinada.

Domenach presenta de manera extraordinaria cuáles son los materiales propagandísticos más eficaces, eficientes, perdurables y seguros de los que debe servirse un propagandista. Retomaremos las ideas de igual manera de Marshall McLuhan, quien aportó grandes análisis sobre el avance de las sociedades frente al fenómeno comunicativo o a la transformación moderna de la comunicación sobre las sociedades.

Recursos de los mass media utilizados por el nacionalsocialismo:

**“Material impreso:** Los libros constituyen un depósito de conocimientos acumulados ya que son el más permanente de todos los medios de comunicación social. Revisten especial importancia en la educación y para la difusión de conocimientos<sup>16</sup>.

El libro es un instrumento de comunicación masivo, pero tiene sus limitantes ya que se puede coartar su difusión, no está dentro de los medios comunicativos como eficientes a corto plazo, el libro es un medio de comunicación masivo a largo plazo. El libro de Hitler rindió frutos, solo estando en el poder y a través de la coacción sobre los individuos, se obligaba a la población a leerlo, cuando un pareja contraía matrimonio lo regalaban, en la escuela era de suma importancia estudiarlo, si llegaba la policía secreta a los domicilios a inspeccionar por sospecha, el libro debía de estar a la mano.

Cuando Hitler llegó al poder, se quemaron miles de libros de las universidades con la débil justificación que esos libros no le convenían al nacionalsocialismo, porque atacaban al Estado para el bienestar y la grandeza de la nación, los propagandistas alemanes sabían que los libros sobre marxismo, comunismo eran peligrosos para el Estado de horror en el cual se encontraba inmerso Alemania

Es por eso que el movimiento nacionalsocialista realizó una propaganda popular, Hitler sabía que la gran muchedumbre, despreciable, indigna y baja dentro de los principios morales del nacionalsocialismo, era floja y distraída para recordar un mensaje, el único libro que utilizó como difusión propagandística fue *Mein Kampf*, que escribiera durante su estancia en la cárcel.

**El panfleto:** arma predilecta de la propaganda, se destina sobre todo a los intelectuales<sup>17</sup>.

El panfleto es un texto corto, es difamatorio y violento contra el enemigo político, se utiliza en la mayoría de las propagandas políticas o campañas, porque es de fácil impresión, de bajo costo y con una fácil distribución.

El panfleto dentro de la propaganda nazi se utilizó transitoriamente, ya que es un escrito breve con matices agresivos sobre un mensaje político, el nacionalsocialismo

---

<sup>16</sup> *Políticas y sistemas nacionales de comunicación social*, México, Editorial coordinación general de comunicación social presidencia de la república, 1981., p. 30.

<sup>17</sup> Jean Marie, *op. cit.*, p. 48.

atacaba constantemente a tres personajes opuestos antagónicamente a los principios nazis y engrandecía la figura de Hitler:

- los comunistas
- los judíos
- la democracia y la república de Weimar

**El periódico:** es el instrumento principal de la propaganda impresa, desde los grandes cotidianos hasta los periódicos de barrio o de fábrica distribuidos y expuestos<sup>18</sup>.

El periódico es el primer instrumentó de información propagandístico de masas, su función principal es informar a la población de los acontecimientos sociales, políticos y económicos de una nación, pero también tiene como tarea persuadir, informar y formar opiniones.

Un periódico declaro en una ocasión Lenin no solo es un propagandista colectivo y un agitador colectivo, sino que es también un organizador colectivo. Stalin calificó a la prensa del arma más poderosa de nuestro partido. Khrushchev la menciona llamándola nuestra principal arma ideológica<sup>19</sup>.

Los líderes políticos veían en el periódico un medio de comunicación de masas tan poderoso como las armas mismas, sólo que sin violencia y mejor aún, con la convicción del poder de la palabra escrita, es decir, la persuasión, la prensa tiene un poder fantástico para imponer afirmaciones o supuestos.

El diario es uno de los principales medios de comunicación de masas, la intención de los nazis con la adquisición del periódico oficial del partido fue propagar y convencer a la población de su ideología.

Desde 1920 el periódico de los nazis el *Volkischer Beobachter* (el observador del pueblo), que primeramente fue un semanario para después de tres años convertirse en un diario.

Funciones principales del *Volkischer Beobachter*.

- Informar

---

<sup>18</sup> *Ibíd.*, p. 48.

<sup>19</sup> *Ibíd.*, p. 264.

- Persuadir
- Promover
- Formación de la opinión
- Educar

Las funciones antes mencionadas fueron puntos principales que controlaron, manipularon, mintieron en todos los temas además de insistir en un mismo contenido desde diferentes perspectivas hasta convencer a la población de lo que se decía.

Existen diversidad de periódicos, cómo los de corte izquierdista o de la extrema derecha, el lector podrá escoger entre cuales son los de su agrado o con cual se identifica más.

Hitler y el nacionalsocialismo atacaban con extrema dureza a través de la adquisición de su periódico el “observador del pueblo” la derrota de la primera guerra mundial, con ello sus víctimas serían los judíos, los comunistas y la democracia. El periódico se identificó con los alemanes y los alemanes con el periódico, tocaba temas con intereses violentos, los alemanes se encontraban frustrados por la pérdida de la guerra, por la extrema pobreza y por el desempleo.

**El volante:** deben ser redactados en forma breve y contundente, el volante tiene la ventaja de ser un poco engorroso y de fácil distribución anónima<sup>20</sup>.

El volante es también un mecanismo de la propaganda, es breve y conciso, no rebasa la cuartilla, en general se utiliza media cuartilla para que el lector pueda digerirlo con rapidez y no le dé pereza su contenido. Su distribución radica en que el individuo o el partido lo fomente y distribuya en las calles y sé da de mano en mano, puede ser un tiraje masivo o escaso.

Los nazis utilizaron el volante principalmente para que las personas se dieran cuenta de su postura ideológica frente a la situación actual del gobierno de Weimar y para darse a conocer frente a la población.

---

<sup>20</sup> *Ibíd.*, p. 48.

La palabra escrita desmenuza, en consecuencia, lo que es rápido e implícito en la palabra hablada.

**La palabra:** el principal instrumento de difusión de la palabra es, evidentemente la radio las radioemisoras se les usa con fines de propaganda interior y exterior. Se ha comprobado que la voz humana confiere a la argumentación vida y presencia, de las que carece un texto impreso. La influencia de la radio puede acrecentarse aun mediante la audición auditiva<sup>21</sup>.

Hitler al obtener el poder sobre los medios de comunicación, utilizó la palabra dictando discursos a través de la radio, el lenguaje radiofónico empleado por los nazis dentro por esa vía ocurrió a un vocabulario de uso corriente y popular para ser entendido por toda la nación alemana.

Parte de la herramienta de trabajo de un propagandista es el control de su voz a través del micrófono, Hitler lo hacía muy bien en los siguientes ámbitos para que sus mensajes tuvieran poder de convencimiento, poder de mando, aunque los receptores del mensaje no estuvieran observando su imagen:

El timbre

La armonía

La entonación

La intensidad

El acento

La peculiaridad

La elocuencia

Las características antes mencionadas dentro de la radio son armas eficaces si se cuenta con una buena elocución radiofónica, la radio implica una profundidad auditiva para los emisores y un arma eficaz propagandística para quien sabe servirse de ella.

**El canto:** es también un vehículo de propaganda, son el arma favorita de las oposiciones<sup>22</sup>.

---

<sup>21</sup> *Ibíd.*, p. 48.

<sup>22</sup> *Ibíd.*, p. 48.

El canto propagandístico se basó en una emisión controlada de sonidos populares para que las personas se identificaran con la composición musical, las letras de la música alemana eran graves, con violencia, pero al mismo tiempo de sumisión para el grupo, cuando las tropas de asalto, las SS o la juventudes hitlerianas marchaban al compás de las estrofas musicales, las personas que presenciaban el acto, solían detenerse para observar el trance propagandístico tan completo. A Hitler le gustaba la ópera de Wagner era uno de sus fieles admiradores, quizá fue por eso que se utilizó el canto, y las estrofas musicales como un arma principal dentro de la propaganda nacionalsocialista.

Con el NSDAP las canciones fueron coros bien organizados, antes del mitin se tocaba el himno nacional alemán, para retocar sentimientos, emociones con matices patriotas. Los asistentes se sentían identificados con el movimiento, antes de que hablara Hitler se tocaba el himno nacionalsocialista.

**La imagen:** hay muchas clases de imágenes; fotos, caricaturas y dibujos satíricos, emblemas y símbolos o retratos de los jefes. La imagen, es sin duda el instrumento de más efecto y el más eficaz. Su percepción es inmediata y no exige ningún esfuerzo. Si se le acompaña con una breve leyenda, reemplaza ventajosamente cualquier texto o discurso<sup>23</sup>.

Tanto Goebbels como Hitler utilizaron la fotografía constantemente dentro de la propaganda nazi, se retrataba a Hitler como la luz de la esperanza, como el gran mecías, se captaban escenas con familias alzando la mano saludando al *Führer*, esperando el progreso, la superación y al fondo de la imagen, se podía captar la bandera nazi con la suástica ondeando sobre el gran imperio alemán.

La fotografía y el dibujo, fueron armas predilectas del movimiento nazi, aunque en el presente trabajo analizaremos únicamente algunas fotografías representativas. Asimismo se retomarán las pinturas, dibujos o retratos propagandísticos más importantes para el ascenso de Hitler al poder.

A continuación presentamos cuales fueron los principales temas y grupos que atacaron los nazis en su propaganda ilustrativa.

---

<sup>23</sup> *Ibíd.*, p. 49.

- **Los comunistas:** Hitler odiaba al movimiento Bolchevique ruso, que era la representación del comunismo en Europa: el dibujo más sobresaliente fue la representación de Carlos Marx, el gran teórico del comunismo, dirigiendo a la población rusa al precipicio, las masas de obreros caían al vacío con banderas sobresalientes en el color como en el estándar, las banderas eran rojas con la hoz y el martillo, las víctimas de Marx era el pueblo ruso, el proletariado de la gran urbe.

- **Los judíos:** en primera judíos y comunistas representaban lo mismo para Hitler, él relacionaba la pérdida de la Primera Guerra Mundial con dichos grupos, a quienes acusaban de traición y de haber brindado una “puñalada por la espalda” al ejército alemán. Se tenía un dibujo de un soldado alemán defendiendo a la nación, y a un judío con un rostro osco, malvado y perverso con un cuchillo clavándosele por la espalda, así, hería al soldado y dejaba el fusil fuera de su alcance.

- **Hitler:** el engrandecimiento del *Führer* para el ascenso al poder. Al líder nazi lo retrataban en las escuelas con niños alrededor de él, la imagen con niños tiene un impacto en la psicología de las personas, se simula ternura, amor y cariño, esa era la imagen que Hitler quería proyectar. En otras pinturas se apelaba al poder, a la fuerza y al progreso, recuperando el antiguo imperio alemán, a Hitler se le retrataba en ángulos frontales, generalmente tenía una mirada fija con una perspectiva hacia el cielo, con aspecto firme, serio y dominador, vestido con el uniforme común militar y con la bandera nazi ondeando de un lado a otro, detrás del personaje principal se entreveía al pueblo, marchando con un resplandor de luz en el cielo esperando el advenimiento del nazismo hacia el poder y debajo de la fotografía el antiguo imperio alemán que estaban por recuperar nada más se llegara a la soberanía.

Cuando el nacionalsocialismo realizaba mítines y reuniones del partido, hacía uso constante de música, antorchas, gritos y la palabra hablada.

Las asambleas multitudinarias se organizaban de una manera metódica y calculada con todos los métodos propagandísticos, las reuniones se hacían en la noche como en el día, la intención era que Hitler transmitiera la ideología nacionalsocialista y que hubiera un acercamiento personal del líder para con la masa, se usaban banderas que constituían el inicio de una ceremonia donde todos se sentían reconfortados, se utilizaron estandartes, marchas, carteles, música, cantos, antorchas, trípticos. Goebbels aparecía ya que el lugar de reunión se encontraba repleto de asistentes, los primeros oradores eran para darle una introducción informativa a la masa, hasta el último momento aparecía Hitler, la audiencia simplemente estaba preparada para captar cualquier información que se le proporcionara.

Las reuniones nazis eran un espectáculo, se buscaba producir un estado de hipnosis, como si se viviera un sueño en el cual todo lo malo se le olvidaba a la masa y todo lo maravilloso salía de la boca de Hitler, era como si el líder nazi contara un cuento al público, el hipnotismo producido se destinaba a que el público aceptara sin cuestionar toda la información ofrecida por los nazis, lo preparaban a través de música, marchas especiales en las cuales siempre se glorificaba a Hitler.

**El espectáculo:** es un elemento esencial de la propaganda. En cuanto a Hitler supo organizar admirablemente manifestaciones gigantescas con un sentido de solemnidad religiosa y deportiva a la vez; congreso de Núremberg, desfile de antorchas, el papel de los proyectores, las iluminaciones; todo lo que es llama y luz en la noche llega a lo más profundo de la mitología humana<sup>24</sup>.

El espectáculo dentro de la propaganda nazi fue esencial, se hacían marchas y mítines, para un deleite visual de las masas al observar marchar a las tropas de asalto con sus botas chocando sobre el piso y con sus uniformes negros al compás en cada paso, pronunciando la canción nazi para después entonar el himno nacional, eran espectáculos visuales con carteles en todos los ángulos para la vista.

Los espectáculos nacionalsocialistas se realizaban en puntos estratégicos, como por ejemplo en las plazas centrales de la capital de Múnich, donde se congrega la gente para presenciar cualquier cosa que se ofrece a la vista o a la contemplación intelectual,

---

<sup>24</sup> *Ibíd.*, p. 49.

y es capaz de atraer la atención y mover el ánimo infundiéndole deleite, asombro o entretenimiento.

**El teatro:** desempeñó un gran papel en la revolución Francesa, su eficacia de propaganda durante la revolución Bolchevique, diversos auditorios, ejércitos, campesinos, se destacaban los méritos y el porvenir de los obreros y campesinos revolucionarios, en contraste con la torpeza de sus enemigos<sup>25</sup>.

El teatro es una representación de historias frente a la multitud utilizando una combinación de discursos, sonidos, gesticulaciones, es un espectáculo que se puede utilizar para la propaganda política.

Cuando Hitler tomaba la palabra a menudo cerraba el puño para golpear el estrado con más fuerza cuando mayor era el enemigo, gesticulaba en cada acto propagandístico, actuaba en los mítines cuando tomaba la palabra.

El NSDAP también incursionó en el tema del cine, ya estando en el poder se realizó una trilogía de documentales inspirados por la cineasta Leni Riefenstahl, quien titularía la trilogía de Núremberg: *Der sieg de Glaubens* (victoria de fe, 1933,) *Triumph des Willens* (el triunfo de la voluntad, 1934), *Tag der Freiheit: Unsere Wehrmacht* (día de la libertad: nuestras fuerzas armadas, 1935) la cineasta se impactó cuando escuchó un discurso de Hitler, fue así militante del partido realizando dichas películas de propaganda del partido en el poder.

**El cine:** es un instrumento de propaganda eficaz, reproduce la realidad con su movimiento y le confiere una autenticidad indiscutible. La mayor parte de las películas producidas en la URSS o en las democracias populares son de propaganda y exalta la epopeya militar de la lucha contra los fascistas alemanes o las grandes tareas de la construcción socialista<sup>26</sup>.

El cine es como muchos intelectuales lo han definido, el séptimo arte, es la reproducción de la realidad dentro de una cinta, es la reproducción de las imágenes en movimiento que cobran vida ante los ojos del ser humano, es un medio de comunicación de masas exacto para la dominación psicológica del ser humano, los individuos le han puesto más importancia a la perspectiva, a las imágenes que al sonido

---

<sup>25</sup> *Ibíd.*, p. 49.

<sup>26</sup> *Ibíd.*, p. 49.

o al odio, la famosa frase, “hasta no ver no creer” las personas para constatar algo, para comprobar algo, deben observarlo. El cine fue de suma importancia para el movimiento nazi ya instaurado en el poder, como forma de dominación, de formación de actitudes o de imposición de ideologías para una acción determinada.

El cine fue útil para el nacionalsocialismo teniendo el control sobre el Estado, se hicieron cintas donde atacaban a los judíos, dónde se apreciaba la idea de la raza aria como una raza superior, consecuentemente se hicieron cintas proyectando la imagen superior de Hitler, ya fuese en los discursos o en su propia personalidad.

El investigador de la tesis retomó ideas del teórico de la comunicación de origen canadiense, conocido también como el gran visionario de la comunicación moderna Marshall McLuhan.

Los medios de comunicación inciden sobre el avance en el desarrollo de las sociedades, y también pone de relieve algunos recursos que utilizan los medios de comunicación para controlar la información, McLuhan no se refiere estrictamente a la propaganda política del nazismo, pero sin duda alguna, los medios de comunicación inciden sobre el modo de pensar en las sociedades y en las personas individuales.

Fue de suma importancia que Hitler tuviera una habilidad en la forma de hablar y en el acercamiento de sus discursos para con los espectadores, la interacción producida entre el espectador y el líder promete un contacto sobrenatural: el líder empieza por decir lo que la masa quiere escuchar, verbaliza y cristaliza sentimientos; ya que ha empezado por decir lo que la masa quiere oír, puede cambiar su discurso para manipular los deseos para sus propios fines.

Hitler sin lugar a dudas fue un excelente orador, el trabajo de un buen orador es comunicarse con sus oyentes a través de la persuasión, la persuasión entendida como el arte de convencer, inducir, mover emociones a través de las palabras. Hitler no sólo hablaba sino actuaba en sus mítines, se movía de un lado a otro, alzaba y movía las manos cuando era necesario, gesticulaba en cada acto.

Para ser un líder político se necesita hacer buen uso de la habilidad discursiva, ésta se ejerce por varios medios como lo son la radio y la prensa. Hitler al ejecutar un

discurso disponía de todo su poder y carisma ante la palabra hablada. Todo arte de mandar ha sido un arte de hablar.

Marshall McLuhan, define al vestido como un entorno social, el atuendo como la expresión de nuestros sentidos, emociones y hasta el nivel socioeconómico.

Hitler utilizó el atuendo para mostrar efectivamente cuáles eran sus intenciones políticas y cuáles eran sus principios políticos e ideológicos en lo referente a la transformación de Alemania. Los camisas pardas, posteriormente las SS, vestían con sus uniformes negros, las tropas de asalto y todos los altos mandos de la jerarquía nazi utilizaban uniformes militares, daban la impresión de seguridad, fuerza, poder, control y organización, no es casual que la población viera en Hitler un dirigente fuerte y capaz de terminar con la crisis alemana.

**El vestido:** el vestido como una prolongación de la piel, equivale a un mecanismo de control térmico y como un medio para definir el ego socialmente<sup>27</sup>.

La propaganda impresa se presenta bajo el aspecto repetitivo para insertar la idea deseada sobre el individuo, la propaganda no es un conjunto de información imparcial. Por el contrario se repite la misma idea para destruir una y edificar otra, el mensaje propagandístico está impregnado con información de carga emocional para recibir una respuesta positiva del público al que está destinado el mensaje.

Tanto Hitler como Goebbels repetían lo mismo desde diferentes aspectos como el engrandecimiento, el desarrollo, la fuerza, el progreso mediante la llegada al poder del nazismo, en otro sentido se referían también al mesías de la historia alemana con el advenimiento de Hitler, para obtener el avance y la evolución racial se debe destruir a los judíos, exterminarlos del mundo y construir un Estado nacionalsocialista en Alemania como primera instancia, para después propagar la idea en todo el mundo. Éste proyecto se repetía día con día, hasta que fue insertado y aceptado por un número significativo de personas.

Hitler fascinaba a todo público al cual se enfrentaba, satisfacía a millones de personas de todas las edades y clases sociales, fue el mejor orador de su época. Tenía la habilidad de percibir y manejar los deseos de su público, Hitler ganó millones de

---

<sup>27</sup> *Ibíd.*, p. 154.

simpatizantes gracias a su oratoria, su movimiento basado en puntos ideológicos carentes de bases y sustentos reales.

**La fotografía:** el poder de la cámara para estar en todas partes y relacionar cosas entre sí [...] Las estrellas de cine y los ídolos populares llegan al dominio público por conducto de la fotografía<sup>28</sup>.

Hitler y Mussolini llegaron al dominio público entre otros medios por la fotografía, a Hitler lo retrataban desde todos los ángulos, destacando su personalidad principal, el de un líder fuerte y carismático, los grandes dictadores así como los políticos, llegan al poder popular por conducto del arte fotográfico, no es casualidad que desde Hitler, Nikita Kruschev hasta Kennedy hayan tenido fotógrafos personales.

La fotografía en gran parte es una ilusión, es una fantasía de la vida cotidiana, la fotografía sustituye la realidad con una cámara.

La fotografía es un factor importante dentro de las campañas políticas, en el caso del nazismo no fue la excepción, ya que las fotografías del *Führer* lo engrandecían de paz, amor, misericordia y al mismo tiempo grandeza, honor, dignidad y seguridad, la fotografía puede mentir a grandes escalas, si bien es cierto gran parte de la población alemana cayó en esta trampa premeditada.

Los fotógrafos tienen conocimiento sobre los sentidos del ser humano, sobre la locución, las expresiones y los procesos emocionales causados por la fotografía. El fotógrafo personal de Hitler, Heinrich Hoffman se unió al NSDAP en 1920 y fue seleccionado como fotógrafo personalmente por el dictador, Hoffman retrataba a Hitler con su equipo colaborador generalmente cuando se iba a hablar sobre temas de poder o violentos, Hitler era colocado en medio y sus súbditos a un lado con el típico uniforme militar nazi, éstas fotografías daban un matiz de poderío, organización y fuerza.

La fotografía es útil en todos los sentidos propagandísticos, es decir, se pueden tomar fotografías de grandes multitudes frente al líder político o bien al líder o candidato individualmente, la fotografía puede servir para posturas colectivas como individuales, en contradicción con el periódico, el libro o cualquier otro lenguaje escrito, éstos medios son solo privados e individuales.

---

<sup>28</sup> *Ibíd.*, p. 235.

La fotografía es meramente un aspecto visual, no reconoce la argumentación, la discusión o una profundidad del razonamiento, ya que no se encuentra en el campo de las letras.

Las películas por sí solas tienen un efecto propagandístico, la mayoría de ellas tienen aspectos asombrosos e extraordinarios, por el simple mensaje visual y auditivo que cubre con su manto para transportar a otro mundo, al mundo del cine.

**El cine:** en el que enrollamos el mundo real en un carrete para poderlo desenrollar cual si fuese una alfombra mágica de fantasía. Un público letrado, acostumbrado a seguir línea por línea la imagen impresa sin poner en tela de juicio la lógica de la linealidad, aceptara sin protesta alguna la secuencia fílmica<sup>29</sup>.

El cine se torna un medio de comunicación de mera fantasía, las películas con más renombre que consiguieron fama internacional, son las que están dotadas de éstas características, la ilusión. Las películas tienen el objetivo de llevar al espectador al mundo de la quimera, de lo ilusorio, las personas aceptaran sin ningún aspecto crítico lo que les presenta el director o el productor de cine.

El cine a la llegada del poder del nacionalsocialismo también fue controlado dentro del régimen, se conformó un comité de analistas y críticos de películas, dicho comité analizaba y decidía si una película era apta para el régimen del nacionalsocialismo, en principio se analizaba si no atacaba al régimen, en segunda instancia se revisaba si no creaba conciencia a las masas, Hitler creó el departamento de censura donde se analizaba todo trabajo de los medios de comunicación.

El cine independiente se acabó con la llegada del nacionalsocialismo a Alemania, las películas fueron de carácter fantasioso dentro de la propaganda nazi, se exhibía al nacionalsocialismo como el sistema político perfecto, donde Hitler llegó a decir que el *Reich* nazi, duraría hasta mil años, en toda la propaganda el tema principal era Hitler, las películas lo engrandecían, lo llenaban de virtudes e imágenes ilustrativas que no tenía, como la compasión hacia los niños y el amor hacia los mismos, las películas nacionalsocialistas eran un universo mágico de fantasía que llevaba a un estado de exaltación emocional al espectador.

---

<sup>29</sup> *Ibíd.*, p. 347.

**La radio:** si un gobierno monopoliza la radio entonces, con la mera repetición y con la exclusión de los puntos de vista contrarios, puede determinar la opinión de la población. En un discurso difundido por la radio pronunciado en Múnich el 14 de marzo de 1936, Hitler dijo: *“sigo mi camino con la seguridad del sonámbulo”*. Sus víctimas y sus enemigos fueron igualmente unos sonámbulos. Bailaron sumidos en trance por el temblor tribal de la radio que prolonga su sistema nervioso central para propiciar una profunda entrega de todos. Cuando escucho la radio vivo en la radio<sup>30</sup>.

El exceso de la fuerza sobre las personas es deplorable, no consigue un fin positivo para el que la aplica, las personas se vuelven indiferentes después de un tiempo. La propaganda política es más eficaz que el terror, ya que transforma la información en un campo psicológico de control mental, tocando el campo sensitivo del individuo. El nacionalsocialismo insertó dicho control mental y sensitivo a través de la radio.

Cuando el Partido Nacionalsocialista tomó posesión del gobierno alemán, la república de Weimar se transformó en el fascismo político de Hitler, se controló la radio las veinticuatro horas del día diciendo el mismo mensaje repetidas veces, con ángulos comunicativos y visuales diferentes, desde ángulos psicológicos distintos, pero con perspectivas de información similar.

A continuación se retomaron ideas del jefe de propaganda Joseph Goebbels para la exposición del capítulo.

Principio 6.- para ser percibida, la propaganda debe suscitar el interés de la audiencia y debe ser transmitida a través de un medio de comunicación que llame poderosamente la atención.

Grandes energías se dedicaron al establecimiento de los medios de comunicaciones. Cines y periódicos fueron controlados adquiridos en los países neutrales y los ocupados. Goebbels creía que la propaganda por la radio, pasado un tiempo, tendía a provocar rechazo en la audiencia. Llegó a la conclusión de que los alemanes querían que su radio no solo facilitara la instrucción, sino también entretenimiento y relajamiento. También creía que los noticiarios aportaban la prueba para muchas de sus principales aseveraciones propagandísticas, en forma de imágenes visuales por más que las manipulase él antes de llegar al público; poseían mayor credibilidad que las palabras habladas o escritas<sup>31</sup>.

---

<sup>30</sup> *Ibíd.*, p. 364.

<sup>31</sup> Miquel de Moragas, *Sociología de la comunicación de masas*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1979, segunda edición., pp. 479, 480.

Los temas de la propaganda deben repetirse una y otra vez, pero no más allá de cuando pierden su eficacia, y se vuelve monótono o tedioso, en ese campo se debe tener cuidado. Goebbels creía que la propaganda debe repetirse hasta ser bien asimilada, después debe repetirse durante algún tiempo.

Dentro de la radio Hitler realizó una especie de novela, creando hechos, y acciones que no fueron reales, con personajes ficticios; además de crear el mal de la nación, Hitler controló escenas y estados de ánimo de la población.

Cooptar la radio en manos del nacionalsocialismo tenía por función que las personas que no estaban convencidas de la doctrina fascista se convirtieran en poco tiempo en parte del régimen, Goebbels pensaba que con la radio se apoderaría de la mente de los alemanes y quitaría cualquier idea de oposición por parte de grupos en contra del régimen, si las personas no se convertían al nazismo en el sentido ideológico serían eliminados.

Goebbels, sabía que la mejor forma de manipular y someter a un pueblo no era a través de las armas, sino a través del control de los medios, la policía y el ejército deben cumplir tareas altamente combativas, la tarea de los medios debe ser, combatir con la información que no es controlada por el Estado, la propaganda como instrumento de la política se funda en su deber y se aplica en su quehacer.

**Las armas:** los soldados y los tanques han quedado sustituidos por la tinta y la fotografía. La pluma se hace, día a día, más poderosa que la espada<sup>32</sup>.

En la era moderna se vive una batalla informativa, la política se entiende como el campo donde confluyen las ideas y los intereses políticos, es el campo de batalla por el poder. En los medios de comunicación se conjuga una batalla de información y de imágenes, que son más violentas psicológicamente que las guerras con armas porque penetran en la psicología del ser humano sin que se dé cuenta. Los medios exigen la persuasión, valiéndose principalmente de las imágenes, el cine, la televisión conllevan a la población a un estado de hipnosis con fantasías nuevas.

Principio 4.- la propaganda debe afectar a la política y a la acción del enemigo.

---

<sup>32</sup> Marie Domenach, *op. cit.*, p. 414.

La propaganda era considerada como un arma de guerra. Aparte de socavar la moral del enemigo, creía que la propaganda podía afectar a las políticas y acciones de los jefes enemigos de cuatro maneras:

- a) suprimiendo el material propagandístico capaz de facilitar al enemigo informaciones útiles.
- b) difundiendo abiertamente propaganda cuyo contenido o tono conduzca al enemigo a sacar las conclusiones deseadas.
- c) incitando al enemigo a revelar informaciones propias de carácter vital.
- d) absteniéndose de toda referencia a una actividad que perjudique al enemigo cuando ella pudiera desacreditar tal actividad<sup>33</sup>.

Hitler y Goebbels deben ser reconocidos por la astucia en el desarrollo propagandístico, éstos dos políticos elaboraron fuertes técnicas persuasivas además de utilizar la mentira de una manera astuta, calcularon, dedujeron, derribaron los movimientos políticos y propagandísticos de sus enemigos, el cuarto principio está basado principalmente en el engaño y en la propaganda como una arma de guerra.

El nazismo desde el principio construyó imágenes, explotó las tradiciones alemanas y transformó su icono principal, su bandera con la cruz gamada al centro, la transformación de los medios de comunicación fue agresiva pero eficaz. En éste mismo orden de ideas el nazismo mostró una ventaja suprema sobre sus adversarios.

Las palabras claves del nazismo fueron: el progreso y la salvación de Alemania por parte de Hitler, se utilizó la cruz gamada o suástica con el fin de relacionar al movimiento con el personaje, cada vez que se viera el símbolo se acordarían del nazismo y recordarían mecánicamente su ideología.

El movimiento nazi, supo manejar la situación endémica de Alemania, controló y expuso los problemas cotidianos de las personas, la pobreza fue una de las principales causas de rechazo por parte de la población frente al gobierno democrático.

Alemania al perder la Primera Guerra Mundial y al aceptar el Tratado de Versalles impuesto por las naciones triunfantes, experimentó un sentimiento de derrota a nivel de la sociedad por la guerra, la humillación y la pobreza que eran parte de la vida cotidiana, Hitler manipuló las emociones a través de la propaganda.

Hitler empleó las emociones a su favor, utilizó la propaganda a su beneficio, influyó sobre la opinión pública, principalmente sobre la clase media, que fue el estrato

---

<sup>33</sup> Miquel de Moragas, *op. cit.*, pp. 477,478.

social más afectado, pues su situación decaía más y más, su estilo de vida bajaba en cada respiro.

*El Führer* (el gran líder, o el gran guía) concepto utilizado por el mismo Hitler poco después que tomara el liderazgo dentro del partido nazi, hábilmente retomó los intereses de la clase empresarial, poniendo de relieve el concepto sustantivo que tanto les atemorizaba, el sistema comunista dentro de la nación alemana.

Hitler retomó los intereses y temores de la población y de las elites económicas, las expuso mediante su oratoria, y dentro de su fuerza de convencimiento en reuniones del partido y en las comunidades, plazas de Múnich, así pudo inculcar la ideología nacionalsocialista: en primera instancia el rechazó frente a la raza judía, que manejó la idea que los judíos eran lo mismo que las fuerzas comunistas; el partido nazi supo manejar la mente de la sociedad alemana hasta la acción.

Hitler y la campaña del nacionalsocialismo funcionaron a la perfección porque el ambiente que se vivía en Alemania verdaderamente era una desorganización, una anarquía política, cuando las instituciones públicas y políticas se encuentran en una descomposición, la propaganda penetra en lo más profundo de las emociones humanas, en los sentidos de una población desesperada, desconcertada en su futuro como en su presente.

El nacionalsocialismo tomo el lugar de las instituciones del Estado, dirigió hábilmente su propaganda a aquellos sectores más desprotegidos y más vulnerables, como lo fueron las masas.

El vacío de poder existente en la república de Weimar, fue uno de los factores claves por los cuales el nacionalsocialismo pudo ascender a la cancillería de Alemania con un rostro amable, pero detrás de él, existía un proyecto fascista en su máxima expresión.

A la llegada de la toma del poder del nacionalsocialismo, Goebbels instauró la censura de los medios de comunicación, éstos sólo podían estar al alcance del Estado, para que la propaganda tenga eficacia debe ser controlada la información.

Hitler y Goebbels siguieron una estructura piramidal desde los inicios del partido nacionalsocialista, pensaban que esta forma de mando llevaría a la cúpula nazi al poder, además de mantenerlos en él por mucho tiempo, en realidad este sistema

jerárquico les funciono a la perfección. En todos los ámbitos políticos siguieron la regla fundamental para el fascismo alemán, en la cúspide se encontraba Hitler, como la figura de poder y mando.

Principio 2.- la propaganda debe ser planeada y ejecutada por una sola autoridad. Este principio seguía la línea de la teoría nazi de la centralización autoritaria.

Pensaba que una sola autoridad, él debía realizar tres funciones:

- 1) Emitir todas las directrices de la propaganda. Todo fragmento de propaganda debía expresar un contenido político, y la política quedaba bien clara en las directrices. Indicaban cuándo las campañas de propaganda debían comenzar, cuando debían ser intensificadas o atenuadas, y cuando debían terminar.

- 2) Explicar las directrices de la propaganda a los funcionarios importantes y mantener su moral. Si no se facilitaba una explicación acerca de la política propagandística a aquellos funcionarios que formal o informalmente, cumplían las directrices, no cabía esperar que actuaran con eficacia y de buena gana.

Goebbels creía que, debía otorgar una parte de su confianza a los altos mandos del Reich, a sus subordinados o colaboradores para que se sintiesen importantes en colaboración con el ministro de propaganda. Al otorgarles confiabilidad inyectaba al mismo tiempo compañerismo y seguridad, así sus subordinados realizaban tareas con más dinamismo, eran más eficientes y eficaces al mismo tiempo.

Supervisar las actividades de otras agencias que tengan consecuencias propagandísticas. Goebbels creía que, cuando se crea un ministerio de propaganda, todas las cuestiones que afecten la propaganda, las noticias y la cultura dentro del Reich y en las zonas ocupadas deben estar subordinadas al mismo<sup>34</sup>.

A la toma del poder, el nacionalsocialismo utilizó de manera persistente la radio, Goebbels se aseguraba que la propaganda entrara en la vida diaria del individuo, y que

---

<sup>34</sup> *Ibíd.*, pp. 476,477.

en ninguna parte de las tareas cotidianas pudiera sustraerse al influjo de los mensajes constantes de la radio, los alemanes se acostaban con mensajes propagandísticos a través de la radio, se despertaban leyendo el diario por la mañana, los medios propagandísticos fueron altamente controlados por el Estado represor, en el Ministerio de Propaganda se encontraba el Dr. Joseph Goebbels, un arduo estudioso de los medios de control a través de la comunicación.

Tanto Hitler como Goebbels ya estando en el poder manipularon cada rincón de Alemania, los medios de comunicación se encontraban a su servicio, se vivió la represión por parte de los grupos opuestos al régimen, como el partido socialdemócrata y los partidos de izquierda, nada ni nadie podía estar en contra del Estado. En cada discurso del *Führer* se hacía presente su voz y sonido en las calles, en las industrias, en las escuelas, en todo ámbito social o laboral existente, era obligatoria la suspensión de actividades mientras el *Führer* penetraba en lo más hondo de sus conciencias.

Los propagandistas aprovechan la oportunidad de la incapacidad de las personas para la comprensión del mensaje por parte de los medios de comunicación.

## **2. Formación del partido Nacionalsocialista, inicios, hasta la toma del poder.**

En el presente capítulo abordaremos la ideología nazi y cómo se conformó el racismo del nacionalsocialismo. Hitler en sí no inventó nada de su ideología, lo único que utilizó con verdadera avidez fue la difusión de las ideas nazis, el antisemitismo, la idea de un súper hombre, la creación de un imperio alemán refiriéndose a la antigua Roma para conquistar al mundo. Estas ideas ya se encontraban en la historia alemana y en el mundo, Hitler retomó una y otra vez esta filosofía para emerger con un potencial mayor que el de sus predecesores.

La pregunta inicial es ¿cómo Hitler, una persona sin educación, de cierta manera con una vida difícil y frustrada, pudo llegar a ser un hombre tan poderoso? Y siendo el NSDAP un partido prácticamente nuevo, ¿cómo pudo competir con los antiguos partidos de derecha e izquierda de Alemania hasta vencerlos con sus propias reglas democráticas?

Todas estas preguntas se podrán verificar en el segundo capítulo; no se pretende encontrar una nueva explicación del fenómeno autoritario, tan sólo se aspira a mostrar al lector cómo un grupo de políticos con ideas descabelladas, sin fundamentos teóricos y científicos pudieron manejar a diversos sectores de la sociedad, de qué manera lo hicieron y cuáles fueron las consecuencias de ello.

Se pretende dar a conocer los procedimientos por los cuales un partido pudo ascender al poder en tan poco tiempo y cómo hombres tan ingeniosos e inteligentes eran tan perversos y malvados como para cometer atrocidades en contra de la humanidad. Se procederá a presentar dichos acontecimientos históricos para evitar se reproduzca una catástrofe política-humana de esta naturaleza.

## 2.1 Causas del ascenso del partido nacionalsocialista al poder en 1933.

Muchos alemanes devastados por la derrota bélica de 1919 y la crisis económica se fijaron en el multifacético personaje de Hitler, se olvidaron de sí mismos, de su personalidad. Depositando su fe en ideologías vagas y ambiguas, reflejaron una imagen de sí mismos en el líder nazi; sentían frustración por la pérdida de la guerra, por no alcanzar sus sueños y metas personales, como ser pintor, arquitecto o artista como Hitler.

Se formó una comunidad de los amargados que sólo esperaba la llegada de un caudillo que dictara las consignas. La inflación, con el empobrecimiento de altas capas de la sociedad, así como la crisis económica mundial que vino pocos años después, aumentó aún más esa indignación<sup>35</sup>.

Hitler se basó en una política de creencias, de fe, de esperanzas y violencia en una sociedad devastada por la pobreza, por la catástrofe moral, por la inestabilidad política. En ese escenario surgió esta figura que lo único que le dio a la población alemana fue un alivio consistente en no pensar por ella misma. Les robó la preocupación personal al asegurar una y otra vez la solución de los problemas de la nación; reiteraba que los problemas nacionales se acabarían cuando el nacionalsocialismo llegara al poder, y que se les atendería con voluntad, esfuerzo, mano dura contra todo aquél que no estuviera de acuerdo con sus ideales.

Los comunistas y los nacionalsocialistas podían olfatear la fragilidad de las instituciones políticas, y la debilidad de los alemanes por los líderes carismáticos.

Había caos en las calles, periodos larguísimos de hambre, el desempleo se tornaba masivo, la nación se encontraba en un desorden social que afectaba a cada estado a lo que sumaba la carga del Tratado de Versalles.

Aquella mañana de domingo, el pastor les informó de que el Káiser había abdicado y huido a Holanda. El día anterior había sido proclamado una república en Berlín, al día siguiente, 11 de

---

<sup>35</sup> Fest Joachim, *El hundimiento, Hitler y el final del tercer Reich*, México, Editorial galaxia Gutenberg, 2004, p. 52.

noviembre, se firmaría un armisticio en Compiègne, Francia. La guerra se había perdido, Alemania estaba a merced de los victoriosos Aliados<sup>36</sup>.

La población alemana veía esto como un suicidio nacional, habían sido derrotados en el campo de batalla, el orden del día cambiaba radicalmente, la mayoría de las personas que tenían empleos, los perdía drásticamente o en poco tiempo, los políticos alemanes no tenían idea por donde reconstruirían al país, los partidos políticos se encontraban perdidos en ideologías vagas y poco concisas, los líderes políticos habían huido o se encontraban anonadados.

Hitler como millones de compatriotas no pudo aceptar, ni entonces ni nunca, el repentino y drástico hecho de que Alemania había sido derrotada en el campo de batalla y que habían pérdida la guerra.

Antes de que la redacción de la constitución de Weimar estuviera terminada, un acontecimiento inevitable esparció la idea de que la naciente república estaba condenada de antemano. Fue la redacción del Tratado de Versalles<sup>37</sup>.

Alemania al término de la guerra perdía todo control sobre Europa, su hegemonía, su historia como imperio, las conquistas que había dejado Bismarck como legado histórico, ahora empezaba una nueva historia para Alemania, las imposiciones no se hacían esperar, se pretendió dejar a Alemania en la ruina, más de lo que ya estaba.

El día del ajuste de cuentas llegó para los alemanes en la tardía primavera de 1919. Los términos del Tratado de Versalles, redactado por los aliados sin previa negociación con Alemania, fueron publicados en Berlín el 7 de mayo<sup>38</sup>.

Por obvias razones la población rechazaba las imposiciones de los países triunfantes, exigencia que tan sólo fue redactada a los ciudadanos por los políticos alemanes, la economía no fluía muy bien por aquellos años, el Reichstag no estaba conformado sólidamente, el presidente, era provisional, los ciudadanos sin trabajo y

---

<sup>36</sup> Shirer William L, Auge y caída del Tercer Reich, volumen 1. Triunfo de Adolf Hitler y sueños de conquista, España, Editorial Planeta, 2010, primera edición., p 58.

<sup>37</sup> Shirer William., p. 96.

<sup>38</sup> *Ibid.*, p. 96.

encolerizados por la derrota, la industria parada, los sindicatos y el proletariado protestaban en contra del capitalismo ayudados por el partido comunista que creía una oportunidad sólida y viable para llegar al poder. El comunismo estaba por instaurarse en Rusia, las ideas se propagaban por toda Europa, Alemania no era la excepción.

Se organizaron multitudinarias concentraciones de masas por todo el país para protestar contra el tratado y pedir que Alemania se negara a firmarlo. Scheidemann, que había llegado a ser canciller durante la asamblea de Weimar, gritó: vergüenza para las manos que firmen ese tratado. El 8 de mayo, Ebert, por entonces presidente provisional, y el gobierno calificaron públicamente los términos y condiciones del Tratado de Versalles como irrealizables e insoportables<sup>39</sup>.

Los alemanes por entonces no conocían su realidad, habían perdido la guerra, pero la población al igual que Hitler no aceptaba la derrota como un acto de sustracción histórica, la población no admitía psicológicamente la pérdida, quería encontrar otra explicación y evadir su realidad.

Si bien es cierto, el Tratado de Versalles era intolerable, incosteable, las reparaciones monetarias que pedían las naciones triunfantes estaban fuera de una realidad económica para Alemania, la población no tenía alimento ni trabajo, la nación tenía que pagar sumas estratosféricas, para saldar los daños.

El autor de la presente tesis tubo la necesidad de apoyarse en un autor estudioso en el caso del nazismo, William Shirer, para poder explicar detenidamente las condiciones estipuladas en el Tratado de Versalles:

¿Qué había en él tan intolerable? Devolvía la Alsacia-Lorena a Francia, Eupen y Malmedy a Bélgica, el norte de Schlegwig a Dinamarca después de un plebiscito, que Bismarck había conquistado a los daneses en el siglo anterior tras derrotarlos en guerra. Devolvía a los polacos las tierras que los alemanes habían tomado con ocasión del reparto de Polonia. Ésta fue una de las estipulaciones que más ofendió a los alemanes, no sólo porque deploraban la separación de Prusia Oriental de la patria por un pasillo que daba a Polonia acceso al mar, sino porque despreciaban a los polacos, a los que consideraban una raza inferior. Poco menos irritó a los alemanes el que el tratado le obligara a aceptar la responsabilidad por el inicio de la guerra, y exigiera la entrega a los Aliados del emperador Guillermo II y unas ochocientas personas más consideradas como criminales de guerra<sup>40</sup>.

---

<sup>39</sup> *Ibid.*, p. 96.

<sup>40</sup> *Ibid.*, p. 97.

Alemania como nación en verdad había perdido su hegemonía, pero la realidad también era palpable, se había perdido la guerra, las estipulaciones en el tratado fueron duras, imposiciones que cada día se tornaban abrumadoras e insoportables, los partidos políticos de derecha, izquierda y el centro rechazaban de una manera estrepitosa el tratado, la población en su conjunto acusaba en todo momento que los firmantes de dicho tratado eran unos traidores para la patria.

Las reparaciones serían fijadas posteriormente, pero se estipulaba un pago de cinco mil millones de dólares en marcos oro entre 1919 y 1921, y algunas entregas en género carbón, buques, madera, ganado etcétera en lugar de reparaciones en metálico<sup>41</sup>.

Los políticos firmantes no tenían otra opción, sabían que no podían resistir otra ofensiva, desde el punto de vista militar, los flancos alemanes eran susceptibles de ataques, la superación numérica en hombres de infantería por parte de los aliados triunfantes era muy superior, Alemania sabía que no podía siquiera negociar el tratado, los aliados amenazaban con atacar nuevamente.

Hitler al igual que muchos alemanes se encontraban furiosos por el tratado, se aglutinaban multitudes de personas para protestar, lo único que se podía hacer era cumplir con las disposiciones adquiridas, si no se cumplía, sufrirían las consecuencias.

Pero los que más les ofendió era que el Tratado de Versalles desarmaba prácticamente a Alemania y de esta forma cerraba el camino a la hegemonía alemana en Europa. El odiado Tratado de Versalles, al contrario del que Alemania había impuesto a Rusia, dejaba al Reich geográficamente y económicamente intacto en su mayor parte y preservaba su unidad política y su fuerza potencial como gran nación<sup>42</sup>.

Desarmaban completamente a una nación que históricamente se pronunciaba su nombre con fuerza, valor y destreza, el desarme militar ofendía y humillaba a los alemanes, el gobierno provisional alemán no estaba de acuerdo con el tratado, pero los aliados pedían una respuesta inmediata. Tras el gobierno se alineaba la abrumadora mayoría de los ciudadanos, de derecha a izquierda en contra de las imposiciones.

---

<sup>41</sup> *Ibid.*, p. 97.

<sup>42</sup> *Ibid.*, p. 97.

Reducía el ejército a cien mil voluntarios que se alistarían para un largo periodo y le prohibía tener aeroplanos y tanques. El estado mayor general fue declarado también ilegal. La armada fue reducida a poco más que una fuerza simbólica y se le prohibió construir submarinos o buques de guerra de más de diez mil toneladas<sup>43</sup>.

Se reducían las fuerzas militares, es decir, el número de individuos que podían alistarse al ejército, se prohibía la ingeniería pesada militar, desarmaban económica y militarmente a la nación alemana, ésta pasaba de ser una potencia militar, económica y política a una nación obediente y mísera.

Los miembros de la asamblea nacional aprobaron la firma del tratado de paz por una gran mayoría y la decisión le fue comunicada a Clemenceau (presidente por entonces de Francia). Cuatro días después, el 28 de junio de 1919, el tratado de paz era firmado en el salón de los Espejos del Palacio de Versalles<sup>44</sup>.

Hitler ofreció a sus seguidores una ideología poco pragmática para la política, señalaba al poco tiempo de la llegada al poder una Alemania llena de prosperidad, felicidad y concordia. No habrá parados decía Hitler, habrá comida y trabajo para todos, el que se oponga a esta idea maravillosa será devastado por la fuerza del movimiento.

Los únicos obstáculos a vencer son los judíos, los comunistas y la democracia. Los enemigos de la nación según Hitler no los podemos convencer de nuestra idea, a lo único que se puede proceder con ellos es al exterminio, cualquier otro opositor a los sueños maravillosos es el enemigo del progreso y de la felicidad.

Habían surgido una nueva generación de mesías demagogos, brutales manipuladores que sabían lo que querían y estaban decididos a evitar los errores de los dirigentes fracasados.

La crisis moral y la crisis económica afectaron a toda la población alemana, el estallido por la inconformidad de un gobierno democrático fue siniestro, ya que se vivía una situación desconcertante frente al futuro político nacional.

---

<sup>43</sup> *Ibid.*, p. 97.

<sup>44</sup> *Ibid.*, p. 99.

Hitler aprovechó para sus fines estas emociones y todo lo que daba pie a la indignación que la gente consignaba con furia creciente, a lo largo y ancho del país denunciaba la crisis. Esa crisis era la promesa más segura del país, en una nación quebrantada espiritualmente<sup>45</sup>.

El líder carismático y radical supo utilizar el tema del Tratado de Versalles junto a los generalizados sentimientos de humillación, como un método de odio en contra de sus enemigos.

Los nacionalsocialistas alemanes propugnaban la política de la fe. Impusieron ídolos creados, símbolos atractivos como la cruz gamada, introdujeron a la política altares nacionalistas, se apropiaron de gran parte del lenguaje del patriotismo para fines específicos. Había suficientes elementos para atraer a los tradicionalistas, a jóvenes frustrados, a obreros con mala paga y a los parados, también a aquéllos que buscaban la emoción de lo radicalmente distinto.

El ambiente político se cubría de encono, de sentimentalismo de masas, de ira, de tristeza, de violencia, rencor, resentimientos y miedos, así como la creencia de que al país lo debía dirigir un hombre con autoridad moral y un poder de mando. La población, en especial los jóvenes y la clase media, querían a los culpables de la pérdida de la guerra en sus manos, para descargar su ira sobre ellos. Aquellos que decidieron apoyar al nacionalsocialismo en las elecciones, no tuvieron un razonamiento previo sobre la instauración de una dictadura, incluso a costas de la democracia y de su libertad personal.

El nacionalsocialismo fue una política de construcción de imágenes en el sentimentalismo nacional, los demagogos de Europa no eran unos ingenuos, conocían las técnicas de manipulación que necesitaban para infundir fe a las masas y sabían los efectos que causaban los actos multitudinarios, banderas, cantos, símbolos y colores. El nacionalsocialismo cubrió la propaganda y la demagogia con un ambiente de ensueño, artístico y popular.

El nacionalsocialismo prometía la salvación en el aquí y el ahora. La noción de unidad nacional y una purificación racial evitando elementos raciales fuera de toda pureza alemana. Hitler tuvo la osadía no siendo puramente alemán, sino austriaco, de

---

<sup>45</sup> Fest Joachim, *op. cit.*, p. 53.

predicar la obtención total de una raza pura, sin mezclas raciales a la alemana, para evitar el colapso de una raza aria. Hitler y el nacionalsocialismo predicaron que el movimiento era la salvación para Alemania, para el pueblo y para la clase trabajadora.

El nazismo ofrecía dinamismo donde había estancamiento y una sensación de poder casi de una misión nacional.

Se invadió a la población alemana con fantasías en las cuales se presentaba como alternativas la supremacía racial o la pérdida de identidad nacional, la situación era rescatar y construir un imperio o la perdición nacional al ceder ante los judíos o los comunistas. Hitler se autotituló el *Führer*, se decía a sí mismo el restaurador de la autoridad y la moralidad después de acabar con la república de Weimar.

Hitler no pudo llegar a ser el pintor que él hubiera querido llegar a ser, pero se sentía un artista en el campo político, formó una ideología artística en la ideología de los militantes, a veces con conceptos racistas y elitistas, la misión ario germánica de redimir la civilización bajo el poder del imperio, a menudo comparaba a Alemania con Roma en sus años de gloria y soñaba instaurar ese poder afirmando la superioridad racial en todos los ámbitos y como una necesidad fundamental para el desarrollo de la nación.

La propaganda se manejó mediante la exaltación de los miedos, de la ira, de la violencia y del rencor hasta llegar a un estado de fe ciega, donde el individuo actuaba por resentimiento. El nazismo, al llegar al poder prohibió los sindicatos, donde la vida laboral del trabajador se hacía más difícil teniendo que luchar constantemente contra el patrono injusto y explotador.

El totalitarismo no se limitó a los campos habituales del Estado, se propuso controlar a la familia y la moralidad privada, así como dirigir las artes y las ciencias de forma que excedían el mero ejercicio de influencia.

La veneración de un nuevo orden por parte del nacionalsocialismo pudo convencer a grandes sectores de la población. Los comunistas se basaron en atacar al sistema burgués, predicaron el desprecio por parte de la clase obrera a la clase burguesa que gozaba de todos los placeres de la vida en comodidad, un mundo de lectura, de obtención de obras de arte, condescendencia al orden de la política, con

buenos vinos. El fascismo tenía otro tinte ideológico, prometía la limpieza racial, la glorificación de una nueva raza con una violencia justificada y glorificada para gozar del mundo de la ley y el orden, la riqueza, el goce de la vida para todos los que no habían tenido la oportunidad de obtenerla, algunos obreros se convencieron de aquella mentira.

Bajo el régimen totalitario se mataba a la gente en virtud de leyes raciales o históricas, sin cálculo moral ni principios éticos.

La crisis económica afectó a Alemania drásticamente junto con la pérdida de la guerra, el nacionalsocialismo manejó muy bien esta situación, y fue una de las causas de su ascenso al prometer empleo, riqueza, educación, felicidad y amor manejando una propaganda a la perfección.

La terrible carga de la crisis amenazaba con paralizar toda la vida económica. Miles de fábricas cerraron sus puertas. El hambre era el compañero diario del trabajador. El azote artificial de la escasez manejado por los judíos [...] hacía salir corriendo de casa a los trabajadores para ir a mendigar comida entre los campesinos<sup>46</sup>.

La crisis fue tan grave para la población alemana ya que el gobierno llevó medidas económicas de suma austeridad, la carga económica fue esencialmente para el pueblo, más de un trabajador honrado llegó a robar para llevar alimento a su casa.

La estrangulación de la economía alemana apresuró la caída del marco. Tras la ocupación del Ruhr en enero de 1923 cayó a 18.000 por dólar; el 1 de julio descendió a 160.000; el 1 de agosto, a un millón. En noviembre, cuando Hitler pensó que su hora había llegado, había que dar cuatro mil millones de marcos para comprar un dólar, y en adelante las cifras pasaron a billones. La moneda alemana llegó a ser completamente inservible. El poder adquisitivo de los salarios y los jornales había quedado reducido a cero. Los ahorros de toda la vida de las clases media y trabajadora se evaporaron. Pero algo todavía más importante se resintió; la fe del pueblo en la estructura económica de la sociedad alemana<sup>47</sup>.

La presión de la crisis fue inmensa, una de las principales causas por las cuales la república de Weimar cayó devastada ante la llegada del autoritarismo fue porque no pudo llevar a cabo una buena administración política, no resolvió los problemas de la

---

<sup>46</sup> Ian Kershaw, *Hitler 1889-1936*, Barcelona, Ediciones península, 1999, p. 317.

<sup>47</sup> Shirer William, *op. cit.*, p.102.

sociedad, la crisis económica fue la perdición de la democracia, toda crisis mal administrada acaba con cualquier gobierno. Hitler y el nacionalsocialismo se basaron en estos puntos para explotar ante la población una propaganda en contra de la república pero principalmente ante la democracia. Gran parte de la clase obrera, de la clase media, y parte del empresariado apoyó a Hitler en su política de desarrollo capital y en contra del desempleo.

Todo lo que sabían es que con una buena cuenta corriente en el banco no podían comprar un mal manojo de zanahorias, una bolsa de patatas, unos gramos de azúcar o medio kilo de harina. Eran conscientes de que estaban en bancarrota. En su miseria y desesperación hicieron de la república la víctima propiciatoria por todo lo que había sucedido<sup>48</sup>.

Las personas que no tenían carreras universitarias u oficios que ayudaran al triunfo de la guerra se empobrecieron rápidamente.

Un porcentaje de la población en constante aumento pasó a depender del apoyo estatal o local, sus escasos medios desbaratados por la escalada imparable del coste de la vida. Proliferaban las huelgas con una fuerza de trabajo que se iba radicalizando.

Desde 1924 a 1930 los préstamos alemanes ascendieron a unos siete mil millones de dólares y la mayor parte de ellos procedían de inversores norteamericanos que pensaban poco en cómo los alemanes iban a poder reembolsarlos. Los alemanes aun pensaban menos en eso<sup>49</sup>.

La sociedad quedó devastada por el periodo bélico pero fue aún más difícil ya que experimentó pérdidas posteriores, quizá ésta fue la causa por la cual el nacionalsocialismo tomó tanta fuerza como un partido político en la devastada Alemania. Lo único que se vivía eran desgracias, pobreza y marginación moral, social y económica. Se podía apreciar un aumento en la delincuencia, divorcios, propagación de enfermedades venéreas. La escasez de viviendas por la guerra era notable, lo mismo que la disminución del trabajo y despidos masivos de industrias.

---

<sup>48</sup> *Ibid.*, p. 103

<sup>49</sup> *Ibid.*, p. 175.

Las deficiencias por parte del Estado para atender todas las carencias se ponían al descubierto; el gobierno perdió credibilidad frente a la ciudadanía, donde antes se administraba eficazmente y se gozaba de todos los derechos del individuo.

La producción industrial, los precios y los salarios iniciaron la caída en picada que alcanzaría su calamitoso punto más bajo en 1932. En enero de 1930 se contabilizaron 3.18.000 parados, aproximadamente un 14 por 100 de la población en edad laboral<sup>50</sup>.

La clase media vivió su más cruel pesadilla, empezó a vender sus más preciadas posesiones materiales a causa de los estragos inflacionarios.

Personas con títulos universitarios como abogados, doctores, médicos, eran explotados, no en sus habilidades profesionistas sino en trabajos manuales, tenían que recurrir a comedores de beneficencia.

Las personas no podían conseguir el alimento fácilmente, cuando se enfermaban la comida y las medicinas eran casi imposibles de conseguir las dos cosas al mismo tiempo. La clase media principalmente se hundía en la pobreza y en la inseguridad, las personas a menudo se suicidaban.

Tres semanas después de la muerte de Stresemann (ex-canciller, y ministro de asuntos exteriores) el 24 de octubre, la bolsa en Wall Street quebró. Los resultados se sintieron en Alemania pronto... y desastrosamente. El guardacantón de la prosperidad alemana había consistido en préstamos del extranjero, principalmente de Estados Unidos, y el comercio mundial cuando se secó la corriente de préstamos y hubo que pagar los concedidos anteriormente, la estructura económica alemana fue incapaz de soportar el esfuerzo<sup>51</sup>.

La inestabilidad económica alimentaba cada día más la incertidumbre, existía una penuria económica con políticas extremistas.

Ninguna otra consecuencia de la crisis económica mundial influyó más profundamente en la vida de los ciudadanos alemanes que el desempleo masivo que, en los inviernos de 1931/32/33, llegó a afectar a casi 40% de todos los obreros y empleados<sup>52</sup>.

---

<sup>50</sup> Ian Kershaw, *op. cit.*, p. 320.

<sup>51</sup> Shirer William, *op. cit.*, p. 200.

<sup>52</sup> Jurgen W. Falter, *El extremismo político en Alemania*, Barcelona, Editorial gedisa, 1997, primera edición, p. 9

La mayor crisis económica que se vivió en Alemania ocurrió en 1932, existían millones de personas sin empleo y se sumaba a esta situación que no todos los desempleados tenían derecho a recibir apoyo estatal. En estos años fue cuando Hitler pudo realizar sus maniobras políticas utilizando como demagogia la incapacidad de la república para combatir la crisis y como un tema principal para ascender al poder.

Sin exportar, la industria alemana no podía mantener sus instalaciones en funcionamiento, y su producción descendió casi a la mitad desde 1929 a 1932. Millones de obreros fueron despedidos. Miles de pequeñas empresas quedaron arruinadas. En mayo de 1931, el banco más importante de Austria, el Kreditanstalt, quebró, y esto fue seguido, el 13 de julio, por la bancarrota de los más fuertes bancos alemanes, el Darmstaedter y el Nationalbank, lo que obligó al gobierno de Berlín a cerrar temporalmente todos los bancos<sup>53</sup>.

El vehículo propagandístico y político para acabar con la democracia e instaurar el autoritarismo fue jugar con la esperanza del término de la crisis con la llegada del nacionalsocialismo, esto fue un suicidio político.

Hitler sin duda fue un hombre hábil e inteligente durante su estadía en el poder y su ascenso para el mismo; manejó un discurso creativo para la pequeña burguesía que no quería caer en las filas del proletariado ni en los trabajos manuales, este temor lo explotaría sobre la amplia base de la clase burguesa de cuello duro y corbata.

Entre el número creciente pertenecientes al NSDAP a finales de los años veinte había personas con ideas radicales y con un odio encendido; estos miembros del NSDAP tenían un sentimiento de odio hacia la república de Weimar, Hitler percibió esto y pensaba que era uno de los sentimientos más poderosos de la humanidad. Las personas que se afiliaron al partido tenían una cierta simpatía por Hitler aunque nunca lo hubieran visto o conocido.

Hitler pensaba que sólo con la restauración de la dictadura y con la destrucción total de la inservible democracia se podría lograr el fortalecimiento de una unidad nacional.

Para mucha gente el nacionalsocialismo conducía al futuro de una “nueva Alemania” como aseguraba Hitler, quien expulsaba las esperanzas del ciudadano,

---

<sup>53</sup> Shirer William, *op. cit.*, p. 200.

enfrentamientos con los enemigos y explotadores de la nación, construía los sueños de una Alemania renacida, la población anhelaba un salvador, un caudillo.

A causa de la derrota de la Primera Guerra Mundial Alemania se encontraba en una crisis acuciante; se suscitaban revueltas sociales, los trabajadores insistían en gozar de amplias garantías para formar sindicatos y declarar huelgas, no solamente para reclamar salarios más altos y mejores condiciones en el trabajo, sino para conseguir sus fines políticos dentro de la democracia.

Entre 1919 y 1933 hubo veinte gobiernos en Alemania. Sólo dos parlamentos sobrevivieron al ciclo completo de cinco años. Esta inestabilidad política crónica, en periodos económicamente buenos y malos, hizo que se perdiera el respeto al parlamento y a los políticos<sup>54</sup>.

Los políticos emergieron como una elite despreciada que en realidad lo único que hacían a través de sus partidos era dividir a Alemania en campos generalizados como socioeconómicos, ideológicos o religiosos.

Hitler se encontraba en contra de estas sublevaciones sociales porque creía que todos los movimientos obreros eran clases que debían ser pisoteadas con la fuerza del Estado.

Es una contradicción enorme, Hitler despreciaba a las masas aunque las necesitaba para su ascenso al poder y para hacerles frente a los políticos que apoyaban la república. Despreciaba de la misma manera a todos los movimientos obreros, pero su partido se benefició tanto de las masas como de los obreros y de las capas sociales sin trabajo. Tanto en las ciudades como en el campo construía discursos bien estructurados para atraer a cuantos pudiera a este movimiento radical. Su propaganda estaba diseñada para atraer a todas las masas, en la realidad estas masas eran despreciadas.

El NSDAP se habría beneficiado directamente del desempleo, ya que en los distritos con un nivel de desempleo superior a la media había logrado más votos que en los distritos con un porcentaje de desempleo inferior al promedio nacional<sup>55</sup>.

---

<sup>54</sup> Michael Burleigh, *op. cit.*, p. 91.

<sup>55</sup> Jurgen W. Falter, *op. cit.*, p. 15.

Las masas mantuvieron a Hitler en las estructuras de poder. Él construyó un movimiento imprescindible para los políticos dirigentes de la república, y fue su oratoria radical, la utilización de un discurso apoyándose de la crisis económica, la difusión de la propaganda y el mal cálculo de los políticos democráticos, los que ayudaron a la toma del poder por parte del nacionalsocialismo. En ese momento las masas serían olvidadas, pisoteadas y manipuladas, los sindicatos y los partidos fueron nada más que espectadores del ascenso nacionalsocialista.

## **2.2 Principios ideológicos del nacionalsocialismo.**

Veremos las raíces ideológicas del nacionalsocialismo desde la grandeza de la raza aria y la purificación de la sangre, así como la fuerza y la virtud como principales aspectos del ser humano.

Hitler como muchos alemanes creía en la purificación de la sangre alemana como la exaltación de un desarrollo físico e intelectual mayor al de cualquier otra raza; aquí se mostrará de una manera general los diferentes autores alemanes y no alemanes que creían en la raza aria, en la superioridad racial o en el antisemitismo, en el poder del Estado como la máxima expresión de la fuerza y la guerra como medio principal de ejercer el poder.

El antisemitismo es creado antes de Hitler y de muchos autores que a continuación se mencionarán. Hitler tan sólo retoma una mezcla de todas estas posturas racistas para exaltar el odio por algunos alemanés en contra de los judíos.

Las iglesias y los devotos cristianos de la edad media vieron al diablo en los judíos, al grado que a veces se dibujaba al diablo con facciones de judías<sup>56</sup>.

Hitler repetía con frecuencia que la meta de los judíos era la dominación mundial que biológicamente llevaban dentro de su ser. Según esta interpretación los judíos siempre han tenido alma de comerciantes y siempre lo han sido; en Alemania detentaban un poder económico considerable: existían muchos negocios donde los

---

<sup>56</sup> Eugene Davidson, *Como surgió Adolfo Hitler nacimiento y ascenso del nazismo*, México, Editorial Fondo de Cultura Económica, 1981, primera edición, p. 31.

propietarios eran judíos y los empleados eran alemanes. Hitler tomó muchos casos tan simples como éstos para denunciar a los judíos como capitalista rapaces y en pro de la esclavitud de la raza teutona.

A continuación retomaremos la obra de Roahan Do. Butler y de otros autores para apoyarnos en sus ideas y poder explicar las raíces ideológicas del nacionalsocialismo y de su líder radical Adolf Hitler.

Fernando Lasalle a pesar de ser un judío respetaba y suscribía la opinión de Bismarck, ambos creían que las relaciones políticas se basaban en términos de la fuerza y ambos postulaban que los máximos líderes políticos llevarían grandes cambios nacionales.

En Lasalle como en el grueso de los pensadores alemanes el énfasis dado a la unidad y grandeza del Estado alemán, se unía naturalmente a una exaltación del principio de la fuerza<sup>57</sup>.

En el nacionalsocialismo tenía esta idea arraigada, la fuerza, la dictadura, los líderes políticos llevarían consigo al cambio político eficaz; el despotismo del poder llevaría a Alemania a ser una potencia imparable, mientras que la democracia sumergiría a toda aquella sociedad y a todo aquel Estado en la miseria de las decisiones tomadas por la muchedumbre que no tiene la capacidad intelectual para enfrentar problemas nacionales.

El conde Arturo de Gobineau fue un escritor francés que escribió la teoría racial, misma que después fuera utilizada por el nacionalsocialismo como una justificación filosófica del racismo nazi.

Gobineau, comparó a la raza africana con la europea llegando a una conclusión muy simple según él, de que la raza africana es inferior mientras que la raza europea es superior; la raza teutónica es todavía superior a las demás razas blancas sólo si conserva su pureza, el mestizaje de cualquier raza se degenera por no mantener limpia su sangre y así llega su degeneración y su exterminio.

Lo que determina a la historia del hombre es una ley racial, en donde se encuentran diferencias intelectuales entre las razas.

---

<sup>57</sup> Rohan Do. Butler, *Raíces ideológicas del nacionalsocialismo*, España, Fondo de Cultura Económica, 1943, segunda edición, p. 156.

Gobineau basó su doctrina racial en el hecho de que la historia nos enseña que toda civilización dimana de la raza blanca, que ninguna de las demás puede existir sin la cooperación de esta raza y que una sociedad será grande y brillante sólo en la proporción en que sabrá conservar por un periodo prolongado al grupo noble que la creó<sup>58</sup>.

En ese argumento la raza superior se encuentra en Europa, y la raza aria debe dominar sobre las demás ya que es una raza pura y ordinaria. El hombre blanco por el simple hecho de gozar este aspecto tan grande, adquiere una importancia mayor a sus acciones, a su pensamiento, a su expresión.

Richard Wagner fue un compositor alemán quien también escribiría sobre la pureza racial, la inferioridad de la cultura judía y su férrea idea antisemita; pensaba que la modernidad sería socavada si la raza judía se apoderaba de los trabajos y pensamientos alemanes.

Para Wagner la piedra de toque era la pureza de la raza. La doctrina racial, Wagner era incansable en sus advertencias contra la amenaza judía: El judío se apoderó de los trabajos mentales de la nación. Hay el peligro de que uno de los más hermosos retoños de la raza humana perezca para siempre<sup>59</sup>.

Heinrich Von Treitschke, fue un historiador y politólogo alemán, quien propugnaba por una Alemania unida en un único Estado, era un nacionalista que reflexionaba sobre la grandeza de las naciones. Pensaba que el poder del Estado radicaba en la fuerza de su ejército, el individuo al combatir por el Estado se vuelve nacionalista para así engrandecer a su nación.

Treitschke fue un ardiente patriota quien recaía en la idea de Maquiavelo, "*el fin justifica los medios*" tenía fuertemente la convicción que el despotismo debe ser respetado si consigo trae unidad nacional, poderío y nacionalismo.

Treitschke [...] había presagiado que Alemania sólo sería unificada por un Estado que dominase a los demás con una fuerza brutal. Maquiavelo sacrifica el derecho y la virtud a una gran idea, el poderío y la unidad de su pueblo<sup>60</sup>.

---

<sup>58</sup> *Ibid.*, p. 162.

<sup>59</sup> *Ibid.*, pp. 167-168.

<sup>60</sup> *Ibid.*, p. 173.

Treitschke formó parte del Reichstag, sus intervenciones en la tribuna tocaban temas como la expansión colonial, atacaba férreamente a la raza judía, tema donde daría a conocer su popular frase, “los judíos son nuestra desgracia” ya que creía que la raza judía detenía el progreso de la raza alemana.

[Para] Nietzsche, un hombre ha de ser primero y ante todo alemán, pertenecer a la raza, sólo entonces tiene derecho a juzgar sobre los valores o la ausencia de los valores en la historia<sup>61</sup>.

Para Rohan Do Butler, en su libro “Raíces ideológicas del nacionalsocialismo”, nos da una explicación sobre la ideología alemana desde sus inicios como nación, hasta Bismark. Hitler y el (NSDAP) tan solo retoman el pensamiento del sentimiento de poder, de la unidad nacional, del nacionalismo, de la guerra como principal arma para la construcción de un imperio y del antisemitismo, de autores como Nietzsche, Treitschke, Richard Wagner, entre otros que ya se mencionaron o que mencionaremos más adelante en el capítulo.

Rohan Do Butler, hace referencia al pensamiento de Nietzsche, el autor de la presente tesis cree importante dar a conocer un análisis muy breve acerca de su pensamiento, ya que fue uno de los filósofos más cercanos a la construcción de la ideología nazi. Hitler y sus colaboradores retomaron sus ideas para después permear a la población alemana de su ideología.

Nietzsche releía los discursos de Bismarck, lo admiró hasta su muerte, creía que por el sólo hecho de ser alemán se tenía una moral natural más elevada, pero se tenía que conservar, creía que la naturaleza del hombre es maléfica, esto le da fuerza y vigor, la aspiración humana debe ser el poder, no la felicidad, la meta de la humanidad radica en el superhombre.

Nietzsche fue un amante del combate, creía que los hombres deben ser duros, deben estar aptos para la guerra, deben luchar mientras tengan existencia. Creía en la raza superior, en el superhombre como lo describiría, en el tipo ario para conservar una raza fuerte y potente sobre las demás, seguía la línea principal del pensamiento político teutón. La idea de la raza superior y del superhombre, creía que la raza judía estaba en

---

<sup>61</sup> *Ibíd.*, p. 185.

contra de la raza aria, en contra de la fuerza, de la obtención del poder, de la guerra y del progreso alemán.

Houston Stewart Chamberlain, fue un pensador británico que llegó al extremo de nacionalizarse alemán, fue conocido por sus teorías racistas en contra de la raza judía.

Chamberlain creía que la nación era una estructura política para el individuo que determina la constitución de la raza. Se dice a sí mismo, ¿se pueden llamar teutones a los alemanes modernos? Ya que al tiempo que gran parte de la raza judía se ha mezclado con la raza alemana hasta perder lo más puro de su ser, si los judíos se siguen propagando por toda Europa llegará el día en que toda la humanidad y primeramente Europa no existan razas puras, la humanidad caerá en la degeneración física, mental y moral.

Chamberlain, autor antisemita de origen inglés [...] entre otras cosas había demostrado que Cristo no había sido judío, sino ario. En la prensa antisemita, se presentaba a los judíos sacrificados como agresores y asesinos<sup>62</sup>.

Chamberlain, proclamaba que las razas humanas son marcadamente distintas respecto a la naturaleza y también por sus virtudes, perteneciendo las germánicas al grupo selecto, al llamado grupo ario.

Hitler y el nacionalsocialismo hicieron un uso excelente de la propaganda en todos los ámbitos, cuando el nacionalsocialismo llegó al poder se hizo casi obligatorio tener en el librero la obra de Adolf Hitler, *Mein Kampf*, se regalaba un ejemplar al novio en su boda, los estudiantes recibían un ejemplar al graduarse de la escuela, la juventud se encontraba controlada.

Hitler veía la vida como una eterna lucha y el mundo como una selva en la que sobrevivían los más capacitados y gobernaban los más fuertes, un mundo en donde una criatura se alimenta de otra y donde la muerte del más débil implica la vida del más fuerte. Los que deseen vivir deben luchar, y los que no quieran luchar no merecen vivir.

Para Hitler la raza fuerte debe dominar a la raza débil, pero no deben mezclarse porque la primera sacrificaría su grandeza.

---

<sup>62</sup> Eugene Davidson, *op. cit.*, p. 34.

Dicha cultura racial afirma que en principio no ha habido ni hay más que una sola raza civilizadora, una raza capaz de crear cultura, y ésta es precisamente la de los hombres del norte, los germanos<sup>63</sup>.

Hitler cuando se convirtió en dictador y conquistador, llegó a prohibir el matrimonio de un alemán con cualquier miembro de raza judía.

Para Hitler los alemanes eran la más alta especie de la humanidad que existe sobre la tierra. La ideología de Hitler tenía raíces dentro de la experiencia y el pensamiento alemán y europeo en general.

A los individuos se les enseñaba su papel en la vida, que no era otro que el de la obediencia, bajo el sacrificio y el deber. El teutón se caracterizaba por ser un hombre rudo, arrogante y dominador, sin cultura ni delicadeza y agresivo.

Hitler ayudado por una casta militar consiguió inculcar una ideología de poder y dominación, una pasión por el militarismo, un rechazo hacia la democracia y la libertad individual, y finalmente una aceptación por la autoridad y el autoritarismo.

La ideología del nacionalsocialismo se basó en la glorificación de la guerra, de la conquista y del poder absoluto de un Estado autoritario: la creencia en los arios, en los germanos, como la raza dominadora, y el odio hacia los judíos; el desprecio hacia la democracia y el humanitarismo, éstas no son ideas provenientes de Hitler.

El objetivo máximo es asegurar la grandeza y el poder de la raza superior aria en un mundo que opera de acuerdo con los principios darwinianos. Las leyes de la naturaleza de su principio aristocrático de la selección de los mejores, es decir, de los más fuertes<sup>64</sup>.

Hitler creía al igual que Treitschke en definir a la guerra como la expresión más alta del hombre.

Hitler estaba de acuerdo con Nietzsche al suprimir los derechos del individuo y exaltar la voluntad del poder del Estado, proclamando la guerra y la llegada del superhombre. Hitler se consideraba un superhombre como los describiría el filósofo en sus obras.

---

<sup>63</sup> Carl Amery Turner, *Auschwitz ¿Comienza el siglo XXI?*, México, Editorial Fondo De Cultura Económica, 1998, p. 59.

<sup>64</sup> *Ibid.*, p. 73.

Hitler creía que para llegar a entender al nacionalsocialismo se debía conocer primeramente a Wagner.

Con la ideología del nacionalsocialismo basado en los filósofos antes mencionados, cuando fuera un dictador y asesino pudo justificar sus acciones, la supresión de las libertades individuales, la explotación del hombre en trabajos forzados, las torturas dentro y fuera de los campos de concentración, la matanza de sus propios colaboradores, el exterminio de la raza judía.

Hitler señalaba a su patria el camino hacia un glorioso destino con la llegada del nacionalsocialismo.

Sólo se tocó de manera muy general la ideología nacionalsocialista, se podría hacer un trabajo únicamente refiriéndonos a la ideología del nacionalsocialismo desde sus inicios hasta la extinción de Hitler, pero únicamente se ha retomado a éstos autores para que el lector de la presente tesis tenga un conocimiento más amplio.

Los autores antes mencionados fueron estudiados por los miembros del partido nazi, principalmente por Hitler quien fue el más conocido antisemita y dictador por su gran capacidad oratoria, por conquistar a millones de personas que le oían expresar sus más profundos sentimientos.

El nacionalsocialismo se caracterizó por:

- 1) el principio dictatorial del liderazgo y lo antidemocrático.
- 2) un orden social corporativo.
- 3) el anticomunismo.
- 4) racismo, antisemitismo.
- 5) voluntad expansionista.

### **2.3 Creación del partido nazi y Hitler como líder del partido.**

En el presente apartado se podrá apreciar una de las historias más insólitas dentro de la política de Europa y de Alemania, daremos la explicación de una manera muy general de cómo Hitler, junto al nacionalsocialismo pudo ascender al poder, de cómo se formaron las cuadrillas de asalto, las S.A, y las SS, y de cómo Hitler en primer lugar

tomó el liderazgo del partido para después continuar su ascenso en la política nacional, desde ser canciller hasta lograr ser el dictador de toda la nación alemana.

El personaje de Hitler se ha tomado en cuenta en este trabajo pues el nacionalsocialismo no hubiera llegado al poder sin Hitler y tal vez Hitler no hubiera llegado al poder sin el nacionalsocialismo. Pero Hitler no hubiera sido el dictador que fue sin la utilización de la radio como arma principal de sus discursos y su buena oratoria. Se retoma al personaje de Hitler no en un concepto de exaltación del personaje, sino como un pilar principal del movimiento nazi.

El joven dictador se sentía frustrado por no haber podido ingresar a la escuela de Bellas Artes de Viena donde quería estudiar para llegar a ser pintor, pero fue rechazado y pensó una posibilidad para poner sus dotes de dibujante en la arquitectura, éstas frustraciones a través de sus fracasos las llevó al campo de la política, donde tuvieron éxito y aceptación.

Hitler aunque quiso ser artista desde joven le intrigaba el arte de la política, no soportaba el sistema democrático y llegó a tomarle un amor violento a lo alemán y a la mano de hierro.

Para el político de origen austriaco pensaba que existían tres características por las cuales se tenía éxito en la política; 1) la organización eficaz para el mando de un partido de masas, 2) la propaganda se debe operar con un sentido atractivo, 3) por último, se debe manejar la fuerza del terror en la mente de la población; todas estas características las cumplía a la perfección el futuro dictador.

La clase media quería el cese al fuego para poder gozar una vida tranquila, llena de paz y continuar el *estau-quo* de antes. Además esta clase fue la más afectada ya que como se dijo se veía obligada a vender sus más preciados artículos de valor para poder subsistir, la clase alta bajaba su producción día con día.

Antes de Hitler se encontraba un desprecio alemán por la raza judía. El primer movimiento de ajedrez de Hitler con astucia fue mezclar a los judíos con el movimiento comunista, esta fusión tuvo éxito en todos los ámbitos sociales y políticos.

Las alegaciones falsas de época de guerra sobre los judíos y su cobardía fueron sustituidas por el juego malévolo, como el caso de Lenin, [de] confundir a judíos y revolucionarios como si fueran cosas equivalentes<sup>65</sup>.

Los nazis elaboraban mítines sorprendentes porque si bien es cierto lo único que sabía hacer el líder nazi era hablar, lo hacía muy bien, al tener un don en la palabra hablada pudo convencer a miles de oyentes para convencerlos de que los judíos y los comunistas significaban lo mismo y que las masas no hicieran una distinción entre estos dos grupos.

Dentro del equipo nazi se encontraban férreos intolerantes a los judíos que si bien no volvieron a Hitler antisemita colaboraron a engrandecer más su odio contra el judaísmo.

Alfred Rosemberg fue uno de los grandes colaboradores de Hitler incluso en los credos ideológicos raciales, uno de los cuales fue; la teoría racial, es decir, la persecución de todos los judíos para llegar al estado de pureza de la sangre alemana, éste político hacía constantemente una conexión de judíos con los bolcheviques revolucionarios.

Relacionar a los judíos con los comunistas y propagar esta idea en cada mitin y en cada alma del pueblo alemán fue una buena propaganda del nacionalsocialismo en contra de estos grupos, ya que Hitler siempre sostenía con mano firme que la pérdida de la guerra fue culpa de los judíos además de que la riqueza económica se detentaba en dicha raza, las personas no soportaban la crisis económica de aquellos tiempos y al escuchar estas palabras encontraron a un culpable a quien castigar.

Las oficinas estaban llenas de judíos. Casi todos los empleados eran judíos y casi todos los judíos estaban empleados. En los años 1916-1917 casi la totalidad de la producción estaba bajo el control del dinero judío. El judío robaba a la nación entera y la aplastaba en su dominación<sup>66</sup>.

Acabada la guerra las condiciones de paz estaban fijas y Alemania sufría más que nadie las consecuencias por haber sido culpada de ser la causante del conflicto, perdió todas sus colonias, la creación de las fuerzas armadas alemanas era limitada en cuanto

---

<sup>65</sup> Michael Burleigh, *op. cit.*, p. 66.

<sup>66</sup> Shirer William, *op. cit.*, p. 60.

al número, en cuanto a dimensión del armamento, debía desaparecer el Estado mayor, las fuerzas académicas y militares, los tanques, la fuerza aérea. Alemania se encontraba con una fuerza militar precaria.

Hitler como tantos muchos alemanes no podía aceptar la derrota de Alemania, se resistía a este resultado. Surgió una nueva idea acerca de la causa de la pérdida de la guerra, ésta fue que el ejército alemán no había sido vencido en el campo de batalla: había sido “apuñalado por la espalda”, por los traidores de la retaguardia, para Hitler esta era la verdad como para muchos otros alemanes si no es que para la mayoría de ellos; los culpables de esta infame traición fueron los judíos.

Junto con la propaganda de extrema derecha que convertía a los judíos en culpables de la catástrofe después de la guerra, se radicalizó una forma más popular de un antisemitismo, que apuntaba a los especuladores de la guerra y los pequeños financieros de origen judío que se hicieran ricos utilizando la inflación. Los judíos huían del antisemitismo de Rusia a causa de la guerra civil, constantemente ocurrían pogromos en contra de sus negocios, los judíos se refugiaron en Alemania como un método de salvación.

El discurso antisemita se fue radicalizando cada vez más y se fue introduciendo en el discurso político, los alemanes se resistían a admitir la pérdida de la guerra, se transformó el prejuicio en acciones violentas.

La apuñalada por la espalda, los criminales de noviembre, la república judía, la conspiración judía para destruir Alemania todo eso y muchas consignas demagógicas podían leerse habitualmente en los periódicos<sup>67</sup>.

Hindenburg, nombrado mariscal de campo participante en los conflictos bélicos contra Rusia y que saliera victorioso para después formar parte del Estado consolidado por la democracia de la república de Weimar y participante en los Tratados de Versalles; declaraba después de la derrota de Alemania que el ejército había salido invicto “el ejército alemán fue apuñalado por la espalda”, refiriéndose a una declaración por parte de un general inglés al pronunciar estas palabras.

---

<sup>67</sup> Richard J. Evans, *La llegada del Tercer Reich*, Ediciones península, Barcelona, 2005, primera edición, p. 189.

Esta declaración fue errónea por parte del general inglés y los alemanes la acogieron para favorecer cierto ánimo y no verse derrotados o inferiores ante el enemigo, se pensaba que el ejército no había sido derrotado en el campo de batalla sino por las traiciones de su mismo bando, por los socialistas y los judíos postrados en el poder.

Los alemanes no querían escuchar ni un pequeño extracto de la verdad, los teutones tan sólo querían saber quiénes eran los culpables de la derrota nacional y sólo querían las cabezas de los responsables de la humillación y de la desgracia nacional por la cual la estaban pasando tan mal. Hitler retomó esta idea una y otra vez frente a los ciudadanos, los describiría como “los criminales de noviembre”, los traidores de la patria que se habían rendido, habían establecido un gobierno democrático y habían firmado el Tratado de Versalles, cuestiones imperdonables para Hitler.

Toda la población se encontraba en desacuerdo con el tratado de paz, el Tratado de Versalles, fue un pacto impuesto por los países vencedores con una serie de obligaciones y limitaciones, fue la continuación de la guerra por otros medios, además de despedazar el poder económico alemán que aun detentaba.

La población se encontraba dividida, las opciones no eran nada variadas, por el contrario, se reducían más porque los partidos políticos de siempre no cambiaban su ideología, sus posiciones frente a la política y la economía, es decir, ofrecían lo mismo durante años. Los jóvenes fueron un capital de suma importancia para las elecciones y la llegada al poder, al igual que las mujeres. En los partidos anticuados los jóvenes se cansaban porque tenían que trabajar durante años para poder ascender en la escala de mando partidista.

Entre un tercio y la mitad de los trabajadores no votaban por ninguno de los partidos marxistas es decir (socialdemócratas y comunistas). Tampoco el SPD ni el Partido Comunista ejercieron una atracción especial entre las mujeres ni en los jóvenes<sup>68</sup>.

Los funcionarios y los obreros ganaban casi lo mismo, cuando antes de la guerra la diferencia en los ingresos era inmensa. Pequeños comerciantes y artesanos debido a

---

<sup>68</sup> Michael Burleigh, *op. cit.*, p. 97.

la austeridad y a la poca demanda por parte de la población fueron quebrando poco a poco.

Los jóvenes se encontraban frustrados al no encontrar trabajo, la explotación era avasalladora, la juventud no podía salir del seno familiar a causa de las presiones fiscales, estos jóvenes fueron un caldo de cultivo para quien supiera manejar la situación a su favor.

La clase media fue la más enfurecida, los partidos convencionales de derecha y burgueses ya no les atraían más, porque no utilizaban la retórica que los envileciera para llamar su atención; no tocaban temas de interés común. Los partidos políticos se empeñaban en la lucha contra los obreros y los sindicatos y no en la solución de problemas económicos.

La república de Weimar que fuera instaurada poco después del conflicto bélico se estaba resquebrajando, los problemas económicos y las tensiones políticas fueron la causa, los partidos políticos eran incapaces de resolver estos conflictos.

Millones de personas prudentes se habían arruinado por la hiperinflación. La cifra de funcionarios y asalariados de cuello blanco despedidos alcanzó niveles altos debido a los recortes del gasto público y a nuevas tecnologías que eliminaron muchas tareas administrativas. Tal vez se quedasen sin trabajo unos 750.000 empleados del gobierno y de los estados entre 1923 y 1924<sup>69</sup>.

El fundador del Partido Nacionalsocialista fue Anton Drexler, era pésimo como escritor, y malísimo como orador. Para Hitler cualquier político debía tener estas dos características para gozar del éxito.

Después de que aceptasen a Hitler en un curso de adoctrinamiento político en el ejército sus superiores quedaron impresionados por sus habilidades oratorias, decidieron utilizarle para controlar sectores marginales de la vida política de Múnich. Se le asignó vigilar al partido alemán de los trabajadores.

---

<sup>69</sup> Michael Burleigh., *op. cit.*, p. 108.

Hitler se había convertido en un agente político de confianza del ejército, y había sido enviado como tal a investigar un grupo político que había surgido en Múnich, para comprobar si era peligroso o si podía reclutarse para la causa de la contrarrevolución<sup>70</sup>.

Había dos miembros en la dirigencia del partido poco después que Drexler perdiera el control de éste: los dos sujetos en el mando eran Adolf Hitler y el capitán Ernst Rohem, éste último tenía dotes de mando, era tenaz, inteligente, tenía un instinto natural político, era hábil para la organización, algo que Hitler odiaba de Rohem.

Rohem formó las S.A e invitaba a gran parte de sectores del ejército a la militancia del partido, en un principio fue la espina dorsal del partido nacionalsocialista, era oficial del ejército, con su ayuda la organización que en su mayoría comandaba Hitler estaba protegida por las autoridades quienes fueron indulgentes en su formación como partido radical y violento.

Hitler ingresó al partido estructurado con la formación de un comité, se reunían en una cervecería en la ciudad de Múnich, su ideología principal sería el patriotismo y acabar con la república democrática, repetía una y otra vez: Alemania debe ser dirigida por alemanes para llegar al desarrollo de una potencia política y económica.

Poco después que Hitler ingresará en la filas del partido nacionalsocialista utilizó sus dotes como orador para hacerse cargo del mismo, transformó los estatutos del partido para llegar a ser el líder y gozar de un autoritarismo total en la dirigencia partidista.

Para 1920 el partido cambio de nombre llamándose Partido Nacionalsocialista de los Trabajadores Alemanes o (NSDAP). Los afiliados pasaron de unos doscientos a dos mil a finales de 1920<sup>71</sup>.

Hitler al tomar el control del partido al que después le cambiara el nombre formó un programa político, una declaración de principios sobre los cuales se matizaban reglas y leyes de los miembros del nacionalsocialismo, fueron las bases ideológicas por las cuales se fundamentaría la ideología nazi.

---

<sup>70</sup> Richard J. Evans., *op. cit.*, pp. 206-207.

<sup>71</sup> Michael Burleigh, *op. cit.* p. 119.

A los judíos se les iba a prohibir que ejercieran su profesión e incluso se les prohibiría la ciudadanía y serían excluidos de la prensa. Todos aquéllos que hubiesen entrado en el *Reich* después de la guerra serían expulsados.

Entre los puntos escritos por Hitler se encontraba la derogación de los tratados de paz el (Tratado de Versalles) además de la creación de un fuerte poder central del Estado, es decir, que los tres poderes que conforman el Estado; ejecutivo, legislativo y judicial fueran centralizados en uno solo, un Estado dictatorial, donde la representatividad de la nación se encontrara en las manos de un solo hombre.

El programa del NSDAP fue proclamado por Hitler en 1920. Era una mezcla de frases de impacto y de reivindicaciones populares, que se concretaron en 25 puntos: la reivindicación de una gran Alemania, la anulación de los tratados de paz de 1919, la expansión territorial de colonias alemanas, la exclusión de los judíos de la ciudadanía<sup>72</sup>.

El programa respondía a un radicalismo verbal como era costumbre de este austriaco salido de la nada; la ideología del partido fue en parte plasmada en el programa para después ampliarlo en su obra escrita en la cárcel, el programa era la escenificación y la propaganda de Hitler.

Con una demagogia violenta y un programa radical, el jefe nazi se lanzaba a la vanguardia para conseguir la cima del poder, Hitler creía que la ideología no era suficiente para atraer a las masas, necesitaban de un símbolo para poder crear fe en el frente de los militantes, ésta fue, la bandera nazi.

La principal característica en los comienzos del nacionalsocialismo fue la violencia, la discriminación racial y los actos propagandísticos de intimidación, para lograr éstos objetivos el nacionalsocialismo se debía preparar para propagar el terror entre los demás partidos competidores, se crearon las *S.A sturmabteilung* (secciones de asalto o camisas pardas) que fueran el primer grupo paramilitar del partido nazi.

Poco después de la conformación del partido con Hitler al mando, con el cambio de nombre de la institución política, se anunciaría la formación de una escuadra de

---

<sup>72</sup> Benz Wolfgang, *El tercer Reich 101 preguntas fundamentales*, España, Alianza editorial, 2009, p.13.

hombres fuertes, la sección de asalto, que integró a sus filas a miembros del antiguo regimiento militar, hombres violentos e insatisfechos ante la vida.

Para mediados de los años veinte se construyó otra organización militar, represiva y de seguridad para el partido nazi, para convertirse en una de las organizaciones más grandes y poderosas del nacionalsocialismo, que en un principio fueron la escolta personal de Hitler.

Las SS alegaban que podían y debían proteger los mítines del partido, ya que habían sido fundadas con ese fin; la SA decía que ese cometido era sólo de su competencia. Tendrían que formar unidades locales para tareas de seguridad, y para tareas de espionaje y contraespionaje<sup>73</sup>.

Las secciones de asalto estaban formadas por veteranos inactivos deseosos de participar en la caída de la república y recibir instrucciones, servían como unidades policíacas y reforzaban la propaganda militar. Las SA también estaban compuestas por jóvenes menores a dieciocho años y eran un tipo de organización represiva aparte.

La estructura del partido ya estaba conformada, las S.A tenían dos misiones: una de ellas influiría con el método de miedo: debían llegar a los mítines de otros partidos para empezar el intercambio de golpes, a Hitler le parecía admirable este método político, la otra tarea fue salir a las calles para hacerse presencia y advertir a los partidos de izquierda que el color rojo sólo iba a teñir de sangre las calles, la bandera roja se iba a suplantar por el fascismo para después llegar al control del Estado.

La SS también formaban un cuerpo de terror para los partidos que competían contra los fascistas alemanes, sus integrantes se encargaban de resguardarlo en cada mitin, estaban mejor instruidos que las S.A, aunque no gozaban de la juventud de 18 años como los S.A, eran más maduros, mas fornidos, mas altos y más agresivos, incluso se encontraban asesinos dentro de sus filas, eran matones más sofisticados y de mayor categoría.

La violencia fue la característica que diferenció al nacionalsocialismo de otros partidos o de los partidos clásicos que siempre habían existido, el nacionalsocialismo se

---

<sup>73</sup> Robert Lewis Koehl, *Las SS, El cuerpo de elite del nazismo 1919-1945*, Barcelona, Editorial tiempo de historia, 2009., p. 37.

caracterizó por estar en contra de los rojos y de los judíos, los actos violentos diferenciaron al NSDAP de los demás.

El recién creado partido nazi gozaba de una reputación de violencia y actos multitudinarios masivos, con un desprendimiento dentro de la propaganda inigualable, la violencia y los métodos agresivos en contra de sus adversarios fueron determinantes para darse a conocer, el líder del partido se había hecho famoso por su gran elocuencia dentro de su uso persuasivo en la toma de la palabra.

El ingreso de Hitler a la militancia nacionalsocialista en poco tiempo se adjudicó el mando superior del partido y por lo tanto de todos sus miembros.

Poco después se adquirió un periódico en el cual fue una influencia social y política en el ambiente de Múnich, el *Volkischer Beobachter*.

En 1920, el partido había adquirido un periódico medio arruinado por deudas, el *Volkischer Beobachter*, una chismosa hoja antisemita que aparecía dos veces por semana<sup>74</sup>.

La adquisición del periódico fue de gran ayuda para los objetivos del nacionalsocialismo que en principio fueron dos: 1) dar a conocer cuáles eran las posturas políticas del movimiento, 2) atacar en la esfera pública a la raza judía para desprestigiarlos en su totalidad, la utilización del periódico le dio a Hitler un giro estrepitoso, ya que la publicación poco después de su adquisición fue diaria.

En los comienzos del partido los militantes eran pocos pero éste respetado demagogo iba creciendo y con él su partido, su fuerza numérica se acrecentaría más y más, Hitler siguió la copia fiel del partido fascista italiano de Benito Mussolini, el talento de Hitler para mover a las masas era increíble e indudablemente un factor importante para su triunfo.

Al tomar el demagogo en sus manos las riendas del partido muchos de los militantes creían en él, porque decían que entre más arraigado esté el líder a las masas más fácil podrá manipularlas y llevarlas a la cima del poder, entre más confianza muestre ante los trabajadores más partidarios ganará el movimiento.

---

<sup>74</sup> Shirer William, *op. cit.*, p. 80.

Muchos de sus miembros y personas que simpatizaban con las ideas nacionalsocialistas eran miembros al mismo tiempo de comités de iglesias, de empresas o negocios personales, o formaban parte de asociaciones deportivas.

El nacionalsocialismo al obtener miembros y simpatizantes en diferentes asociaciones hacía que éstas se abrieran a las ideas nazis, la propaganda se distribuía a través de sus simpatizantes aumentando en buena medida los partidarios fascistas.

La mejor manera de hacer propaganda es de forma directa, de boca a oído, cuando un individuo quiere persuadir a otro de forma que sus ideas estén frente al individuo, es decir, es más fácil persuadir a una persona frente a frente que usar cualquier propaganda por eficaz que sea.

Después de la guerra los partidos políticos convencionales no eran confiables, la ciudadanía no creía en ellos, por el contrario, los despreciaba. El partido político de nueva ascendencia les prometió liberación nacional, poder, desarrollo económico, trascendencia racial y política; éste partido en realidad no fue como los otros partidos políticos convencionales sino era el más extremista de todos.

Sólo un partido pudo llamar la atención de todos los ciudadanos; hombres, mujeres, clase media, jóvenes y empresarios, creó una fórmula política inteligente al reunir conceptos asociados como nacionalismo, socialismo con un acento en el desarrollo económico. El nacionalsocialismo se basó en la justicia moral, la promesa de poner en alto a Alemania y conseguir los derechos comunes antes que los individuales.

Se hablaba de una retórica de guerra para el triunfo con mano firme para el progreso nacional, los derechos individuales y de grupo quedaron sólo en los partidos convencionales, el sacrificio por la nación y el deber ser de una Alemania potente, no se debía pensar por uno mismo sino por el sacrificio colectivo, la lucha de clases y la distribución de la riqueza se le dejó a los partidos de corte marxista. El partido nazi hablaba de la exaltación de la sangre, de la sangre pura y superior ante cualquier otra siempre y cuando se limpiara de la contaminación racial existente.

Aunque autores alemanes también coincidían con las ideas que orientaron a Hitler, parecería que él siguió la política de Sun Tzu al pie de la letra, aunque

paradójicamente Hitler no leyó *El arte de la guerra*. En el texto encontramos coincidencias con su formación ideológica y sus acciones. Por ejemplo:

La guerra es un asunto de importancia vital para el Estado, es la provincia de la vida y de la muerte, el camino que lleva a la supervivencia o a la aniquilación<sup>75</sup>.

Se encontraban aspectos no comunes en el futuro dictador, las visitas a la opera distinguían al hombre sanguinario y racista, quería ser un dictador para imponer su voluntad sobre los demás y aplicar mano dura a todo aquél que se le opusiese, y a través de su oratoria quería conquistar a Alemania.

Hitler empleó un sistema demagógico en contra del judaísmo y el comunismo, desde antes se tenían ciertas ideas de políticos nacionalistas quienes acusaban a los judíos de un predominio notorio en la política y en la economía, el odio cobró grandes escalas por Hitler. Los políticos nacionalistas explotaban el sentimiento de asedio de los alemanes.

El líder naciente del nacionalsocialismo con personalidad tendente a transformar resentimientos personales en una ideología política, se basó en principios bélicos e historias de guerra que poco a poco endurecieron el alma de los militantes.

Hitler nunca titubeó en instaurar una política radical, atacó ferozmente a los enemigos del nacionalsocialismo, el marxismo y el judaísmo, conocía cuáles eran sus fortalezas y sus debilidades, primero estructuró su partido para después emprender el ataque. La guerra para Hitler era algo serio, no emprendía un ataque sin antes pensar en sus consecuencias y por lo tanto en el método, Hitler siguió estos puntos descritos por Sun Tzu para ganar terreno:

El primero de estos factores es la influencia moral; el segundo, las condiciones atmosféricas, el tercero, el terreno; el cuarto, el mando, y el quinto, la doctrina<sup>76</sup>.

La influencia moral se refiere a la armonía que existe del líder con sus seguidores, Hitler hacía creer que peleaba por un pacto social. Las condiciones atmosféricas se refieren a la astucia que se debe tener según las condiciones en las cuales se presenta

---

<sup>75</sup> Sun Tzu, *El arte de la guerra*, México, Editorial gernika, 1993, primera edición, p. 7.

<sup>76</sup> *Ibíd.*, p. 7.

la guerra. Hitler utilizó frecuentemente el Tratado de Versalles para atacar a la república de Weimar y a la crisis para enterrar a la democracia, cada discurso lo adecuaba según las condiciones políticas.

El terreno se refiere a conocer cuáles son los aspectos negativos y positivos para un ataque, Hitler al realizar un asedio lo hacía de manera cautelosa y al mismo tiempo violenta. La autoridad se refiere a la sabiduría y al coraje para enfrentar al enemigo, Hitler basó toda su ideología en el coraje, en la violencia y en el mando de un caudillo, la doctrina se refiere a la organización y autoridad que debe tener el líder para con sus seguidores, Hitler mostró capacidad de liderazgo.

Existía un ambiente osco en la época de posguerra, se encontraban movilizaciones por parte de la derecha y de la izquierda, cada quien defendía intereses particulares, las causas sociales importaban poco, ningún movimiento fue eficaz para el derrocamiento de la república.

Para Hitler existían razas inferiores y superiores, el mestizaje o la mezcla de razas lo único que lograban era la decadencia de las culturas, y por lo tanto la degeneración racial. La idea de los judíos malvados y adinerados con el proyecto de apoderarse del mundo se unía con la idea del manejo de las fuerzas comunistas y el ejército rojo.

Hitler y sus colaboradores como Alfred Rosenberg, Julius Streicher fueron la segunda generación de antisemitas en Alemania, desde antes, filósofos alemanes y de otros países europeos se habían encargado de realizar consignas y obras completas en contra de los judíos.

Para Hitler el judío era una especie de ser maligno, malvado y mezquino, cobarde por no afrontar la guerra como un verdadero soldado, de un capitalismo explotador sin ningún ápice de sentimientos patrióticos o humanos y un fascinante caballero frente a las damas de alto linaje, lo cual sólo era una treta para engañarlas y jugar con sus sentimientos puros e inocentes.

Hitler estaba obsesionado con la lucha eterna de razas una especie de marxismo irracional y pobre en sus fundamentos, en su explicación y en su base teórica. El marxismo se basó en la lucha de clases, “el motor de la historia es la lucha de clases” la lucha de clases se basó en la batalla eterna entre oprimidos y opresores, entre capitalistas y clase trabajadora.

Hitler canalizaba éste esfuerzo ideológico en la lucha eterna entre judíos y arios, la raza aria estaba destinada a luchar fuertemente contra el judío rapaz, después de la limpieza racial y del exterminio judío el teutón estaba destinado a mandar por sobre todas las razas ya que era el único apto para dirigir con eficacia al mundo.

El hombre ario era superior, era un dios entre humanos, su fuerza era basada en el poder colectivo y en el sacrificio personal a favor de la fuerza unitaria, la conservación de la pureza de la sangre era otro de sus grandes principios.

El hombre ario es físicamente y mentalmente superior a cualquier hombre, pero su gran potencial recaía en el sacrificio por la comunidad sin tener el concepto individualista.

Hitler se dio cuenta rápidamente de la influencia de sus palabras frente a una masa enajenada por su presencia, utilizó su doctrina como un instrumento de manipulación para que todos creyeran éstas ideas infames.

Los divulgadores de la doctrina nazi recurrieron al inmenso atractivo del renacer étnico para generar complicidad con la persecución racial<sup>77</sup>.

El comunismo tampoco estaba de acuerdo con la raza judía y sus métodos económicos, porque consideraban que éstos eran usurpadores de la fuerza de trabajo, eran capitalistas en su máxima potencia, seres adinerados esperando atacar una vez más en contra de la clase proletaria y así exacerbar su riqueza.

Si el capitalismo tuviera vida en carne humana estaría representada en los judíos.

Hitler no tenía otra solución para los judíos más que el exterminio, lo que él consideraba el “problema Judío” implicaba que los miembros de éste pueblo eran parásitos que se debían exterminar de una u otra forma.

La clase media se conformaba de judíos; estaban insertados en la academia, en la banca y el comercio, la medicina, la abogacía etc. La clase culta se encontraba en un dilema, entre tantos mensajes propagandísticos se estaba resquebrajando su posición firme y estaba aceptando el perfil ideológico hacia el antisemitismo.

---

<sup>77</sup> Claudia Koonz, *La conciencia nazi*, España, Ediciones paidós, 2005, p. 27.

El Estado nazi descansaba sobre la etnia y la raza, es decir, sobre el amor a lo propio y el odio a lo ajeno<sup>78</sup>.

Hitler no predicaba mediante la razón y el conocimiento aplicado, sino que era un propagandista y un excelente orador. Afirmaba una y otra vez ser el mesías de la nación, transmitía la idea de limpieza y degeneración de la raza teutónica, la redención de la raza alemana estaba por venir.

Este líder mesiánico capaz de mover a grandes masas con su astucia, ponía todo su empeño político en infundirle a las masas una fe profética. Propuso una ideología basada en la fe, la fe es tan fuerte que sólo ella puede llevar al ser humano hasta la muerte sin tanto esfuerzo.

Hitler conquistó a las masas con la representación de sus deseos, con un retrato de sus aspiraciones. Los discursos propagandísticos de Hitler empezaban con el engrandecimiento de los sueños de las masas, en ocasiones éstos discursos no tenían elocuencia, y eran irracionales, como lo pueden ser los sueños cuando descansa el consciente y despierta el inconsciente. Los discursos empiezan con un fuerte pesimismo para después darle un viraje total y terminan en salvación y entusiasmo, con un final feliz.

Hitler creía ampliamente en las funciones que podía realizar la propaganda, y pensó que lo único que hacía falta para completar un círculo partidista sería un emblema, o sea una bandera, un símbolo con el cual las personas pudieran identificarse, en la cual se vieran las masas. El movimiento le daría un sentido a la organización. La suástica fue tomada de un antiguo dibujo romano, llevaba consigo a lo alto un águila, debajo de ella se podrían apreciar las iniciales del NSDAP. Hitler pensaba que las personas debían tener un símbolo en el cual creer, por el cual sacrificarse y por el cual luchar.

La bandera nazi se convirtió en el símbolo más eficaz de la propaganda partidista en Alemania, se podía observar en las banderas de los mítines nazis un símbolo poderoso y terrorífico, cuando las secciones de asalto golpeaban sus botas al son del compás de las melodías nazis, causaban sensación, los colores y el logotipo con un

---

<sup>78</sup> *Ibid.*, p. 27.

fondo rojo, un disco blanco y como dibujo principal una suástica negra, nadie podía prescindir del logotipo nacionalsocialista.

La creación de la bandera fue sin duda una de las expresiones mejores diseñadas por el nacionalsocialismo, la propaganda tenía fuerza en el contenido como en la forma.

Hitler confirmó la cruz gamada como signo distintivo del NSDAP, y diseñó personalmente la bandera del partido, que muestra una cruz gamada negra en el centro de un disco blanco sobre fondo rojo: en el rojo simbolizamos el pensamiento social del movimiento; en el blanco, el nacionalista; en la cruz gamada la misión de luchar por la victoria del hombre ario<sup>79</sup>.

La cruz gamada omnipresente en los actos nazis fue el elemento central de la identificación de las masas con el movimiento y un estandarte principal y el símbolo natural que se presentaba.

Todos los miembros se verían obligados a portar con orgullo las insignias del partido, los uniformes de las tropas de asalto principalmente se conformaban de los símbolos y estandartes de la bandera nazi; cuando propagaran el terror, las personas y miembros de otros partidos siempre se acordarían de sus símbolos, la idea era ver el emblema y acordarse del terror y la violencia que eran provocados por sus miembros.

La cruz gamada por sí sola es llamativa, se utilizaron los colores rojo, negro y blanco para relampaguear al ojo humano, ningún partido político tenía un símbolo tan llamativo como el partido nazi, el símbolo partidista fue una de sus mejores maniobras propagandistas.

El influjo del nazismo llegó hasta las poblaciones rurales que tuvieron una de las economías más afectadas por la guerra fallida, terratenientes y campesinos, prestaban atención a los movimientos de ajedrez del nazismo.

El nazismo retomó la bandera del nacionalismo, los representantes de ésta idea no podían ser otros sino oficiales del ejército y capitanes de la marina, que eran constantemente invitados de honor y oradores en mítines. En los cuerpos del ejército se encontraban asesinos con fama de crueles e inhumanos, aquí se completaba una de las más grandes propagandas nazis, se volvía un cambio radical respecto a las formas racionales del discurso político.

---

<sup>79</sup> Benz Wolfgang, *op. cit.*, p. 50.

La propaganda nazi fue una causa determinante para el triunfo de Hitler en la cancillería, su habilidad como orador y una propaganda eficaz fueron los factores decisivos para ser escuchado y tomado en cuenta por una buena parte de los ciudadanos, la comunicación personal que hacían los nazis frente a toda la población les valió para la filtración de grupos de poder y de organizaciones paralelas, daban la impresión de ser un partido que escuchaba todas las quejas y propuestas comunes del ciudadano. Los nazis creían que ningún sector social debía quedarse afuera de los intereses políticos y que todos debían participar en la consolidación del tercer Reich.

Hitler, su florida retórica y su retorcida sintaxis conferían una sensación de urgencia a la decisiva batalla en la que estaba en juego la existencia o la no-existencia. Hitler describía una encarnizada lucha de dos grandes filosofías, entre el nuevo movimiento étnico y los valores pacifistas-marxistas. En un bando se encontraban los nazis de corazón puro y en el otro los cobardes liberales y socialistas que han ensuciado todo lo que era grande, noble y sagrado<sup>80</sup>.

En cada sector se encontraba una organización nazi, se encontraban las juventudes hitlerianas y la liga de jóvenes alemanas, así como estudiantes de secundaria y a nivel universitario, éstos hacían pintas de esvásticas por todas las calles, las organizaciones nazis infundían su ideología y una férrea organización con un recio nacionalismo hacía su patria.

Los estudiantes fueron uno de los pilares más fuertes del antisemitismo eran fáciles de captar, la penuria económica la vivían en carne propia, los grandes ahorros para ingresar a las universidades se habían esfumado por la crisis y era tiempo de inmiscuirse en la política, los nazis tenían las puertas abiertas para ellos.

Debido a la inflación el gobierno de Weimar no tenía dinero para invertir en educación, el subsidio a las universidades era casi nulo, los estudiantes tendrían que ocupar temporalmente otro camino, éste fue para muchos el de la política nazi.

Hitler y el nacionalsocialismo tenían una apreciación especial por los estudiantes de medicina o doctores, con las ideas de superioridad racial y con la aceptación de la eutanasia aplicada a todos los seres con malformación y alteraciones congénitas o

---

<sup>80</sup> Claudia Koonz, *op. cit.*, 42.

enfermedades, tenían que ser exterminados por la simple razón de no ser aptos para una Alemania con poder y fundada en un imperio, eran una carga para el Estado y un retroceso para la raza aria, los doctores tendrían la misión de la pureza racial y de velar por el desarrollo de la raza aria, ésta idea fue aun antes de que Hitler llegara al poder.

El nacionalsocialismo no tenía problemas en que grandes sectores de sindicatos estuvieran en sus filas siempre y cuando siguieran su línea política. Se conformaron pequeñas células de grupos nazis dentro del sindicalismo alemán, para después atraer a más sectores como los mineros y ferroviarios. Hitler no tenía problemas con los sindicatos no tan aguerridos ni radicales, pero tampoco incomodaba a la clase de los negocios por defender a la clase obrera.

Dos quintas partes al menos del apoyo nazi procedían de la clase media, pero una cuarta parte procedía de la clase obrera. El movimiento de Hitler podía afirmar razonablemente que había obtenido el apoyo de todos los sectores de la sociedad<sup>81</sup>.

El nacionalsocialismo empezó como un partido urbano, pero pronto se dieron cuenta de que los campesinos también estaban cansados de los partidos convencionales, así que se le prestó más atención a las zonas rurales, el nacionalsocialismo no sólo tenía presencia política en la ciudades, sino también en el campo, obreros y campesinos pronto empezaron a voltear a ver al partido más radical de toda Alemania y posiblemente de Europa.

El desencanto de los campesinos con los grupos de interés dominados a menudo por terratenientes locales y el fracaso de los partidos políticos rurales que no tocaban temas de intereses sociales para el campesinado, se evocaban más a la democratización del país que a la solución del problema local existente, esto ayudó a los nazis en las votaciones.

El éxito del nacionalsocialismo en las zonas rurales fue en buena medida por la gran organización existente, por una propaganda eficaz. El partido nazi organizaba eventos durante y después de la elección, los mítines se hacían para reforzar las simpatías del electorado.

---

<sup>81</sup> Ian Kershaw, *op. cit.*, p. 336.

Maestros, funcionarios, incluso algunos pastores protestantes, figuraron entre los grupos respetables que modificaron la condición social del partido en las provincias<sup>82</sup>.

En tiempos electorales los nazis conseguían más votos en poco tiempo y se iban a la cámara baja más diputados nazis, así se hacían más fáciles los enfrentamientos verbales entre sus opositores, los oradores eran miembros nazis que pasaban por cursos de oratoria. En los cursos se les enseñaba qué decir, cómo mover sus manos y cómo pararse frente al escenario, inclusive los miembros practicaban frente al espejo, pero tan sólo era la imitación vaga y sin fuerza del líder nazi.

Los mítines se tornaban estáticos para un movimiento radical, su principal arma sería la violencia y el militarismo, en el acto político sus principales enemigos fueron el partido comunista quienes eran insultados y provocados por los miembros nazis para iniciar la pelea, provocaban a sus adversarios para atacarlos, los nazis tenían estrategias de ataque, no insultaban ni provocaban a ningún miembro del Estado, no chocaban con los protectores de la ley y el orden social, mucho menos con la población civil, los líderes nazis atacaban violentamente con palabras a sus similares comunistas quienes también buscaban el poder del Reichstag e imponer a sus dirigentes para comandar a Alemania, la izquierda fue altamente agredida, ya que un acto violento en las calles pensaba Goebbels, siempre es un acto de propaganda.

Los nazis tenían una fuerte ventaja frente a los comunistas, los grandes empresarios le temían al comunismo y no apoyaban para nada a este partido ni convenían menos con sus ideas, otro factor determinante a favor del nazismo fue que los militantes y partidarios del partido comunista atacaban férreamente a la policía, los nazis ganaron simpatía con el orden imperante y la izquierda se volvía mas renuente con la autoridad establecida, es decir, el comunismo se hizo de dos enemigos y dos frentes al mismo tiempo, el nazismo por un lado y el *statu-quo* por el otro.

Los mítines nazis eran emocionantes porque siempre pasaba algo imprevisto, como alguna lucha campal o sus ideólogos a través de sus palabras eran en sí violentos, a los jóvenes le atraía eso, en contraste con los otros partidos que eran pasivos y tranquilos. Los jóvenes podían despertar su espíritu antisocial y en contra del

---

<sup>82</sup> *Ibid.*, p. 337

orden establecido en los mítines, en caso de formar parte de las S.A se encontraban al servicio de una ideología violenta y de un uniforme característico.

Para los jóvenes que pudieran haber sido parte de las pandillas callejeras porque se encontraban sin trabajo o no tenían oportunidad de ingresar a las universidades, como por ejemplo hijos de agricultores u obreros, se encontraban afuera de tabernas y sin ninguna acción, el nacionalsocialismo resultó muy atractivo. Se encontraban al mando agitadores masivos y violentos con experiencia y con antecedentes penales; a estos jóvenes se les daba un uniforme, bajo las órdenes de una ideología, las instrucciones consistían en pintar las calles de esvásticas y aterrorizar a comunistas y a judíos, el NSDAP les dio algo que hacer y se sentían parte de algo.

El uniforme transformaba a los jóvenes, se sentían parte de una comunidad, comprendían el sentido de la lucha nacional y del progreso racial, cuestión equivocada pero funcional, pasaban de su monotonía diaria de trabajo a agresivos personajes autoritarios. La S.A daba una imagen de respeto y de presencia que resultaba para cualquiera difícil de ignorar. Los desfiles aportaban espectáculo y ruido, con bandas de música, canciones alegres o agresivas, gritos insostenibles y desgañotables, en las canciones se podía escuchar, arriba el nacionalismo, arriba el racismo, muera el socialismo y los judíos.

La S.A al marchar por las oscuras calles de Berlín lo hacía con antorchas, le daba un aspecto semirreligioso y sorprendente, el nacionalsocialismo fue un movimiento violento y agresivo no se detenía con las peleas, la desesperación y el odio, sino iba más allá con una propaganda que movía los sentimientos de cualquiera.

Se hacían pasar por víctimas de las circunstancias políticas y económicas, como si fueran mártires esparcidos estratégicamente para que su líder llegara al poder, el nacionalsocialismo superaba la expresión de las emociones en gritos y marchas, con filas llenas de oradores.

Al paso de los años se intensificaba el espectáculo con grandes retratos del orador principal. Se utilizaban cánticos, himnos e iluminación escénica para crear más intensidad. Hitler aparecía con acompañamiento de tambores, fanfarrias, saludos y luego se detenía en un discurso que podía durar horas. Cuando se expresaba ante las

masas se convertía en un hombre de principios, de convicciones absolutas, se expresaba con una sinceridad total.

Hitler acababa agotado después de dar un discurso para él, era algo con tintes de espectáculo ya que conquistaba a miles de personas con que le oyeran una vez mientras decía; ahora habrá pan y trabajo, ya no habrá guerra, se fusionarán los partidos para el mejoramiento de Alemania, la gente lo veía más como un salvador, un benefactor, un liberador, después de la matanza de millones de alemanes de la guerra y el caos en todos los sentidos en Alemania. Ahora llegaría un humilde personaje del pueblo a ocupar el poder, según creían los militantes, porque esa idea se les hacía creer a las personas presentes en los mítines.

La propaganda nazi respondía a cada jugada de otro partido o respondía a su ataque inmediatamente.

La llegada de la depresión económica mundial de 1929 radicalizó la atmósfera política de Alemania. El hundimiento del precio de las acciones de las empresas estadounidenses como la General Electric y Goldman Sachs provocó un pánico creciente entre los inversores de una necesidad urgente de repatriar capital estadounidense invertido en el extranjero<sup>83</sup>.

La depresión empujaba a un clima de desesperación, el gobierno retomaba una y otra vez tomas de decisión sin precisión y desesperadas, los partidos políticos se empezaron a enfrentar más en las calles, la seguridad pública no podía ser controlada. Existía la amenaza de un paro masivo.

Los nazis tenían un doble juego en la inestabilidad política, sabían que el gobierno no podría detener una ofensiva y se frotaban las manos al saber que las urnas políticas estaban por llegar para ser los futuros triunfadores, si no, iniciarían un conflicto en contra de los comunistas, cuestión que estaría fuera de las manos del gobierno para instaurar el orden establecido. Los comunistas junto con los nazis intentaron sacar partido de la inestabilidad política para sus propios fines, insultando y haciendo propaganda uno en contra del otro.

El número de desempleados aumentó considerablemente. El sistema de seguro de desempleo no alcanzó a cubrir ni siquiera la mitad de los desempleados, algunos

---

<sup>83</sup> *Ibíd.*, pp. 152-153.

sectores de trabajadores no estaban incluidos en el seguro, Alemania se encontraba en una desigualdad social, las personas más jóvenes estaban en el rubro del desempleo y sin seguro.

Las medidas del gobierno para reducir estas tensiones económicas eran medidas sumamente impopulares e ineficaces. Los nazis hicieron una política populista, los diputados no cobraron su sueldo completo, gritaban a los cuatro vientos “arriba Alemania”, “Alemania despierta” la nación se encontraba en un trasfondo económico deprimente, generaciones y comunidades enteras estaban marcadas por el paro.

Se vivía la desesperanza, la fatiga y la desnutrición afectaban a todas las personas. La prostitución aumentó, la vagancia de jóvenes, la delincuencia, se realizaban filas enormes para conseguir raciones insuficientes de comida. Los alemanes que tenían trabajo se enfrentaron a recortes salariales, aumentó la tasa de suicidio.

Los comunistas como los nazis peleaban por ganar votos, los parados solían ser las víctimas de la afiliación política.

Los socialdemócratas se habían desprestigiado por su participación en el gobierno y por la ineficacia manifiesta del sistema que habían creado para ayudar a los trabajadores en momentos difíciles<sup>84</sup>.

En cierta medida los nazis tuvieron una buena aceptación por parte de la clase obrera, los socialdemócratas tenían un pasado inaceptable para los obreros, su aparato partidista no se encontraba tan bien estructurado como el del nacionalsocialismo, en buena parte, no supieron organizar a los sindicatos.

La población alemana todavía no se convencía del todo del sistema político comunista, el partido comunista ofrecía una huelga general, con condiciones de paro masivo, una cuestión absurda e irrazonable. El nacionalsocialismo evitaba tocar temas como la inequidad o el fascismo, retomaba temas como la creación de empleo, acabar con la crisis económica para producir riqueza y la creación de un desarrollo económico, todos al servicio de la nación.

---

<sup>84</sup> *Ibíd.*, p. 165.

Los nazis ofrecían una oferta sincera y eficaz para su causa, cambiaban trabajo por apoyo político, estaban decididos a restaurar la dignidad de los trabajadores y la situación política del país, con una comunidad sin clases hegemónicas, desviaban los resentimientos de las clases obreras hacia los socialdemócratas y hacia los comunistas.

Hitler llegó a ser canciller de Alemania sin ser alemán, el *Führer* ya estando en el poder tuvo la osadía de exigir que los funcionarios tuvieran sangre alemana pura, eran investigados para que en su árbol genealógico tuvieran mínimo cinco generaciones anteriores de sangre alemana sin mezclas con otra razas, para conservar esa superioridad racial que los engrandecía sobre las demás, las razas no germanas eran razas inferiores como los eslavos y sin duda los judíos, a la raza germana le correspondía gobernar a las demás. Ello habla de una importante contradicción en las bases del nacionalsocialismo.

Hitler para llegar al poder consiguió la ayuda del ejército, el apoyo del presidente y de grandes empresarios, tres instituciones de gran poder para conseguir la cancillería.

Dietrich Eckart fue un periodista que se unió a las filas del nacionalsocialismo, quien decidiera darle su apoyo total al joven austrohúngaro por sus dotes de orador, su personalidad, su carácter fuerte y violento, su círculo político consistía en Rudolf Hess y Alfred Rosenberg.

## **2.4 Hacia una marcha triunfal “el *putsch* de la cervecería.**

La crisis económica empezaba a ascender a cifras estratosféricas, el líder nazi siempre podía sacar provecho de situaciones adversas que no pudiera controlar, pensó que su hora había llegado, la crisis se reflejaba en que era necesario dar cuatro millones de marcos para comprar un dólar, y en adelante las cifras pasaron a billones.

El poder adquisitivo de los salarios y las jornadas de trabajo había sido muy afectado. Los ahorros de toda la vida de la clase media y los trabajadores se evaporaron.

La clase media que tenía sus ahorros depositados en los bancos, sabían que era imposible comprar una bolsa de papas, una bolsa de pan, azúcar etc.

Estaban en bancarrota e hicieron de la república la víctima de aquella crisis insoportable, la situación era propicia para la llegada de la dictadura.

Hitler creía que por la inestabilidad política, económica y social de Alemania se podía dar un golpe de Estado, apoyándose en miembros y comandantes de las fuerzas armadas, basándose en la marcha hacia Roma de Benito Mussolini coronada por el triunfo. Mussolini basó su fuerza en las camisas negras para instaurar el fascismo italiano. Hitler se apoyó en Erich Ludendorff, un oficial que destacó durante la Primera Guerra Mundial y que apoyaría a Hitler para el golpe de Estado, el nacionalsocialismo lo llamo “el *putsch* de la cervecería” éste intento de golpe al contrario del de Italia, no se coronaría con el triunfo, por el contrario, fue un intento fallido y un duro golpe para el partido nazi.

Hitler y otros dirigentes del partido nacionalsocialista, creyeron que las fuerzas armadas y la policía los apoyarían para el derrocamiento de la república de Weimar, estas dos instituciones en verdad no estaban muy de acuerdo con el gobierno existente y menos con la instauración de una república, al final el movimiento marcharía solo hacia la derrota.

A Ludendorff no le gustaba para nada el sistema democrático, por lo tanto no quería ver instaurada la república de Weimar por más tiempo, el comandante alemán propuso un plan para conseguir el triunfo sin tanta violencia.

Ludendorff le propuso al vacilante joven nazi un plan. Los soldados alemanes, incluso los policías alemanes que eran en su gran mayoría excombatientes, no se atreverían jamás, a disparar contra el legendario jefe que los había conducido a grandes victorias. Él y Hitler marcharían con sus seguidores al centro de la ciudad y se apoderarían del mismo<sup>85</sup>.

Ludendorff y Hitler hicieron un mal cálculo militar, creyeron que la policía y el ejército no sólo no los atacarían sino que pondrían sus armas al lado del veterano general y lucharían en contra de la república bajo sus órdenes. Estaban equivocados, con un disparo el movimiento se disipó, los líderes corrieron en diferentes lados, los militantes al no tener líderes se espantaron, el golpe de Estado había fracasado.

---

<sup>85</sup> Shirer William, *op. cit.*, p.117.

Los miembros principales del movimiento nazi fueron capturados, otros en una acción desesperada huyeron del país. Los líderes nazis fueron juzgados, el partido disuelto y el líder principal encarcelado, cuando fuera absuelto le sujetaron su principal arma política que tenía para hacer más poderoso su movimiento, le prohibieron hablar en público.

## 2.5 Juicio político

Hitler fue un líder astuto sumándole la facilidad de palabra, ese don lo explotó hasta el último momento de su vida, en el juicio en el que fue acusado de traición a la patria, la derrota la había transformado en triunfo, impresionó al pueblo con su gran oratoria, explotó los sentimientos alemanes al máximo, se basó en el nacionalismo y en la inservible república democrática, su nombre apareció en los principales titulares de los periódicos de Alemania, de Europa y mejor aún del mundo, esta propaganda no la había imaginado nunca, su imagen fue explotada por los medios de comunicación, al fin, Hitler era conocido fuera de las fronteras de Múnich.

Hitler declaró en el tribunal haciendo uso de su buena oratoria una Alemania de poder y grandeza, libertad y esplendor<sup>86</sup>.

Hitler y los otros dirigentes del golpe fueron sentenciados a prisión, fueron juzgados por alta traición. El líder del NSDAP utilizó su arma predilecta y natural, el don de la palabra, era momento de manipular su habilidad oratoria frente a los jueces, en el juicio se manejó como un mártir patriótico, se definió como un dirigente mesiánico para el desarrollo y crecimiento de Alemania, los jueces fueron indulgentes ante la sentencia, le dieron 5 años de prisión, para reducirla a 11 meses.

Cuando se encontraba preso Hitler escribió *Mein Kampf*, donde definiría sus principios políticos y racistas, la Biblia a seguir para el nacionalsocialismo, fue la línea política del movimiento.

---

<sup>86</sup> *Ibid.* p. 114.

El intento de golpe de Estado quedó en eso, un intento, pero el fracaso convirtió al líder nazi en una figura nacional, en un héroe. La propaganda nacionalsocialista no se hizo esperar, transformó la derrota en una leyenda del partido.

## 2.6 La vía democrática hacia el poder.

Hitler había entendido la experiencia del fallido “*putsch* de la cervecería de Múnich”; si quería conquistar el poder sería por la vía pacífica respetando, el marco constitucional que dictaran las leyes alemanas, y dentro de un compromiso social que eran las elecciones con la respectiva votación popular.

En vez de actuar por medio de la fuerza para conseguir el poder, tendremos que agachar la cabeza e ingresar en el Reichstag para oponernos a los diputados católicos y marxistas<sup>87</sup>.

Hitler pensaba que llegar al poder por vía electoral y a través del camino legal era un proceso lento, complejo y aburrido, pero pensaba vencer en las elecciones para expulsar a los comunistas y a la socialdemocracia del parlamento, más temprano que tarde ganarían la mayoría, para después ir por Alemania.

Un grupo de industriales estaba empezando a interesarse financieramente en el renacido movimiento de Hitler, precisamente porque éste prometía ser efectivo en la lucha contra los comunistas, los socialistas y los sindicatos.

Cuando los años veinte estaban llegando a su fin, el dinero comenzó a fluir al partido nazi, procedente de unos cuantos grandes industriales de Baviera y del Rin que habían sido atraídos por la oposición de Hitler a los marxistas y a los sindicatos Fritz Thyssen, jefe del trust de acero alemán, la *Vereinigte Stahlwerke* y Emil Kirdorf, el rey del carbón del *Ruhr* contribuyeron con importantes sumas<sup>88</sup>.

Alemania no componía su situación económica, Hitler sólo tuvo que esperar esta situación de crisis y ver cómo el pueblo alemán se hundía en la desesperación; para atacar nuevamente, debía tener el apoyo de los que se encontraban en el poder, su

---

<sup>87</sup> *Ibíd.*, p. 178.

<sup>88</sup> *Ibíd.*, p. 198.

misión era convencerlos de que sólo él era capaz de asegurar para que no volviera a suceder esta desastrosa situación.

La población siempre sufría las consecuencias más severas de la crisis económica, para gran parte de la ciudadanía descontenta, Hitler fue la opción a seguir, desarrollando una campaña con una captación de la esperanza sobre su persona. Prometía el renacer del poder alemán, se negaría a pagar las indemnizaciones, refutaría el Tratado de Versalles, acabaría con la corrupción, obligaría a los judíos a dispersar el dinero de sus fábricas, de sus tiendas para que todos los alemanes gozaran de un trabajo digno y seguro, con estas medidas precautorias todo alemán tendría un pan en la boca.

Millones de alemanes buscaban empleo, unas cuantas monedas para comprar comida y subsistir, buscaban un dios y con él la fe, Hitler fue su dios momentáneo. Los nazis captaron millones de adeptos al movimiento, mejor aún provenían de otros partidos.

Para realizar una campaña propagandística eficaz donde se puedan utilizar todos los medios de comunicación existentes a tu servicio, e infundir el miedo con cuerpos paramilitares frente a los otros partidos, se necesitan fuertes cantidades de dinero, Hitler decía a la clase empresarial lo que ellos querían oír.

El partido necesitaba grandes sumas para costear las campañas electorales, pagar la movilización de la propaganda ampliamente difundida e intensificada por toda Alemania, pagarle a los funcionarios que cada vez incluían a más miembros para la causa nazi, y mantener a los ejércitos privados, la SS y la S.A, ya para entonces comprendían un número considerable de asesinos y golpeadores.

Los empresarios y los banqueros fueron una fuente importante en los ingresos monetarios, el partido recaudaba grandes sumas, las colectas, la venta de periódicos del partido, de los libros y las revistas. En el ascenso hacia el poder, Hitler gozó de un considerable respaldo económico de la elite política y empresarial.

Los nazis calcularon y observaron la precariedad de la nación, frotándose las manos esperaban a que Alemania les diera una oportunidad para llegar al poder, sabían que no se necesitaría mucho tiempo para ello.

## 2.7 Hitler toca la puerta de la cancillería, adiós a la república de Weimar.

Durante los años de inestabilidad política los cancilleres eran impopulares, habían sido incapaces de mantener una mayoría estable y fracasaron en el intento de moderar a los comunistas y de mantener a los nazis en paz.

Hitler en las siguientes elecciones democráticas realizó una campaña furiosa, con extrema energía recorriendo gran parte de las ciudades alemanas, se concentraban en sus mítines multitudes enormes, cuando hablaba se dirigía a miles de personas para llevarles a un estado de frenesí psicológico. Su campaña electoral fue innovadora, el manejo propagandístico llegó al límite.

Para que el líder nazi llegara a este estado de frenesí frente a la población sucederían acciones poco positivas para Alemania, Hitler y el NSDAP las aprovecharon eficazmente, las consecuencias de la realidad política se expondrán en el siguiente capítulo para que el lector de la presente tesis pueda entender, como el nacionalsocialismo ocuparía el poder sin ganar las elecciones políticas en Alemania.

El mes de septiembre de 1930 marca un punto de inflexión en el camino que estaba conduciendo inexorablemente a los alemanes hacia el Tercer Reich. El sorprendente éxito del partido nazi en las elecciones nacionales convenció no solo a millones de personas, sino a muchos altos jefes de empresa y del ejército, de que tal vez había allí la marca creciente que no podía ser detenida. Estaba haciendo emerger los antiguos sentimientos de patriotismo y nacionalismo alemanes. Prometía conducir al pueblo alemán lejos del comunismo, del socialismo, del sindicalismo y de las futilidades de la democracia. Y, lo que es más importante, había prendido en todo el Reich<sup>89</sup>.

El poder propagandístico de Hitler tendría un peso enorme en la población alemana, si no conseguían superar la crisis económica y quitar a las masas del radicalismo.

El verbo, la diatriba, la oratoria del cabo austriaco fueron profundos, emotivos y tocaban las emociones de las personas a las cuales era dirigida, se intensificaron los discursos cuando Hitler supo la posibilidad que tenía para ganar las elecciones o tan

---

<sup>89</sup> Shirer William, *op. cit.*, p. 208.

sólo presionar para un lugar importante dentro de la cancillería, una de las claves importantes para conseguir el poder y manejar fácilmente la propaganda fue seducir a la élite empresarial.

La ineptitud política de los magnates de la industria y la economía no fue menor que la de los generales y condujo a la errónea creencia de que, si soltaban grandes sumas a favor de Hitler, éste se les mostraría agradecido y, si alguna vez llegaba al poder, cumpliría los mandatos de ellos<sup>90</sup>.

El Tercer Reich no cumplió a la perfección todas las demandas de la clase empresarial, manejó las finanzas a su antojo además de centralizar la producción y la política en un solo hombre, en la cúspide del poder se encontraba, el Führer.

Los líderes del NSDAP, en especial el jefe al mando, nunca dudó que tarde o temprano llegarían al poder, gracias a las estrategias obsoletas de los partidos de oposición y a la falta de visión por parte del gobierno, para saber y atender las necesidades de la población.

Mientras, el año 1931 transcurría con cinco millones de obreros parados, las clases medias enfrentándose a la ruina, los agricultores sin poder pagar sus impuestos, el parlamento paralizado, el gobierno vacilante, el presidente de ochenta y cuatro años de edad, hundiéndose en la senilidad, y en los corazones de los jefes nazis elevándose la confianza de que no tendrían que esperar mucho tiempo. Como se jactaba públicamente Gregor Strasser (político alemán e integrante del partido Nacionalsocialista, tuvo el cargo de presidente del partido durante la estancia de Hitler en la cárcel, logró ser uno de los líderes más combativos e importantes dentro del movimiento nazi). Todo lo que sirva para precipitar la catástrofe [...] es bueno, muy bueno para nosotros y para la revolución alemana<sup>91</sup>.

El partido nazi junto a sus principales dirigentes habían aceptado las reglas democráticas que se imponían para la toma del poder, el fallido golpe de Estado le daban a Hitler y sus seguidores una fuerte experiencia para saber que no obtendrían la cancillería sin elecciones limpias y por voto popular, la experiencia en Roma animó a los dirigentes alemanes a copiar las mismas estrategias de ataque, en Italia Mussolini se coronó como primer ministro con un golpe de Estado, Hitler tocó amargamente una condena pequeña en la cárcel alemana.

---

<sup>90</sup> *Ibíd.*, p. 209.

<sup>91</sup> *Ibíd.*, p. 219.

Tras la mala experiencia el nacionalsocialismo tenían que salir a las calles a convencer, persuadir, manipular a todo aquel que estuviera decepcionado con la república de Weimar, no fue difícil, desencantados con la administración democrática o simplemente querían volver a los viejos tiempos de caudillos fuertes y autoritarios.

Los próximos ataques por parte del NSDAP no fueron con las armas, sino atacaron psicológicamente al individuo, carteles, la palabra hablada en mítines, trípticos, dibujos etc.

La competencia se presentaba en cada uno de los partidos existentes, Alemania se encontraba dividida, cada uno mantenía un porcentaje aunque fuese mínimo de seguidores, el Reichstag no se conformaba por ninguna mayoría, el caos político seguía sin resolverse nada.

Existían demasiados partidos políticos en 1930, cada uno de los diez presentados a las elecciones recibió más de un millón de votos y estaban demasiados enzarzados en sus diferencias, demasiados absorbidos por los intereses económicos y sociales que representaban para ser capaces de enterrar sus diferencias y constituir una mayoría duradera en el Reichstag que pudiera respaldar a un gobierno capaz de enfrentarse a la mayor crisis que azotaba al país a principios de los años treinta<sup>92</sup>.

La sociedad se encontraba polarizada en todos los sentidos, quería un dirigente fuerte, un partido estable que pudiera sacar de la crisis, económica y política en el cual se encontraban, en cada elección existente el Reichstag convocaba nuevas elecciones, ningún partido podía conseguir la mayoría calificada para dirigir una nación tan importante y poderosa como lo era Alemania.

Los gobiernos no eran estables, los intereses por obtener el poder se hacían mas claros, los intereses nacionales se dignificaban por la conquista del Reichstag y de la cancillería, cada partido y sus dirigentes querían un pedazo restante del imperio.

Las tradicionales lealtades de clases y partidos fueron quebrantadas en la confusión y el ardor de la pugna electoral. Hindenburg protestante, prusiano, conservador y monárquico, tuvo el apoyo de los socialistas, los sindicatos, los católicos del partido del centro de Bruening y los remanentes de los partidos liberales y democráticos de la clase media. Hitler católico, austriaco, antiguo vagabundo, nacionalsocialista, jefe de la clase media más baja, contaba además con sus propios seguidores, con el

---

<sup>92</sup> *Ibid.*, p. 221.

apoyo de las clases altas protestantes, el de los conservadores agrarios Junkers y cierto número de monárquicos entre los que se incluyó, en el último minuto el mismo príncipe de la Corona en persona. La confusión aumentó posteriormente con la entrada de otros dos candidatos, ninguno de los cuales podía esperar ganar, pero que, juntos, podían recoger votos suficientes para impedir que los principales contendientes obtuvieran la mayoría absoluta, requerida para la elección<sup>93</sup>.

Por fin el Reichstag no había quedado conformado por un partido en mayoría, se convocaron elecciones y los candidatos de los partidos hacían todo lo posible para conseguir el poder en el parlamento, Hitler el líder del nacionalsocialismo y Hindenburg, actual presidente, eran los candidatos más fuertes, los comunistas atacaban férreamente al nacionalsocialismo pero tenían otro enemigo natural, el partido socialdemócrata, se atacaban mutuamente con la excusa que cada uno traicionaba los intereses de los trabajadores, nuevamente los partidos políticos no llegaban a ningún acuerdo, no llegaron a ningún compromiso político, ni coaliciones con otros partidos para obtener la mayoría en el parlamento, el Reichstag volvía a desquebrajarse en lo político.

Cuando los partidos realizaban coaliciones lo hacían de una manera ventajosa, sin ideología y cuidando intereses colectivos de partido, las masas estaban cansadas del engaño, del fraude político y de la corrupción, ningún partido cumplía las expectativas al cien por ciento de las masas, las alianzas entre partidos no consiguieron ninguno de los dos bandos la mayoría, se pedía en el parlamento nuevas elecciones, Hitler y el nacionalsocialismo se radicalizaban cada día más con su propaganda llamativa, violenta y capaz de movilizar a centenares de personas a un mitin o tan sólo el hecho de no pasar desapercibido frente a un cartel.

En las elecciones siguientes Hitler se volcó en la campaña con furiosa energía, recorriendo cada rincón de Alemania, de este a oeste, dirigiéndose a centenares de compatriotas, manipulando un estado de naturaleza violenta y efervescente que solo los oradores pueden realizar.

Dirigieron una campaña de propaganda nunca vista en Alemania. Cubrieron las paredes de las ciudades y pueblos con millones de carteles nazis, los colores eran llamativos, los periódicos fueron distribuidos por millones de ejemplares, se realizaban

---

<sup>93</sup> *Ibíd.*, p. 230.

cientos de mítines al día, solo donde las multitudes eran muy numerosas se presentaba el líder principal para entonar un discurso fuerte y violento, se utilizaron películas, gramófono y altavoces, algo nuevo en las elecciones alemanas.

A continuación mostraremos los resultados de las elecciones y los años en las cuales participaron Hitler y Hindenburg, nos enfocamos a éstos dos personajes en las elecciones alemanas porque fueron los principales contendientes a obtener la mayoría en el parlamento.

Hindenburg se quedó a cuatro décimas de obtener la victoria absoluta necesaria, cuando se efectuó el escrutinio el 13 de marzo de 1932 los resultados fueron:

Hindenburg .....	18.651.497	48,6%
Hitler .....	11.339.446	30,1%
Thaelmann .....	4.983.341	13,2%
Duesterberg .....	2.557.729	6,8% <sup>94</sup> .

El anciano presidente había superado a Hitler por un margen considerable, aproximadamente siete millones de votos, ambos lados estaban en desacuerdo con los resultados. Se requería la mayoría absoluta en las elecciones, ninguno de los contendientes la obtuvo, se requirió una segunda vuelta para que cualquier candidato obtuviera la mayor cantidad de votos a su favor.

La primera vuelta había terminado. El NSDAP aumentó en gran número su simpatía frente a la población, su porcentaje de seguidores se acrecentaba aún más, siendo un partido nuevo, Hitler rentó un avión de pasajeros y voló de un extremo a otro por toda Alemania, el avión fue una gran atracción para la sociedad ya que fue el único candidato en hacerlo, además de implantar un estilo nuevo en las elecciones, daba un matiz de progreso nacional.

De igual manera el líder del NSDAP se dirigía a multitudes extremas, daba discursos tres o cuatro veces al día. Cambió la estrategia para atraer más votos. Los temas políticos los transformó, en elecciones pasadas realizaba una crítica violenta en contra de la república de Weimar, se inclinó más por los temas como la crisis económica, la imposibilidad por parte de la república para realizar satisfactoriamente las

---

<sup>94</sup> *Ibíd.*, p. 231.

demandas del pueblo y en contra de los judíos y de la traición de los mismos a la patria, de la pérdida de la guerra.

Hitler se dedicó en las próximas elecciones a predecir un futuro de prosperidad, progreso, desarrollo no dejando atrás su nacionalismo: prometía trabajo para todos, apoyo gubernamental como subsidios para los granjeros, más fortuna para los empresarios, un ejército fuerte para el cuerpo militar.

La segunda vuelta se vendría, Hitler y el NSDAP realizaron una campaña política increíble, a continuación mostraremos los resultados de la elección.

El día 10 de abril de 1932, fecha de la segunda elección los resultados que se anunciaron resultantes de esa elección ya avanzada la noche fueron:

Hindenburg .....	19,359.983	53%
Hitler .....	13.418.547	36,8%
Thaelmann .....	3.706.759	10,2% <sup>95</sup> .

Hitler había aumentado el número total de sus votos, un número considerable de simpatizantes, dos millones aproximadamente, Hindenburg aumentó solo un millón de sus votos, el actual presidente seguía a la cabeza de las preferencias electorales, aun el violento cabo austriaco seguía sin convencer a la mayoría del pueblo. La nación alemana aún estaba convencida de la república de Weimar, su confianza la depositaron en las urnas. El pueblo había rechazado la polarización política tanto a los comunistas como a los radicales nacionalsocialistas.

Hitler nunca dudó llegar al poder, más con los resultados tanto de la primera como de la segunda vuelta, había capitalizado un número significativo de votos, ahora el presidente como los demás partidos no podrían hacerlo a un lado como cualquier político sin valor, sin embargo todavía no alcanzaba la mayoría absoluta, y por lo tanto el poder político que anhelaba.

Desde junio de 1932 enero de 1933 la responsabilidad recaería en dos hombres de segunda fila que, aunque no nazis, no sentían la necesidad de ayudar a una república democrática, al menos tal como estaba concebida. El poder político de Alemania no residió, como lo había estado desde el nacimiento de

---

<sup>95</sup> *Ibíd.*, p. 232.

la república, en el pueblo y en la incitación que expresaba la voluntad del pueblo, el Reichstag. Se concentraba ahora en las manos de un anciano presidente, de ochenta y cinco años de edad, y en unos pocos hombres oscuros y ambiciosos que daban forma a las ideas de su cansada y vacilante mente. Hitler lo vio con claridad y también que se ajustaba a sus propósitos. No parecía probable que consiguiera la mayoría en el parlamento<sup>96</sup>.

Ninguno de los partidos existentes podía obtener la mayoría para obtener un gobierno estable, y de verdad se necesitaba para contrarrestar un poco los embates de la crisis económica, Hitler había convertido al NSDAP en una potencia política en pocos años, el anciano presidente le propondría un acuerdo, le ofrecería un lugar en el poder, pero menos la cancillería, Hitler quería el puesto principal, si se opusiese a la oferta, el Reichstag se iría nuevamente a la disolución, y pedirán elecciones nuevamente.

Hindenburg nombraría a uno de sus hombres más allegados para ocupar la cancillería, Franz von Papen, y así, mediante acuerdos, cochupos y pactos políticos lograr una estabilidad en el parlamento y obtener una mayoría absoluta, haciendo los movimientos correctos no necesitarían ayuda del orador fanático para tener una estabilidad en el poder.

El fiel compañero del presidente no tenía aliados políticos. Papen terminó haciendo una alianza con Hitler ya que no pudo llegar a acuerdos políticos para mantener al parlamento estable, se convocaron elecciones para el Reichstag, las calles se teñían de sangre, las fuerzas de asalto las S.A buscaban pelea, riñas y cualquier conflicto, el desafío a menudo era aceptado por los comunistas, hubo muertos y heridos durante un lapso corto. Todos los partidos y la población pedían se restaurara la paz.

Las elecciones del 31 de julio fueron las terceras celebradas en Alemania en cinco meses, los nazis se lanzaron a la campaña con más fanatismo y fuerza que nunca<sup>97</sup>.

Las promesas de Hitler a Hindenburg fue que éste apoyaría el gobierno de Papen para obtener una mayoría en el parlamento, pero Hitler vio una debilidad interna en los líderes de la derecha, estaba dispuesto a quedarse con todo el poder, ya que Hindenburg y Papen apoyaban en todo a Hitler para acabar con la izquierda, para

---

<sup>96</sup> *Ibid.* p. 238.

<sup>97</sup> *Ibid.* p. 241.

después fueran los conservadores los que tomaran las riendas del poder junto con Hitler, la ultraderecha pensaba que utilizó y utilizaría a Hitler como un conejillo de indias político, estaban equivocados, cada uno pensó en utilizarse mutuamente para sus intereses.

A juzgar por la cantidad de gente que se congregaba para ver a Hitler, era evidente que los nazis estaban ganando terreno. En un solo día dirigió la palabra a 60.000 personas en Brandenburg, casi a otras tantas en Postdam, y esa misma noche a 120.000 oyentes en el gigantesco estadio Grunewald de Berlín, mientras que, fuera del recinto, otras 100.000 personas escuchaban su discurso por los altavoces<sup>98</sup>.

Goebbels y Hitler fueron políticos muy hábiles para la manipulación de las mentes, para el control propagandístico y por supuesto para la concentración de la masas, a través de las elecciones obtenidas por la disolución del Reichstag el líder como el partido nacionalsocialista fueron evolucionando cada día, en cada elección mostraban algo nuevo, algo diferente, algo original, la diatriba del líder era fuerte, contundente, violenta y apasionada, el pueblo alemán se rendía a sus pies después de un discurso bien estructurado, pero a la vez con una actuación en el escenario que ningún político de esa época realizaba.

Las elecciones de julio trajeron consiguió una resonante victoria del Partido Nacionalsocialista. Con 13.745.00 votos, los nazis consiguieron 230 escaños en el Reichstag, los que los hacía con toda holgura el partido más numeroso en el parlamento, aunque todavía estaban lejos de la mayoría absoluta en una cámara compuesta por 608 miembros. Los socialdemócratas, a causa de la timidez demostrada por sus dirigentes en Prusia, perdieron diez escaños y quedaron reducidos a 133. La clase trabajadora se decantó algo su fuerza, de 68 a 73 escaños, pero los demás partidos de la clase media e incluso el Partido Nacional Alemán de Hugenberg, fueron derrotados. Excepto los católicos, las clases media y superior habían votado a los nazis<sup>99</sup>.

El cabo austriaco y el nacionalsocialismo obtenían en cada elección más adeptos, seguidores, simpatizantes pero no alcanzaban la mayoría absoluta en el parlamento, la propaganda desplegada por los políticos nacionalistas fue sorprendente, los carteles

---

<sup>98</sup> *Ibid.*, p. 242.

<sup>99</sup> *Ibid.*, p. 242.

con imágenes de prosperidad, nacionalismo y esperanza calaron en las mentes de la población, aun así, el equipo del NSDAP sabía que tenía que negociar la cancillería para alcanzar el poder, la derecha sabía que tenía que unirse con Hitler para obtener una estabilidad en el parlamento y lo más importante para ello, acabar con la izquierda aún fuerte.

Desde las últimas elecciones para el Reichstag dos años antes, los nacionalsocialistas habían ganado más de siete millones de votos y aumentado el número de representantes de 107 a 230. En los cuatro años pasados desde la elección de 1928, los nazis habían conseguido unos trece millones de nuevos votos<sup>100</sup>.

Hitler al demostrar en las elecciones ser la mayoría en el parlamento alemán impuso condiciones para un pacto de coalición, éste se los ofrecería al general Schleicher; otro hombre cercano al presidente, de investidura militar, que fuera el último canciller de Alemania mientras duró la república de Weimar, de corte político conservador, participante de la ultraderecha, éste político realizaría un pacto político con Hitler para la obtención de la mayoría en el parlamento.

Hitler consiguió una entrevista con el general Schleicher y Von Papen hombres cercanos al presidente imponiéndoles su plan de trabajo político, Schleicher se rehusó a su petición totalmente y le planteó que estaba fuera de la realidad política, sí acaso podría llegar al poder le ofrecerían la vicecancillería y unos cuantos puestos a sus colaboradores.

La petición fue juntar las fuerzas del NSDAP con el grupo de conservadores para obtener la mayoría tan ansiada en el Reichstag, obteniendo la mayoría podrían ascender al poder. El puesto importante como platillo principal para el nacionalsocialismo era la canillera, los puestos de Economía, Propaganda, Defensa, etc. los repartirían entre los miembros del partido nacionalsocialista y el general Schleicher, el cabo alemán pediría gobernar con poderes absolutos (es decir, actuar de manera impune y libre sin intervención del Parlamento) el primer movimiento al obtener el poder fue; vetar al partido comunista, después de la obtención del poder se

---

<sup>100</sup> *Ibid.*, p. 242.

prohibieron los partidos políticos en toda Alemania. Los poderes absolutos requería poder realizar cualquier movimiento político sin consultar al parlamento, sí el general se negara a aceptar la petición de Hitler, el Reichstag nuevamente se iría a casa.

Las condiciones de Hitler tras la reunión con el general y el conjunto de la extrema derecha fueron, la obtención de la cancillería, con éste poder de mando ejecutar el puesto de canciller con poderes absolutos.

Hindenburg tenía un conocimiento general sobre los actos violentos e intolerantes del nacionalsocialismo, no pudo aceptar los requisitos que pedía el líder nazi, no podía transferir el poder de mando a un líder ambicioso indisciplinado y que en las elecciones no había mostrado la mayoría absoluta frente al parlamento.

Hindenburg, afirmó que estaba dispuesto a aceptar a Hitler y a los representantes de su movimiento en un gobierno de coalición, pero que no podía aceptar la responsabilidad de entregarle el poder exclusivamente a Hitler [...] Hitler se mostró inflexible, negándose a negociar en una posición de chalaneo con los jefes de los otros partidos para formar un gobierno de coalición<sup>101</sup>.

Hitler sabía que tenía que negociar con la élite política del Estado, y con el ejército para obtener la cancillería, se debe tener el apoyo de algunas de las poderosas instituciones políticas para llegar a la cima del poder.

El control del poder fue pasando progresivamente a manos de un pequeño número de individuos, en especial Papen, Schleicher y Hindenburg. Tras ellos había poderosos grupos de presión: el empresariado, los terratenientes, el ejército. Estos grupos elitistas no constituían una clase dirigente sólida o unida<sup>102</sup>.

El mandato de Hindenburg estaba por terminar. El escenario no era nada fácil dadas las condiciones económicas, la agitación política, las elecciones presidenciales eran fuertemente peleadas. Era casi imposible que los partidos políticos apoyasen a un solo candidato y encontrar el balance político, se intentaba nuevamente darle crédito a Hindenburg para gobernar, evitando elecciones que llevasen nuevamente a la división.

---

<sup>101</sup> *Ibid.*, p. 245.

<sup>102</sup> Ian Kershaw, *op. cit.*, p. 377.

No se podía ignorar a Hitler, había construido un movimiento de masas. Esto significaba que Hitler podría bloquear en la práctica cualquier opción política que no le conviniera, pero su movimiento no era lo suficientemente poderoso como para controlar a la mayoría en el Reichstag. Necesitaba ayuda de los hombres en los grandes puestos.

Hitler conoció al hijo del presidente, efectuó una de las armas principales que tenía, la oratoria, sin lugar a dudas causó una fuerte impresión en el hijo del presidente hasta convencerlo, para que el viejo mariscal de campo, aceptara que el cabo alemán ocupara el puesto de canciller, lo único que tenía que hacer sería convencer a Hindenburg.

El país seguía en la inestabilidad política, nadie podía conformar la mayoría absoluta, ni el actual y anciano presidente ni el fanático orador salido de la nada, se tendría que realizar un pacto de coalición para salir de la catástrofe después de la pérdida de la guerra.

El 23 de enero, por tanto Schleicher fue a ver a Hindenburg, admitió que no podía encontrar una mayoría en el Reichstag, y pidió la disolución de éste y poderes extraordinarios para gobernar por decreto de acuerdo con el artículo 48 de la constitución. Proponiendo formar él mismo un gobierno de mayoría respaldado por los nazis<sup>103</sup>.

Hitler estaba allí sólo para cumplir los fines de la propaganda, como un medio de obtener el poder. La propaganda y la movilización seguían siendo para Hitler el objetivo del partido. El partido fue sólo un instrumento para conseguir el poder.

Por fin Hitler y el nacionalsocialismo después de contender en diversas campañas de elección popular, de haber desplegado una propaganda efectiva, de haber derrochado millones de marcos para el objetivo principal que fuese el poder de la cancillería, después de haber relatado miles de discursos y además de enfrentar violentamente a sus adversarios políticos con palabras y golpes. Hitler y el NSDAP habían conseguido una de sus metas a seguir, la aceptación por parte de la ultra derecha para la conformación de una coalición para la estabilidad del poder y no disolver el parlamento.

---

<sup>103</sup> Shirer William., p. 263.

El gabinete de Hitler había quedado constituido. Entrando por la puerta trasera, por medio de un sucio tratado político con los reaccionarios de la vieja escuela a quienes personalmente detestaba, el antiguo vagabundo de Viena, el cabo de la primera guerra mundial, el violento revolucionario, llegó a ser canciller de una gran nación<sup>104</sup>.

En 1933 se le confiaba la cancillería a Adolf Hitler. Lo que había sido incapaz de conseguir por sí solo, lo habían conseguido para él sus amigos de puestos elevados.

Las carteras importantes fueron para los conservadores, creían que habían utilizado a Hitler y al movimiento nacionalsocialista para sus intereses personales, creían que con la mayoría podrían sujetar políticamente al cabo austriaco, los puestos de mayoría de la clase conservadora tenían una buena relación con Hindenburg, tarde o temprano sacarían de la jugada al líder nazi o lo atarían de manos por su minoría en el poder, fue una inocencia política por parte de la elite conservadora.

El nacionalsocialismo quedaba reducida en los puestos claves de la toma del poder, los puestos de mayor envergadura e importancia los obtendrían la clase conservadora, a Hitler le dejarían la cancillería, pero solo tres de los once puestos importantes fueron para el nacionalsocialismo. La clase de la derecha estaba confiada en poder sujetar en lo político al recién nombrado canciller, creían poder manejarlo, manipularlo hasta reventarlo en el ámbito político para después utilizar ese poder tan deseado para los intereses del grupo de la extrema derecha.

Los ministerios importantes fueron para los conservadores, que estaban seguros de que habían usado a los nazis para su propios fines: Neurath continuaba como ministro de Asuntos Exteriores; Blomberg fue ministro de Defensa; Hugenberg, cogió los ministerios combinados de Economía y agricultura; Seltz, jefe de la Stahlhelm, fue hecho ministro de Trabajo; los otros ministerios fueron dejados en manos de expertos no pertenecientes a ningún partido, que Papen había nombrado ocho meses antes. Papen fue vicescanciller del Reich y primer ministro de Prusia y Hindenburg le había prometido que nunca recibiría al canciller excepto acompañado del vicescanciller. Esta posición única, él estaba seguro, le permitiría poner un freno al radical caudillo nazi; éste gobierno era concepción de Papen, creación suya, y confiaba en que con la ayuda del fiel anciano presidente, que era amigo suyo, admirador y protector, y con el inteligente apoyo de sus colegas conservadores, que sobrepasaban en número a los estrepitosos nazis por ocho a tres, él los dominaría<sup>105</sup>.

---

<sup>104</sup> *Ibid.*, p. 267.

<sup>105</sup> *Ibid.*, p. 267.

Pero este político negociador como lo fuera Papen no conocía al cabo austriaco, ni comprendía en sí la intensidad de las fuerzas producidas por su movimiento. Ningún político conservador se dio cuenta de la situación política que se vivía en Alemania, excepto Hitler, una política débil, las instituciones políticas, sociales y económicas vivían una parálisis, el ejército, las iglesias, los sindicatos, los partidos políticos, la clase media, el proletariado no nazi, cederían ante las políticas de terror del partido.

Ningún partido político, ninguna clase, ningún grupo puede escapar a su parte de culpa por el advenimiento del nacionalsocialismo en Alemania y el abandono de la república de Weimar a las cenizas.

Hitler pudo realizar estos arreglos ya que los comunistas se encargaron de combatir a los socialdemócratas, con los sindicatos socialistas y con las fuerzas democráticas de la clase media, al comunismo alemán no le importaba que el nacionalsocialismo llegara al poder, estaban seguros que colapsaría un sistema político de esa naturaleza, para después el comunismo tomara el poder e instaurar la dictadura del proletariado.

## **2.8 Ascenso al poder del nacionalsocialismo 1933-1934.**

El tratado político se hizo entre el presidente, el ejército y los conservadores, a Hitler lo habían nombrado canciller de Alemania, su poder político era grande pero limitado, el poder estaba repartido entre esas tres institucionales políticas que lo habían elevado al puesto de canciller.

El objetivo principal de Hitler ahora sería eliminar a estas tres instituciones políticas para que su partido se apoderara del poder político del Estado, ratificando un poder autoritario para hacer efectivos sus ejércitos personales. En poco tiempo cumplió la tarea prometida, elevó su autoridad personal a dictador y sacó de la jugada a estas fuerzas principales que le ataban las manos como detentador único del poder.

Goebbels pensaba que emprender la lucha sería una tarea fácil, en ese momento se disponía de todos los recursos del Estado. La radio, la prensa estaban a disposición del nacionalsocialismo, los recursos monetarios también, ahora el Dr. Joseph Goebbels podría poner en marcha un proyecto ambiciosísimo de propaganda.

Los grandes empresarios veían con buenos ojos este nuevo gobierno constituido, porque Hitler prometió poner en su lugar a los obreros y a todos aquellos sindicatos que pedían mejores condiciones laborales y aumentos salariales, además de permitir que la clase empresarial condujera los negocios a su libre albedrío sin la intervención del Estado, fueron invitados a que soltaran fajos de dinero, Hitler prometió la eliminación de los marxistas.

Las elecciones del 5 de marzo de 1933 iban a ser con toda seguridad las últimas durante los próximos diez años, probablemente incluso durante los próximos cien años<sup>106</sup>.

El gobierno de Hitler había prohibido todas las reuniones comunistas y eliminado su prensa. Las reuniones socialdemócratas fueron prohibidas por las secciones de asalto, las S.A y los principales periódicos socialistas estuvieron continuamente paralizados.

## **2.9 El incendio del Reichstag.**

El golpe final del movimiento nazi en contra de la democracia y de la república de Weimar fue el incendio al Reichstag, cuando la sede de reunión del parlamento alemán fue prendida y ardió hasta quedar en cenizas.

Algunos autores están seguros de que fue una táctica política de los nazis para culpar a los comunistas del incendio y así poder darle todo el poder político a Hitler e instalar el fascismo en Alemania, pero no se puede probar esta teoría ya que no existen pruebas contundentes que culpen al partido nacionalsocialista.

Los líderes nazis predicaron a los cuatro vientos que era obra de la revolución comunista y todo miembro del comunismo debería ser fusilado, incluyendo a los diputados que eran miembros del Reichstag.

Al día siguiente del incendio consiguió que el presidente Hindenburg firmara un decreto para la protección del pueblo y del Estado por lo que quedaban en suspenso las siete secciones de la

---

<sup>106</sup> *Ibíd.*, p. 275.

constitución que garantizaban las libertades individuales y civiles. Descrita como una medida defensiva contra los actos comunistas de violencia que ponen en peligro al Estado<sup>107</sup>.

Ante el incendio del Reichstag los nacionalsocialistas pudieron culpar a los comunistas porque la policía aprehendió a un simpatizante del partido comunista. El periódico del nacionalsocialismo atacó incesantemente con comentarios de odio en las que daba a entender que expresiones como ésta eran posiciones ideológicas del comunismo para destruir a la gran nación alemana.

De esta forma Hitler pudo contrarrestar la oposición partidista dentro del parlamento y arrestar a la oposición cuando quisiera, hizo enemiga de todos los alemanes a la amenaza comunista; la clase media y el campesinado fueron amenazados para que votaran por el nacionalsocialismo ya que si el comunismo se apoderaba del poder manejarían al país con una intolerancia violenta. Miembros del Reichstag del partido comunista y socialdemócrata fueron arrestados, el fuero no sirvió de nada.

Se deduce que es un agitador fanático de las ideas comunistas, de la revolución comunista mundial. Dimitrov es un ejemplo escogido de esta especie. Es un tipo frío, que tampoco apela a los sentimientos de los demás<sup>108</sup>.

Los órganos políticos de los partidos de oposición fueron suspendidos, las reuniones políticas de los partidos comunistas, democráticos o socialdemócratas fueron prohibidas y disueltas, ante las fuerzas paramilitares de las SS, y las SA. Ellas se encargaban de la represión, con Hitler en el poder la ley estaba en sus manos. Sólo los nazis tenían un amplio consentimiento para realizar su campaña política.

Con todos los recursos del gobierno nacional a su disposición y con gran cantidad de dinero procedente de los grandes empresarios, los nazis llevaron a cabo una propaganda electoral como no se había visto nunca en Alemania. Goebbels y Hitler gozaron a manos llenas del aparato propagandístico del gobierno, la radio la gran arma propagandista de los años treinta fue explotada al máximo.

---

<sup>107</sup> *Ibid.*, p. 280.

<sup>108</sup> Jorge Dimitrov, *El incendio del Reichstag*, México, 1968, Editorial grijalbo, p. 63.

Las calles se encontraban adornadas de banderas nazis, las fuerzas de asalto marchaban sobre las calles. Mítines, desfiles de antorchas, carteles nazis pegados sobre las paredes. Las personas no podían prescindir del impacto propagandístico y al mismo tiempo se encontraban atraídas por las promesas hacia un paraíso alemán, pero intimidado por la propaganda nazi en contra de los comunistas.

En 1933 el día en que iban a celebrarse las últimas elecciones democráticas el pueblo habló en las urnas. A pesar de todo el terror y la intimidación, la mayoría rechazó a Hitler.

## **2.10 El Reich de Hitler.**

A pesar de la derrota de las elecciones con el incendio del Reichstag Hitler solicitó poderes extraordinarios a causa de la amenaza comunista, el líder nazi exigió al parlamento un poder sin contrapesos para proteger a la nación alemana de cualquier ataque opositor, con los diputados comunistas y socialdemócratas en la cárcel y otros exiliados ya fuese en Rusia o en cualquier otro país de Europa, el nacionalsocialismo no tuvo oposición en el parlamento alemán y con los acuerdos políticos que había hecho, no fue difícil conseguir lo que buscaba. Esta ley fue un pilar para el establecimiento de la dictadura nazi, el parlamento le había cedido su autoridad constitucional a Hitler.

Fue sólo esta ley de poderes extraordinarios lo que constituyó la base legal para la dictadura de Hitler. Desde 1933, Hitler fue el dictador del Reich. Liberado de cualquier freno que pudiera haber en el parlamento.

Un año después de que Hitler tomara posesión, todos los partidos políticos en Alemania fueron disueltos, el terror nazi había comenzado. Para Hitler las consignas socialistas de los nazis habían sido mera propaganda, un medio para ganarse a las masas en su camino hacia el poder, ahora que tenía el poder, las masas no le interesaban.

Las repercusiones que tuvieron en el pueblo alemán, la guerra, la revolución y la humillación nacional y el miedo intenso al bolchevismo en amplios sectores de la

población proporcionaron a Hitler su plataforma. Él explotó las condiciones brillantemente. Fue más que ningún otro político de su época, el portavoz de los temores, resentimientos y prejuicios extraordinariamente intenso de la gente ordinaria que no se sentía atraída por los partidos de la izquierda o los partidos conservadores. Y ofreció a esa gente, más que ningún otro político la perspectiva de una sociedad nueva y mejor, con matices de fantasía, orden, poder y sobre todo sin crisis económica.

### **3. Análisis psicológico de la propaganda en los medios de comunicación, utilizados hasta y después de la toma de poder.**

#### **Introducción**

El trabajo de la presente investigación, fue realizado para dar a conocer las técnicas y principios de la propaganda nazi, que pueden ser utilizados en movimientos políticos (como elecciones presidenciales, estatales, municipales o adentrarse en un partido político.)

Actualmente se realiza la propaganda de manera práctica, se le puede observar dirigida a cualquier estrato social, en cualquier medio comunicativo se dan el manejo colectivo de la información y la manipulación de masas apelando en muchos casos a la carga emocional más que a objetivos claros y precisos que a proposiciones nacionales, fiscales, económicas, sociales o políticas para atacar un problema.

Hoy en día las campañas propagandísticas venden una imagen, creándole necesidades a la población, temores y miedos infundidos por las élites gobernantes y en muchos casos por los partidos opositores, que juegan con las técnicas propagandísticas para atraer simpatías y adeptos. El modelo propagandístico también retoma técnicas similares hasta la actualidad; quienes lo diseñan fijan un prototipo, vuelven un producto la imagen de algún candidato para después atacar continuamente a través de los medios de comunicación a la población.

En esos aspectos no ha cambiado mucho la propaganda de la Primera Guerra Mundial hasta nuestros días, aunque por supuesto la propaganda del nazismo difícilmente sería viable en cualquier otro país, ni las técnicas propagandísticas son las mismas que en 1933 cuando Hitler llegó a ser canciller de Alemania.

En el 2014 las técnicas de la comunicación, la propaganda y los mismos medios de difusión se han transformado y se ha sofisticado tanto la ciencia como las técnicas y los métodos no pueden ser los mismos, pero la esencia de la propaganda sí ha permanecido; la manipulación de las masas a través de los medios de comunicación, así como la idea de retomar las necesidades de las personas para influir psicológicamente en el individuo y así cooptar su personalidad política para llevarlos a

la acción, exaltando en el individuo las emociones incontrolables como el odio o el amor hacia un tema específico.

Se estudia este caso histórico, porque el nazismo realizó un cambio en la utilización de los medios de comunicación, para ser preciso: en el uso propagandístico del partido. No hay modo de estar a favor del movimiento nazi alemán en sus acciones ni en su ideología, pero lo que se reflexiona en éste estudio son las formas, los métodos y las técnicas sistemáticas por las cuales los líderes nazis pudieron llegar al poder y mantenerse en él.

Existen muchas circunstancias por las cuales Hitler y el movimiento nazi llegaron al poder, en el trabajo de investigación se sostiene que la principal causa para ello fue la propaganda.

Todos los partidos políticos parafrasean la frase del príncipe de Maquiavelo, *“el fin justifica los medios”* es decir, cualquier partido político para ascender al poder o para detentarlo, podría hacer todo lo que fuera posible con tal de alcanzar sus fines políticos dentro de las campañas, pueden mentir, utilizar personajes ajenos a la política para obtener simpatías (deportistas, cantantes, comediantes etc.) pueden emitir discursos controversiales, organizar mítines, crear logotipos con colores llamativos o recurrir a repeticiones incesantes de alguna frase descrita por el candidato.

Después de analizar el trabajo de investigación, el lector podrá analizar críticamente la propaganda de los partidos, candidatos, instituciones etc. Como producto final de éstas reflexiones estará mejor preparado para poner encima la razón sobre la emoción al acercarse a la propaganda política.

Para no llegar a un estado colectivo de convencimiento–vulnerable a la manipulación-, se deben conocer los principios y objetivos de la retórica, la persuasión y los medios de comunicación de masas, sólo así se podrá contrarrestar el gran efecto y eficacia del control comunicativo al servicio de los propagandistas.

Para entender en mejores términos las técnicas y los principios propagandísticos, el investigador de esta tesis se dio a la tarea de dar a conocer los procesos esenciales de la comunicación de masas.

En el presente capítulo se ahondará en el uso propagandístico del partido nazi para su ascenso al poder en 1933.

### **3.1 Objetivos de la propaganda nazi.**

La propaganda se entiende porque tiene una finalidad, mediante acciones se consigue el objetivo perseguido, la primera etapa de la propaganda nacionalsocialista como la de los líderes nazis fue, encontrar dentro de la población simpatías, adeptos y militantes.

Toda forma de organización social, se sustenta en interacciones y acuerdos, implícitos y explícitos, emanados de vínculos e intercambios comunicativos. Toda forma de organización política, toda forma de gobierno, necesita como una base fundamental la comunicación humana<sup>109</sup>.

Todo aparato estatal se funda como principio, en estructuras sociales, en instituciones políticas, como puente principal de comunicación con la sociedad, los gobiernos democráticos, autoritarios, inclusive totalitarios llevan a cabo una interacción comunicativa, la opinión pública influye significativamente en la forma de gobierno, en la toma de decisiones de sus dirigentes, el nacionalsocialismo no fue la excepción.

Si estamos de acuerdo en que toda forma de política tiene que basarse en gran medida en la comunicación, lo estaremos también en que la democracia no puede existir sin fundamentarse en procesos comunicativos<sup>110</sup>.

La afirmación del autor Enrique Sánchez Ruiz en su libro titulado “comunicación y democracia” aseverando la existencia de la comunicación como punto principal para la construcción democrática, es verdad, en el presente trabajo como se ha verificado, se analiza al régimen nazi, un sistema político totalitario, pero que enriqueció con aportaciones y conceptos de comunicación la interacción gobernante y gobernados. En primera instancia, entre el líder y las masas, para después pasar al plano de la

---

<sup>109</sup> Enrique Sánchez Ruiz, *Comunicación y democracia*, México D.F, Editorial Instituto Federal Electoral, 2004, primera edición, p. 17.

<sup>110</sup> *Ibid.*, p. 18.

interacción, partido sociedad. En la última etapa la interacción social y comunicativa se realizó entre el gobierno del Reich y la población alemana.

La sociedad no es posible sin la comunicación humana. La política tampoco es posible sin la comunicación humana. La democracia, finalmente, tampoco es posible sin la comunicación humana<sup>111</sup>.

El ser humano se diferencia de los animales por muchos aspectos, el principal o el más importante es el habla, la comunicación, la interacción interpersonal que el individuo puede realizar con sus semejantes. Los animales también se comunican, de una manera más primitiva, más rudimentaria, no llegan al campo de las letras, al campo de la razón. El NSDAP, para poder ascender a las estructuras del poder, utilizó la comunicación frente a la sociedad de una manera sutil, entendible, básica, todo alemán parado frente a Hitler podía captar toda la información ofrecida por el líder, todo aquel alemán que recibía una hoja propagandística entendía a la perfección la meta de la propaganda. Todos los campos comunicativos fueron utilizados efectivamente por el nacionalsocialismo. Se coincide con el autor, sin comunicación no habría sociedad.

Gobernar, en última instancia, significa conducir. El mecanismo más efectivo para conducir cualquier cosa (incluyendo un grupo humano), es la comunicación y la retroalimentación. Para reproducir la vida material y espiritual inmediata, y mantener un cierto orden y equilibrio, dadas las divergencias de intereses y contradicciones entre sujetos, clases, estructuras, todo sistema social, de cualquier magnitud, debe estructurar las acciones de sus diversos componentes en algún tipo de organización social, mediante una división del trabajo, leyes y ordenamientos de observancia general, una forma de gobierno<sup>112</sup>.

El régimen nazi instauró un sistema político totalitario, desde los inicios del partido, se siguió una ideología de guerra, combate, cuando Hitler y su partido llegaron a la cancillería las cosas no cambiaron, se gobernó con mano dura, de forma intolerante, Hitler fue un político intransigente como fanático en la adquisición y propagación de sus ideas. A Hitler, al partido nazi, como a todos los gobernantes, les dicta la opinión pública cómo actuar, si bien es cierto, un régimen por autoritario que sea debe

---

<sup>111</sup> *Ibid.*, p. 18.

<sup>112</sup> *Ibid.*, p. 30.

satisfacer primeramente las necesidades de su población, debe comunicarse de manera eficaz con las personas.

Una relación de poder se presenta como una vinculación de interdependencia, donde dos o más actores intercambian, materia, energía, o información. Las relaciones humanas, sociales, las de poder se basan en la comunicación humana. Para ser obedecido, el amo debe emitir un mensaje, la orden que a su vez debe ser recibida, escuchada y entendida<sup>113</sup>.

Hitler y Goebbels nunca se alejaron comunicativamente de la nación, ante cualquier acción, violenta o no violenta, había una interacción comunicativa, el antisemitismo se (insertó) gran parte de la población alemana tenía aversión a los judíos antes de Hitler, y aprobó, gracias a un buen manejo comunicativo por el partido, si el NSDAP no hubiera visto una buena respuesta por parte de la población, la matanza de millones de judíos no hubiera sucedido.

Cuando los medios están más concentrados en pocas manos, o pueden ser controlados por el gobierno o algún otro polo de poder se prestan más a manipular, esconder informaciones determinadas, lo que claramente es contrario a la democratización de la sociedad, en particular a la transparencia en la política<sup>114</sup>.

En efecto los medios de comunicación en la Alemania nazi estuvieron concentrados en una sola persona, Goebbels, el ministro de propaganda del Reich y el segundo hombre más importante del mismo, el Dr. representaba la última palabra para la propaganda, ya fuese para la población o para alguna otra nación enemiga. La información recogida en el seno de Alemania o sea en el pueblo, era mandada directamente a Goebbels, analizaba y estudiaba la información para después transformarla en propaganda, el fin, fue que las personas actuaran de acuerdo a los intereses del nazismo. En Alemania se vivió un control en la información y en el mensaje.

Los medios, piensan algunos como Raúl Trejo, ejercen un enorme poder en las sociedades contemporáneas: Hay pocas industrias que funcionan de manera tan autoritaria como los medios de

---

<sup>113</sup> *Ibid.*, p. 32.

<sup>114</sup> *Ibid.*, p. 34.

comunicación: unos cuantos tienen que asumir decisiones sobre los mensajes que serán transmitidos a muchos otros. La posibilidad de difusión reforzada por las nuevas tecnologías superan todo tipo de fronteras, multiplica el poder de los medios<sup>115</sup>.

El régimen nazi en sí, fue totalitario desde las raíces ideológicas como en el ejercicio del poder, el fascismo por su naturaleza violenta y represora toma automáticamente en sus manos a los medios de comunicación para después ejercer un poder ideológico. El régimen nazi influyó en la toma de decisiones y en el modo de pensar de la población, la opinión pública, los individuos en sociedad le indicaron al nazismo que temas debía abordar en su agenda propagandística y de qué manera debía manejarlos. Goebbels fue el único individuo en manejar la propaganda dentro del Reich alemán.

Esa enorme capacidad que tienen los medios electrónicos para alcanzar audiencias de decenas o centenares de millones de personas, implica problemas serios para la democracia<sup>116</sup>.

La finalidad del presente trabajo fue con la intención de transmitir el enorme poder que pueden tener los medios de comunicación en las sociedades, dar a conocer cuáles pueden ser los alcances culturales, sociales y políticos que tienen los medios electrónicos frente al mundo. También se realizó con el objetivo de instaurar más democracias y menos totalitarismos como regímenes políticos.

La propaganda nazi como la propaganda contemporánea, tienen los mismos fines. Obtener partidarios para conseguir dos objetivos principales dentro de su grupo político. Éstos puede expresarse de diferentes maneras:

1).- Conseguir el poder en caso de ser la oposición política en contra del régimen establecido. Éste fue el primer objetivo de los nazis. Uno de los propósitos principales en Alemania fue hacer creer a la población que la propaganda nazi era positiva, auténtica y real, la nación tenía un mal concepto de la propaganda debido a la que había sido distribuida en la Primera Guerra Mundial, los políticos que establecieron la difusión ideológica no eran expertos en el tema, como consecuencia la propagación de

---

<sup>115</sup> *Ibid.*, p. 35.

<sup>116</sup> *Ibid.*, p. 35.

la política alemana fue tosca, ajena a los intereses de la masa, aunque sólo fuera en la idea. Alemania y todos los países europeos afectados por el conflicto no encontraban un sólo ápice positivo en la propaganda política.

2).- El segundo objetivo de toda propaganda es, estando en el poder, mantenerlo “perpetuamente”, Hitler soñaba con la perduración del nacionalsocialismo por más de mil años.

El objetivo de la propaganda nazi fue, crear simpatías frente a la población, en segundo plano la desacreditación y el desagrado de la raza judía ante la nación, de la misma manera ocurrió con el movimiento político comunista, y con la república de Weimar. Se realizaron todos los métodos propagandísticos posibles para difamar y desprestigiar a estos grupos raciales y políticos.

La meta propagandística fue aumentar el apoyo de las causas nacionalsocialistas y el rechazo a estos grupos.

Los objetivos propagandísticos se basaron en principios como la mentira, el engaño, éste se encontraba inmerso principalmente en discursos benévolos en apariencia. La propaganda busca convencer, manejar y manipular psicológicamente a un gran número de personas, a las masas, a las muchedumbres, como lo definiría el sociólogo francés Gustavo Le bon, en su libro *Psicología de las Masas*.

Para atraer a las masas, la propaganda del nacionalsocialismo utilizó información con gran carga emocional retomando aspectos patrióticos, apelando a argumentos emocionales, la razón dentro de la propaganda nazi no se tomó en cuenta, la mentira fue un factor importante mediante la realización propagandística.

Se usaron todos los métodos propagandísticos posibles para engrandecer al movimiento nazi, la retórica, la persuasión, el uso de la palabra hablada, la palabra escrita, carteles, mítines, banderas, trípticos y canciones.

Goebbels al ser nombrado Ministro de propaganda por Adolf Hitler, como primera acción política, se apoderó de los medios de comunicación de masas, en especial de la radio; los periódicos de izquierda fueron censurados, los periódicos de corte socialdemócrata también, la censura y el control de los medios de comunicación fueron esenciales en el modo de gobernar.

La propaganda tendrá siempre una política, el objetivo de la propaganda permanecerá siempre constante: servir a esa política con la máxima eficacia y sus metas.

### 3.2 Principios de la propaganda nazi.

Un principio es una ley o regla que debe cumplirse, para conseguir un propósito como consecuencia necesaria de algo o con el fin de lograr cierta intención o voluntad.

Los principios propagandísticos son una regla fundamental en el aspecto comunicativo, de persuasión y de sugestión, para poder mover a miles de personas encausadas con un mismo fin, ese objetivo es el del orador o el del propagandista.

Los principios propagandísticos se dan en cualquier propaganda, los nazis recurrieron a ellos para masificar a su movimiento.

Jean Marie Domenach propone 4 principios por los cuales un propagandista puede basarse para que ésta arma tan eficaz y letal sea eficiente, segura y contundente en la manipulación de masas, el ataque psicológico contra el adversario o el manejo de una acción determinada.

**Primer Principio. Simplicidad y el enemigo único:** En todos los campos la propaganda se esfuerza en primer lugar por lograr la simplicidad<sup>117</sup>.

La propaganda debe ser breve y clara, se debe tener la habilidad para realizar un contexto claro, preciso y corto para mencionar una cierta cantidad de proposiciones para que sean aceptadas por la psicología del ser humano. Es de suma importancia precisar y resumir los mensajes destinados a la masa ya que sólo de esa manera el individuo se llevará hasta su casa la idea, o mejor aún, se le grabará en el subconsciente, al ser claro y breve en el mensaje debe hacerse de forma afirmativa.

La simplicidad en el mensaje debe ser lo más claro, breve y sencillo para que toda la población pueda entenderlo, no deben hacer mucho esfuerzo para analizar el mensaje, el nacionalsocialismo acertó la explicación mediante símbolos e imágenes.

---

<sup>117</sup> Marie Domenach, *op. cit.*, p. 52.

- ❖ El punto fuerte de Hitler radicaba en el dominio de las formas de manipulación. El contenido, siempre trivial, guarnecido de impulsos y deseos irracionales, repetido en cientos de variaciones y reducido a fórmulas breves, la propaganda apelaba al primitivo deseo de la simplificación, así: existen solo dos posibilidades: o victoria del bando ario o su derrota y triunfo de los judíos<sup>118</sup>.

Dentro del movimiento nacionalsocialista fue de suma importancia la palabra hablada, incluso se creó dentro de las filas del partido nazi una especie de cursos para poder perfeccionar la demagogia de los participantes, los militantes inscritos en el curso debían ser líderes por naturaleza, es decir, tenían que ser buenos oradores para después ponerlo en práctica dentro de sus comunidades, en realidad se imitaba al orador por naturaleza, Adolf Hitler, que en algunas ocasiones él mismo daba las enseñanzas de cómo tenían que hablar y como expresarse, se escogían a los miembros del partido que tenían esa habilidad para hablar en público.

La fuerza sugestiva de la palabra hablada la preferían los nazis ya que ésta tiene más vida, más poder de seducción frente a las masas, la palabra escrita es más fría y débil, porque no se percata el orador de la reacción del espectador frente a lo que está diciendo. El nazismo hizo uso de la histeria colectiva además de realizar asambleas públicas dentro de las principales calles de Alemania, esto fue convirtiéndose poco a poco en una fascinación para el público, algunas personas se fascinaban cuando Hitler tomaba la palabra, éstos llegaron al máximo clima del fanatismo.

La propaganda del nacionalsocialismo se basó en dos vertientes; la primera fue dirigida a la imagen de Hitler y la segunda a atacar a los grupos fuera del movimiento nazi. Los enemigos del nazismo fueron los judíos y los comunistas, los carteles producidos por el nazismo en contra de estos grupos fueron simples y sencillos, el cartel llevaba un mensaje visual fuertemente cargado de violencia con un texto breve y conciso, al judío lo presentaban como un tipo tosco, avaro, diabólico e infernal, lo relacionaban con una serpiente enredando su cuerpo sobre los trabajadores alemanes. Para el nacionalismo, la proyección fue que los judíos retrasaban el progreso y el

---

<sup>118</sup> Dietrich Bracher, *op. cit.*, p. 206.

crecimiento de la nación, el nacionalsocialismo luchaba en contra de los grupos cuyo fin fue destruir Alemania.

Hitler al pronunciar un discurso atacaba desmesuradamente a los judíos, al retomar algún tema nunca se desviaba del contenido a seguir, no mezclaba los problemas nacionales, es decir, si embestía a los culpables de la pérdida de la guerra, retomaba el Tratado de Versalles y así los seguía atacando hasta conseguir que el público se convenciera de su idea.

- ❖ El enemigo único: una buena propaganda no se asigna a más de un objetivo principal por vez<sup>119</sup>.

El nazismo fue persuasivo en todos los mensajes propagandísticos arrojados a la sociedad, el mensaje siempre fue simple y breve, ya que toda persona que lo observaba, leía o escuchaba podía entender con claridad el contenido del mensaje.

El mensaje propagandístico, debe abarcar una sola idea, que sea en primer lugar, breve, accesible y lo suficientemente comprensible para la interpretación de las masas, con el fin de insertar la idea del propagandista al sector al cual va dirigido.

Goebbels celebró al gran simplificador y el mágico influjo de su palabra, ante la cual se derrumba cualquier oposición. El mismo Hitler lo interpretaba como el poderoso dominio de una voluntad superior, para adormecer y subyugar al público<sup>120</sup>.

Hitler y Goebbels, sabían del poder de su palabra, él mismo Hitler admitía “lo único que hago es hablar y hablar” desafortunadamente para el mundo y para Alemania, este don le consiguió la simpatía de todo un pueblo, Goebbels simplificaba hasta el mayor esfuerzo sus mensajes, Hitler ponía todo su empeño en hablar y hablar, pero no sólo fue eso, sino que lo hacía muy bien, Hitler pensaba que sólo un líder que supiera mover masas era digno de ser un *Führer*.

Hitler apeló a los sentimientos y a las cargas emocionales más fuertes del aspecto psicológico del ser humano: el odio, el rencor y el miedo, lo infundió a la masa con un sentido estratégico, el fin, debilitar a los políticos dirigentes de la república de Weimar,

---

<sup>119</sup> Marie Domenach, *op. cit.*, p. 55.

<sup>120</sup> Dietrich Bracher, *op. cit.*, p. 206.

el ideólogo nazi, produjo la enfermedad y la cura a las masas, planteó el término del gobierno de la república de Weimar, según él era un régimen inadecuado, femenino e ineficaz. Por el contrario cuando hablaba de su movimiento apelaba a los sentimientos de la esperanza, el honor, el coraje y la lucha, entonaba discursos en contra de los enemigos de la nación, los judíos y los comunistas como el mal innecesario de la potencia alemana.

- ❖ La individualización del adversario ofrece muchas ventajas. Los hombres prefieren enfrentar a personas visibles más bien que a fuerzas oscuras. Se atacara siempre a individuos o a pequeñas fracciones nunca a masas sociales o nacionales en conjunto<sup>121</sup>.

Hitler se dedicó a atacar sólo a tres grupos: judíos, comunistas, políticos dirigentes de la república de Weimar y darle confianza al pueblo alemán de no retener ese sentimiento de culpa por la pérdida de la guerra, Hitler les propuso tres grupos de culpables, la sociedad los admitió.

El líder nazi convenció a las masas de ser parte del movimiento nacionalsocialista y dejarse llevar por esta sensación de caudillaje, dedicado al progreso, a la prosperidad, al avance, todo en pro de Alemania, sólo así el país podría salir de la miseria política y económica producida según Hitler por los judíos, el tema de la guerra fue un arma de suma importancia para la propaganda, por otro lado, proponía atacar a los verdaderos enemigos nacionales, judíos y comunistas unidos por la destrucción y devastación de toda riqueza nacional.

- ❖ Contaminación: por el cual un partido sugiere que las divisiones de sus adversarios no son sino artificios destinados a engañar al pueblo, cuando en realidad se coligan contra él. El hecho de atribuir al enemigo los propios defectos y adjudicar los actos que se está a punto de cometer, se ha transformado gracias a Hitler en la característica de la propaganda nacionalsocialista<sup>122</sup>.

---

<sup>121</sup> Marie Domenach, *op. cit.*, p. 55.

<sup>122</sup> *Ibíd.*, p. 57.

Por lo que concierne al trabajo de Jean Marie Domenach, la propaganda debe asignarse a un solo enemigo, Hitler, Goebbels y el nacionalsocialismo asignaron tres enemigos a los cuales atacaron a cada uno por separado, para no confundir a la población con su propaganda, para después juntarlos en un mismo sentido, en un mismo saco, el mal de la nación, el retroceso y la involución para un *Reich* fuerte y dominador, el NSDAP declaró que eran el mismo cáncer para el pueblo alemán.

Sobre la contaminación cómo parte de la propaganda nacionalsocialista, se engañó aunque con mucha sutileza a la población en primera instancia, y al mundo cuando el nacionalsocialismo llegó al poder y empezó a invadir países, poco menos de dos años.

El nacionalsocialismo atribuyó sus propios actos autoritarios al partido comunista alemán, Hitler declaraba en cada uno de sus discursos que el comunismo era atroz, insoportable que sólo quería controlar y manipular el gobierno del *Reich* para beneficio propio y de sus dirigentes.

A su llegada al poder Hitler desapareció toda oposición partidista, prohibiendo los partidos políticos, apoderándose de todos los periódicos y de los medios de comunicación a su alcance.

La propaganda en contra del semitismo fue infundida mediante la riqueza de éstos, el nacionalsocialismo convenció a la sociedad alemana de que el judío se quería apoderar de toda la economía alemana para después esclavizar a la raza teutona con todo el poderío económico.

Hitler instaurado en el poder, prohibió a los judíos ocupar cargos públicos en el gobierno del Tercer Reich, obstaculizó los procesos para prohibir a éstos desarrollar las carreras de derecho o de medicina; al ocupar el poder expulsó a todos aquellos judíos que ejercieran estas carreras de la administración del *Reich*.

El nacionalsocialismo a su llegada al poder desapareció los sindicatos, les dio concesiones sólo a un puñado de accionistas e inversionistas, apoderándose de todo control económico, Hitler controló toda la economía alemana.

La propaganda en contra de los dos grupos mencionados fue una farsa, una mentira, una ficción por parte de Hitler y sus secuaces, el proyecto del nacionalsocialismo fue desprestigiar al partido comunista y a la raza judía, para después realizar el mismo proyecto por el cual los había desprestigiado.

**Segundo Principio, exageración y desfiguración:** la exageración de las noticias es un procedimiento periodístico utilizado por la persona partidista, que hace resaltar todas las informaciones que le son favorables. La exageración comienza en la etapa de la información y se acentúa generalmente, en el título y en el comentario<sup>123</sup>.

El nacionalsocialismo se basó en dos aspectos dentro de su propaganda; Hitler y los adversarios del movimiento, el NSDAP tenía un dicho frecuente no lo expresaban de viva voz, pero lo hacían valer en los hechos; “el que no esté conmigo, está contra mí.”

Goebbels al construir un cartel lo hacía con colores llamativos; rojo y negro, fueron los colores por antonomasia del NSDAP, exaltaba con dibujos o fotografías al movimiento, se dibujaban puños envueltos en cadenas, al fondo se encontraba la ciudad de Múnich y a los costados industrias en producción, en el cielo se podía apreciar un destello de luz, en la parte inferior escribía un mensaje breve y conciso (hacia el progreso de Alemania), el cartel siempre fue exagerado, exponían al movimiento como la única alternativa real que tenía Alemania. La exageración en el mensaje fue clave para el triunfo de Hitler en las elecciones.

En otro cartel dibujaban a tres alemanes, a los costados un agricultor, un obrero en medio y al frente se podía apreciar a un miembro del partido con su uniforme pardo con el símbolo del NSDAP, la suástica, los tres hombres sostenían la bandera del partido ondeando detrás de ellos, en la parte del fondo se podía apreciar el *Reichstag*, debajo del dibujo generalmente se podía leer una leyenda, se trataba del mensaje dirigido al sector escogido para esa propaganda. El mensaje siempre estuvo cargado de sentimientos al progreso, al triunfo, al poder, a la gloria, a la victoria y al poderío de la nación “hacia la victoria de Alemania.”

---

<sup>123</sup> *Ibid.*, p. 58.

El cartel tocaba sentimientos patrióticos, los alemanes se sentían identificados con el movimiento, creyeron que el líder del partido conocía sus problemas, los entendía, pero mejor aún, era el único que podía resolverlos, los propagandistas del NSDAP, siempre exageraron en su propaganda sin prescindir de la desfiguración del mensaje.

Goebbels al pronunciar un discurso siempre exaltaba el poderío del partido, con una exageración desmesurada.

- ❖ La propaganda exige simplicidad: una expresión que sea comprendida por la mayoría, deberá presentarse la idea en términos generales y de la manera más contundente, tratando de matizar y detallar lo menos posible<sup>124</sup>.

Los propagandistas alemanes, entendieron a la perfección a la población, a las grandes masas, Hitler escribía sus discursos con su propia mano, el líder nazi al ser el principal orador del partido lo hacía de una manera ordinaria, es decir, hablaba de un sólo tema, atacaba a un solo enemigo, utilizaba frases populares y exaltaba al partido, la propaganda fue dirigida en un sólo sentido, nunca fue multifacética ni complicada en su entendimiento.

Hitler tenía el don de la palabra hablada y escrita, en la mayoría de las ocasiones él mismo escribía sus discursos, practicaba sus poses frente al espejo para proyectarse hacia el público con más fuerza, con más vigor, con más poder, para hipnotizar al público presente, actuaba en el escenario de la política.

La capacidad de asimilación de la gran masa es sumamente limitada y no menos pequeña su facultad de comprensión en cambio es enorme su falta de memoria. Toda propaganda eficaz debe concretarse solo a muy pocos puntos y saberlos explotar como apotegemas hasta que el último hijo del pueblo pueda formarse una idea de aquello que se persigue<sup>125</sup>.

El líder nazi no solo tenía el don de la palabra, sino también la habilidad de observar, comprender y satisfacer a las masas aunque en lo profundo de su ser la repugnaba.

---

<sup>124</sup> *Ibid.*, p. 59.

<sup>125</sup> Adolf Hitler, *op. cit.*, p. 65.

Definimos las características de las masas con Gustavo Le Bon, Hitler fue un sociólogo natural, sabía entender a las masas para después dominarlas, los individuos al convertirse en masa pierden toda capacidad de comprensión, de razonamiento y de entendimiento, los guía la emoción y el sentimiento.

Hitler al definir a las masas comprendía a la perfección el comportamiento del individuo en multitud.

La propaganda del NSDAP fue simple, sencilla y comprensible en todos los ángulos propagandísticos, en la palabra hablada, en los carteles, en los mensajes con pancartas, en mítines etc. Hitler y los propagandistas retomaron los temas más importantes para la población, después los explotaban una y otra vez. La pérdida de la guerra fue uno de ellos, la crisis económica, y el fin de la grandeza hacia el imperio alemán. Fue así como consiguieron la simpatía frente al pueblo alemán.

Toda acción de propaganda tiene que ser necesariamente popular y adaptar su nivel intelectual a la capacidad receptiva del más limitado de aquellos a los cuales está destinado<sup>126</sup>.

La propaganda debe manejar información con títulos y aspectos políticos de interés al público en general, a Goebbels le interesaba la comprensión y la fluidez con lo que la masa pudiera percibir sus mensajes para manipular a la opinión pública, la propaganda debía ser captada y comprendida a la perfección.

Goebbels llegó a la conclusión que la radio después de un cierto tiempo tendía a cansar al público, la población no sólo quería escuchar órdenes y mandatos sino también esperanza, confianza o seguridad, cuestiones positivas aunque no fueran temas políticos, quería un poco de distracción, diversión y un pasatiempo.

El nacionalsocialismo utilizó frases cortas, simples y sencillas como “Alemania despierta” o “todo el que ame a Alemania deberá apoyar al movimiento para la grandeza de la nación.”

**Tercer Principio, de orquestación:** la primera condición de una buena propaganda es la repetición incesante de los temas principales. La repetición pura y simple fatigaría pronto, se trata de insistir con obstinación en el tema central presentándolo bajo diversos aspectos. La propaganda debe

---

<sup>126</sup> *Ibid.*, p. 65.

limitarse a una pequeña cantidad de ideas repetidas siempre. La masa solo recordara las ideas más simples cuando le sean repetidas centenares de veces<sup>127</sup>.

El propagandista debe ser reiterativo en su discurso, para poder influir sobre los individuos en su acción, entre más reiterativo se haga el mensaje, más duradero será la información, se debe repetir el mensaje constantemente. La repetición va comprendida de la reiteración del mismo en un tiempo perene, así como su influencia de un mismo tema.

Se operó de forma contundente y sistemática la doctrina nazi a través de la propaganda: en primer lugar para introducir la idea nacionalista y ser constante en el discurso, esta idea se mantuvo por mucho tiempo, hasta la caída del tercer *Reich* sólo que manejado desde diferentes ángulos propagandísticos.

- ❖ La orquestación: de un tema dado consiste en su repetición por todos los órganos de propaganda en formas adaptadas a los diferentes públicos, que deben ser tan variadas como sea posible, para un público diferente, siempre un matiz diferente<sup>128</sup>.

Para hablar de los temas de interés social, primero se dieron a la tarea de conocer cuáles son los problemas que la atañen, la crisis política, económica en Alemania y en toda Europa no se podían esconder, Goebbels pronunciaba una y otra vez que el nacionalsocialismo era la respuesta a todos los problemas nacionales.

El NSDAP supo utilizar cada vez mejor los modernos medios propagandísticos para la influencia de las masas, resumir en frases y tópicos concisos y elocuentes su vaga teoría, difundir hechos a base de la repetición<sup>129</sup>.

La propaganda retoma muchas de las técnicas de la publicidad, aunque la propaganda tiene mas historia que la publicidad, el nacionalsocialismo mostró sus frases propagandísticas en forma de anuncio, utilizó símbolos y frases cortas irracionales pero que despertaban el subconsciente del individuo, la demagogia utilizada despertaba la violencia sin escrúpulos utilizado por los nacionalsocialistas.

---

<sup>127</sup> Marie Domenach, *op. cit.*, p. 59.

<sup>128</sup> *Ibid.*, p. 60.

<sup>129</sup> Dietrich Bracher, *op. cit.*, p. 204.

Hitler pronunciaba una y otra vez a la raza judía como el lastre nacional, un mal innecesario, la república de Weimar era para él ineficaz, femenina e ineficiente porque no puede acabar con los problemas profundos para las necesidades del pueblo. Estos discursos fueron pronunciados durante trece años hasta que un número considerable de personas se unieron a la idea.

La repetición de los enemigos fue esencial para darse a conocer, para después insertar en el imaginario colectivo la idea nacionalsocialista, “el imperio del *Reich* hitleriano puede y debe vivir por más de mil años.”

- ❖ **La Rapidez:** es en todos los casos el factor primordial de toda propaganda, es preciso encontrar revelaciones y nuevos argumentos continuamente, a un ritmo tal, que cuando el adversario responda, la atención del público se desplace ya hacia otra parte<sup>130</sup>.

La propaganda debe atacar a su adversario desde diferentes perspectivas, se deben estudiar las debilidades del contrincante, para después atacarlas al mismo tiempo, siendo repetidas centenares de veces con diferentes argumentos, al contestar el enemigo no sabrá por dónde empezar, de ésta manera se contrarresta su fuerza y su influencia política.

Goebbels fue muy preciso en su campo, la acción propagandística, cuando Goebbels embestía esperaba la ofensa obvia del adversario, al ser atacado no tardaba en dar una respuesta al enemigo. La propaganda no debe demorarse en su contestación ante un ataque propagandístico ya que al no responder se da por un hecho la afirmación del rival.

- ❖ Es una regla evidente que la propaganda no debe contradecirse, el propagandista se limita a guardar silencio en aquellos puntos en que está débil. Por regla general, la propaganda opera siempre sobre un sustrato preexistente<sup>131</sup>.

---

<sup>130</sup> Marie Domenach, *op. cit.*, p. 62.

<sup>131</sup> *Ibíd.*, p. 65.

La propaganda debe ser elaborada de acuerdo a la realidad política que crea su necesidad. Para controlar a la opinión pública, debe estudiar sus posibles reacciones y el modo de pensar del sector al que es dirigido, la propaganda debe partir de lo preexistente, los símbolos y los colores son utilizados de acuerdo a las necesidades sociales. El nacionalsocialismo fue persuasivo frente a la población, movió mentes, conciencias, impulsó a los alemanes a creer en Hitler.

Hitler, supo llevar esa presión emocional a niveles estratosféricos, pero la propaganda trabaja también sobre sustratos preexistentes, evoca, estimula y radicaliza las emociones; el gran líder carismático infundió sus más grandes complejos a los jóvenes, el odio a los judíos ya existía por parte de algunos autores alemanes, Hitler sólo transformó este sentimiento tan profundo en un odio exteriorizado.

- ❖ Es un principio conocido por todo orador público el de no contradecir frontalmente a una muchedumbre, comenzando por declararse de acuerdo con ella, antes de doblegarla<sup>132</sup>.

Si se quiere atraer a un sin-número de simpatizantes al partido, a la causa o a cualquier movimiento, se deben descartar el resentimiento y la amenaza del discurso o de la propaganda a seguir, lo principal que se debe hacer con las masas, es darles la razón para después moldear su dirección en la forma de pensar como en su acción.

Hitler el gran orador no se puede estar en desacuerdo con ello y también de su carisma, desató los más bajos instintos de cada individuo consciente o inconsciente, su brutal agresividad y su forma de ataque en sus palabras, para después pasar al brazo ejecutor con su armada y el exterminio de aproximadamente setenta millones de vidas con el fin de la Segunda Guerra Mundial y seis millones de víctimas judías.

Las convicciones presentadas hacia la población receptora del mensaje propagandístico no chocaban con los intereses de la masa, al contrario, se daba un matiz de interés colectivo frente a las preferencias de la audiencia.

Hitler tuvo un encanto natural que ejercía una presión sobre los demás, el encanto podemos llamarlo carisma, además de poseer una personalidad fuerte en el ámbito político, y una habilidad natural, fue un orador espectacular. Hitler al pronunciar un discurso se entregaba en cuerpo y alma a las masas:

---

<sup>132</sup> *Ibíd.*, p. 67.

Algunas características de Hitler al pronunciar un discurso.

- Gesticulaba, hacía gestos de acuerdo a su discurso, hablaba del autosacrificio y del progreso a las juventudes hitlerianas y a los trabajadores del *Reich*.
- Realizaba movimientos constantes con las manos, generalmente eran bruscos o violentos,
- Cruzaba los brazos con una pose firme, con la mirada al frente y fija.
- El rostro se tornaba recio y vigoroso, fue el antagonismo en persona de lo apacible.
- Al referirse a la grandeza, la unión o la historia del partido incrementaba la voz, se presentaba con él uniforme militar, en la noche se encontraban las antorchas encendidas iluminando el estrado.

**Cuarto principio, de unanimidad y del contagio:** la mayoría de los hombres desean, ante todo armonizar con sus semejantes, rara vez desearan perturbar la armonía que reina en torno de ello expresando una idea contraria a la de la generalidad<sup>133</sup>.

Todo orador si quiere ser aplaudido después de su mensaje propagandístico debe en principio estar de acuerdo con lo que la masa desea, aunque únicamente sea un artificio para dominarla, la propaganda es de igual manera, debe conocer los deseos y sentimientos de la población a la que es dirigida, estar de acuerdo con los objetivos de la población para después darle un rumbo estrepitoso a los objetivos del propagandista. La tarea esencial de una propaganda es reforzar la unanimidad de la generalidad y llevarla con esa misma bandera artificialmente.

---

<sup>133</sup> *Ibíd.*, p. 70.

La propaganda debe estimular los deseos de las personas, sus gustos, sus emociones, sus sentimientos, las naciones en general en toda Europa, Alemania no fue la excepción, no querían más conflictos, mas guerras, querían paz y armonía para la continuación de sus vidas, añoraban sus actividades diarias antes del conflicto (Primera Guerra Mundial): Goebbels y Hitler, crearon una especie de fantasía nacional, en los mítines hacían creer a la población en el progreso, en la paz y en la esperanza, su retórica construida fue con base en los deseos del pueblo.

La propaganda debe designar los acontecimientos y las personas con frases y temas característicos. Goebbels atribuyó gran importancia a las frases y temas para caracterizar acontecimientos.

- ❖ La unanimidad: es una demostración de fuerza. Uno de los fines esenciales de la propaganda es manifestar la omnipresencia de los adeptos y su superioridad frente al adversario<sup>134</sup>.

La unanimidad radica en el hecho de mostrar el músculo político de manera psicológica a las personas, a los electores, las masas tienden siempre a seguir al líder, la facción o al partido con mayor fortaleza, para esto se utilizan diferentes mecanismos para adherir cada día más a los adeptos, los símbolos, las banderas, los cantos, los uniformes forman un escenario en el cual se distinguen de cualquier otro grupo político, se trata que los adversarios observen el poder y se retracten de cualquier ataque.

Hitler quedó inspirado en Mussolini ante la llamada marcha sobre Roma en la cual el fascismo por primera vez hace su marcha triunfal sobre Italia y toma el poder, Mussolini como dictador y las camisas negras como parte estructural del Partido Nacional Fascista.

---

<sup>134</sup> *Ibíd.*, p. 81.

Hitler creó las camisas pardas o (*Sturmabteilung*-secciones de asalto), éste grupo paramilitar usaba camisas y uniformes color café o pardas para distinguirse de cualquier otro grupo político, incluso en el interior de su partido, las SS que vestían uniformes negros con camisa blanca, (*Schutzstaffel*-escuadras de defensa), éstas secciones al marchar sobre las calles de Múnich inspiraban poder, fuerza y determinación ante la admiración de las personas, el uniforme militar utilizado por los militantes del partido le daba un aspecto de orden y organización, cada vez que se enfrentaban violentamente con otros partidos políticos como los socialdemócratas o los partidos comunistas los uniformes los identificaban.

Para alcanzar los efectos deseados, la propaganda a través del mensaje debe cumplir con las siguientes características:

1) Debe partir de lo preexistente para estimular las respuestas del público, utilizar frases o símbolos para crear en el individuo una especie de sonambulismo colectivo, para después unir los acontecimientos con las frases.

2) Las frases, símbolos o estandartes deben ser sencillos, es decir, que la mayoría del público no haga un esfuerzo superior cotidianamente hablando para recordar una frase, un símbolo o una bandera con colores que distingan al movimiento, al partido político o al líder.

3) Para cumplir con el principio de repetición constante, las frases que distinguieron al movimiento nazi fueron utilizados sólo en ocasiones exclusivas o bien, sólo cuando se cumplía toda una parafernalia propagandística, el término *Führer* era exclusivo para referirse a Hitler, o el término *Reich* se utilizó para referirse exclusivamente al periodo en el gobierno del nacionalsocialismo.

Se presentaron los cuatro principios propagandísticos propuestos por Jean Marie Domenach, que deben seguirse para la instauración de una propaganda eficaz. Estos son por lo tanto principios y procedimientos que los gobernantes, propagandistas o asesores políticos deberán seguir para obtener buenos resultados en el manejo de masas.

“Todos los grandes movimientos, sean de índole religiosa o política, debieron su éxito de imposición al conocimiento y aplicación de estos principios, sobre todo, no se conciben éxitos perdurables sin la observancia de tales leyes”<sup>135</sup>.

Hitler aprendió a aplicar estos principios a la realidad política, y al contexto de la ausencia de autoridad y recesión económica que se vivía en Alemania.

A continuación se expondrán los principios propagandísticos de Goebbels, originalmente son 19 principios, el investigador de la presente tesis no cree pertinente presentar en su totalidad todo el trabajo del ministro de propaganda del Reich, ya que en capítulos anteriores por necesidad se presentaron algunos, además de considerar repetitivos los temas como su contenido.

Se tomó en cuenta la participación de Goebbels en la propaganda nacionalsocialista, sin duda a la toma del poder, fue el segundo hombre más importante del gobierno alemán después de Hitler, su participación fue esencial para el control de los medios de comunicación como del triunfo nazi en diversas elecciones políticas en Alemania.

En parte la tarea sustancial en este capítulo fue, extraer el trabajo de Joseph Goebbels para resumir lo que motivaba al ministro de propaganda, ya que son un legado intelectual de éste político alemán transformador de la propaganda moderna.

Principio 1.- los propagandistas deben tener acceso a la información referente a los acontecimientos y a la opinión pública. En teoría, Goebbels sostenía que él y sus asociados podían planear y ejecutar propaganda tan sólo con la constante referencia a la información existente. Al empeorar la situación de Alemania, permitió que un número cada vez menor de funcionarios tuviese acceso a toda información relevante<sup>136</sup>.

Goebbels siempre sostuvo la determinación que la propaganda debía ser controlada y manipulada antes de ser ofrecida al pueblo alemán, el líder propagandístico recogía la información para después seleccionarla, aumentaba los logros del partido nazi o quitaba la información que les afectara, la información llegaba antes a Goebbels que a cualquier otro funcionario, esa era la orden, no todos los

---

<sup>135</sup> Adolf Hitler, *op. cit.*, p. 204.

<sup>136</sup> Miquel de Moragas, *op cit.*, p. 475.

funcionarios gozaban de toda la información, solo un grupo selecto de suma confianza del segundo hombre más poderoso del Reich.

Principio 2.- la propaganda debe ser planeada y ejecutada por una sola autoridad.

Este principio seguía la línea de la teoría nazi de la centralización autoritaria.

Pensaba que una sola autoridad, él debía realizar tres funciones:

1. Emitir todas las directrices de la propaganda. Todo fragmento de propaganda debía expresar un contenido político, y la política quedaba bien clara en las directrices. Indicaban cuándo las campañas de propaganda debían comenzar, cuando debían ser intensificadas o atenuadas, y cuando debían terminar.
2. Explicar las directrices de la propaganda a los funcionarios importantes y mantener su moral. Si no se facilitaba una explicación acerca de la política propagandística a aquellos funcionarios que formal o informalmente, cumplían las directrices, no cabía esperar que actuaran con eficacia y de buena gana.
3. Supervisar las actividades de otras agencias que tengan consecuencias propagandísticas. Goebbels creía que, cuando se crea un ministerio de propaganda, todas las cuestiones que afecten la propaganda, las noticias y la cultura dentro del Reich y en las zonas ocupadas deben estar subordinadas al mismo<sup>137</sup>.

Este principio seguía la línea de la teoría nazi de la centralización autoritaria.

Hitler y Goebbels siguieron una estructura piramidal desde los inicios del partido nacionalsocialista, pensaban que esta forma de mando llevaría a la cúpula nazi al poder, además de mantenerlos en él por mucho tiempo, en realidad el sistema jerárquico nazi les funcionó a la perfección. En todos los ámbitos políticos siguieron la regla fundamental jerárquica para el fascismo alemán, en la cúspide se encontraba Hitler, como la figura de poder y mando.

Goebbels creía que, debía otorgar una parte de su confianza a los altos mandos del Reich, a sus subordinados o colaboradores para que se sintiesen importantes en colaboración con el ministro de propaganda. Al otorgarles confiabilidad inyectaba al mismo tiempo compañerismo y seguridad, así sus subordinados realizaban tareas con más dinamismo, eran más eficientes y eficaces al mismo tiempo.

Goebbels escribe una serie de factores por los cuales había que ignorar o refutar la propaganda del enemigo.

---

<sup>137</sup> *Ibid.*, p. 476,477.

Principio 8.- El propósito, el contenido y la efectividad de la propaganda enemiga, la fuerza y los efectos de una refutación, y la naturaleza de las actuales campañas propagandísticas determinan si la propaganda enemiga debe ser ignorada o refutada.

En primer lugar, analizaba la propaganda enemiga. Si le parecía que la meta de esta propaganda era la de suscitar una respuesta, guardaba silencio. Se daba la réplica si se creía que el enemigo estaba transmitiendo rotundas falsedades, Goebbels creía que sólo las más escandalosas debían ser expuestas. La propaganda enemiga efectiva requería una acción inmediata. Al enemigo, por ejemplo, rara vez se le permitía adquirir prestigio.

En segundo lugar, Goebbels examinaba su arsenal de propaganda antes de iniciar la réplica. Mantenía silencio si juzgaba que su respuesta, por ausencia de hechos o de argumentos, pudiera parecer demasiado débil.

En tercer lugar, Goebbels creía necesario revisar la propia propaganda antes de refutar o ignorar la propaganda enemiga. Se abstenía de replicar cuando su respuesta podía desviar la atención respecto a temas propagandísticos más importantes, o incluso contrarrestarlos<sup>138</sup>.

Goebbels, es considerado por sus analistas como un maestro de la propaganda, no agredía al primer ataque recibido, ya fuese antes de llegar al poder por los comunistas o en contra de la propaganda de guerra de Rusia o Inglaterra, se caracterizaba por su gran paciencia y pericia.

Goebbels antes de lanzar un ataque por veloz que éste fuese, analizaba la propaganda enemiga, y entendía la meta propagandística.

El ministro de propaganda, atacaba sólo si la propaganda enemiga era capaz de influir negativamente contra la nación alemana o sus soldados, si era escandalosa debía contestar a la propaganda de inmediato, al no contestar de inmediato te haces acreedor a aquella mentira o verdad lanzada por el bando contrario.

La contra-propaganda lanzada como respuesta se realiza solo si se tenía material de ataque para su contestación, si se creía que la respuesta se tornaba débil, o endeble, se guardaba silencio.

El analizar o estudiar la contra-propaganda debía tener una meta, si se creía que el tema propagandístico desviaría la atención de la guerra por ejemplo, no contestaba, si la contestación quitaría el prestigio y contrarrestaba el poder del enemigo, contestaba.

---

<sup>138</sup> *Ibid.*, pp. 482,483.

Goebbels supo manejar de manera maestra la propaganda por parte del nacionalsocialismo, fue sin duda uno de los precursores de la propaganda moderna.

Goebbels no tenía el menor escrúpulo respecto al uso de la censura *“La política de las noticias aseveró es un arma de guerra; su propósito es el de hacer la guerra y no el de dar información”*.

Principio 13.- La propaganda debe estar cuidadosamente sincronizada.

Goebbels pensaba que la agilidad y la flexibilidad eran necesarias, y que los propagandistas debían de poseer en todo momento la facultad de calcular de antemano los efectos psicológicos. Según parece actuaban tres principios:

1) La comunicación debe llegar a la audiencia antes que la propaganda competidora. Quien dirige la primera palabra al mundo siempre tiene la razón. 2) Una campaña propagandística debe comenzar en el momento óptimo. La contra-propaganda frente a las alegaciones enemigas no debía ser demorada por mucho tiempo. No conviene dejar que estos informes mentirosos calen demasiado hondo. 3) Un tema propagandístico debe ser repetido, pero no más allá del punto en que disminuye su efectividad<sup>139</sup>.

Hitler y Goebbels fueron grandes psicólogos sociales, la propaganda se basó sobre efectos psicológicos del ser humano. Los dirigentes nazis creían que se debía de adelantar a la propaganda enemiga, se debe atacar primero para obtener en cierta manera un mejor progreso en la embestida.

La campaña propagandística debe tener un sitio, un lugar, y un momento determinado, casi exacto, no se puede atacar antes o después, si pasa eso, se pierde la efectividad del acometimiento. Goebbels, nunca especifico en su diario más íntimo, cuando debía ser el momento de ataque y cuando debía retirarse.

Los temas propagandísticos deben ser repetidos a la sociedad para que las masas recuerden con exactitud el tema y el objetivo propagandístico, la repetición no debe cansar, aburrir o fastidiar al individuo.

Principio 14.- La propaganda debe etiquetar los acontecimientos y las personas con frases o consignas distintivas. Goebbels subrayaba intensamente frases y consignas para caracterizar hechos. Para conseguir tales efectos, frases y consignas debían poseer las características siguientes:

---

<sup>139</sup> *Ibid.*, pp.487,488.

Deben suscitar las respuestas deseadas que la audiencia posee previamente.

Deben ser aprendidas con facilidad. “ha de utilizar el blanco y el negro de lo contrario no resulta convincente para la gente”. Este principio de simplificación lo aplicaba a todos los medios con el fin de facilitar el aprendizaje.

Deben ser utilizadas una y otra vez, pero solo en las situaciones apropiadas. Goebbels deseaba explotar lo aprendido en cosas ya ocurridas. Declaro Goebbels, no considero justo que se aplique el término Fuhrer a ninguna persona que no sea el propio Fuhrer. Hay ciertos términos que debemos reservarnos tan sólo para nosotros, y entre ellos también la palabra Reich.

Deben ser a prueba de efectos bumerang. “hay ciertas palabras añadió antes las cuales deberíamos huir como lo hace el diablo ante el agua bendita, y ente ellas se cuentan, por ejemplo, las de sabotaje y asesinatos”<sup>140</sup>.

El nacionalsocialismo es renacido mundialmente en gran parte por su simplificación de palabras, símbolos, frases, el partido nazi se expresa por si solo en insignias, escudos y banderas que hablan de un movimiento radical pero distintivo, estas características del movimiento nazi son naturalmente emblemáticas.

Se simplificaron las palabras para que fueran recordadas por las masas, Fuhrer, Reich, SA, SS, las frases y simplificaciones fueron y son recordadas por todo el mundo, se utilizaron una combinación de colores llamativos, el blanco, el negro y el rojo, colores que difícilmente escapan a la vista del ser humano por su intensidad.

Hitler preparó los discursos meticulosamente, seleccionó a la perfección cada frase lanzada a las masas.

### **3.3 Técnicas propagandísticas del nacionalsocialismo.**

Las técnicas propagandísticas se entienden como reglas o protocolos por las cuales el nacionalsocialismo instauró un procedimiento para un objetivo, éste fue la obtención del poder y la conservación del mismo.

Adolf Hitler expone en su obra *Mi Lucha*, la finalidad, los métodos y los principios por los cuales debe crearse una propaganda eficaz y la importancia de la propaganda para influir en la política nacional. A través de la investigación se darán a conocer las aportaciones de Hitler para con la propaganda, dicho personaje vio en este aparato

---

<sup>140</sup> *Ibid.*, pp.489,490..

político un escalón para ascender a la torre del poder, primero se enfocó en realizar una buena propaganda para después atacar en el ámbito político.

Inmediatamente después de haber ingresado en el partido Obrero Alemán, tome a mi cargo la dirección de la propaganda. La propaganda debía preceder a la organización y ganar en favor de ésta el material humano necesario a su actividad<sup>141</sup>.

La propaganda no la inventaron los nazis, el uso y el perfeccionamiento que hizo el movimiento nacionalsocialista de ella, le dieron una faceta diferente a las campañas políticas de todo el mundo, no únicamente en Alemania, este acontecimiento histórico de gran poderío armamentista político, dio inicio a la Segunda Guerra Mundial, el establecimiento de un régimen fascista al utilizar a la perfección la propaganda y la fuerza del Estado, permeado de autoritarismo en cada rincón de la sociedad alemana, dio un sentido de reflexión en toda Europa.

Los nazis al utilizar la propaganda trataban de convencer a la población, el convencimiento era necesario para ganar simpatizantes, en segundo plano pretendía dominar las conciencias, lo que menos utilizaron fue el campo de la razón, el NSDAP al comprobar los resultados positivos de su propaganda la utilizó como un instrumento principal dentro de su política.

Existen varios medios de difusión para propagar la idea principal de convencimiento por parte de un grupo político hacia las masas a las cuales se quiere convencer, los medios de comunicación son esenciales para explicar el fenómeno: La propaganda individual se expresa por la simple conversación, por la distribución de volantes y diarios, o más sistemáticamente, de puerta en puerta.

La toma de la palabra nos pone en el camino de la propaganda de masas. Es éste un procedimiento favorito del agitador, que aprovecha un incidente cualquiera para pronunciar un discurso tan breve y claro como sea posible.

Un agitador, capaz de difundir una idea en el seno de las masas, será siempre un psicólogo. Porque conducir significa: saber mover muchedumbres<sup>142</sup>.

---

<sup>141</sup> Adolf Hitler, *op. cit.*, p. 201.

En la Primera Guerra Mundial se había hecho uso y abuso de una propaganda permeada de mentiras y medias verdades, los países de toda Europa tenían un concepto de la propaganda de rechazo y negación, la primera estrategia utilizada por los nacionalsocialistas fue presentarse como un partido de oposición a la república de Weimar y a la democracia, pues ésta era considerada como ineficaz en todos los ámbitos, en lo político y social pero sobre todo económico.

Alemania se encontraba inmersa en una desaceleración económica con pagos onerosos a las potencias triunfantes de la guerra, (amarrada y obligada a respetar el Tratado de Versalles). La clase media se encontraba aterrorizada, temía ser una clase en extinción, en el campo económico los grandes empresarios desaceleraron su producción macroeconómica, Alemania estaba inmersa en la penuria.

El partido contaba con un gran dominio de la palabra y un enorme derroche de publicidad. Era una actividad incansable y ágil, a la par que variada e inescrupulosa en el empleo de los medios. Toda la gama de sofismas políticos servían de material y vehículo de influencia. Cualquier concepto político, constituía el camino hacia el dominio total y la completa manipulación del pensamiento y del sentimiento<sup>143</sup>.

El nacionalsocialismo no sólo influyó en la vida política del país, sino transformó el estilo de vida establecido, cambiando la cultura y transformándola en acción, el propagandista intentara gobernar conductas ajenas a él.

El propagandista se basa en ideas de tipo emocional apelando a la afirmación, para darle vigor y fuerza al sentido ideológico al cual está defendiendo o propagando, su arma principal es no argumentar, intenta controlar las acciones del individuo. Hitler no argumentaba ideas con sustento científico, al contrario, hacía llamamientos a la pasión como primer paso, el segundo paso fue pasar al plano de la acción, sólo así quebrantaba el espíritu racionalista y dominaba el campo impulsivo de la masa antes que darle sentido a su ideología.

---

<sup>142</sup> *Ibid.*, p. 202.

<sup>143</sup> Dietrich Bracher, *op. cit.*, p. 205.

La propaganda nacionalsocialista tuvo un acercamiento inmediato con el sector de la juventud, su lema fue, coraje, logro y entrega a las fuerzas irracionales, esas premisas fueron los pilares para atraer a la juventud a las filas del nacionalsocialismo, se aprovechó la situación de Alemania para criticar al liberalismo, a la democracia y al parlamentarismo, en opinión de Hitler, eran ineficaces, para las políticas nacionales.

Especial importancia tuvo el movimiento de juventudes, atraídas por el radicalismo romántico y la llamada al sentimiento. Las universidades fue en creciente grado la tónica dominante entre los elementos militantes del partido: en 1931 casi un 40% de los miembros tenía menos de 30 años<sup>144</sup>.

La mentira fue uno de los medios utilizados con mayor frecuencia dentro de la propaganda, es la presentación de la realidad controlada, manipulación de un hecho acontecido, Goebbels, fue un político hábil en el campo de la mentira ya que transformaba la información para exaltar los logros del movimiento o explotar al máximo la figura de Hitler, como el gran salvador de Alemania.

Hitler, al encontrar en la población el espíritu de culpa, el sentimiento de derrota y fracaso en todos los campos de la sociedad, pudo mover a las grandes masas impulsándolas hacia su propio fin, conocía perfectamente cuales eran las molestias del pueblo, así como su frustración e impotencia por la pérdida de la guerra, se vivía un sentimiento de encono, la propaganda está sustentada en la carga emocional, recurre al clamor de los sentimientos provocando odio, coraje, emoción, esperanza o miedo.

En los años de 1919 y 1920, se hallaba a cargo de la dirección del movimiento, un comité elegido por las asambleas de miembros, los cuales a su vez estaban prescritas por los estatutos del partido. Ese comité encarnaba aunque resultase paradójico precisamente aquello que el movimiento se proponía combatir con todo rigor: el parlamentarismo<sup>145</sup>.

Recién ingresó Hitler en las filas del Partido del Trabajo se encontraba un comité constituido por una asamblea de miembros, el comité encarnaba las causas por las cuales el partido peleaba en contra del gobierno establecido, el partido

---

<sup>144</sup> *Ibid.*, p. 199.

<sup>145</sup> Adolf Hitler, *op. cit.*, p. 204.

nacionalsocialista como su líder, era una contradicción de afirmaciones y de movimientos políticos.

El nacionalsocialismo no fue coherente en su ideología como tan poco en su acción, este movimiento político se encontraba inmerso en las penurias de las contrariedades, así como de mentiras y medias verdades.

Hitler estudio, analizó detenidamente a la sociedad alemana, el comportamiento y las reacciones de la Primera Guerra Mundial, Alemania había sido derrotada, a partir de esa lucha entre naciones el *Führer* había observado las técnicas propagandísticas utilizadas por todos los países participantes.

El nacionalsocialismo al ser en su primera fase un partido nuevo, con una ideología pobre y sin un sentido de progreso nacional, en comparación con la ideología comunista propuesta por Carlos Marx, puesta en práctica por Lenin en Rusia, aspiró la instauración y la innovación de un sistema político, el cambio de un sistema financiero dentro de las relaciones de mercado, un cambio ideológico en la mentes rusas para la instauración de una doctrina comunista, esta idea “ya sea buena o mala” tuvo ápices argumentativos, tenía fuertes sustentos históricos en el cual proponía a partir de la dictadura del proletariado, una lucha en contra del gran capital para después poner en marcha el aparato estatal con un nuevo matiz social, pero el que no fuera el gran capital el que moviera todos los sustratos de la vida humana, el nacionalsocialismo entre otras características carecía de un nuevo orden político, social o económico.

Toda propaganda intenta influir sobre la opinión pública, Hitler creía firmemente que un partido tenía éxito cuando obtenía una rigidez piramidal basándose en una organización fuerte y con poder de mando. Hitler atribuía el éxito de ésta organización a la fuerza autoritaria del más fuerte.

El triunfo de una idea, será posible tanto más pronto cuanto más bastamente haya obrado en la opinión pública la acción de la propaganda cuanto mayor haya sido el exclusivismo, la rigidez y la firmeza de la organización, que es la que prácticamente sostiene la lucha<sup>146</sup>.

La política del éxito fue para Hitler, la fuerza y la coacción, si la revolución ideológica no penetra en la mente de las personas a través de la persuasión, deberá

---

<sup>146</sup> *Ibid.*, p. 203.

seguirse el camino del ímpetu hasta que la ideología dominante del nacionalsocialismo cale en las mentes alemanas.

Hitler pudo establecer la rígida organización del partido nazi desde sus inicios, los miembros del partido se dejaron llevar por una sobrecarga emocional, por una sobredosis de grandeza, la palabra hablada en Hitler fue determinante para las simpatías humanas y para la grandeza del partido, Hitler realizó una organización partidista estructuradamente ordenada, pero con carencias políticas en su ideología.

Hitler y el nacionalsocialismo creían en la firme convicción que un grupo político como premisa objetiva debía tener una firme organización, para que posibles divergencias en puntos políticos no desintegrara al grupo, se debe fortalecer al partido con los militantes de acuerdo a la creencia o fe de una ideología.

A partir de esta gran carencia ideológica, el nacionalsocialismo apostó todas sus cartas y su estrategia política en la propaganda, las técnicas propagandísticas utilizadas por el movimiento para poder ascender al poder tan escindido al interior de los partidos políticos y en las fuerzas políticas del Estado.

El nacionalsocialismo utilizó hábilmente los grandes influjos psicológicos que te da la propaganda y las nuevas técnicas propagandísticas que gracias a Goebbels, pudo manipular a grandes masas dándole una nueva perspectiva y dirección a la opinión pública.

La propaganda nacionalsocialista, soslayaban la crítica racional mediante la constante invocación de una mística biológica, el influjo de tales religiones políticas puede explicarse quizá por la necesidad de fe por parte de unas masas enajenadas. O quizá se deba al sin fin de penurias y sueños irrealizados propios de la Alemania de la posguerra, colmada de crisis decepciones y resentimientos<sup>147</sup>.

Hitler supo dominar las consciencias de los miembros de su partido para después enfrentarse al pueblo alemán y doblegarlo. La población alemana se sentía humillada y sin esperanzas, Hitler manejó el influjo emocional, prometiéndoles esperanza, grandeza y justicia con mano dura contra quienes fueron los culpables de la pérdida de la guerra. El público quien le escuchaba depositó su fe y su esperanza en imprecaciones tan vagas como la personalidad de Hitler.

---

<sup>147</sup> Dietrich Bracher, *op. cit.*, p. 201.

Las promesas de Hitler fueron de venganza en contra de los políticos derrotados en la guerra, antisemitismo. Exterminio de la raza judía, grandeza nacional, el regreso de Alemania como una potencia superior en toda Europa, la población quería venganza y al mismo tiempo grandeza y poder.

La estructura totalitaria de Italia llegó hasta las filas de mando del ejército alemán, con promesas como la grandeza de Roma con Julio Cesar hasta Napoleón Bonaparte en Francia, los alemanes expresaban la grandeza de Roma renacida en el nacionalsocialismo, a Hitler se le veneraba como un Dios pero con una perspectiva política, con promesas como la grandeza y la raza aria, una raza pura y superior, con dichas promesas se conquistó a la población alemana.

En medio de una sociedad libre y democrática, tales prácticas encontraron un creciente eco, como el medio más eficaz de una propaganda que no solo prometía glorias y riquezas, sino también el éxito, la salvación, que demuestran el impacto de la propaganda del *Führer*. por ejemplo esquelas mortuorias en las que Hitler reemplaza a dios<sup>148</sup>.

Domenach propone la técnica propagandística para atacar al enemigo, con una dura carga de sensibilidad, se ataca al individuo donde se encuentra más débil o más vulnerable, tanto en sus defectos o deficiencias de grupo o como sujeto.

El nacionalsocialismo no sólo atacó a sus enemigos creándoles falsas atribuciones, sino prometía un futuro descabellado e irracional en un sentido biológico, en la cuestión económica y política. Hitler llegó a ser tan poderoso como lo prometió, tanto así, que el mundo tembló a la llegada del nacionalsocialismo y sólo las potencias mundiales pudieron aniquilar a la amenaza fascista.

La técnica propagandística que debe tenerse es la simpatía, la propaganda del nacionalsocialismo no proponía argumentos lógicos dentro de sus planes de acción como partido, la propaganda con argumentos lógicos, las atacaba con provocaciones emocionales.

---

<sup>148</sup> *Ibid.*, p. 201.

La masa del pueblo es incapaz de distinguir dónde acaba la injusticia de los demás y dónde comienza la suya propia. La gran mayoría del pueblo es, por naturaleza y criterio de índole tan femenina, que su modo de pensar y obrar se subordina más a la sensibilidad anímica que a la reflexión<sup>149</sup>.

Como hemos subrayado constantemente, la propaganda política del nacionalsocialismo se dedicó exclusivamente a las masas, para subordinarlas se debe utilizar extremos en las afirmaciones, para ellas no existen puntos medios, Hitler al desprestigiar a la raza judía nunca dio una explicación fundamentada de porque eran malvados, simplemente se dedicó a mostrar un extremo positivo y otro negativo.

Predicaba siempre ideas como ésta; La derrota del nacionalsocialismo para sumirnos en la extrema pobreza, el triunfo del bando judío para enriquecerse a manos llenas con la esclavitud de los alemanes o el triunfo nacionalsocialista para poder instaurar el imperio y la alegría, siempre ponía dos polos, bueno y malo, verdad o mentira, coraje o sumisión, imperio o esclavitud.

La propaganda hitleriana siempre fue exacta, indicando el enemigo en común de Alemania y de Europa en su conjunto, en cada oportunidad Hitler pronunciaba una y otra vez al judaísmo como el mal social más grande de toda Europa.

La técnica por regla general que debe tener toda propaganda es la brevedad del mensaje, las personas ante imágenes y discursos con una fuerte carga emocional, actúan para después reflexionar, es decir, es más importante la intuición que la razón, la síntesis es más rápida de discernir que el análisis, es mucho más fácil de captar y con mayor rapidez. La ideología nacionalsocialista se basó en particularidades con fuerte carga emocional sin ser sustentada en la lógica.

Goebbels y Hitler, hicieron uso frecuentemente de dibujos e imágenes, las cuales proporcionan un fuerte mensaje visual, las personas antes de realizar un análisis crítico de una foto, creen en la imagen, en la mayoría de las veces nunca realizan un análisis, entendido éste como la búsqueda de la realidad, como la distinción de lo falso o verdadero, la realización de un examen y una separación de lo real frente a lo fantasioso o lo simulado.

---

<sup>149</sup> Adolf Hitler, *op. cit.*, p. 66.

Podemos colocar una de las técnicas más utilizadas por todos los propagandistas en los tiempos modernos, para Guy Durandin, en su libro *“La mentira dentro de la propaganda y la publicidad”*, argumenta que el nacionalsocialismo utilizó la mentira de una manera desmesurada, es por lo tanto una de las técnicas más utilizadas dentro del uso propagandístico.

Hitler y Goebbels utilizaron la mentira para cubrir verdades o para crear realidades, fueron escenarios contruidos para atraer adeptos, simpatías o disgustos, rencores u odios por parte de las masas hacia los demás partidos políticos y también al régimen en el poder.

La mentira fue puesta en práctica en todos los ámbitos propagandísticos del nacionalsocialismo, es decir, en carteles, fotografías, trípticos, estandartes, donde fueron utilizados con más frecuencia fue en los discursos de Hitler, cuando el líder del NSDAP se enfrentaba a las masas para producir una exaltación emocional, la mentira utilizada en la palabra hablada o en los discursos era fácil de manejar, las personas al convertirse en masa dejan de razonar y pensar, por el contrario despiertan el sentido de la pasión y la emoción.

Persuasión el proceso comunicativo cuya clave está en la respuesta del receptor, aquél que pretende promover una dependencia interactiva entre emisor y receptor mediante la formación, reforzamiento o modificación de la respuesta del receptor. Es un mensaje persuasivo se conforma según una conducta deseada por el emisor para que sea adoptada voluntariamente por el receptor<sup>150</sup>.

La propaganda no debe variar la idea a explotar, ésta al ser tan variada confundirá a la opinión pública y no tendrá efecto la acción propagandística.

La variación en la propaganda no debe alterar jamás el sentido de aquello que es el objeto de esa propaganda, desde el principio hasta el fin, debe significar siempre lo mismo. Puede ser considerado desde diferentes puntos de vista, más en condición esencial, invariablemente, la misma fórmula. Sólo así es posible hacer que la propaganda sea eficaz y uniforme.

La utilización de los medios de comunicación para crear un ambiente constante en la imagen técnica de dosificación, una vez utilizado este recurso necesario para el

---

<sup>150</sup> Alejandro Pizarroso, *op. cit.*, p. 146.

propagandista es de suma importancia establecer un vínculo entre figura política e imagen, pueden ser logotipos del partido o la figura del candidato a explotar, Goebbels utilizó hábilmente la fotografía de Hitler: la presentó como el gran mesías, el salvador de Alemania.

El Führer, como punto de cristalización absoluto está en y por encima del movimiento. Autoridad un caudillo carismático, cumbre del aparato jerárquico y foco de todo pensar y obrar, Hitler dirigía hasta en la esfera local y de política personalista la táctica y la configuración del todo. Este aparato centralista y, militar cuya cohesión era casi imposible sin la figura del Führer<sup>151</sup>.

Al presentar como modelo la figura de Hitler, el movimiento nazi se basó en la estrategia propagandística para engrandecer al partido, hoy en día podemos analizar la propaganda nazi desde cualquier ángulo o perspectiva comunicativa, pero los discursos de Hitler no son más que aspectos descabellados, promesas disparatadas, amenazas insensatas que hoy en día nadie las creería, el nacionalsocialismo basó toda su política en las cargas emocionales utilizando la figura de Hitler para satisfacer a un pueblo decepcionado y encolerizado, el símbolo del nacionalsocialismo fue la imagen de Hitler.

Hitler fue resaltado como el mesías alemán, como un Dios al cual la población le tenía que tener fe, se pedía la subordinación del pueblo para el desarrollo de la grandeza. Entrega y sacrificio total de los militantes, sólo él era capaz de sacar a Alemania del terror económico, el nacionalsocialismo creó una necesidad popular.

Cuando Hitler se comunicaba con las masas las sabía entender, comprender, leía línea por línea el deseo popular, la propaganda lo exaltaba como una figura única, como el hijo pródigo de Alemania, pero Hitler lo sabía manejar de una forma única, se sabía servir de ella.

Un movimiento que, en una época donde reina la norma mayoritaria en todo, acató el principio de autoridad del *Führer* y la responsabilidad inherente a este principio, superará un día con seguridad matemática el estado subsistente y será el vencedor<sup>152</sup>.

---

<sup>151</sup> Dietrich Bracher, *op. cit.*, p. 201.

<sup>152</sup> Adolf Hitler, *op. cit.*, p. 205.

Hitler tenía la idea por convicción que una organización debía tener una fuerte estructura jerárquica piramidal, en la cúspide del movimiento debía encontrarse el gran líder, el mesías. El *Führer* se visualizaba como conductor de la doctrina política por la cual se estaba luchando con tanto rigor, fuerza, dedicación y empeño, una estructura tan rígida como militar, fue por eso la importancia tan grande de sus organizaciones militares como las SS o las SA, tales organizaciones fueron estratégicas en sus campañas políticas como en sus mítines, no cabe la menor duda que Hitler, supo darle sentido a cada uno de los órganos del partido para desempeñar su trabajo y sus fines políticos con especificidad exclusiva.

Dentro de las campañas políticas y en el análisis discursivo, el mensaje frente a las masas debe estar cargado y sujeto de proposiciones maravillosas, así como de planteamientos hacia un mundo mejor y feliz.

Las personas quieren escuchar problemas simples, con soluciones rápidas y contundentes, no problemas sin respuesta, o conclusiones sinuosas de gran envergadura. Más vale proponer soluciones eficaces, sin embrollos y que sean ejecutables a la brevedad, las personas comunes no quieren oír problemas de gran envergadura con soluciones problemáticas y difíciles. Goebbels le dio a la gente la solución ficticia a sus problemas con una imagen, la de Hitler.

Hitler tenía la visión de observar, comprobar y verificar las técnicas de su propaganda, si su propaganda era eficaz y efectiva, debía responder con hechos. La propaganda intenta convencer a la masa a la cual está dirigida, el gran líder llegaba a una conclusión simple, si las técnicas propagandísticas están bien utilizadas se deben obtener más simpatizantes hacia el movimiento.

Conviene más difundir previamente una idea mediante la propaganda dirigida desde una central durante un cierto tiempo y luego examinar el material humano paulatinamente reclutado<sup>153</sup>.

En el mensaje al ser repetitivo y breve con el uso de una imagen, el empleo de mentiras como armas esenciales de la propaganda, para Goebbels fue de gran utilidad la orquestación dentro de la información, al ser reiterativo en su mensaje lo hacía de

---

<sup>153</sup> *Ibid.*, p. 201.

forma orquestada, es decir, utilizaba los diferentes vehículos propagandísticos para enviar un mismo tema, para ello se realizaba previamente la estructura de la presentación del mensaje.

Dentro de las técnicas propagandísticas se emplean estereotipos: utilizando imágenes para explotarla políticamente, utilizando los medios de comunicación, la figura política a promover o a explotar es captada por los ciudadanos, en consecuencia se transforma en una figura emblemática, esta figura al ser constantemente presentada desde todos los ángulos y por todos los vehículos informativos que sean posibles, se presenta después de un cierto tiempo como lo auténtico, lo verdadero, lo real.

[Hitler, en *MeinKampf*.]El primer mandamiento era: carácter popular. La tan manipulable vaguedad de las imágenes y de la terminología misma escondía dinamismo y capacidad de adaptación de cara al control total de opiniones y movimientos. Cuando el NSDAP se convirtió en un partido de masas, apelo a todo un universo de deseos, relaciones y reacciones. La espina dorsal de la filosofía de poder del nacionalsocialismo<sup>154</sup>.

Otro aspecto fue el reemplazo de las figuras o nombres; a Hitler no se le presentó frente a las multitudes como un hombre normal, común y corriente como naturalmente lo era, se autonombró el *Führer* (el gran líder), y en la propaganda se le expuso como un Dios, como un súper hombre, éste reemplazo de nombre llevaba una carga emocional, la palabra judío se hizo peyorativa al igual que comunista, lo que para los comunistas fue el camarada, para el nacionalsocialismo fue el *Heil Hitler*, así con este emblema tan corto se podían comunicar e identificar las corrientes de pensamiento.

Algo similar ocurrió con las siglas o monogramas, el nazismo ya instaurado en el poder, utilizó las abreviaturas como principal instrumento para dirigirse a los grupos políticos conformados dentro del régimen, como lo fueron: las SS, NSDAP, SA y la GESTAPO.

Se utilizó la técnica de la selección, el propagandista selecciona determinados hechos o informaciones de acuerdo a sus fines, el Tratado de Versalles fue utilizado por Hitler constantemente para atacar a sus adversarios, con ello pretendía devolverle al pueblo alemán la confianza perdida por la derrota de la Guerra.

---

<sup>154</sup> Dietrich Bracher, *op. cit.*, p. 205.

La repetición se utilizó como forma de retención del mensaje, entre mas repetía que el antagonismo entre un buen alemán y la raza judía, la población más aceptaba esa tesis, esta afirmación constante ponía de relieve al mismo tiempo otra técnica, la de presentar a un adversario, los adversarios principalmente fueron los judíos, se utilizaron slogans para abreviar los mensajes como el Tercer *Reich* o el *Volk*.

Al mostrar la necesidad de un enemigo, se trata de buscar dos efectos, positivos para el propagandista: 1) desviar los desaciertos del propagandista o los errores de los líderes y del partido, 2) fortalecer la sensación de integración grupal.

Es de suma importancia resaltar el mito que hizo Goebbels de Hitler, su imagen la elaboró detenidamente para cubrir el vacío de la población más desprotegida, la propaganda se basó principalmente en la clase baja y media. Las técnicas propagandísticas no fueron empleadas al azar mucho menos por casualidad, se observó, se estudió y se actuó de una manera habilidosa y con gran destreza.

La mentira es un arma eficaz para los propagandistas, consiste en desprestigiar al adversario con acciones o actos que no cometió, o que a partir de una mentira se adhieran personas a un partido político, por ejemplo votar por un cierto candidato, la mentira fue utilizada constantemente por Goebbels y Hitler en todos los ángulos propagandísticos, en la palabra hablada, en discursos políticos, en la radio, en el cine, en panfletos etc.

La mentira: es una arma que pueden emplear ya sean los débiles, ya sean los fuertes y, en ambos casos, a título ofensivo o defensivo. Pero siempre consiste en colocar al adversario en un estado de debilidad relativa. Hoy en día la organización de la propaganda se halla en manos de profesionales y éstos recurren a la mentira. Si uno quiere defenderse, tiene que conocer sus procedimientos<sup>155</sup>.

Las decisiones y los deseos de las personas están guiados por dos factores: por un lado están los deseos y por el otro la información. La información era recopilada de acuerdo al deseo de las personas; Hitler retomaba constantemente el caso del Tratado de Versalles, y mentía al decir que fue una traición a la nación alemana por la

---

<sup>155</sup> Guy Durandin, *op. cit.*, p. 12.

conspiración judía mundial y comunista, siendo que los países triunfantes le impusieron ese tratado a Alemania por haber perdido.

Goebbels se atrevía a declarar que el *Führer* nunca engañaba, Hitler era la verdad pura, nunca mentía, cuando hablaba lo hacía sinceramente y todo era real.

Goebbels a los cuatro años de edad sufrió osteomielitis atrofiándole la rodilla derecha y dejándole una leve cojera, el pie izquierdo era más largo que el derecho, durante sus discursos el ministro de propaganda declaraba que esa cojera se la dejó un combate de guerra, la mentira siempre fue parte de la propaganda nacionalsocialista.

En el aspecto a la mentira, Goebbels siempre utilizaba este método para engañar ya sea al enemigo o al propio militante del partido, siempre pensaba que la mejor propaganda es la que con mayor magnitud utiliza la verdad.

Goebbels, utilizó la mentira para descontrolar al enemigo, pero no hacía uso únicamente de la mentira, realizaba una mezcla de confusión de mentiras con verdades. Goebbels creía esto; si mientes hazlo con astucia, esencial y básicamente, ante tal mentira no te retractes, mantente firme, seguro y convéncete de tu propia mentira, una mentira para ser creída por los demás debe ser creída por el que la propaga e inventa.

La campaña propagandística de los nazis fue eficaz, antes y después que el movimiento ascendiera al poder, modificó el comportamiento de millones de alemanes.

Los propagandistas alemanes buscaron, el punto de identificación social, la identificación entre emisor y receptor debe ser esencial para completar el mecanismo comunicativo y por lo tanto incida en la formación emocional de la persona.

La preocupación de Goebbels siempre fue que la propaganda fuera asimilada por la gran mayoría de la población, la propaganda debe ser captada, digerida y entendida por la gran masa del pueblo, la masa no asimila razonamientos, se guía primitivamente por emociones y sentimientos, por eso Goebbels creía que la propaganda debía ser primitiva e insistente. Sólo así la gran masa podrá en primer término entender la propaganda y en segundo retenerla hasta que ésta influya en la opinión pública.

La propaganda no debe ser tan elevada intelectualmente, puede usar palabras fuera del uso cotidiano, a la brevedad, pero más bien el mensaje debe ser popular,

debe llevarse hasta el más bajo estrato mental para que puede ser asimilado por la gran masa a quien se está dirigiendo, el nacionalsocialismo sectorizó su propaganda, sus extractos específicos fueron por excelencia las masas. Al sectorizar al grupo al cual se va a dirigir el propagandista debe utilizar el mismo lenguaje sea cual sea el medio utilizado para comunicarse con el receptor, el nacionalsocialismo aparte de las masas se dirigió a los jóvenes en general y a los universitarios.

El individuo, al formar parte de una compañía o un batallón, rodeado de todos sus camaradas, se lanzara más desaprensivamente al asalto que cuando se halle solo. Agrupado siempre se sentirá protegido. El hombre que lleno de dudas y vacilaciones entra en una asamblea, sale de ella íntimamente reconfortado, se ha convertido en un miembro de la comunidad<sup>156</sup>.

La propaganda tiene que ser simple y centrada en un solo objetivo, nunca compleja ni de múltiples objetivos.

La propaganda debe exagerar, los personajes épicos y fabulosos como Jesús el hijo de Dios, Hércules, Sansón o personajes de películas son tan famosos y admirados porque sus vidas no son reales, comunes o cotidianas, la admiración del hombre hacia un personaje es por su carácter fantasioso, la propaganda debe hacer lo mismo. La propaganda no debe dar giros estrepitosos ni evocarse a muchos paradigmas informáticos, debe actuar de la misma manera durante un cierto tiempo, porque si lo hace lo único que conseguirá es confundir a la opinión pública.

Al mentir, el propagandista deberá tener pronta precaución ya que la propaganda no deberá estar en confrontación con la realidad, el enemigo aprovechará esta falsedad para exhibir tu mentira.

La propaganda nazi desplazó la ira de Hitler a la población para después utilizarla a favor del movimiento y llevarla a la acción. El nazismo creó un prejuicio social, en un principio como un partido de oposición para después manejarlo como un mal mundial, a su llegada al poder, el nazismo manejó para su beneficio la información más conveniente para su causa y volverla un crimen de Estado.

---

<sup>156</sup> Adolf Hitler, *op. cit.*, Pp. 34-35.

Goebbels creía desempeñar una buena labor siendo ya Ministro de propaganda, siempre y cuando tuviera toda la información que todo el mundo manejaba, más la información secreta resguardada a ciertos miembros selectos o sólo reservada para él.

Para Hitler existía una diferencia entre organización y propaganda, el movimiento realizó el uso de la propaganda para manipular el modo de pensar social, el partido nazi al conseguir el apruebo de un cierto sector popular trataba de hacerlos miembros y propagar la idea hasta ganarse al último hijo del pueblo para la causa.

El cometido de la propaganda consiste en reclutar adeptos, en tanto que la organización es ganar miembros. Adepto a una causa, es aquel que declara hallarse de acuerdo con los fines a que tiende la misma; miembro es aquel que lucha por ella<sup>157</sup>.

El reclutamiento de las personas hacia un partido tan sólo es el conocimiento de la idea, el miembro es salir a la calle a propagar la idea por la que se está luchando, por la verdad absoluta de una doctrina política, el ser miembro obliga a la acción pero sólo unos pocos gozan de esa facultad, la propaganda es esforzarse para jalar y mantener firme a esa minoría.

---

<sup>157</sup> *Ibíd.*, p. 202.

#### **4. EL NAZISMO: UNA VISIÓN GENERAL DE LOS MASS MEDIA.**

En la actualidad los medios de comunicación tienen una fuerte influencia sobre la sociedad en su conjunto, ¿es posible que puedan cambiar la manera de pensar de un pueblo, su cultura, y su acción? En el presente capítulo podremos analizar si en realidad tienen tanta importancia incluso para contrarrestar la fuerza del Estado.

Los medios de comunicación de masas como se definirá más adelante, son instituciones comunicativas que dirigen la información a toda una nación, incluso tienen la capacidad para dirigirse al mundo entero. Cuando se habla que los medios comunicativos destinan la información a la población en general, el poder de éstas instituciones comunicativas se encuentran en que pueden llegar a millones de personas y modifican, controlan y guían el modo de pensar de la audiencia, la élite que se sirve de los medios informativos incluso puede; manipulan la forma de vida de las sociedades, cambiando las costumbres, el modo de pensar hasta llegar a la conducción y determinismo de la acción del individuo. El individuo como parte de la conformación de una sociedad obtiene por naturaleza un sentido crítico de las cosas, aquí se retomará el tema de por qué los medios de comunicación son tan importantes dentro de las elecciones políticas y en especial en el fenómeno nazi.

En la actualidad los mass media o medios de comunicación son utilizados para los mismos fines que tuvieron durante el fascismo alemán pero no solamente se tiene una visión política de este fenómeno, sino que se señala una visión económica, social y cultural.

Para que el presente trabajo cumpla los objetivos que se determinaron durante la creación de la investigación, la cual fue que el lector de la tesis pudiera defenderse frente a los medios de comunicación y no formar parte del público manipulado, se deben conocer las técnicas, los objetivos, los fines y los métodos por los cuales la propaganda y los medios de comunicación enajenan al individuo.

Se cree firmemente que los medios comunicativos tienen una fuerte influencia social y psicológica. En la influencia social podemos suponer que los medios de comunicación pueden guiar la acción de un individuo, dominando el proceso psicológico

de las personas, es decir, los medios de comunicación social estudian los gustos, las percepciones sensoriales del individuo, sus fantasías, sus emociones y sus sentimientos para después atacar sobre esos puntos, en el ámbito psicológico muestran colores, símbolos, creación del lenguaje, una reafirmación ideológica con mensajes repetidos centenares de veces para así controlar al individuo en su acción como en su mente.

Los medios de comunicación de masas intentan persuadir la acción, el modo de pensar del individuo atacando su psicología interna.

La propaganda política como la publicidad se funda por su naturaleza en los medios de comunicación de masas, para que sus efectos, sus objetivos como sus fines puedan llegar a los oídos, a los ojos, hasta lo más íntimo del ser humano.

Los medios de comunicación de masas son un tema importante dentro del presente trabajo, ya que sin ellos no se podría definir la propaganda. Personajes como Hitler, Lenin o cualquier otro líder revolucionario, jefe político o dictador, no tendrían presencia ante las masas; en la actualidad los medios de masas juegan el papel principal en las elecciones políticas dentro de los países democráticos, la democracia se funda: en la elección del pueblo para escoger a sus dirigentes estableciendo un gobierno soberano, convocada a una votación para elegir al candidato con mejores propuestas, proyectos o una trayectoria política notable.

En realidad la plataforma política de un candidato, así como sus propuestas más viables, más reales o más sustanciales para el crecimiento económico, para el desarrollo educativo o simplemente para el mejoramiento de la distribución económica, es poco impactante para el votante, lo que cuenta es la imagen del candidato a explotar que se ha utilizado dentro de los medios de comunicación. Las elecciones presidenciales las ganan los candidatos o los partidos que mejor se sirven de los medios.

Goebbels y Hitler fueron revolucionarios de los medios de comunicación como de técnicas en la utilización de la propaganda.

Los medios de comunicación de masas o mass media en inglés, funcionan como un proceso comunicativo, los signos como las señales son un modo de comunicarse, la palabra hablada fue realizando avances en la comunicación interpersonal, con la

llegada de la imprenta, la palabra escrita fue el primer medio de comunicación de masas, los libros y los periódicos revolucionaron los medios de difusión, después entrarían los medios auditivos, como la radio, para después pasar a la era de los medios audiovisuales o la era eléctrica como lo describiría Marshall McLuhan, con cuyos ejemplos actualmente estamos ampliamente familiarizados, como la televisión, el cine y en éstos últimos años el internet.

Los medios de comunicación de masas tienen la habilidad para poder informar a todo el mundo sobre un acontecimiento importante, por ejemplo la trágica muerte de John F. Kennedy o la caída del imperio comunista en Rusia etc.

Se definirán los conceptos de medios de comunicación, persuasión, retórica e información así como la explicación de un control mediático frente a la población y cómo los medios de comunicación de masas pueden incidir e incluso cambiar la cultura y el modo de pensar de las personas, incluso de las naciones.

#### **4.1 Comunicación, persuasión, retórica, lenguaje, características para la construcción de los medios de comunicación.**

De igual manera se retomaron autores expertos sobre el tema para asentar y entender de una manera general a los medios de comunicación de masas, así como su función, sus objetivos y su utilización por parte de líderes políticos como en el caso del nazismo.

Analizaremos a una autora alemana Elisabeth Noelle Neumann, experta en comunicación política, con su obra "La espiral del silencio". Nos ayudara a la mejor interpretación del fenómeno nazi.

La autora retoma conceptos de diferentes autores, politólogos, comunicólogos, abogados, sociólogos etc. en la investigación retomaremos ideas de diferentes autores, ya que sería imposible tomar en cuenta todas las ideas de los expertos en el tema.

Noelle Neumann, cree en la teoría del aislamiento social, quiere decir, la sociedad está compuesta por un cierto número de individuo, éstos a su vez se encuentran inmersos de costumbres, principios morales, aspectos de moda, aspectos culturales, reglamentos y normas. Todas las reglas gubernamentales están estructuradas de

acuerdo a la sociedad o a la opinión pública. Para no quedar fuera de las reglas sociales deben ser adquiridas por cada uno de los miembros que la componen.

Es cierto que este motivo suscitó con frecuencia conductas imitativas, pero el motivo de querer evitar el aislamiento, la marginación parece mucho más fuerte. Tocqueville escribió que la gente teme el aislamiento más que el error<sup>158</sup>.

En el régimen nazi ocurrió algo similar, Hitler como su movimiento en verdad causaron en algún momento una euforia sobre los individuos, pero no toda la población estaba de acuerdo con los métodos propagandísticos en las calles, métodos violentos o de represión en contra del partido comunista, en ciertos lugares, se podría dudar de la aceptación de métodos coercitivos a favor del partido nazi. Claramente Hitler como sus seguidores, expresaron sus más claras aspiraciones hacia el poder, el orador excelso por naturaleza dirigió su propaganda principalmente a la clase media y a las masas, no le importaban los intelectuales ni los académicos, ya que la muchedumbre se deja llevar por sus emociones y sentimientos más que por el razonamiento, la lógica y el buen juicio. Las masas aceptaron al partido nacionalsocialista como sus métodos, en cierta manera, para no sentirse excluidos de la sociedad.

Hoy se puede demostrar que, aunque la gente vea claramente que algo no es correcto, se mantendrá callada si la opinión pública (opiniones y conductas que pueden mostrarse en público sin temor al aislamiento) y, por ello, el consenso sobre lo que constituye el buen gusto y la opinión moralmente correcta, se manifiesta en contra<sup>159</sup>.

El nacionalsocialismo estando en el poder tenía métodos coercitivos para reprender al individuo que no siguiera instrucciones o simplemente no estuviera de acuerdo con el régimen nazi, pero la sociedad en su conjunto, determinó la aceptación por miedo a la cárcel o a la muerte, y miedo a la desaprobación social existente.

---

<sup>158</sup> Elisabeth Noelle Neumann, *La espiral del silencio, la opinion publica nuestra piel social*, Allensbach Alemania, Editaorial Paidos, 1992. p. 4.

<sup>159</sup> Noelle Neumann, *op. cit.*, p. 4.

Según John Locke, ni siquiera una persona de cada diez mil es lo suficientemente insensible como para no importarle que el medio social le niegue su aprobación<sup>160</sup>.

Para Noelle Neumann, Alexis De Tocqueville y John Locke ningún individuo soporta la individualidad social, el desplazamiento dentro de una comunidad determinada, el rechazo, la eliminación y el apartamiento dentro de la sociedad, los individuos que no estuvieran de acuerdo con el régimen nazi, lo aceptaban por miedo al rechazo.

En un proceso en espiral, un punto de vista llego a dominar la escena pública y el otro desapareció de la conciencia pública al enmudecer sus partidarios. Éste es el proceso que podemos calificar como de espiral del silencio<sup>161</sup>.

La autora de la “espiral del silencio” se basa en las elecciones presidenciales de los Estados Unidos, pero según la autora de la presente tesis su obra puede abarcar cualquier sociedad, ya que trabaja a través de la psicología del ser humano. Las personas siempre quieren estar del lado ganador, del vencedor, rara vez o es casi nulo las personas que sin esperar nada a cambio estén del lado del candidato derrotado. Hitler al tener acceso al poder se encargó de no tener oposición, se eliminaron a todos los partidos alemanes, sin duda 1933 fue el ultima año de elecciones democráticas en las república de Weimar.

El efecto del carro ganador solía explicarse aludiendo a la voluntad general de formar parte del bando vencedor. A diferencia de la elite, la mayor parte de la gente no espera obtener un cargo o poder con la victoria. Se trata de algo más modesto: el deseo de evitar el aislamiento, un deseo aparentemente compartido por todos nosotros. Solo estamos empezando a observar los cientos de señales que permiten saber a una persona que no le rodea un cálido halo de simpatía sino un cerco de exclusión<sup>162</sup>.

De modo que lo que era sólo la opinión de una parte de la nación llego a ser considerado como la voluntad de todos.

---

<sup>160</sup> *Ibid.*, p. 4.

<sup>161</sup> *Ibid.*, p.10.

<sup>162</sup> *Ibid.*, p.11.

Las personas individuales son tímidas, inofensivas, temerosas no tienen del todo una seguridad sin mirar al ojo social, la opinión de unos cuantos al ser aceptadas por muchos tiene un ambiente cálido, de fuerza, de vigor y se contagia de una seguridad ilimitada, la opinión pública al aceptar una idea somete su opinión al anonimato, solo si dicha ideología es acatada por la sociedad.

El nacionalsocialismo fue aceptado por una buena parte de la sociedad, pero esta aceptación no quiere decir que toda la nación alemana estaba de acuerdo con Hitler, muchos estratos sociales callaron por el miedo a la represión, académicos principalmente.

La mayoría, incluso en una tarea inofensiva que no afecta a sus intereses reales cuyo resultado debería resultarles completamente indiferente, la mayor parte de las personas se unirán al punto de vista mas aceptado aun cuando estén seguros de su falsedad<sup>163</sup>.

La sociedad alemana en gran parte aceptó al movimiento nazi por la desesperación, por la inconformidad a la república de Weimar que si bien es cierto no pudo controlar la crisis y la estabilidad política, en parte se conformó con lo que se le ofrecía al instante como parte de un cambio político.

La sociedad exige una rápida conformidad en torno a las cuestiones que están experimentando cambios. Debe hacerlos para mantener un grado suficiente de unidad que le permita permanecer integrada<sup>164</sup>.

El miedo al rechazo social es inmenso, el individuo no soporta la incomunicación de su entorno social, como que los vecinos se pasen sin saludar porque has votado por un candidato poco popular, además que haya perdido la elección presidencial. Como que en el trabajo te consideren radical y los compañeros te den la vuelta porque eres miembro del partido menos aceptado, o que en la escuela te critiquen por manifestarte en contra de políticas públicas muy populares, ante aspectos semejantes el individuo prefiere callar por miedo al aislamiento y a la crítica.

---

<sup>163</sup> *Ibid.*, p. 29.

<sup>164</sup> *Ibid.*, p. 41.

La aceptación a una cierta idea, es el miedo al aislamiento, a la mala fama, a la impopularidad; es la necesidad del consenso. Esto hace que la persona desee prestar atención al entorno y se vuelva así consciente del ojo público. El orden vigente es mantenido, por una parte, por el miedo individual al aislamiento y la necesidad de aceptación; por la otra, por la exigencia pública, que tiene el peso de la sentencia de un tribunal, de que nos amoldemos a las opiniones y a los comportamientos establecidos<sup>165</sup>.

Cuando el orden de las cosas permanece estable, la mayor parte de la gente choca con la opinión pública si no viola las normas corrientes de decencia.

Se indica de manera reiterada que la oratoria y los discursos de Hitler junto con el poder de la palabra hablada, fueron factores determinantes para el nacionalsocialismo, además de la propaganda y el uso hábil e inteligente que hicieron de los medios de comunicación de masas, la propaganda está ligada con la persuasión o la persuasión con la propaganda, ahora bien, definiremos los conceptos de persuasión, retórica, comunicación y lenguaje para que se pueda construir un marco que ayude a la comprensión del objetivo de la investigación.

La persuasión corresponde al poder de la palabra sobre los otros, la persuasión está relacionada con el engaño del placer suave, de la ternura y de la dulzura. Se trata de palabras ambiguas y lisonjeras, llenas de astucia, y justamente de engaño<sup>166</sup>.

La persuasión es un ejercicio del lenguaje en el cual se tiene que convencer a otro o a otros, de algo, el engaño es un instrumento casi inevitable de la persuasión al igual que la propaganda. La persuasión implica un proceso pasivo, irracional e irreflexivo por parte del receptor, es la antítesis de la convicción, ya que ésta implica un proceso activo racional y reflexivo por parte del receptor.

La persuasión implica un cierto peso de elementos psicológicos ya que hace a un lado la razón y apela a las emociones. El objetivo principal de la persuasión es llegar a la acción del individuo sin mediación de la razón, es el intento de convencer con la finalidad de la acción del otro, del receptor.

La retórica es la ciencia que se ocupa de utilizar eufemismos para construir un discurso, es el uso del lenguaje, se utiliza como técnica para llegar a la persuasión, son

---

<sup>165</sup> *Ibid.*, pp. 45,46,47.

<sup>166</sup> Roberto Mariafioti, *Los patrones de la argumentación*, Buenos Aires Argentina, Editorial biblos, 2003., p. 18.

procedimientos para utilizar de una manera más adecuada las palabras, su fin es llegar al arte del convencimiento.

Su ámbito discursivo junto a su finalidad comunicativa se mezcla al construir el discurso, es uno de los elementos principales para llegar a la persuasión.

Retórica, es la capacidad de discernir, en cualquier caso dado, los medios disponibles de persuasión, el arte o talento por el cual el discurso se adapta a su fin, es el proceso que consiste en ajustar las ideas a las personas y las personas a las ideas<sup>167</sup>.

La persuasión es un proceso comunicativo la cual el emisor tiene una finalidad y un objetivo, éste es, que el mensaje influya en la conducta de los destinatarios, el mensaje debe ser adoptado voluntariamente y cambiar el comportamiento del individuo. La retórica y la persuasión no se pueden separar del todo ya que la retórica necesita de la persuasión y la persuasión utiliza la retórica para persuadir.

Persuasión es el proceso comunicativo cuya clave está en la respuesta del receptor, aquél que pretende promover una dependencia de interacción entre emisor y receptor mediante la formación, reforzamiento o modificación de la respuesta del receptor. El mensaje persuasivo se conforma según una conducta deseada por el emisor para que sea adoptada voluntariamente por el receptor.

Platón y Aristóteles argumentaban que la persuasión es un ámbito principal y exquisito de la política. La retórica es el discurso calculado para influir sobre un auditorio hasta cierto fin pero no quita del renglón su influjo persuasivo individual. Es un medio para convencer a los oyentes.

La retórica clásica al distinguir tres modos: informar y enseñar, entretener y deleitar y apasionar y entusiasmar. El deseo de apasionar y entusiasmar a través de la apelación a los aspectos y emociones queriendo incluso impedir la intervención de la razón porque así se descubriría con más facilidad la subrepticia manipulación<sup>168</sup>.

Si hay una finalidad que informa todo el quehacer de la propaganda es el afán de convencer y persuadir al receptor por las buenas o por las malas.

---

<sup>167</sup> Teun Van Dijk, *El discurso como estructura y proceso*, Barcelona, Editorial gedisa, 2001., p. 233.

<sup>168</sup> Ma. Victoria Romero, *Lenguaje publicitario*, España, Editorial Ariel., 2005., p. 33.

Podemos definir que la persuasión es un método de influencia social, es una técnica para que las personas adopten una idea, un concepto, una actitud o una acción mediante el lenguaje, es decir, se utilizan los símbolos, el significado para realizar mediante la información una petición, más que forzar al individuo se debe de convencer hasta llevarlo a una postura política o mejor aún, llevarlo a una acción determinada. Su aliada es la retórica que está al servicio de ésta usando eufemismos, palabras compuestas para persuadir al receptor de la comunicación y para construir los discursos políticos más apasionantes excluyendo la razón y atrayendo las emociones humanas.

A continuación definiremos el concepto de comunicación, los medios de comunicación por los cuales cualquier propagandista, publicista, candidato presidencial por mencionar algunos, utilizan a los medios de comunicación como arma para llegar a sus fines.

Los sociólogos, politólogos o comunicólogos no utilizan a los medios para conseguir fines políticos, pero es un objeto de estudio ya que investigan a los medios de comunicación de masas, para esto se debe definir el concepto de comunicación.

Comunicación: comunicarse es transmitir información por medio del lenguaje o por medio de un código, es ponerse en contacto con otro. Comunicarse es transmitir, ¿qué es lo que se comunica? La información y como se comunica, por medio de un código<sup>169</sup>.

La comunicación se presenta en un escenario mediático por complejidad social los emisores causan efecto en los receptores, éstos van modificando su configuración la cual afecta a los emisores, que cambian también para poder seguir al mando de la dirección social.

Para que exista una relación comunicativa se necesita que el individuo tenga elementos similares para poder hacerlo, es decir, que en su aspecto cultural, comunicativo hasta psicológico sea similar o el mismo, el lenguaje puede ser uno de ellos, también existen los símbolos, las imágenes y el sonido. En cualquier país, sería difícilísimo me atrevo a postularlo, sostenerlo y por supuesto a decirlo, que ningún partido político si quisiera llegar al poder retomaríamente la suástica como

---

<sup>169</sup> M. Víctor Escandell Vidall, *La comunicación*, Madrid, Editorial gredos s.a., 2005, p 19.

bandera de su propaganda o su partido, todo el mundo sabe las atrocidades cometidas por el nacionalsocialismo y no todos los países tenemos el mismo idioma, el símbolo del fascismo está prohibido al menos moralmente por las consciencias del pasado, la comunicación para ese símbolo está prohibido por el mundo político.

Comunicación, es el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común significado. En la comunicación la pluralidad de individuos pasa a ser unidad de significados estrictamente comunes<sup>170</sup>.

Las sociedades han progresado hasta la era moderna por la facilitación de la comunicación, el hombre se distingue de los animales por la capacidad comunicativa que posee, los animales por lógica también se comunican pero de una manera más rudimentaria.

La comunicación es el conjunto de elementos que el individuo retoma del ambiente, los estructura de una forma determinada, son un conjunto de reglas establecidas para el quehacer de su acción.

Existe un proceso comunicativo desde el momento en que un emisor establece una correspondencia, envía un mensaje, a un receptor<sup>171</sup>.

La comunicación no únicamente se basa en comunicar la información, sino en un ámbito interpersonal o hasta la utilización de los medios de masas, llevan hasta el individuo ciertos conocimientos, estados de ánimo, intereses o deseos, tal vez sean estas características que los hagan tan poderosos.

Comunicación significa transmitir información, dar parte o hacer saber una cosa, entrar en contacto con otro individuo para hacerle partícipe de lo que poseemos<sup>172</sup>.

---

<sup>170</sup> J. Antonio Paoli, *Comunicación e información*, México, Editorial trillas., 1977., Pp. 11-12.

<sup>171</sup> Sara Núñez Mercado, Ma. Antonia Martín Díez, *Estructura de la comunicación mundial*, España, Editorial Universitas S.A., 1996., Pp. 28-29.

<sup>172</sup> Pedro Montaner, Rafael Moyano, *¿Cómo es que nos comunicamos?*, Editorial de recursos didácticos., 1989., p. 13.

La transmisión de la información se realiza a través de instrumentos y medios muy variados, la radio, el periódico, los anuncios, la televisión nos ponen en contacto con la actualidad al comunicarnos o transmitirnos información, la información que los medios masivos nos muestran está manipulada, manoseada para fines determinados que no son los del receptor, pero de alguna forma la sociedad se entera de la noticias, acontecimientos políticos o sociales.

La comunicación está asociada a la noción general del dialogo e interacción, es por eso que entre más desintegrado se encuentre el tejido social o sea las instituciones familiares se encuentren escindidas, los medios de comunicación interactúan con cada miembro de la familia y con la sociedad en general.

La comunicación es el instrumento para lograr que la población participe en el proceso político, el nacionalsocialismo incluyó a la sociedad para que se enterase de todo acontecer en Alemania, la población participó en los acontecimientos de los hechos de forma pasiva.

Para Umberto Eco el vestido es un instrumento de comunicación, ¿los trajes, gabardinas, gorras, botas fueron casuales en la vestimenta nazi? se debe admitir que el nazismo realizó una excelente forma de comunicación, así al momento de desfilarse o simplemente de aglutinarse en grupo, se comunicaban indirectamente con la sociedad.

Podemos deducir retomando las definiciones de la compilación de autores antes descrita, la comunicación es un proceso por el cual se transmite la información del emisor al destinatario, éste proceso de interacción se realiza a través de signos, el lenguaje es un signo.

Es un intercambio de información, de sentimientos o emociones mediante símbolos, palabra hablada, escritura o imágenes, la información destinada por el emisor y captada por el receptor produce que éste último obtenga una respuesta para el primero.

Definiremos los componentes de la comunicación, éste se compone de un código, de un mensaje, de un emisor, de un referente y de un receptor.

- a) Código; es un sistema común de señales.

- b) Mensaje; es lo que el portador de la información transmite, que es el emisor.
- c) Emisor; el portador de la información del mensaje, el que lo hace, quizá el que lo manda.
- d) Referente; la realidad a la cual hace referencia el mensaje.
- e) Receptor; al quien es destinado el mensaje.

Por último se definirá en un breve espacio el significado del lenguaje que de manera cotidiana lo utilizamos, los mass media lo utilizan a diario, en diferentes formas, espacios, momentos y con diferentes técnicas, el lenguaje es un proceso de comunicación estructurado, el individuo se comunica a través de signos, éstos signos es el lenguaje.

El lenguaje aparece como condición de la cultura en la medida con la que éste posee una arquitectura similar a la del lenguaje, una y otra se edifican por medio de oposiciones y correlaciones, es decir de relaciones lógicas. El lenguaje es de hecho el fundamento mismo de la cultura<sup>173</sup>.

Los medios de comunicación como la propaganda requieren de un lenguaje, el lenguaje es el vehículo por el cual los medios de comunicación informan, engañan o persuaden a la comunidad o a la nación que va dirigido el mensaje, éste es definido por José Ortega y Gasset como:

El medio que nos sirve para manifestar nuestros pensamientos. El engaño resulta ser un humilde parásito de la ingenuidad<sup>174</sup>.

Ortega y Gasset define el lenguaje como un instrumento esencial de la comunicación, para realizar una buena propaganda se debe emplear un buen uso del lenguaje, en la propaganda todo es exagerado, es decir, no se muestra la realidad concreta, en la propaganda cuando se comunica con el individuo se utiliza constantemente el engaño.

---

<sup>173</sup> Carlos Nelson Cautinho, *El estructuralismo y la miseria de la razón*, México, Editorial biblioteca era, 1973., p.62.

<sup>174</sup> José ortega y Gasset, *La rebelión de las masas*, México, Editorial Espasa Calpe mexicana S.A, 1983, vigésima tercera edición., p. 10.

Sin el lenguaje no hubiera cultura y sin la cultura el lenguaje sería meramente un aspecto sin lógica, ya que la cultura de los pueblos así como su lenguaje realizan el desarrollo y el crecimiento de una nación en lo social, político, económico y cultural.

En la mayoría de las propagandas o en la utilización de los medios de comunicación se utiliza a la opinión pública, como un método de veracidad en la propagación de la información. La opinión pública forma parte de un selecto sector de la comunicación política. Es la tendencia estimulada de una sociedad o del individuo hacia un acontecimiento político o social, que le despierta interés.

## **4.2 Los mass media o medios de comunicación.**

Como uno de los puntos principales que se tiene que definir para poder demostrar nuestra hipótesis inicial son los mass media o medios de comunicación.

Los medios de comunicación son fuentes informativas o medios de difusión, recogen dentro de su poder informativo las expresiones de la cultura, conjugan el presente con el pasado, se encuentra a disposición de grandes masas populares, elevando el nivel de audiencia cada día.

A través de los medios informativos le dan a conocer al ciudadano qué acontecimientos pasan, pasaron o pasaran dentro del país en el cual radica, incluso en el mundo.

Por su intermedio llegan a pueblos los valores de la civilización, los principios morales y las normas de conducta en que ellas se sustentan. Son los formadores del ciudadano responsable alejado de las aulas, quien encuentra en los medios los modelos ejemplares de la conducta a seguir en diversos planos y momentos de la vida<sup>175</sup>.

Para el autor antes citado los medios informativos constituyen un intermedio educativo para los ciudadanos ya que dictan las normas, los principios morales y la conducta del individuo, es decir, transforman, guían y constituyen la cultura de una

---

<sup>175</sup> R. Echeverría, F. Castillo, *Ideología y medios de comunicación*, Buenos Aires, Amorrortu editores., 1974. p. 95.

nación, principalmente por ser un poder intermediario en la información frente a la sociedad.

Para José Manuel Martínez en su colaboración con autores expertos en los medios de comunicación en su libro *La ideología y medios de comunicación*, éstos tienen diversos aspectos dentro de la sociedad como por ejemplo son:

Medios de difusión cultural

Medios informativos

Medios recreativos

Medios de opinión

Los mass media funcionan como medios recreativos, las distracciones y la diversión, fungen como parte de la vida cotidiana, las personas después de laborar buscan el entretenimiento, la música, los deportes, las películas fungen como un pasatiempo que alivia la tensión, el estrés y el aburrimiento del individuo, los medios de comunicación masivos se encargan de la formación cultural de las sociedades.

Dictan la forma de vida de cada una de las personas, interfieren en los deseos y en la forma de pensar del ciudadano, quienes durante su vida diaria les prestan atención, los medios de comunicación expresan los deseos y la forma de pensar de cada clase social y en general de todos los individuos.

Los mass media constituyen una industria creciente donde desarrollan sus propias reglas y normas, donde mezclan un conjunto de leyes a la sociedad.

Para Denis McQuail define a los medios de comunicación de masas como:

Los medios de comunicación constituyen un recurso muy poderoso: medio de control, manipulación e innovación de la sociedad, que puede sustituir a la fuerza o a otros recursos.

Proporcionan una localización en donde, cada vez más, se discuten los asuntos de la vida pública, tanto en el orden nacional como en el internacional<sup>176</sup>.

---

<sup>176</sup> Denis McQuail, *Introducción de la teoría de la comunicación de masas*, Londres, Editorial Paidós, 1983., p. 22.

Para Denis McQuail, los medios de comunicación son medios poderosos de control, manipulación frente a la sociedad, porque dictan los asuntos públicos, determinan que temas se deben discutir, cuales son los más importantes y cuales se van a desechar, la sociedad siempre acepta este rol de pasividad comunicativa.

Los medios de comunicación de masas han impuesto sus reglas y normas a todas las sociedades, dominan la realidad social y las imágenes, las sociedades tan solo se han convertido en masas pasivas o individuos pasivos de la relación comunicativa. Expresan valores y juicios que son fusionados con la realidad social, al aplicar cierta mezcla el resultado son las noticias o el entretenimiento.

### **4.3 El nazismo una visión general de los mass media.**

En el presente capítulo se ahondara sobre las formas de control del nacionalsocialismo, el realizador de la investigación cree fuertemente que la propaganda, como la personalidad de Hitler, influyeron en los resultados de las elecciones, así como de las diferentes capas de la elite política y económica que apoyaron al movimiento nazi para su ascenso al poder.

A continuación analizaremos el trabajo de Wilhelm Reich, su obra titulada *“Psicología de masas del fascismo”* quién explica que si bien la propaganda tuvo una influencia marcada e importante, también lo fue en el ambiente en el cual Alemania se encontraba inmersa, su cultura, su estructura social y su modo de pensar de la población alemana como su historia.

Wilhelm Reich analiza los sentimientos y las emociones del ser humano como la historia social y cultural que determina el modo de actuar del pueblo alemán, realiza un análisis sumamente profundo del acto de mando y obediencia del líder nazi.

La clase obrera alemana acaba de sufrir una gran derrota, y con ella, todas las fuerzas progresistas, revolucionarias, generadoras de cultura, que persiguen los ya antiguos objetivos de liberación de la humanidad trabajadora<sup>177</sup>.

---

<sup>177</sup> Wilhelm Reich, *Psicología de masas del fascismo*, Madrid, Editorial Ayuso, 1972., p. 7.

La sociedad alemana sufre una derrota con la pérdida de la guerra, el nacionalsocialismo toma en serio la poca credibilidad de la sociedad frente a sus instituciones democráticas e impone un nuevo orden con el movimiento fascista. El nacionalsocialismo radica en la creencia que los líderes nazis, tenían un poder divino, un poder sobrenatural, que solo ellos, podían salvar al pueblo alemán de la miseria, Hitler en verdad creía poder liberar a Alemania de todos sus males.

La realidad mostraba que la crisis económica había llevado en realidad a una evolución hacia la extrema derecha de la ideología de las capas proletarizadas y de aquellas otras que se habían sumido en una miseria más profunda que nunca<sup>178</sup>.

La crisis económica fue una de las causas principales de la propaganda nazi, pero también uno de los ambientes más propensos y determinantes por los cuales las personas se dejaron llevar por esta propaganda sesgada de mentiras y cargas emocionales hacia el individuo.

El marxismo afirma que la ideología y la consciencia de los hombres están determinadas única e inmediatamente por el ser económico<sup>179</sup>.

Es por eso que la crisis económica fue tan importante para que el nacionalsocialismo pudiera controlar e infundir una ideología dominante. Hitler utilizó la psicosis social, se refería a las masas con una seguridad irrefutable, los convencía que creyesen en él, exponía los grandes avances de su movimiento y de la grandeza de su persona. Hitler por lo tanto utilizó la ilusión para el convencimiento de las personas, transformó la realidad al servicio de sus deseos.

Los hombres están sometidos a sus condiciones de existencia de dos maneras: de manera directa, por la repercusión inmediata de su situación económica y social, y de manera indirecta, por la estructura ideológica de la sociedad. El trabajador, por ejemplo, está sometido tanto a su situación de clase como a la ideología general de la sociedad burguesa<sup>180</sup>.

---

<sup>178</sup> Wilhelm Reich, *op. cit.*, p 18.

<sup>179</sup> *Ibid.*, p. 26.

<sup>180</sup> *Ibid.*, p. 30.

Es por eso que afirmamos al igual que el autor Wilhelm Reich que el trabajador, el individuo y la población alemana estaban determinadas en su acción como en su ideología en su situación económica, en Alemania se afirmaba la crisis económica, Hitler tan solo supo llevar los sentimientos de rencor, ira y desesperación a su movimiento.

Los paros de labores surgidos en Alemania dentro de los sindicatos, los trabajadores que en pocos días quedaron sin empleo, salieron de sus casas a conseguir comida para sus familias, esto implicaba incluso robar, las dos situaciones antes descritas sucedieron por una misma causa, la crisis económica.

A continuación daremos a conocer porque el individuo tanto en sociedad como ser individual fue sometido por el autoritarismo fascista nazi, y porque el individuo se volvió obediente ante los mandatos descabellados del nacionalsocialismo.

La inhibición moral de la sexualidad natural del niño, cuya última etapa está constituida por los graves perjuicios causados a la sexualidad genital, le hace ansioso, tímido medroso ante la autoridad, obediente, en el sentido burgués; correcto y bien educado<sup>181</sup>.

El autor expone que desde el nacimiento, el individuo se encuentra al servicio de los intereses económicos de una minoría, la pequeña pero sustanciosa burguesía, se encarga de restringir y reprimir la sexualidad del hombre, al servicio de esta clase se encuentra la religión, que extirpa el placer sexual para convertirlo en algo malo, perverso.

La represión de la satisfacción de las necesidades puramente materiales produce un resultado distinto que la represión de las necesidades sexuales. La primera empuja a la revuelta, pero la segunda, desde el momento en que somete las exigencias sexuales a la represión, que las sustrae de la consciencia y que se fija interiormente en la forma de defensa moral, la segunda impide la realización de la revuelta que tiene su origen en las dos formas de represión. Del mismo modo la prohibición de la revuelta es igualmente inconsciente<sup>182</sup>.

---

<sup>181</sup> *Ibíd.*, p. 45.

<sup>182</sup> *Ibíd.*, p. 46.

La explicación del autor se basa en el sentido de la represión de la clase burguesa, controladora de la sexualidad del ser humano, esa misma fuerza represiva hace una doble función; por un lado vuelve al individuo apolítico y distante de los procesos y acontecimientos políticos y por el otro vuelve al individuo un reaccionario político, pasivo y distante de los procesos de cambio.

El efecto del militarismo, el efecto sexual del uniforme, el efecto de excitación erótica de los desfiles, el carácter exhibicionista del aspecto militar<sup>183</sup>.

Hitler y el nacionalsocialismo se fundamentaron en aspectos visuales, su propaganda se basó en la atracción ocular, el uniforme nazi, militar, fue decidido desde una perspectiva de mando, de fuerza, el efecto de poderío fue el objetivo a mostrar por el joven político radical.

A continuación se tratara de dar una explicación psicológica de la obediencia del pueblo alemán hacia un líder carismático pero autoritario, y porque tuvo en su momento tanta aceptación, además de una justificación por parte del pueblo alemán hacia políticas violentas en contra de judíos, comunistas o cualquier otro miembro de la población al no seguir instrucciones dirigidas por Hitler.

Wilhelm Reich, se basa en la teoría que el gobierno, la estructura del Estado se encuentra basada en la estructura social de la familia, la familia como parte fundamental del Estado.

En primer lugar, la posición del padre en el Estado y en la economía se refleja en su comportamiento patriarcal respecto al resto de la familia. El Estado autoritario ésta representado en la familia por el padre: por ello la familia se convierte en el instrumento máspreciado de su poderío. Esta posición del padre refleja su papel político y aclara la relación de la familia con el Estado autoritario<sup>184</sup>.

Esta relación puede esclarecernos más las conductas que se derivan de una actitud sumisa por parte de los alemanes frente a dirigentes fuertes o autoritarios, Hitler por su parte ofrecía poder, fuerza, desarrollo y grandeza a cambio de la sumisión social y política por parte de los gobernados, los parados, obreros y en especial la clase

---

<sup>183</sup> *Ibíd.*, p. 48.

<sup>184</sup> *Ibíd.*, p. 74.

media al escuchar pan y trabajo aceptaron con facilidad la oferta política. Sin considerar las consecuencias, el costo político, social, económico y nacional que éste tendría, Alemania había hecho un contrato para la devengada segunda guerra mundial.

La relación que existe entre el padre e hijo es de sumisión, se convierte en una actitud pasiva y de obediencia, lo mismo sucede cuando el hombre se encuentra frente a dirigentes políticos autoritarios, Hitler reencarno el personaje de padre en la nación alemana, llegó a ser la figura paternal, severo, pero también protector y representativo.

Como se expuso anteriormente la idea de la estructura del Estado basado en la familia, también la madre tiene un importante papel en la estructura social.

Lo que actúa en el centro del nexo familiar es el nexo con la madre. Las representaciones de la patria y de la nación son, en su núcleo subjetivo afectivo, representación de la madre y la familia. Para la burguesía la madre es la patria del niño, y la familia su nación en miniatura<sup>185</sup>.

En la idea antes planteada por el autor podemos verificar el análisis psicológico que realiza del pueblo alemán y del individuo, la madre es representada por los individuos como lo más profundo de sus emociones y de sus sentimientos, es la representación de la unidad familiar, de la organización estructural de una sociedad de padre, madre e hijos. Es el principio de una fuerza organizativa llamada familia, la familia en sí conforma la sociedad y la sociedad le da vida al Estado, en este mismo orden de ideas Hitler y el nacionalsocialismo llamaban a los soldados a luchar por la madre patria, por la madre alemana.

El fascismo se insertó en Alemania como ya lo hemos planteado por la catástrofe de la primera guerra mundial, el Tratado de Versalles, la república de Weimar endeble y frágil además de admitir que Alemania en ese momento surgieron buenos oradores para promover una política violenta como racista.

El fascismo, ideológicamente es el coletazo de una sociedad agonizante tanto desde el punto de vista sexual como económico<sup>186</sup>.

---

<sup>185</sup> *Ibíd.*, p. 79.

<sup>186</sup> *Ibíd.*, p. 83.

La propaganda nazi como principio es la utilización de todos los medios para servirse de ellos hasta conseguir el poder, y por supuesto sin escrúpulos, prometía todo a todo el mundo.

Analizamos uno de los autores que profundizó las emociones, los sentimientos, causas de la cultura del individuo alemán, se pretendió dar una explicación sobre la identificación de la población frente al movimiento nacionalsocialista y principalmente frente al líder nazi.

El nazismo utilizó a los medios de comunicación para subir al poder y mantenerse en él. En la actualidad los medios de comunicación de masas o mass media no se utilizan de diferente manera, o quizá de una manera más inescrupulosa, los candidatos políticos utilizan a los medios de comunicación para su llegada al poder y su estancia en el mismo, la publicidad, los líderes de la opinión pública, los líderes políticos, se sirven de este medio para manipular las acciones consumistas o políticas de los individuos.

Es claro que los mass media no son utilizados únicamente para la manipulación de las personas, también son utilizados para dar a conocer los perfiles de los candidatos políticos, las propuestas políticas y la opinión frente a la realidad nacional, ya que éstos son aspectos fundamentales para la democracia, la democracia entendida desde el punto de vista que la población debe estar informada, por quienes o por quien va a votar, pero en éste caso se trata del nacionalsocialismo, donde no hubo un uso moral de la información.

Los mass media constituyen un importante sector industrial, un universo simbólico objeto de consumo masivo, una inversión tecnológica en continua expansión, un terreno de enfrentamiento político, un sistema de mediación cultural y de agregación social, una manera de pasar el tiempo<sup>187</sup>.

Los medios de comunicación son un importante fuente de información, como el periódico, no solo eso, es una fuente de entretenimiento, como la radio y el cine o como lo expusiera el autor Mauro Wolf en su libro, *La investigación de la comunicación de masas*, en cualquiera de estas directrices, los medios de comunicación de masas como

---

<sup>187</sup> Mauro Wolf, *La investigación de la comunicación de masas*, España, Ediciones Paidós, primera edición, 1987., p 35.

su nombre mismo lo expone, llega a millones de personas, en la cual a través de la diversión o la información se puede insertar en el individuo la formación política que el dueño de los media desee.

La propaganda se define desde el punto inicial como final, con la persecución de un interés político, el nazismo no sólo controló la esfera política, sino también manipuló la esfera social, cultural de entretenimiento y hasta privada del individuo, fue por eso que en la presente investigación se retomaron a analistas de los mass media para poder comprender el control de Alemania bajo el yugo psicológico del Estado nacionalsocialista.

Ante los medios de comunicación nadie escapa a sus efectos, las personas utilizan cualquier medio comunicativo para relajarse, para entretenerse, para pasar el rato, para comunicarse o como un medio de aprendizaje, la radio, el periódico, los carteles, las películas, los libros, todos esos medios comunicativos tienen una carga persuasiva, poco después que el nazismo tomara posesión del Estado alemán por si solos y por naturaleza, los medios comunicativos y todos en general tienen por mecanización, una carga persuasiva, sí existe algo claro en los medios de comunicación es que no son objetivos.

En todo decir hay un emisor y un receptor, los cuales no son indiferentes al significado de las palabras<sup>188</sup>.

Los nazis revolucionaron los medios de comunicación, la propaganda fue el principal instrumento de ataque del partido nazi, los mass media fue su fundamento principal para atraer a esa masa entregada a los más viles intereses de un grupo de políticos sin prejuicios, sin principios morales, los medios de comunicación de masas en la Alemania nazi llegaron para provocar la Segunda Guerra Mundial.

Mauro Wolf, define la importancia de los mass media frente a la sociedad.

Instituciones que desarrollan una actividad clave consistente, en la producción reproducción y distribución de conocimiento, modela nuestra percepción del mismo y contribuye al conocimiento del pasado y a dar continuidad a nuestra comprensión presente<sup>189</sup>.

---

<sup>188</sup> José Ortega y Gasset, *op. cit.*, p. 10.

Los medios comunicativos tienen una fuerte influencia en la cultura de las naciones, ya sea que modelen, cambien o quiten la historia para insertar una nueva que sea menos revolucionaria en ideas y conocimiento.

Los medios de comunicación en manos de los nazis fue la intención de propiciar un pensamiento nacional acorde a los intereses del movimiento, rescatar la cultura nacional de la fuerza y el autoritarismo del Estado alemán, guiando los patrones de conducta social.

Los mass media en su carácter de entes informativos, comunican a la población mediante diferentes medios, el individuo se vuelve meramente un destinatario pasivo de los procesos comunicativos, no participa activamente en el proceso informativo, el único espacio de participación que obtiene es el de receptor.

Cuando la comunicación es manejada, con base en los intereses del informador o del sector que representa, llega distorsionada o incompleta al individuo, alejándolo de la realidad cotidiana en que se desenvuelve<sup>190</sup>.

La función de los mass media es informar, educar, animar y entretener; el grupo o el individuo que detenta el poder sobre ellos, posee la manipulación entera de un pueblo sobre sus ideales, cultura o modo de pensar. Hitler y Goebbels sabían del proceso comunicativo, al llegar al poder se instauró el Ministerio de Propaganda para el control total del poder de pensamiento.

Los medios de comunicación contribuyen a la formación de la cultura nacional de un Estado, la información percibida por el destinatario en el proceso comunicativo es elaborado y reelaborado por el emisor para formar una nueva visión del presente, de la historia, de la política o del modo de pensar en general de toda una población.

Los mass media no son portadores del conocimiento real que es una forma de acceso al poder, sino son portadores de la manipulación del conocimiento. La clase dominante o los detentores del poder de los media que vendrían siendo lo mismo,

---

<sup>189</sup> Mauro Wolf., *op. cit.* p. 16.

<sup>190</sup> *Políticas y sistemas nacionales de comunicación social*, México D.F, Editorial coordinación general de comunicación social presidencia de la república, 1981., p. 14.

imponen la manera de actuar, de observar la realidad ya que emiten los mensajes y manejan la información de acuerdo a la dominación psicológica y sumisión material.

En ese mundo de lo cotidiano, el papel del andamiaje jurídico institucional reproductor de la ideología dominante, cuyos instrumentos más eficaces lo constituyen los medios de comunicación de masas<sup>191</sup>.

Se tomó en cuenta éste libro porque sí bien es cierto; la propaganda como los medios de comunicación tratan de manipular a la sociedad valiéndose de cualquier medio comunicativo, en éste caso Ariel Dorffman y Armand Mattelart se refieren a las historietas que Disney hace para los niños, en este trabajo no nos referiremos a las historietas, ya que el nazismo no uso este medio de comunicación para acercarse a los niños, sino el objetivo es el mismo, según dichos autores, los nazis manipularon la mente de los niños mediante la toma absoluta de las escuelas y así poder controlar su formación social y mental.

Nuestra labor es comprobar las posibilidades por las cuales los medios de comunicación controlan y manipulan por diferentes medios a una sociedad.

Hitler y el nazismo tomaron el control de las escuelas para obtener la misma finalidad. El control y la manipulación de las mentes para evitar una revolución en contra del orden establecido, posteriormente se formarían las Juventudes hitlerianas.

El mejor ejército que se puede crear es la formación mental de soldados desde su nacimiento hasta su muerte, los medios informativos realizan programas especiales para la manipulación del crío, el niño por su constitución biológica es manso, no tiene maldades, rencores u odios como los tiene el adulto, no tiene preferencias políticas, se basa en un mundo de felicidad, fantasía e ilusión, éstas fantasías e ilusiones son enmarcadas una y otra vez por los medios comunicativos ya que los mensajes destinados para ellos tienen una carga emocional de control mental, ése espacio natural del niño es violado con mensajes persuasivos, así el individuo aceptara su rol de dominado dentro de la esfera social y política sin ningún aspecto revolucionador.

---

<sup>191</sup> A. Dorffman, A. Matterlart, *Para leer al pato Donald comunicación de masas y colonialismo*, Chile, Editorial siglo veintiuno, 1972, primera edición., p. 5.

Los medios de comunicación detentan un poder inmensurable, algunos autores lo nombran el cuarto poder, los poderes del Estado ejercen un poder coercitivo, si no se respeta la constitución de cualquier país, sí se viola la ley o no se respetan las normas, se utiliza la fuerza pública.

La coerción se basa en el uso y abuso de la fuerza pública hacia el individuo o la colectividad que ha incumplido con las reglas sociales o políticas existentes en una nación.

Los medios de comunicación social su última instancia que tienen es, recurrir a la coerción, los mass media no utilizan la fuerza pública, porque no tienen necesidad, sino le da espacio a la esfera de lo mágico, de la tranquilidad, de la paz y la armonía, éstas características tan solo las inventa.

Hitler siguió desde un principio su ideología fascista, nunca mintió en los hechos y las acciones que tendría el Estado alemán de ganar las elecciones, sin embargo, tanto la sociedad como la clase política y empresarial nunca imaginaron la atroz historia que dejaría el líder nazi para Alemania.

Hitler desde sus discursos como en su libro, siempre propugnó por un Estado alemán fuerte, omnipresente en todos los estratos de la vida pública, con una jerarquía política piramidal con una sociedad obediente, sumisa, disciplinada en su condición de dominados.

Los que están abajo, deben ser obedientes, sumisos, disciplinados, y aceptar con respeto y humildad los mandatos superiores. Los que están arriba, ejercen la coerción constante: amenazas, represión física y moral, dominio económico<sup>192</sup>.

Matterlart y Dorfman, se refieren al Estado capitalista que representan los medios de comunicación, aquí nos referimos al Estado fascista que Hitler inició en su carrera política hasta llegar a la cancillería y por medios más dominantes poder mantenerlo hasta el final de su vida, el capitalismo como el fascismo utilizan los medios de comunicación para conducir los destinos de una nación a intereses políticos y económicos de una cúpula, ya sea política en el fascismo o económico en el capitalismo.

---

<sup>192</sup> A. Dorfman, A. Matterlart., *op. cit.*, p. 29.

Los mass media al tener el control de la comunicación frente a la sociedad, se refieren a ella como el pensamiento psicológico de un niño y los tratan como tal, realizan un sinnúmero de tretas psicológicas para mantener al individuo en constante dominación.

La propaganda como los mass media juegan el principio del sensacionalismo, juegan el papel del impresionismo de la noción e imagen, a nivel psicológico a los seres humanos les llama más la atención la fantasía que la realidad misma, o bien, la realidad con éstos tres factores son combinados.

En el momento que la sociedad consume e inicia el vínculo informativo con la radio, el periódico, las películas, los carteles, todos los días está siendo manipulada para después ser controlada por los efectos de los media.

Hitler en carácter de líder e instaurador del fascismo en Alemania, se encargó primeramente de tener en su poder todos los medios de comunicación existentes, nada escapaba a su control, Hitler y Goebbels sabían que con los medios de comunicación a su lado, obtendrían el control mental del individuo y así el control de sus acciones.

Goebbels en todo momento pregonaba a través de todos los medios de comunicación a su alcance, el *Führer* va a reunificar al país y a pacificar al pueblo con esperanza y prosperidad para la nación, siempre tenía en mente dejarle a la población la ilusión del imperio alemán.

El nazismo instaurado en el poder, creó una nueva mentalidad en las generaciones juveniles. Fueron "*vehículos de colonización intelectual*", concepto de Armand Mattelart, controlando vehemente las escuelas y la educación mental de los niños.

En la propaganda como en los mass media, el fin no es dar a conocer la realidad social ya que la verdad no importa, sino la apariencia.

El nacionalsocialismo revolucionó el uso de los medios de comunicación en la era contemporánea, los mass media guían la estructura familiar, la institución de la familia se ha corrompido con éstos medios comunicativos tan sofisticados, han sembrado mentiras, ilusiones y fantasías dentro de cada individuo, convirtiendo a las sociedades en discípulos de sus objetivos. Es así como los mass media controlan la realidad.

La comunicación puede auxiliar en la construcción de una estructura nacional, modernizar y politizar a las masas. Los dirigentes pueden utilizarla de modo instrumental, para aumentar la conciencia política, centrar la atención en los problemas nacionales, crear un sentido de unidad nacional<sup>193</sup>.

La idea antes presentada es el deber ser de los medios de comunicación, pero siempre es una élite o un individuo que obtiene el control de los medios informativos, éste en todo caso los utiliza con fines personales o de grupo, fue el caso del nazismo.

La comunicación construye el espacio social y político, los mensajes se vuelven un puente comunicativo para la sociedad, se politiza a las masas de una manera inconsciente, es decir solo se muestran los lados convenientes para los líderes políticos o para los dueños de los medios comunicativos, se concientiza a las masas políticamente mostrando solo algunos temas del abanico político, no se muestra la realidad política o social, sacan a la luz pública algunos problemas nacionales, promueven en algunos casos el sentimiento de unidad nacional.

Hitler ante la opinión pública nacional mostraba el resentimiento y el rechazo en contra de los judíos, nunca mostró o dio a conocer los experimentos que realizaban con estas personas, ante la opinión pública internacional, no se dieron a conocer los campos de concentración o la vida mísera del judío, Goebbels escondía la suntuosa vida del *Führer*; ante la población era un dirigente sencillo, humilde, apacible pero la realidad era distinta, Hitler gozaba de grandes lujos y de una perversidad inmensurable, los medios de comunicación se encargan de esconder, manipular o cambiar parte de la realidad, esa es su función y la cumplen a la perfección.

La información y las noticias fluyen para enterar a la población de lo que acontece políticamente, económicamente o socialmente, en lo nacional y en el plano internacional, la colectividad social realiza su propia opinión de los acontecimientos presentados.

La realidad social puede estar detrás de las noticias presentadas y de la información otorgada al público, o sea, la información puede ser truqueada, es decir, manipulada exhibiendo sólo una parte de los hechos reales.

---

<sup>193</sup> *Políticas y sistemas nacionales de comunicación social., op. cit., p. 14.*

En una sociedad quien se encuentre dotado de la fuerza comunicativa, como el nazismo en Alemania, es dueño de producir la vida, tiene el poder para producir las ideas, el modo de pensar dentro de la opinión pública, el modo de actuar de una nación, en pocas palabras tiene en su poder el sentido del mundo. La vida cotidiana se torna un escenario de dominación y de sentimiento social, nos referimos a una visión donde el Estado domina como principio monopólico los medios de comunicación como lo es el fascismo.

La propaganda es utilizada a través de los diversos medios de comunicación para justificar actos terroríficos como violentos, como pasará en el año de 1934, el pogromo ordenado por Hitler, una noche de asesinatos políticos para apoderarse de la estructura total del partido nacionalsocialista NSDAP, asesinando a su propio camarada Ernst Rohm mejor conocido como “La noche de los cuchillos largos” o en 1938 de igual manera, un acto violento por parte de las tropas de asalto las S.A, en contra de comercios judíos, mejor conocido como “la noche de los cristales rotos” o la quema del parlamento alemán, el Reichstag.

La propaganda fue utilizada para la manipulación de la información, los acontecimiento por parte del nazismo se controlaron para su justificación y para su ataque. Cada miembro del público de masas es personal y directamente atacado por el mensaje.

En Alemania se encontraba un debilitamiento en los vínculos tradicionales de la familia a causa de la crisis económica y política por la pérdida de la guerra, donde Alemania calló como potencia hegemónica del continente europeo. Los vínculos familiares, sociales y religiosos estaban resquebrajados, la realidad contribuyó a debilitar el tejido conectivo de la sociedad, disminuyó las conexiones sociales humanas, los mass media atrajeron a las masas con su poder alienador, el nazismo se encargó de ello.

Adolf Hitler despreciaba a las masas, para el líder nazi o para cualquier líder político, ¿qué sector de la sociedad es más susceptible de manipular mediante la propaganda? Claro está, las masas fueron el primer objetivo a alinear al partido o a su ideología tan precaria como la economía alemana, el hombre masa es lo que abunda en este mundo, según la idea de Ortega y Gasset.

Hitler al igual que el filósofo y ensayista español creyeron que las masas en si debían ser dirigidas, ya que al fin son un simple rebaño, nuestro deber creía Hitler es guiarlos hacia el camino del progreso moral, que es el mejor camino para la nación. El mejor camino creyó siempre el líder nazi, es el de los objetivos del movimiento nacionalsocialista, en palabras de José Ortega y Gasset *“las masas por definición no deben ni pueden dirigir su propia existencia”* deben dar ese privilegio a la clase instruida, a los pocos, darles paso a los cultos a los educados, a los capaces que se diferencian de todos, la sociedad encontró quien dirigiera su destino, el personaje político fue Adolf Hitler.

El nacionalsocialismo en sus discursos como en el uso de los medios de comunicación, observó un caldo de cultivo en las masas para sus filas y para el triunfo electoral, como primera instancia, en segunda plano las víctimas fueron los jóvenes. Por esa razón la propaganda del nacionalsocialismo se construyó para las masas, a Hitler no le importaba persuadir a la comunidad universitaria que no fueran jóvenes, no le interesaban los intelectuales en el grueso de su movimiento ni como asesores del mismo.

Hitler y Goebbels sabían que la guerra política o bélica se triunfa con los fuertes medios de agresión y no con los medios de defensa, fue por eso que atacó incesantemente a judíos y a comunistas hasta desterrarlos del país o tener el control sobre ellos, la propaganda fue su fiel aliado para ganar la batalla de la información.

Mussolini inventó el fascismo y Hitler lo perfeccionó, los dos tiranos pensaban de la misma manera con referencia al poder del Estado, *“todo por el Estado, nada contra el Estado.”* El fascismo para Gasset fue un movimiento típico de un hombre masa que se dejó llevar por hombres que decían tenían la verdad absoluta para no esforzarse en pensar, en actuar o en el progreso intelectual que les exigía la precariedad en la cual se encontraba la nación alemana, todo su destino individual o social la dejaron en manos de dos movimientos en esencia extremistas y violentos.

Las masas se entregaron en cuerpo y alma al líder nazi, a cambio el líder nazi se entregó a las masas en cuerpo y alma, en los discursos pronunciados por Hitler, el líder

actuaba como si fuera una obra de teatro, pronunciaba una y otra vez la desgracia de Alemania, lamentaba la pérdida de una gran potencia, de una gran nación.

Las masas se aglutinaban solo para escuchar a este orador tan violento en sus movimientos y tan precavido en sus palabras, o bien el cuerpo del partido nazi realizaba actos propagandísticos de puerta en puerta, mítines, la entrega de trípticos o volantes para adquirir más porcentaje en número de miembros al partido, así el partido fue acrecentando a sus propagandistas, las masas en poco tiempo apoyaban al movimiento lleno de violencia e ira, como sus miembros, Hitler tan solo fue un psicólogo social, expulso la ira y el coraje que tenían dentro la población y la expulsó hacia sus propios fines.

La propaganda debe insertar un estímulo al individuo, el estímulo debe tener una reacción por parte del receptor ya sea positivo o negativo, si la propaganda realizada no obtiene ninguna reacción de la persona, quiere decir que no se está llevando a cabo los fines propagandísticos.

Los medios de comunicación atacan al individuo desde diferentes sentidos del cuerpo humano, es una especie de sistema nervioso, atacan al ojo con imágenes, al oído con cantos, canciones partidistas o gritos con consignas. La propaganda y los medios de comunicación pueden atacar al individuo fácilmente, ya que el ser humano tiene una escasa relación interpersonal con sus semejantes, los medios de comunicación pueden atacar las veinticuatro horas del día, mientras el individuo se levanta, está trabajando, en la escuela o en extrema relajación, en todos los movimientos cotidianos de las personas los mass media se encuentran presentes.

Mauro Wolf formula algunas premisas importantes sobre los procesos de comunicación de masas:

- a) Dichos procesos tiene un emisor activo que produce el estímulo y una masa pasiva de destinatarios que atacada, por el estímulo reacciona.
- b) Está se encuentra en relación sistemática con el contenido del mensaje. El análisis del contenido se propone como el instrumento para inferir los objetivos de manipulación de los emisores a una transformación, a una modificación de comportamientos de actitudes u opiniones<sup>194</sup>.

---

<sup>194</sup> Mauro Wolf, *op. cit.*, p. 31

Los mensajes obtienen estímulos directos por parte del emisor hacia el destinatario, las personas que reaccionan a dichos estímulos tienen características específicas entre sí, es por eso que la propaganda se sectoriza, se elabora para cierto grupo de individuos, para que estos reaccionen de acuerdo a personalidades específicas.

La teoría de los mass media consiste en el análisis y estudio de los efectos de los medios de comunicación en situaciones de campañas electorales, informativa, propagandista o publicitaria. Los propagandistas analizan la información de una manera tal para conseguir los efectos deseados programados por el emisor, las personas deben reaccionar ante el contenido informativo realizado.

El emisor analiza la información a proyectar, se debe saber que el mensaje no está destinado a todo el público, sino es enfocado a un sector importante de la sociedad, mujeres, adolescentes, estudiantes, obreros, amas de casa etc. El tema a proyectar debe ser repetitivo, la información explotada una y otra vez, despierta el interés del receptor hasta el deseo de saber más y adentrarse en el tema.

Los mass media estudian las exposiciones selectivas por las cuales la población o algunos sectores poblacionales son más susceptibles al recibir el ataque del mensaje, existen grupos más susceptibles a ser alcanzados por la radio o por la prensa.

Es indispensable conocer las preferencias de cada grupo poblacional frente a sus exigencias, gustos o preferencias. Los efectos potenciales deben estudiarse en diferentes directrices, como por ejemplo, ¿quién escucha la radio, y por qué, quien lee cierto periódico o diario y por qué? después se analiza qué efectos tiene cada uno de los destinatarios del mensaje que fue alcanzado, ya sea por la radio, por el periódico o por cualquier otro medio informativo.

Existe el efecto de asimilación, cuando el individuo percibe que la ponencia del líder de la opinión pública o de cualquier medio no es tan diferente a la suya, se siente identificado, confortable ya que siente que le está comprendiendo en sus problemas cotidianos o simplemente comprende su punto de vista. Las condiciones de los mass media frente a las personas o a la población, es el punto de inflexión, debe conocerse a los destinatarios del mensaje para conocer sus puntos de vista como sus deseos.

La selectividad por parte de los mass media para que la población obtenga una retención del mensaje debe ser examinada precedentemente. Las personas memorizarán los mensajes solo o sí se sienten identificados con la opinión, la información o tienen mucho conocimiento sobre el mismo.

Wolf describe cuatro factores del mensaje:

- a) la credibilidad de la fuente
  - b) el orden de las argumentaciones
  - c) la exhaustividad de las argumentaciones
  - d) la explicación de las conclusiones<sup>195</sup>.
- 
- a) De preferencia se debe utilizar la misma fuente para repetir una y otra vez el mensaje deseado, si se cambia constantemente la fuente pierde credibilidad, las personas automáticamente relacionan la fuente con el mensaje o el mensaje con la fuente.
  - b) Los mensajes dirigidos con las mismas explicaciones pero con diversidad de fuentes, pierden fuerza e identificación del mensaje.
  - c) Mauro Wolf habla del efecto "*primacy*" si se comprueba una mayor eficacia de los argumentos iniciales, o del efecto "*recency*" si resultan más influyentes los argumentos finales<sup>196</sup>.

El individuo tendrá una mayor retención del mensaje si los argumentos se encuentran al principio, solo si el individuo no tiene conocimiento del tema. Si tiene conocimiento del tema habrá una retención del mensaje si los argumentos se encuentran al final.

Los mensajes son destinados a diferentes causas o sentimientos, en un conflicto bélico para darle ánimos, esperanza y fuerza espiritual al soldado, se puede argumentar en primera instancia, la fuerza interna del ejército, la superioridad en el armamento, en estrategia etc. El mensaje es para que el ejército combatiente no se desanime y confié en su fuerza, estamos hablando del efecto "*primacy*".

El segundo mensaje es dirigido a los soldados con el argumento que la guerra durará más tiempo de lo esperado y que los soldados no podrán regresar a sus casas

---

<sup>195</sup> *Ibid.*, p. 45.

<sup>196</sup> *Ibid.*, p. 47.

en el tiempo previsto, el primer mensaje es que cada uno de los combatientes tenga ánimo, seguridad y confianza del triunfo, el segundo es para insertarles incertidumbre, presión e intimidación. El ejército no se confiara y luchara con más fuerza de la debida. Estamos hablando del efecto “*recency*”.

Los mass media son utilizados por los individuos que pretenden influir sobre la población para fines personales o de un grupo selecto que tiene el poder de la mediatización, en cualquier orden quien detente los mass media o se sirva de ellos, pretende influenciar o persuadir a los individuos para un cierto fin.

Una de las tareas esenciales de los mass media es manipular al público. La influencia y la persuasión que tienen éstos en las personas, exigen conocer al espectador, exigen la familiarización y la intimación psicológica de su público. Hitler fue un psicólogo de los individuos ya que manipulaba a las masas en lo más recóndito de su ser.

Los líderes políticos como los líderes de opinión obtienen un grado importante en la comunicación, si bien es cierto las personas están tan familiarizadas con los medios informativos que creen lo que el periódico de su preferencia les dicta, su estación de radio, su locutor favorito o el líder político de su preferencia, los partidos políticos en ocasiones utilizan a los líderes de opinión, para convencer al público de su línea política.

Los líderes de opinión se distinguen del individuo común porque son individuos interesados en temas específicos y están dotados de conocimientos del mismo.

Los líderes de opinión representan a una gran parte de la población que presta mayor interés en las cuestiones políticas, sociales o económicas, es más activa en los procesos políticos, tienen una formación política, no pueden prescindir de los hechos nacionales, dichos individuos darán su confianza a los líderes de opinión, así se ejerce una influencia importante sobre un electorado en campañas políticas o alguna tendencia partidista en tiempos de paz electoral.

Algunos personajes de los mass media llámense líderes de opinión, jefes políticos, son emergidos por los medios comunicativos como productos psicológicos perfectos y no como productos de relaciones sociales, es decir, los personajes públicos antes descritos tienen la capacidad para no equivocarse, son perfectos, agraciados,

admirables y portan la verdad absoluta, es una cuestión falsa que no entra en la realidad común de cualquier individuo que se encuentre en sus cinco sentidos.

Los representantes de los medios de comunicación llegan inclusive a suplantar al poder político, en acepciones como voceros nacionales, los emisarios de la verdad y portadores de la información. Si bien es cierto que los medios de comunicación de cierta manera tienen mas contacto con la ciudadanía que los poderes políticos del Estado, el gobierno en ciertas ocasiones se torna ajeno a los intereses de los gobernados.

El periódico y la radio son medios comunicativos que diariamente se encuentran en contacto con su público, las personas interesadas en las noticias utilizan frecuentemente estos medios de difusión para enterarse de las noticias u otro acontecimiento de gran importancia, ya sea nacional o internacional, inclusive como un medio de entretenimiento.

Los lectores informativos en los periódicos y las personas interesadas de las noticias en la radio, perciben y toman la información ofrecida por los medios comunicativos como real y verídica. Los actores o voceros comunicativos llegan a suplantar al político por el contacto a diario con la población.

Procedimiento de análisis de los mass media; Se siguen tres direcciones.

1. Efecto de activación
2. Efecto de reforzamiento
3. Efecto de conversión<sup>197</sup>.

1) En el primer efecto; se busca asegurar la convicción de la persona hacía la postura del propagandista, el individuo o las personas no están ni en desacuerdo ni de acuerdo con el partido político o con el candidato del partido, son votantes indecisos, se trata de convencer y hacer efectivo el voto.

2) En el segundo efecto, de reforzamiento; se trata de que el votante ya que ha escogido una tendencia política, un partido político o un candidato, no cambie de opinión en la medida del paso del tiempo o con otras sugerencias

---

<sup>197</sup> *Ibid.*, Pp. 56, 57.

políticas, se trata que escoja al candidato previsto y que lo siga hasta el final de la campaña.

3) El tercer efecto, de conversión; las personas que se interesan más por las noticias, que buscan la información por cualquier medio de comunicación para enterarse de las campañas electorales, de los candidatos son los que están definidos electoralmente, las personas que menos consumen dentro de los medios de comunicación, son los individuos que menos interesados están y por lo tanto son más susceptibles de cambiar su opinión frente a los candidatos, a éste sector poblacional se busca para manipular su voto o su opinión.

Los mass media saben los efectos de la comunicación interpersonal, es de mayor efecto, la persona a abordar encuentra menos resistencia, su labor será llevar hasta ellos la voz de la verdad, persuadir mediante diferentes tretas psicológicas, hasta el engaño al destinatario, en cambio con los mass media es imposible observar el cambio de interés del individuo.

En los mass media como en la propaganda el primer factor que se utiliza es la manipulación para después llegar a la persuasión, la última instancia es hacer valer la influencia.

Los medios masivos reafirman los valores, los conocimientos y la cultura de una nación. Hitler y su partido cambiaron radicalmente el modo de pensar y el comportamiento de la población, ya que el ansia de poder, la instauración de Alemania como imperio, el desprecio a la raza judía y a la democracia ya existían. Hitler tan solo supo llevar a la práctica lo que algunos alemanes por muchos tiempo deseaban; Un Estado con mano fuerte y acciones de hierro, sin libertad de expresión, sin libertad de prensa, con supresión de poderes estatales a un solo individuo, sin oposiciones partidistas, al fin una dictadura, pero sin pobreza, con estabilidad económica, con un fuerte desarrollo económico y un progreso industrial nacional, Hitler y el nacionalsocialismo se los concedió.

El objetivo principal de los medios masivos es convencer, persuadir y manipular los deseos de los votantes o las acciones de la población con fines personales. Una de las tareas del emisor que detenta el poder de los medios de comunicación es,

entretener, de esa forma en un tiempo determinado se podrá moldear los pensamientos y las actitudes de la población en su conjunto.

Las personas desean en la mayor parte de su tiempo libre el entretenimiento, las noticias diarias causan preocupaciones, estrés, ansiedad e inquietud, los problemas a diario por parte del individuo en el trabajo, en la casa, principalmente los problemas económicos terminan por hastiar al individuo en su vida diaria o hasta en las relaciones interpersonales y en el tejido social o familiar, el hombre común al evadirse con el entretenimiento se olvida de sus problemas personales.

El nazismo utilizó los medios de comunicación de modo constructivo para el fortalecimiento del Estado nazi, se contribuyó a un ambiente favorable y de construcción política, favoreciendo al desarrollo de la aceptación alemana frente a las acciones violentas en contra de judíos o de cualquier grupo que estuviese en contra de las políticas fascistas.

Los medios de comunicación tratan de atraer al mayor número posible de oyentes, lectores o espectadores, aun después de que el nacionalsocialismo tomara posesión del gobierno alemán, Hitler y su estructura en el poder, realizaban desfiles y asambleas en las cuales se realizaba todo el rito y la parafernalia necesaria para impactar a la sociedad de su poder y convencimiento.

Lo que el público deseaba era relatado por Hitler, un demagogo en todo los sentidos de la palabra, se dirigía a todos los sectores de la población no en un mismo discurso, sino cada uno de los sectores productivos o escolares por ejemplo, se dirigía a las juventudes hitlerianas, a sectores agrícolas, sectores obreros con diferentes discursos.

Lo que la población quiere oír desde la época de Hitler hasta la época actual consiste en concentrarse en relatos fantásticos, imaginarios, que tengan elementos de intriga, supremacía política, amor a la patria, logros políticos imprescindibles y conflictos, los temas deberán ser presentados en diversas formas, escritos a partir de dibujos, la palabra hablada, en periódicos, revistas, radio, cine, libros o asambleas multitudinarias.

La idea de Goebbels se establecía en que la radio no solo debía dar noticias sobre la realidad que en su conjunto son malas, sino entretener a la población para evadirlos

del entorno cotidiano, así formarles un ambiente ficticio, pero al fin y al cabo una realidad.

Los medios de comunicación han hecho una forma de sistema cultural, agregándole a esa forma comunicativa un conjunto de símbolos, imágenes, valores, los cuales son mezclados con la vida común, con la vida diaria y con el imaginario colectivo.

Los mass media por el simple hecho de ser medios informativos son una fantasía, la información la envuelven en una especie de ficción, la realidad se muestra ante los ojos y los oídos del público como una cuestión irreal. La información que se presenta no es que sea en si misma irreal, sino escapa a la vida cotidiana del público en general, de la población común.

La ficción la vuelven realidad y la realidad la vuelven ficción, llega un punto donde el público no observa la franja de lo irreal, lo fantasioso y la ficción.

La cultura de masas se torna en una forma de fantasía para la vida común de la población, su trabajo consiste en desahogar la vida que nos falta, nos distraen de la vida que nos toca, los mass media para ser efectivos en su función deben controlar el espacio vital, el espacio social en el cual se desenvuelven, otorgan a la población personajes ficticios para la imitación.

Los mass media ofrecen modelos políticos, imágenes partidistas, conceptos fantásticos, el ideal político para el mejoramiento de cualquier nación, los medios de comunicación ejercen el poder psicológico que poseen, no son un simple canal informativo, sino una estructura y una plataforma de la comunicación de masas. Forman y crean imágenes, conceptos, opiniones y creencias.

Los medios de comunicación se tornan ambiguos ante su conocimiento, es decir, es fantasioso por el hecho que la realidad social la pueden modificar a su libre albedrío, le presentan al público su propia realidad y la exteriorizan, le presentan a la población que temas debe discutir, como debe pensar y dos tendencias de opinión a escoger.

La radio o el periódico en especial el segundo medio informativo, es lanzado a las personas que buscan la información para saber del tema o de lo que acontece en el país y en el mundo, estos medios no pueden decir que pensar al público pero sí que temas debe discutir.

Los medios de comunicación de masas transforman las imágenes, las opiniones y las creencias que el público se formó. Ésta representación de la realidad son distorsionadas, estereotipadas o manipuladas. La realidad se construye con los acontecimientos sociales, los hechos políticos o económicos, la sociedad crea su realidad de acuerdo a su ámbito social y psicológico, los mass media los transforman y manipulan.

Los temas de los mass media han sido conceptualizado como:

Preocupaciones; es decir las cosas de las que las personas están individualmente preocupadas.

Percepción de los problemas clave; es decir, las cuestiones que el gobierno deberá abordar y resolver.

Existencia de alternativas políticas; entre las que la gente deberá elegir.

Controversias públicas.

Razones o motivos subyacentes de una fisura política<sup>198</sup>.

La propaganda utiliza los medios de comunicación para insertar sus objetivos a seguir, Hitler retomó una y otra vez los temas que le diera la realidad social, nunca se refirió al público con temas sin importancia, al contrario, en los discursos como en la propaganda nacionalsocialista se refirieron a los problemas más acuciantes de la nación.

a) Preocupaciones: toda la población Alemana de la postguerra antes de que Hitler llegara al poder (1920-1933), aun cuando llegara a la cancillería la principal preocupación del individuo fue, no descender en la extrema pobreza, no caer de status económico, la clase alta, no quería perder sus industrias por la crisis, la clase media, no quería perder su empleo y con ello su casa o sus pertenencias de valor y la clase baja, no quería llegar a la extrema pobreza, a la miseria. Hitler pudo comunicarse con cada uno de los sectores antes mencionados para otorgarles esperanza e ilusión, con un Estado fuerte, capaz de resolver problemas tan agraviantes como insoportables para todo individuo. Hitler los convenció con su oratoria y carisma.

b) Percepción de problemas clave: Hitler como ya se ha mencionado, fue un psicólogo frente a los sectores sociales, captó el interés de cada clase, los problemas de mayor importancia los desarrolló e introdujo su toque personal, éste fue, ponerle nombre a las desgracias de la nación.

---

<sup>198</sup> *Ibíd.*, Pp. 198,199.

Cuestiones que Hitler planteó frente a la población sobre los mayores problemas de la nación que debían resolverse, retomando temas tan importantes y con la realización de discursos sorprendentes, empezó a ganar presencia política en las plazas públicas y dentro de su partido.

1. Disolver el Tratado de Versalles, para Hitler y para muchos sectores poblacionales fue una traición por parte de la república de Weimar firmar dicho tratado.

2. Disolver por cualquier medio la república de Weimar, ya que era femenina, endeble y débil frente a los problemas nacionales e internacionales, por la pérdida de la Primera Guerra Mundial.

3. Hitler se refería a la raza judía como lacerante ante los intereses nacionales y alemanes, desterrar a la raza judía, ya que es un microbio alimentándose de la sangre alemana trabajadora y esforzada ante los problemas. (El nacionalsocialismo le atribuyó la pérdida del conflicto, porque en el interior del gabinete de gobierno se encontraban funcionarios alemanes con descendencia judía).

4. Exterminar al partido comunista, marxista, socialista y cualquier individuo que tuviera ideas semejantes, Hitler y el nacionalsocialismo no soportaban la oposición partidista ni oposición a sus "ideales". (Al partido comunista de Alemania se le atribuyó el incendio del Reichstag) sus dirigentes fueron perseguidos, algunos asesinados y otros no les quedo otra alternativa más que el exilio.

Las campañas políticas se ganan por quien mejor sabe servirse de los medios de comunicación, quien tiene las posibilidades económicas y políticas para hacer uso de ellos, Hitler y el nacionalsocialismo utilizaron a los mass media mejor que nadie, Hitler sin la propaganda del partido no hubiera sido canciller de Alemania y sin la radio no hubiera sido el dictador que fue.

Goebbels dirigió la radio con mensajes para cada uno de los sectores de la población alemana, construyó el interés comunicativo para cada uno de los fragmentos sociales, se dirigió a los agricultores, los trabajadores de las industrias, las mujeres, los jóvenes, grupos industriales y profesionistas.

Hitler fue la autoridad de control al igual que los medios de comunicación a su servicio, el gran tirano del fascismo alemán no hubiera tenido éxito sin su gran oratoria y sin el uso exclusivo y a la perfección de los medios de comunicación.

Existía un control directo del gobierno en el plano nacional y en cada Estado. Los servicios de información estaban a cargo de Joseph Goebbels, se encontraban centralizados, contaban con un centro de recreación de mensajes, programas, distribuidos por una red de repetición y retransmisión.

Hitler al dar un comunicado nacional, era escuchado por la mayoría de la población, se instalaban altavoces en las plazas principales y en lugares públicos, se interrumpían los programas para escuchar los mensajes por radio del líder nazi, la transmisión incluía escuelas, fábricas y centros sociales como bares o cafés.

El contenido del comunicado dependía del objetivo a alcanzar por el líder nazi, éste generalmente era persuadir a la población de alguna acción a seguir; Por ejemplo la guerra, o simplemente referirse a la población alemana y a los diferentes sectores de producción que la constituían o dar el reforzamiento del sentimiento nacional.

Al referirse al sector obrero como agrícola se entablaba una información de acuerdo al desarrollo productivo con la finalidad de mejorar las prácticas agrícolas y las condiciones económicas y sociales, claro ésta, con un control político por parte del Estado sobre los sectores antes mencionados.

La película se emplea como un medio de educación, información o reportaje. Repercute en la política nacional artística y de utilización del tiempo libre<sup>199</sup>.

La película “triumfo de la voluntad” que en alemán es *Triumphdessa Willens* fue un instrumento importante para una formación educativa de los alemanes; los nazis a partir de este documental controlaban la formación mental del individuo, desde su niñez la

---

<sup>199</sup> *Políticas y sistemas nacionales de comunicación social, op. cit., p. 45.*

virginidad mental e inocente del niño lo cree todo. Difundían información sobre los logros y las metas nacionales.

Los directores de cine independiente fueron revisados por la cámara de la cultura dirigida por Max Hamman, R. Riendhardt y Otto Dietrich, quienes dirigieran parte de la propaganda y revisaran todas las películas realizadas, tenían dos criterios solamente para poder admitir una película.

1) Si la película era buena para el Estado alemán.

2) Si no atentaba en contra del Estado alemán, las películas tenían que ser revisadas con una autorización previa, tenían una medida de seguridad y de control total.

Los nazis utilizaron los medios de comunicación para retransmitir una y otra vez las normas y el modo de pensar de los dirigentes nazis, de las acciones del Estado autoritario y reforzar nuevas ideas. La población alemana al ser atacada constantemente sobre sus valores y su modo de pensar, algunos creyeron en la maldad por parte de la raza judía para controlar Alemania y conseguir intereses mezquinos a costa del bien común de la comunidad.

Al Estado nazi le interesaba dar una imagen diferente a la realidad existente. La difusión por parte de los medios de comunicación se basó, en declaraciones oficiales de Hitler y de los líderes principales sobre sus recursos y objetivos de logros políticos nacionales.

La propaganda nacionalsocialista basó mucha de su estrategia política en imágenes, ésta no exige un trabajo exhaustivo, costoso o complejo en el ámbito de la distribución. Parte creciente de la propaganda se dedicó a la producción de sonidos e imágenes.

El gobierno del *Reich* estimó necesario los mecanismos de control en los medios comunicativos, en nombre de la defensa del interés público.

La democracia se funda en la libertad de prensa, en la independencia del pensamiento, en la libertad del lenguaje y por lo tanto de comunicación, en la autorregulación personal que cada individuo posee para transmitir lo que piensa, lo que siente, ante cualquier acción o situación política, gubernamental, social o económica

que suceda en el país. En la democracia la libertad de prensa se encuentra protegida por los tribunales.

En el fascismo la libertad de prensa es un principio inaceptable ya que atenta en contra de los intereses del Estado, el nazismo prohibió, desapareció con métodos coactivos la libertad de expresión, la única voz resonante en la nación alemana fue la del nazismo.

Por razones de seguridad según Hitler, ejerció su autoridad arbitraria sobre los medios de comunicación social existentes, retirando las autorizaciones administrativas, prohibiendo programas, suspendiendo publicaciones, confiscando libros de las universidades, de autores judíos y con tintes comunistas, socialistas, marxistas, leninistas, trotskistas etc. Confiscó periódicos, revistas, películas, el que no aceptara trabajar con la línea del nacionalsocialismo era sancionado, así fueron sancionados directores, periodistas o editores que no se ajustaron a las directrices del fascismo.

El funcionamiento de alguna emisora independiente era imposible por el control del Estado, la publicación de un periódico de igual forma la proyección de una película era sometida a una aprobación oficial previa o tenían que cumplir ciertos requisitos y reglamentos para poder proyectarla.

El nacionalsocialismo controló los siguientes medios de comunicación:

- ❖ Radio; radiodifusión, desarrollo y utilización.
- ❖ Prensa: las diferentes editoriales fueron controladas por el ministerio de propaganda.
- ❖ Libros: solo podían circular aquellos que estuvieran de acuerdo con el nacionalsocialismo, se quemaron libros de las universidades de corte marxista, comunista o socialista.
- ❖ Películas: producción y distribución de películas.
- ❖ Políticas culturales y medios de comunicación.

## 4.4 Los medios de comunicación como medios de manipulación cultural.

Primero tenemos que empezar por definir que es la cultura para poder describir el presente capítulo, ya que se cree que los medios de comunicación pueden cambiar, producir o simplemente manipular la cultura de un pueblo y de las naciones enteras con su gran poder mediático.

- La cultura como adquisición de un conjunto de saberes, como resultado de esa adquisición y como producción de cosas superiores.
- La cultura como modo de ser, de hacer y de pensar y como conjunto de obras e instituciones
- La cultura como la creación de un destino personal y colectivo<sup>200</sup>.

La cultura es la historia, el modo de vida, sus costumbres, el modo de pensar y de actuar de una nación entera, desde su religión hasta la acción que determina a los individuos de acuerdo a su pasado, a sus antepasados que los ha guiado al presente.

Creemos posible que los medios de comunicación tienen tanto poder en la sociedad como en los sistemas financieros y políticos, la capacidad de manipular o crear una cultura que determine sus fines.

A continuación se retoman las ideas de Max Horkheimer y Theodor Adorno definiendo el concepto de cultura en referencia a la cultura de masas: se define por el simple hecho que todo lo que hacen los medios de comunicación es en torno a la dominación de las masas.

Industria cultural/alienación de masas es el binomio teórico a partir del cual intentan explicar la tendencia progresiva de las superestructuras culturales hacia el control de los diferentes grupos sociales y en especial de las clases subordinadas, integrándolos a un modelo mecanizado de sometimiento a las pautas dominantes.<sup>201</sup>

---

<sup>200</sup> Ezequiel Ander Egg., *Aproximaciones al problema de la cultura, como respuesta al problema de la vida*, Buenos Aires, Editorial lumen, 2009, p. 15.

<sup>201</sup> Mabel Piccini, Ana María Nethol, *op. cit.*, p. 30.

La cultura de masas impide en toda su concepción la autodeterminación, el autoanálisis, el autogobernarse por sí mismo, le han creado parámetros de enajenación, la enajenación invade en todo momento la vida privada, la cotidianidad.

Los medios de comunicación imponen objetos estéticos y simbólicos, los anteriores son sustituidos por modelos comunicativos que se insertan en la realidad social por la simple repetición y sobre un estereotipo mecanizado. Las opiniones o el modo de pensar distinto a la cultura de masas tratan de aislarla para después persuadir las expresiones contrarias a su heterogeneidad psicológica.

Las técnicas persuasivas de la cual el sistema comunicativo manda una y otra vez sobre el individuo, son hasta el punto en que no exista una opinión contraria a la establecida por la cultura de masas, los dominados deben serlo hasta recaer en la ideología comunicativa, hasta tal punto que se conquista el cuerpo, la mente y el alma del sujeto.

Los medios de comunicación son modificadores en su forma, en su ser, en su esencia, sí bien pueden transformar o guiar a la cultura según los fines de las elites gobernantes, pueden adaptar el cambio histórico y cultural.

En particular tiene que ver con: las relaciones de los medios con el Estado, la sociedad y la cultura; las circunstancias organizativas de producción y distribución; las variaciones de tipo contenido; la modalidad en que las respectivas audiencias los utilizan; las relaciones entre las audiencias y los comunicadores y la localización del uso de los medios en su contexto social<sup>202</sup>.

La cultura de masas produce y difunde la información a través de los medios de comunicación, ésta cultura es creada por una elite mediática nacional, para moldear con satisfacción la cultura presente del individuo, la élite trabaja bajo los influjos de la élite económica o política.

En un principio los medios de comunicación no producían la información con una visión subyugadora de sociedades o de individuos, pero hoy en día los medios comunicativos producen la información con fines lucrativos, esa relación tradicional se perdió, ahora se utilizan diseños, temas, materiales y un lenguaje específico con fines al

---

<sup>202</sup> Dennis McQuail, *op. cit.*, p. 42.

desarrollo de la cultura de masas, incorporando e insertando día con día esta cultura a la vida cotidiana del ser humano.

Los medios de comunicación han retomado la cultura popular para transformarla e insertarla en la cultura de masas, para proporcionar formas nuevas de cultura, ahí en donde la presencia de los medios comunicativos era escasa, se fortaleció en el cine, la música y las artes. Los mass media crean la tecnología para la producción de la cultura.

La cultura en general se ha visto subyugada o afectada, ha perdido su esencia a favor de los medios de comunicación, la historia ha sido perturbada en su esencia científica una y otra vez por los líderes de la opinión pública, por algunos risibles productores de cine, por algunas interpretaciones de los diarios o por políticos incultos que han tomado a la historia como mero juego de entretenimiento.

Los medios de comunicación de masas se han encargado de cambiar los valores culturales de las naciones, en algunos países la élite política o los líderes en el poder han tomado la educación en sus manos para cambiar partes de la historia o dejar de celebrar independencias nacionales, borrar de la constitución los derechos laborales que emanan de los obreros, estas características se han ido eliminando para la pérdida de identidad y la creación de una cultura de masas, o simplemente se han ido suprimiendo cosas tan simples, no por eso menos importantes que las antes mencionadas como la ropa, la música, las costumbres y por último la lengua.

Los medios de comunicación son redes y flujos interminables de mensajes, incitan a las relaciones mercantiles de consumo a una determinable acción y a la fantasía, se propaga por todo el tejido social. Los mensajes son contruidos para las masas pero se insertan principalmente en la educación, donde el niño no tiene una capacidad crítica dentro de la visión del mundo.

Los medios de comunicación de masas cumplen una misión como clase hegemónica, la universalización de la cultura. El fenómeno de la globalización emana de la cultura de masas, solo por mencionarlo ya que no se adentrara en ningún espacio de esta investigación en desarrollar el fenómeno globalizador, pero en cierto sentido emana de una cultura universal de que todos los pueblos, todas las naciones, tengan una misma cultura el mismo sentido de consumismo y la pérdida de identidad de las naciones.

Los medios configuran un campo de estímulos en el cual psicológicamente determinan el comportamiento, los valores de los destinatarios, se determinan según los medios como individuos incapaces de controlar sus emociones sobre los mensajes.

Lo medios de comunicación determinan los mensajes según las características de sus destinatarios, se mide el nivel socioeconómico, la edad, el sexo, nivel educativo, religión, de acuerdo a dichas características se elabora y se manda el mensaje para después observar su efecto.

De Fleur distingue tres posible maneras mediante las cuales los medios pueden influir sobre la norma: 1) pueden reforzar las pautas existentes, 2) pueden crear nuevas convicciones compartidas respecto a temas poco conocidos, 3) pueden finalmente cambiar normas preexistentes<sup>203</sup>.

Podemos concluir que los medios de comunicación de masas pueden influir, cambiar o reforzar la cultura de las sociedades.

Para cambiar las normas, las conductas, las creencias existentes se deben conocer primeramente cuales son y cómo se encuentran insertadas en la población, para después elaborar los mensajes de acuerdo a las percepciones psicológicas del individuo e ir las cambiando poco a poco. La adopción del mensaje por parte del individuo debe ser favorable a una comunidad, a una integración grupal, aceptando los valores establecidos por los grupos sociales.

Los medios de comunicación obtienen rasgos específicos que han ido construyendo a lo largo de su creación: son productores y distribuidores del conocimiento en forma de información, ideas y cultura en respuesta a las necesidades selectivas y sociales así como a las demandas individuales.

Los medios de comunicación de masas se mueven en términos de la esfera pública, dicha institución opera con fines para que las personas puedan formarse una opinión, partiendo de la cultura de masas o a partir de la información que los mass media proporcionan sin cuestionar la veracidad del mensaje o del juicio del líder de la opinión pública.

La esfera pública constantemente es atacada por la información de los mass media, pero como el monopolio de la información se concentra en una élite política, los

---

<sup>203</sup> Mabel Piccini, Ana María Nethol, *op. cit.*, Pp. 22-23.

mass media tienen un público voluntario, no se utiliza la coacción, no tienen ninguna obligación social frente al individuo, es una forma muy sutil por parte del Estado o de la elite comunicativa de esconder su autoritarismo intelectual. Existe una relación del individuo y los mass media, se asocia con el uso del entretenimiento para acabar con el ocio y su disgregación respecto al trabajo y al deber.

Los líderes de opinión, los jefes políticos, los artistas o cualquier personalidad internacional o nacional, se encuentran asociados con los medios de comunicación por su carácter popular, los medios de comunicación están íntimamente relacionados con la fuerza del Estado por sus normas, leyes e ideas para legitimarse frente a la sociedad, las fuerzas políticas coadyuvan a la imposición de nuevas culturas siempre y cuando sean reaccionarias y no choquen con los intereses políticos ni económicos de las élites internacionales, nacionales o de los países gobernados por esas élites.

La aplicación de la tecnología influye en los cambios de las estructuras sociales, los mass media están relacionados fuertemente con el dinero y la política, estos tres factores no pueden prescindir uno del otro para realizar un cambio significativo dentro de las relaciones sociales.

Las fuerzas de los medios comunicativos conjugados con los tres factores antes mencionados realizan un cambio histórico, un cambio político, un cambio económico y conllevan a una finalidad del cambio cultural.

La cultura de masas es de suma importancia para esta relación de sociedad y medios comunicativos, porque integra y subordina elementos de radicalismo u oposición política, añade a los individuos al sistema de compra venta.

La cultura lleva consigo valores, principios morales, creencias, tradiciones y formas de comportamiento social, la cultura de masas ha sido creada por los medios de comunicación para que a través de esta cultura organizada, la sociedad pueda ser manipulada psicológicamente y ser llevada a las más duras condiciones de explotación, miseria y falta de oportunidades en todos los campos, artístico, político, económico y hasta de entretenimiento.

El fin más importante para los mass media es legitimarse ante los poderes económicos y políticos de la clase dominante. Los medios comunicativos tienen más autoridad frente a la ciudadanía que el poder legislativo, creador de leyes y regulador

de ellas dentro de la sociedad, los mass media son una continuidad del orden, dan a conocer las normas y leyes que se deben de seguir de acuerdo a lo establecido con la carta magna, quien da a conocer los ordenamientos se hace acreedor de un poder superior, los mass media son la orientación de la vida y de la adaptación social.

El contenido de los medios comunicativos ofrece una visión del mundo limitada, donde no hay cambios ni revoluciones, es moldeada de acuerdo a los intereses capitales de las élites gobernantes insertados en la sociedad.

Presentan una distorsión del mundo como una concepción real, suspendida o mejor dicho enajenada por los intereses mediáticos, se encuentra una manifestación de la realidad distorsionada, es recibida por millones de personas condicionadas a la aceptación.

La visión del mundo otorgada por las élites gobernantes tiende a que el público acepte la información, la cultura de masas, el sistema político, económico sin ninguna capacidad o inclinación a la crítica, al cambio, a la revolución o buscar una fuente alternativa de sistemas de adaptación social.

Los objetivos insistentes de los medios comunicativos consiste en quitar de la mente el cambio, el desafío de la estructura de poder existente, no por eso, no existe la crítica o todas las personas son manipuladas mediante la aceptación de la situación de los sistemas dominantes, pero reduce la crítica del sistema en la mayoría de las personas hasta llegar a la aceptación o al conformismo.

Lo medios comunicativos responden a las demandas del público, es una plataforma de peticiones creada por los medios, se conforma antes de que las personas se opongan a los métodos persuasivos o se resistan a su lenguaje envilecedor, los medios de comunicación se adelantan a la revolución mental.

La dominación que ejercen los medios de comunicación pueden tener diferentes causas. En el caso de la sociedad de masas, puede atribuirse no sólo a la manipulación por parte de la élite, sino también a la destrucción de la comunidad por parte de las fuerzas de cambio. Estas fuerzas han debilitado la capacidad de la comunidad para resistir a la autoridad y actuar de forma autónoma, de modo que es más vulnerable al control ejercido desde arriba.

Se habla de élite comunicativa política y económica porque la comunicación desde la perspectiva del presente estudio se ha encontrado con el concepto una y otra vez de control y dominio, el control se refiere a que una persona concibe como bueno la negación de la libertad de otra.

Los medios comunicativos detentan más que nadie un control social porque esparce y tiende a forzar los sistemas de valores, es más los crea. Cumple la función de satisfacer la necesidad de la información, actúa como una consciencia social.

Los medios de comunicación se dan a la tarea de defender y expresar lo que creen que son los valores dominantes de la sociedad.

Los medios de comunicación no han ofrecido un reflejo de la sociedad nacional tal como es, sino distorsionada, al dar atención ya sea a los que ejemplifican las aspiraciones de la mayoría, y a quienes rechazan los valores de la sociedad.

#### **4.5 Los medios de comunicación como medios de manipulación social e instituciones psicológicas.**

En éste capítulo nos centraremos en verificar si los mass media tienen tanto poder como para guiar las acciones de un individuo en sociedad o más aún, si los medios de comunicación de masas pueden modificar las acciones de toda una sociedad y si en realidad son las instituciones educativas mundiales.

A continuación desarrollaremos cuales fueron los objetivos y las tareas de los Ministerios del Reich, cuantas horas les dedicaría el ministerio de radio a las personas, incluso éstas sobrepasaban las fronteras alemanas, se volvieron emisiones internacionales.

Los organismos encargados de la propaganda fueron dos: el Ministerio de Propaganda e Ilustración Pública del Gobierno de Adolf Hitler y el Departamento de Propaganda del Partido Nacionalista, Goebbels era el responsable máximo de ambos y, su buen funcionamiento estaba asegurado<sup>204</sup>.

---

<sup>204</sup> Corella Torres Norberto, *Propaganda nazi*, México, Universidad Autónoma de Baja California, 2005, p. 53.

Como ya lo hemos explicado anteriormente la propaganda, es un instrumento de la política para manipular y atraer la psicología del ser humano, Adolf Hitler, fue un político hábil en el campo propagandístico, Joseph Goebbels, fue un político precursor en el ámbito propagandístico en el sentido moderno de la palabra y la concepción que hoy en día entendemos por propaganda o publicidad política, marketing político etc. Éstos dos políticos desarrollaron las técnicas de propaganda, si bien es cierto el Tercer Reich fue un estado autoritario, centralista y manipulador, los Ministerios de Propaganda hicieron su trabajo a la perfección.

Según un decreto firmado por el presidente Hindenburg el 13 de marzo de 1933, el ministerio de Goebbels era el responsable de todas las tareas de dirección espiritual de la nación. El Ministerio del Interior tuvo que ceder la supervisión de la radio, cine, prensa, y teatro; el derecho de proclamar y regular los días festivos y la censura sobre los libros, obras y películas<sup>205</sup>.

El nacionalsocialismo a su llegada al poder centralizó todos los cargos de gran calado a una sola persona, Hitler fue la punta de lanza del Tercer Reich, sin su aprobación no se podía realizar ninguna actividad que no le fuera comunicada. El segundo hombre de mayor importancia en el gobierno nazi fue sin duda el Dr. Goebbels quien presidiría el Ministerio de Propaganda.

Las actividades de Goebbels no se limitaron únicamente a la propaganda; por el contrario, el 3 de abril de 1936 pidió una disposición de Hitler que expresara concretamente que el ministerio de Propaganda a su cargo, dentro del marco de sus actividades y competencia, no solo tenía autoridad para llevar a cabo las tareas propagandísticas, sino también para ordenar las medidas policíacas necesarias para que éstas pudieran ser efectivas. A partir de esta fecha, Goebbels no debería limitarse exclusivamente a la propaganda, sino que también estaba en condiciones de asegurar su efecto mediante el apoyo de la coerción, lo que se garantizaba por los excelentes cuerpos policíacos y paramilitares que había en Alemania<sup>206</sup>.

Goebbels sabía la importancia de los medios de comunicación frente a la sociedad y su manipulación con armas tan poderosas como lo fuera la radio, centralizó todos los medios comunicativos existentes, la radio fue controlada con emisiones especiales, la

---

<sup>205</sup> *Ibid.*, p. 54.

<sup>206</sup> *Ibid.*, p. 55.

prensa, el cine, el teatro y el cine. Goebbels como el nacionalsocialismo sabían la importancia del control de esos medios de comunicación, no se podía realizar ninguna crítica en contra del régimen, mucho menos en contra del líder, el cine no pudo desarrollarse propiamente, el séptimo arte sería controlado, los diarios pasaban por un filtro antes de salir a la venta al público, se verificaban que temas y contenidos se podían desarrollar.

La actividad propagandística se hacía presente en todo momento y en todos los ámbitos, Goebbels no dejaba en ningún momento al individuo sin bombardearlo con mensajes propagandísticos, al encender la radio, se encontraba presente el nacionalsocialismo, al leer un diario también, preparaban mediante cursos a personas para tener contacto con la población, su misión era convencerlos al nacionalsocialismo o fortalecer la idea nazi, se distribuían en escuelas, fábricas y oficinas.

La Cámara de la Cultura del Reich tenía como función controlar la cultura y servir para fines de propaganda en los círculos culturales; encuadraba a todos los trabajadores culturales incluyendo no solo a los músicos, literatos etcétera, sino también a casas editoriales, fábricas de radios y de instrumentos musicales. También las bibliotecas, coros, orquestas y escuelas de actuación pertenecían a ella<sup>207</sup>.

Como hemos visto el nacionalsocialismo abarcó todos los ámbitos de la sociedad no dejó ni un solo rubro fuera de su alcance, en las elecciones para ganar adeptos o simpatizantes el movimiento nazi se enfocó en la clase popular, en las masas, no dirigió su propaganda a la clase alta, ni a las universidades. Con la Cámara de la Cultura controló a todos los intelectuales, las editoriales verificaban una y otra vez los libros que podían publicar, cuando el nacionalsocialismo llegó a su máximo expresor, sacó de la universidades los libros comunistas para quemarlos porque según Hitler atentaban contra el Estado, los músicos no podían interpretar melodías de protesta sino todos participaban al coro del nacionalsocialismo. El que no contribuyera con las nuevas normas establecidas, sería eliminado.

En abril de 1935 la Cámara de Literatura fue autorizada para elaborar una lista negra de obras consideradas hostiles al régimen; las editoriales debían revisar las obras antes de imprimirlas. Otros

---

<sup>207</sup> *Ibíd.*, p. 58.

decretos prohibieron la publicación de discursos pronunciados por los ministros, el criticar o entrecornillar los antiguos discursos de Hitler, sin previa autorización<sup>208</sup>.

El nacionalsocialismo revolucionó las técnicas propagandísticas, al igual que el Volkswagen, un auto creado con bajo coste de producción y barato para que cualquier persona pudiera trasladarse en automóvil, Hitler se reveló en contra del estancamiento automovilístico. Realizó un sistema similar con los equipos de radio, si bien es cierto el arma ideológica principal de Goebbels y Hitler fue la radio, presionó a los fabricantes para producir equipos de radio de bajo coste para que todo alemán pudiera acceder a los discursos pronunciados por Hitler, los programas de radio era controlados e infundidos para crear una imagen todo poderosa del líder nazi, el pueblo alemán día y noche fue víctima de los ataques psicológicos propagandísticos, Goebbels a través de la radio se encargó de la manipulación mental.

Junto a las medidas tradicionales de propaganda, el nacionalsocialismo fue un innovador en la utilización sistemática de la radio. Al ser creado el Ministerio de Propaganda, Goebbels tomó el control de la radiodifusión. Se construyó la Corporación alemana de Radiodifusión. Tan pronto como fue posible los transmisores fueron incrementados en número y en potencia, y los fabricantes de radios fueron presionados para hacer un equipo popular, muy barato, en gran escala. En 1933 y 1934 los hogares alemanes que contaban con un aparato de radio se incrementaron en más de un millón, hasta sumar un total de más de seis millones<sup>209</sup>.

En cada discurso importante de Hitler se colocaban altavoces en las escuelas, fabricas, pequeñas comunidades en la calle; y era obligatoria la suspensión de actividades. Se calculaba que cuando Hitler hacia uso de la palabra era escuchado por un auditorio no menor a 56 millones de habitantes. Goebbels dijo una vez con satisfacción. “Con la radio hemos destruido el espíritu de rebelión.”

La radiodifusión significó para el Tercer Reich mucho más que la planeación de la difusión de programas de radio. Al igual que otras ramas de la actividad humana, era un gran sistema de redes intercomunicadas y entrelazadas en su totalidad; controlaba también todo lo conectado con la red

---

<sup>208</sup> *Ibid.*, p. 59.

<sup>209</sup> *Ibid.*, p. 59.

inalámbrica. Los hilos de esta red, sin excepción, terminaban en las manos del Ministerio de Propaganda<sup>210</sup>.

La radiodifusión es un medio altamente atractivo para la propaganda masiva. Es más apropiado que la prensa para emplearse en un estado autoritario. Sobre todo es inmediata y penetrante, no entra en los campos de la argumentación, ni en el de la opción, el oído es tan natural como la vista, nadie pudo escapar al ataque propagandístico a través del ámbito sonoro.

La Cámara de Radiodifusión era obligatoria se tenía que pagar una membresía, fue una especie de permiso para los dueños de las pocas radiodifusoras que el Tercer Reich dejó que siguieran funcionando, y servía como instrumento de control y de supervisión para las radiodifusoras (independientes). Todos los componentes como su información fueron revisados, así como sus integrantes: ingenieros, locutores, fabricantes, vendedores. Su función principal fue: incitar el interés de la población hacia la radio, manipular a las radiodifusoras independientes, estudiar a la población acerca de la reacción con la radio.

El crecimiento del alcance de la radio alemana fue sorprendente. Se empezó a transmitir en seis idiomas, pero ya en 1933 se alcanzaba Estados Unidos; en 1934 África del sur, Sudamérica, y el Asia oriental y en 1935 se le sumaba Centroamérica y el Asia meridional. En 1933 la radio dedicaba, a las emisiones para el extranjero, una hora y 45 minutos al día; una año después esas emisiones ocupaban 21 horas con 15 minutos, y en 1936 llegaban a ocupar diariamente 43 horas con 35 minutos; en 1937, 47 horas cada día. En 1937, en cada minuto del día por lo menos dos estaciones alemanas emitían para el extranjero<sup>211</sup>.

Las noticias como los programas de radio seguirán el mismo curso de una propaganda popular, nuevamente como en años pasados cuando Goebbels y Hitler querían a traer votos a su partido se enfocaron a la clase baja, a la clase popular, en la radio se enfocaron a las personas con un nivel intelectual precario, se empleaban términos dramáticos y de suspenso.

---

<sup>210</sup> *Ibíd.*, p. 60.

<sup>211</sup> *Ibíd.*, p. 61.

Desde septiembre de 1939 los reportajes de guerra fueron organizados centralizadamente. En lugar de que cada periódico o compañía mandara a sus propios reporteros y camarógrafos alemanes, corresponsales y comentaristas de radio fueron encuadrados organizados y dirigidos por el ministerio de Propaganda, al cual debería ser enviado todo el material que se recabara; fueron movilizados por la propaganda Kompagnie (PK). Los miembros de la PK se clasificaron en tres; reporteros de periódicos, comentaristas de radio y camarógrafos<sup>212</sup>.

El nacionalsocialismo encontró en la radiodifusión un medio multifacético, es decir, utilizó la radio para la distracción de las tropas, en el frente se creó una sección especial en el Ministerio de Propaganda. Ésta coordinación se creó especialmente para el distracción y la diversión, según la psicología de Hitler y Goebbels, los hombres no debían estar únicamente en un estado de tensión e intranquilidad, debían tener un espacio de esparcimiento, si no los soldados no tendrían la fuerza mental y el coraje para seguir en la lucha.

Los esfuerzos del ministerio de Propaganda por hacerse presente en todos los medios de comunicación fueron tan amplios que hasta el cine fue controlado. Para controlar a la industria cinematográfica se aprobó la Ley de Cine del Reich el 16 de febrero de 1934, por lo que se creaba el departamento de Censura, que decidía si una película atentaba contra el nacionalsocialismo<sup>213</sup>.

Goebbels, tomó gran precaución en implantar en las mentes de los alemanes la idea que el régimen y el partido era, sobre todo, filantrópico con el pueblo alemán y a los soldados los consideraban como los ciudadanos más honorables de la nación. Tanto en el cine, la prensa, la radio se pretendió dar una imagen de pulcritud racial, para el bien de la nación y posteriormente del mundo.

Por sí solo el cine es un medio de comunicación propagandístico tanto el antiguo cabo austriaco como el invalido Dr. Goebbels tenían conocimiento sobre ésta información, y se valían del séptimo arte para realizar cintas propagandísticas sobre la limpieza racial o sobre los discursos de Hitler hacia los jóvenes. La cinematografía independiente no se permitió en la época del tercer Reich, el trabajo creativo fue imposible.

---

<sup>212</sup> *Ibid.*, p. 62.

<sup>213</sup> *Ibid.*, p. 63.

El mecanismo para el control de la literatura era más complicado. El ministerio de Propaganda, la Cámara de Literatura del Reich y el partido tenían, cada uno, funciones distintas. La influencia política del ministerio de Propaganda se ejercía a través de la Oficina de Escritos; un cuerpo de expertos que tenían una red de lectores dispersos en diferentes partes del Reich<sup>214</sup>.

La función del Ministerio de Propaganda y de la Cámara de literatura del Reich, fue recabar una lista de libros que fueron considerados por Goebbels como peligrosos para el estado nazi, y su función fue revisar y filtrar qué libros podían salir a la venta, las casas editoriales tenían asesores nazis, las librerías no podían tener en sus anaqueles libros no deseados por el régimen.

El Departamento de Propaganda buscaba un campo de acción enorme; grandes manifestaciones, exposiciones, congresos y ferias, la obra de socorro invernal, la difusión popular, la política racial y la cuestión judía, la confección de carteles y el empleo de los trabajadores, las grandes manifestaciones deportivas y el deporte, las fiestas nacionales<sup>215</sup>.

En la cúspide del Departamento de Propaganda del Partido se encontraba Joseph Goebbels, éste departamento contaba con ramificaciones en cada familia, oficina y escuelas. La unidad más pequeña eran los guardianes de manzana, cada uno de ellos encargado de 70 u 80 habitantes en una calle.

Los medios de comunicación su labor esencial de existencia es, comunicarse con los ciudadanos, con su público, con su audiencia, con el mundo entero, para que puedan realizarse éste proceso Harold Laswell, iniciador de la ciencias política y comunicólogo, expone una formula comunicativa a base de preguntas casi como introductorias para que se pueda entender el mensaje.

Laswell describe los elementos esenciales comunicativos, para que pueda realizarse este proceso se necesitan responder a las siguientes preguntas:

*Quien*

*Dice porque*

*Porque canal*

---

<sup>214</sup> *Ibid.*, p. 63.

<sup>215</sup> *Ibid.*, p. 65.

*Para quien*

*Con que efecto*

Las preguntas anteriores son los pilares por los cuales los medios de comunicación se guían para influenciar en el individuo, las personas en general o las personas en común no se hacen las preguntas antes citadas ya que sólo se dejan llevar por los medios de comunicación de masas como entes informativos, educadores, de entretenimiento o de generadores de la cultura. Los medios de comunicación son canales en los cuales se vierte la dirección y la fuerza hacia los cambios sociales.

Los medios de comunicación son un conjunto de visiones, de opiniones, de puntos de vista y por lo tanto de ideologías, tienen el poder de un conjunto de ideas para dar a conocer un fenómeno, una noticia o un acontecimiento.

Los medios de comunicación de masas también juegan un papel individual como colectivo; se deben entender las percepciones del individuo para poder satisfacer sus deseos, al paso del tiempo se transforman éstos deseos guiados o manipulados para las necesidades de los mass media, los medios estudian al individuo personalmente, el individuo debe captar la información hasta comprenderla, debe tener un tiempo para la retención de la información, la interpretación debe ser precisa, los medios comunicativos deben llamar la atención del individuo.

Se debe a que los medios de comunicación tienen una formación de los procesos mentales de las personas, la información que más llama la atención es la violencia y los problemas caóticos, en donde la adhesión como público del individuo no se hace esperar una vez lanzada la información, existe un control por parte de los mass media al lograr captar la atención del individuo, ejercen una influencia psicológica, el individuo difundirá la información personal con sus amigos, familia, grupo de trabajo, es decir, comunicará el mensaje con su círculo social sin que los mass media metan las manos en éste último proceso.

El individuo recibe a diario y constantemente cargas de información directa, las procesa para después manejarla. El individuo es un *zoon politikon* según la frase descrita por Aristóteles, es un animal político o social por naturaleza, el ser humano se

diferencia de los animales comunes porque tiene la capacidad para socializar, para vivir en armonía, para comunicarse, las relaciones sociales del individuo en constante movimiento se ven reflejadas en los medios de comunicación.

La radio y la televisión son tan populares porque los relatos u observaciones son acontecimientos en el momento en que se producen, se han encargado de ser medios comunicativos de corte político, su máxima influencia política es a partir de la radio o la televisión.

En lo referente a las relaciones con la sociedad, podemos distinguir factores políticos (relacionados con el poder) y factores esencialmente normativos (que tienen que ver con valores sociales y culturales) los primeros se relacionan con tendencias variables de autoridad externa para limitar o regular un medio y con tendencias internas a los medios en lo referente a ser conformista o crítico en su actitud ante la autoridad establecida<sup>216</sup>.

El cine ha mostrado ser un medio de comunicación capaz de ser controlado fácilmente, se ha utilizado frente a la sociedad como un instrumento de entretenimiento, al contrario de la televisión, la TV se torna para los televidentes con más realismo debido a que representa el presente, los acontecimientos del hoy, del ahora, no del mañana. La televisión tiene una característica especial, el individuo se enajena con ésta caja visual, dicho medio comunicativo tiene la particularidad de producir la pérdida de identidad del individuo.

Todas las propagandas y los mass media su objetivo principal son persuadir a las masas. Las masas hacen referencia al número, a la multitud, a lo ignorante a lo inculto, los medios de comunicación realizan sus mensajes informativos, sus alocuciones, sus programas de radio o de televisión para las masas. Las masas apoyaran más un interés común, una opinión para suponer el cambio político ya que tienen los mismos valores, las mismas estructuras sociales e interactúan para un mismo fin.

Los mensajes de los mass media no son construidos para un solo individuo, no son variables e impredecibles, no contienen matices de intereses vagos o llanos, son mensajes construidos, manufacturados, concientizados, prefabricados en las industrias de la construcción de la realidad. Las relaciones entre emisor y receptor son receptivas,

---

<sup>216</sup> Dennis McQuail, *op. cit.*, p. 42.

es decir, el emisor manda la información y el receptor la recibe, no existe una interacción mutua entre receptor y emisor. Las relaciones entre emisor y receptor son inequitativas, los medios de comunicación son instituciones en las cuales tienen reglas, normas, objetivos y técnicas de persuasión etc.

Al emisor lo construyen a su modo, lo fabrican, lo diseñan, lo controlan, el emisor por su parte al utilizar a los medios como canales para comunicarse con la sociedad, goza de un poder mayor sobre el individuo normal por el sólo hecho de utilizar los medios de comunicación, éstos a su vez le otorgan un poder, una autoridad, una habilidad frente a los ciudadanos, además de gozar de una amplia influencia psicológica sobre los últimos, al tener una influencia mediática, la sociedad o el individuo reaccionan ante sus mensajes u opiniones emitidas por el líder de la opinión pública, el emisor tiene millones o miles de receptores los cuales su respuesta no es tan variada a cada información que el emisor manda.

La relación comunicativa emisor y receptor tiene connotaciones de relaciones de poder y autoridad, el fin de los medios de comunicación es la subordinación, el control, la dependencia y la instrucción del receptor y de las sociedades en su conjunto, dichas relaciones son desiguales, llega el punto en que el receptor tiene una relación comunicativa con el emisor involuntariamente, es decir, existe un roce psicológico mecánicamente sin que el receptor tenga un interés específico con esta institución comunicativa.

El receptor ve al emisor como una voz de autoridad, cómo una influencia del conocimiento, cómo la fuente del saber en conceptos políticos o culturales de gran importancia. Los receptores cumplen su papel de pasivos frente a los mass media, los medios de comunicación cumplen su papel de instructores y de orden en temas políticos, sociales, culturales y en el modo de pensar en algún acontecimiento mundial.

Para lograr un consenso dentro de la manipulación social se debe tener un control dentro de las esferas culturales y viceversa, al controlar el ámbito privado y el ámbito público social, se controla la vida entera del individuo, en cualquier aspecto de la vida común y diaria se encuentra el ocio, el entretenimiento, la música, las artes, el cine, las noticias, la información, es por eso que los medios de comunicación tienen tanto poder

en la conducta del individuo, su principal arma es la persuasión, el control social, es el deber ser de los medios comunicativos.

El cambio en las estructuras de control social por parte de los mass media, manipulan las opiniones, creencias y valores de nuestra sociedad, los grupos comunicativos o instituciones sociales tienen armas de poder persuasivas, recurren menos al control físico y más a la dominación psicológica. Los mensajes construidos por los medios comunicativos son para que la sociedad se adecue al *estatu-quo* social y político, es decir, a la desigualdad, a los privilegios de la élite gobernante etc.

En las corrientes funcionalistas, la noción de control social es justificada por la necesidad de asegurar la estabilidad y el equilibrio del sistema; en las teorías críticas se concibe como uno de los instrumentos en los que el Estado y sus principales instituciones garantizan el ejercicio pleno de poder en su doble dimensión: la coerción directa que se aplica en circunstancias de trasgresión abierta contra el orden social y la persuasión, mediante la hegemonía, cómo forma de elaborar el consentimiento de la mayoría de las clases sociales en torno al proyecto de dominación<sup>217</sup>.

El control social es el común denominador de los medios de comunicación, son su objeto, su fin, la esencia de su existencia, en tanto siguen procesos de comunicación, persuasión y legitimación para el control social.

La comunicación de masas ofrece información y entretenimiento con fines lucrativos psicológicos, captan la atención del individuo. La atención del público satisface sus necesidades receptivas o de ocio, sirve para mediar entre los emisores y su auditorio. Los medios de comunicación de masas es el ejercicio del poder de la comunicación, es como el timón de un barco, en él se detenta la formación de consciencias, modela creencias y guía acciones de una población en acontecimientos económicos o políticos.

Uno de los fines por parte de los mass media es la comercialización de la información, al realizar una relación económica frente al individuo como un sistema de compra venta o de producción. La información es producida y difundida con fines comerciales o con fines políticos.

---

<sup>217</sup> Mabel Piccini, Ana María Nethol. *op. cit.*, pp. 28-29.

Los medios de comunicación son instituciones comunicativas pero son también económicas, las relaciones de mercado se dan en los medios de comunicación de masas, ya se hizo la distinción de publicidad y propaganda, por lo tanto en algunos casos los políticos se ofrecen como productos o mercancías políticas dentro de los medios comunicativos; Para vender un producto deben captar la atención de su público y mantenerlo constante, uno de los fines de los medios comunicativos es interesar a su audiencia, causarles una dependencia informativa más que transmitir un significado o proporcionándolo. La esencia de cualquier relación mercantil es ver a los sujetos como consumidores para ofrecerle información y que estos tengan un interés siempre latente.

Los medios comunicativos se enlazan con otras instituciones sociales como las escuelas que son instituciones educativas, la religión y el gobierno; dichas instituciones son adecuadas para determinadas actividades de los medios comunicativos como la intensión instructiva, informativa o propagandística.

Los medios comunicativos son instituciones sociales, son empresas donde se reproduce y se distribuye el conocimiento, detentan un conjunto de símbolos con experiencias del mundo social, donde las personas se identifican cada una de ellas con dichas experiencias, existen miles de vivencias sociales por las cuales cada uno de los individuos de la sociedad se identificará tarde o temprano. Le dan forma a las percepciones y contribuye a digerir el conocimiento del pasado y la comprensión del presente, se desempeñan como portadores de todo conocimiento.

Los medios de comunicación de masas son accesibles a todo el público por su relativo coste barato y de fácil acceso. Los mass media son instituciones sociales, es decir, tienen influencia sobre otras instituciones, por ejemplo la familia, la escuela, el trabajo y la comunidad social en general.

El entorno de la vida social gira en parte a través del ojo virtual de los medios de comunicación, la información, las ideas, las creencias se nos dan a través de los medios de comunicación, éstos funcionan como mediadores de la vida social y cotidiana, es una mezcla entre la realidad social y la experiencia personal.

Las experiencias sociales, políticas o culturales por parte del ser humano son limitadas, las personas no pueden tener un conocimiento específico en cada materia o

tan sólo un conocimiento general de cada una de ellas, el conocimiento que se tiene de los artistas, de los dirigentes políticos o de los analistas son a través de los medios de comunicación de masas, se encargan de difundir lo que pasa en el país, es por lo tanto que nuestro conocimiento y nuestra percepción de la vida social, cultural o política es otorgada por los medios de comunicación, nuestra comprensión de otras sociedades o de grupos sociales al que no se pertenece, se modela en la fábrica comunicativa.

Los medios de comunicación son una especie de puente con la realidad, forman una relación con la ciudadanía a través de imágenes, del lenguaje, de percepciones sensoriales o a través de la escritura.

Para Denis McQuail en su obra, *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, percibe diferentes características que pueden definir a los medios de comunicación como entes participativos en la persuasión social y psicológica de las personas.

Los medios de comunicación son:

Una plataforma o vehículo, de información y opinión.

Un vínculo, interactivo que relaciona a los emisores con los receptores.

Una señal, que indica el camino, orienta o instruye.

Un espejo, que filtra una imagen de la sociedad, con una distorsión debido a la insistencia en lo que la gente quiere ver de su propia sociedad.

Una barrera, que oculta la verdad al servicio de fines propagandísticos o de la evasión<sup>218</sup>.

Los medios de comunicación ejercen un funcionamiento en los sistemas públicos como estructuras o engranajes para la comunicación social, éstas son tres relaciones fundamentales y fines de los medios comunicativos: 1) relaciones de poder, 2) integración social y 3) cambios sociales por los cuales los mass media ejercen su tarea y su finalidad.

Los medios de comunicación son una fuerza de cambio social político o económico, pueden ejercer una influencia en los cambios políticos, como todos sabemos, los medios de comunicación son instituciones económicas, por ejemplo; para

---

<sup>218</sup> Dennis McQuail, *op. cit.*, p. 80.

realizar una campaña política en un cierto medio de difusión, se necesita un capital económico considerable para poder ejercer esta relación del candidato o del partido político con los medios de comunicación de masas, ya que pueden explotar una idea política o una imagen de un partido político hasta la saciedad. El público, la audiencia o las masas responderán considerablemente a éste ataque masivo de información, se tendrá la respuesta deseada por parte del partido político y del medio comunicativo.

A continuación veremos otra definición de las funciones de los medios de comunicación como entes participativos dentro de las estructuras sociales en la formación o guía activa de las sociedades.

#### Funciones de los medios de comunicación.

- a) Función modernizadora y progresista. Presentan los últimos adelantos científicos y culturales, haciéndolo deseable para los ciudadanos. La publicidad enseña a vivir mejor. Estimulan las expectativas, la producción, el consumo, son los voceros del progreso.
- b) Función universalista. Constituyen la base de un lenguaje, de un estilo y de un comportamiento común a los habitantes de Roma, Tokio, Nueva York.
- c) Función democrática. Educan, informan, cultivan, crean la posibilidad de que el ciudadano participe<sup>219</sup>.

El contenido de la información lanzada por los medios de comunicación es elaborado al servicio de los intereses de los dueños del capital y de una élite política, su tarea es construir un contenido en el cual parezca una visión crítica sobre las noticias, sobre el sistema económico que se vive en el país o en el mundo, su tendencia es la de presentar al auditorio la aceptación de su destino. Cumplen una tarea muy importante para las élites gobernantes, ésta es la de relajar y evadir los problemas diarios del individuo.

Los medios de comunicación ofrecen una visión del mundo, un sustituto del ambiente que constituye un poderoso medio de manipulación hacia las personas. El control central por parte de los medios de comunicación funciona negándole a los individuos la oportunidad y la capacidad para darse cuenta de sus propios fines o como lo definiría Carlos Marx, les impiden el acceso al conocimiento de su fuerza, de su

---

<sup>219</sup> R. Echeverría, F. Castillo, A. Mattelart, J.M Martínez, M. Mattelard, A. Dorfman, Buenos Aires, Editorial amorrortu, 1974., p. 96.

consciencia de clase, de su poder destructor, combativo y hasta cambiante de las fuerzas de producción o de un sistema político inequitativo.

La clase capitalista opera su influjo económico en toda la esfera social y en el ambiente mediático, a su vez los media trabajan para sus fines lucrativos o de consumo y para la distorsión social que demandan las clases dominantes. Operan ideológicamente diseminando las ideas y las visiones del mundo de la clase gobernante, negando las ideas y visiones de un mundo en transformación que puedan conducir al cambio o al desarrollo de la consciencia por parte de la clase dominada, las clases dominadas no participan en los procesos comunicativos, políticos o económicos del mundo.

Los mass media impiden el conocimiento de los verdaderos intereses de la clase obrera, con impedimento del desarrollo de consciencias en oposición al sistema político establecido, por el cual la clase dominada se encuentra siempre en un estado de espectador de público en el cual no participa en los procesos de cambio.

Apreciación de Lazarsfeld frente a los medios de comunicación:

a) Los medios representan un nuevo tipo de control social que viene a sustituir sutilmente el control social brutal que antes se ejercía y que ya la sociedad moderna no tolera; b) son los causantes del conformismo de las masas; y c) deterioran el nivel de la cultura popular, alimentando gustos vulgares<sup>220</sup>.

Los medios de comunicación no pueden prescindir de la estructura económica como base de su dominio a través de la tecnología, entre más tecnología más dominación, porque los medios hacen llegar la información a cada rincón del mundo con gran velocidad hasta el punto que la ideología se hace dependiente de la economía.

Los medios de comunicación de masas cumplen funciones y fines dentro de sus tareas comunicativas frente a la sociedad y frente al individuo como un ente aislado para después insertarlo en un conjunto, en una sociedad homogénea.

Para que exista un dominio en la conducta del individuo se necesita controlar sus emociones, sus deseos y sentimientos, se deduce al dominio psicológico.

El dominio psicológico se da cuando los mass media mandan los mensajes, en ése acto comunicativo se producen nuevos lenguajes, el lenguaje es una forma de

---

<sup>220</sup> R. Echeverría, F. Castillo, *op. cit.*, p. 100.

dominio. Los mass media tienen un aspecto multifacético, no podemos describirlo como un concepto somero, general con poco sentido en las relaciones sociales, en los procesos internacionales o como una simple institución de relaciones económicas y políticas. Los mass media proporcionan entretenimiento, sirven en la reducción del estrés laboral, como un relajamiento personal y colectivo, hacen menos caóticos los problemas de la vida real y evita el caos dentro de la sociedad.

A continuación les presentaremos los objetivos reales de los medios de comunicación frente a la sociedad, según McQuail:

1.- Información: proporciona información sobre acontecimientos y situaciones en la sociedad y en el mundo, indica las relaciones de poder, facilita la innovación, la adaptación y el progreso.

2.- Correlación: explicar, interpretar y comentar el significado de los acontecimientos y la información, apoyar a la autoridad y a las normas establecidas.

3.- Continuidad: expresar la cultura dominante, forjar y mantener el carácter de los valores.

4.- Entretenimiento: proporcionar entretenimiento, diversión y medios de relajación, reducir la tensión social.

5.- Hacer campaña a favor de los objetivos en la esfera de la política, la guerra, el desarrollo económico, el trabajo y, a veces, la religión<sup>221</sup>.

Una de las cuestiones claves por las cuales los medios de comunicación dominan a la sociedad son las siguientes:

❖ El control de los medios de comunicación están constituidos en una élite política, los intereses de la clase dominante son los mismos, subyugar a las clases dominadas para la justificación de sus acciones políticas o económicas, la distribución de las ideas y la formación de conciencias van en este mismo sentido.

❖ Las ideas de la élite dominante en los medios de comunicación en la política, forman una especie de imaginario colectivo para extenderlos a todos los estratos sociales.

---

<sup>221</sup> Dennis McQuail, *op. cit.*, p. 103.

❖ La dominación de la élite gobernante, constituye su legitimación a través de la construcción de los mensajes, mediante la difusión ideológica y la aceptación de las desigualdades de clase.

Funciones de los mass media frente a la sociedad según Lazarsfeld y Merton:

Lazarsfeld y Merton coadyuvan a la explicación de la caracterización funcionalista de los medios, explicada en dos funciones sociales; a) función de conferir prestigio: la posición social de personas, acciones o grupos se ve prestigiada por los medios de comunicación; b) función de reforzar normas sociales; al dar publicidad a las conductas desviadas, ejerciendo presión para que se establezca una moral única; c) disfunción narcotizante; el hombre informado tiende a considerarse participante, pero no es participe en las acciones de ninguna índole<sup>222</sup>.

Los medios de comunicación en todos casos es un ente persuasor social que tan solo hace creer al ciudadano que participa dentro de la opinión pública o en los procesos de cambio democráticos políticos, en realidad tan solo es un espectador de cualquier cambio en el mundo, se cumplen las funciones antes presentadas para que la élite gobernante se legitime como el grupo político y económico al mando, al poder, como una clase dominante.

El lenguaje que se utiliza a través de los medios comunicativos es un lenguaje destinado a legitimar el sistema capitalista, los principios del capitalismo son el lucro, la desigualdad, la explotación, la enajenación del hombre en la súper producción de capital para la acumulación de éste, alienando al individuo más y más a las fases de la explotación humana. El lenguaje mediático se torna un lenguaje de clase, son explotados por múltiples canales de manera constante, son ordenamientos a acatar el sistema existente.

El lenguaje es destinado a la ilusión describiendo la realidad tras un proceso ilusorio. Las masas o los públicos de los mass media solo son destinatarios pasivos del proceso comunicativo.

---

<sup>222</sup> R. Echeverría, F. Castillo, *op. cit.*, p. 101.

La tecnología juega un papel definitorio, son los que tienen la última palabra, los líderes de la opinión pública son los sujetos que trabajan bajo el imperio comunicativo, la tecnología en ocasiones les sede el lugar temporal de la palabra.

En nombre de los medios de comunicación nos dejan un legado de reemplazo de memoria, para los medios de comunicación sería lo ideal que los individuos solo consumieran, no pensarán, no razonarán, de ser posible no dirán nada. Atacan la conducta humana con diversos métodos persuasivos, con técnicas psicológicas.

La transmisión del conocimiento es atacado principalmente en la educación para formar filas completas de individuos en la cultura de masas, el modelo comunicativo se traza en enseñanza aprendizaje.

Los medios basan muchas de sus estrategias persuasivas en el entretenimiento ya que es el control sistemático mental, en un mundo de explotación humana que es lo cotidiano, lo natural, es la evasión de los problemas diarios ya sean laborales o económicos, las personas se refugian en la diversión y en el entretenimiento.

Existe un factor importante que se debe tener en consideración para los medios de comunicación masivos, la tecnología: La tecnología se encuentran en constante renovación, esta evolución va de la mano con el progreso comunicativo, se encuentran cada día más técnicas sofisticadas de manipulación mental. Se utiliza un medio para transmitir un mensaje, a veces en realidad no es tan importante el mensaje como la utilización del medio, se hace durante un cierto tiempo hasta que el individuo haya captado el mensaje de una forma u otra, los medios comunicativos en realidad se han vuelto más que un medio informativo, son un medio de entretenimiento para la población o como una institución del ocio.

Los mass media están relacionados con los factores de poder e inciden en las bases, en las estructuras y en la plataforma del poder financiero y político. Su fin será estar en común acuerdo con las estructuras dominantes y su tarea es: 1) atraer la atención del público, 2) convencer a la población a través de sus técnicas de persuasión, 3) influir en la conducta del público para servir a los fines de las estructuras de mando político y económico, 4) legitimarse ante toda la población del sistema político, económico o de cualquier acción que pudiera ser cuestionada, 5) dar a conocer

la información para que conciban la realidad procesada bajo los influjos comunicativos de dichas instituciones.

Los medios de comunicación de masas son un medio eficaz para el control mental, pero en muchos sentidos dictan las leyes, hacen valer las normas y se hacen pasar por la voz de autoridad, son los distribuidores de las opiniones, de la comunicación, de la instrucción y del entretenimiento.

Los mass media se han vuelto indispensables para la sociedad, establecen relaciones de dependencia dentro de los campos de la opinión, de las creencias, de la consciencia e incluso de la identidad. Los medios son gobernados dentro de un monopolio comunicativo, son gobernadores de las personas para envolverlos en una cultura de masas como audiencia, consumidores de fantasías y como electorado.

La mejor forma antidemocrática para establecer las relaciones de poder o de un sistema político son los medios comunicativos, las ordenes y voluntades de poder son establecidas de arriba hacia abajo.

A continuación presentaremos las funciones de los medios de comunicación frente a individuos aislados según McQuail, sin olvidar que los mass media construyen a diario una cultura de masas cada día más fuerte.

Los medios de comunicación tienen dos funciones, la primera se refiere a persuadir a un conjunto de personas a (las masas) la segunda, es persuadir al individuo personalmente. A continuación presentamos las funciones u objetivos de los medios de comunicación frente al individuo.

1.- Información: Aprender, auto-educarse, obtener una sensación de seguridad a través del conocimiento.

2.- Identidad personal: Buscar modelos de comportamiento, identificarse con otros individuos de los medios apreciados como modelos.

3.- Interacción social e integración: identificarse con otros y alcanzar un sentido de pertenencia.

4.- Entretenimiento: Evasión o distracción de problemas, relajamiento, llenar el tiempo, obtener goce cultural o estético, descarga emocional<sup>223</sup>.

---

<sup>223</sup> Dennis McQuail, *op. cit.*, Pp. 105-106.

Las relaciones entre sociedad y medios de comunicación es el estímulo para llegar después al estado de satisfacción con la creación de necesidades por los mass media, despolitizan o politizan a la gente, además de controlarlos para llegar al último estado, el de la pasividad.

Según Carlos Marx la clase que posee los medios de producción material posee al mismo tiempo el control de aquellos medios de producción mental, regulan la producción y distribución de las ideas de su época.

Los medios comunicativos se han montado en un papel de tutor familiar, es decir, orientan los impulsos, las emociones y los sentimientos a un mismo fin, en un mismo sentido, es variable en cada sociedad. El nazismo manejó los medios de comunicación de masas como un instrumento de control social, un instrumento de mando y de jerarquía política.

Los mass media tienen la virtud y la facilidad para acomodarse o adaptarse a la realidad nacional, uno de sus objetivos principales es dar la impresión de confianza ante las masas, ésta confianza se convierte en poseer todas las virtudes institucionales, al conquistar la confianza, las personas creerán en toda la información que los mass media envíen al ciudadano. En situaciones de crisis o de inestabilidad en un país, los medios de comunicación de masas adquieren más poder, el ciudadano les concede éste poder por la confianza.

Función principal de los medios de comunicación de masas es, proporcionar a la sociedad como a la industria comunicativa coherencia a las consciencias del individuo, muestran experiencias sociales en su totalidad, cuestión de una realidad distorsionada.

El objetivo de las industrias comunicativas se cumple una y otra vez, no les interesa que el individuo quede aislado sino por el contrario, no sustituye lazos de comunicación con su entorno social, sino mecánicamente los suplementa o los refuerza. Los medios de comunicación son una conexión con los otros; amigos, familia, instituciones sociales y políticas.

Los mass media, un control social y psicológico desde la perspectiva de Marshall McLuhan, poniendo de relieve la situación mediática del nacionalsocialismo. Veremos la concepción ideológica de Marshall McLuhan frente a los medios de comunicación como un control social y psicológico dentro de la sociedad, se retomaran varias ideas de éste

autor ya que el iniciador de la presente tesis cree reinsertar conceptos de Mcluhan para enriquecer el trabajo, ya que nos ha ayudado muchísimo a complementar la visión comunicativa. Veremos un aspecto desde la visión general y comunicativa según Mcluhan.

Marshall Mcluhan uno de los grandes aportadores de la teoría de la comunicación, escribe el libro titulado *El medio es el mensaje* en 1967, en el cual redacta la función de los medios de comunicación frente a la comunidad y sus efectos psicológicos del ser humano.

Para Mcluhan, el proceso comunicativo lo determinan los medios de comunicación, ya que son insertados en el individuo desde su nacimiento hasta el final de su vida, ahí se encuentran presentes día con día los medios comunicativos, remodela y reestructura el modelo comunicativo social, cultural y lo más peligroso de todo, individual.

Las sociedades siempre han sido orientadas mediante los medios de comunicación no en razón de la comunicación personal del individuo, ya que los mass media llegan a toda una sociedad, la comunicación personal sólo se queda en un lenguaje disminuido entre dos personas, no quiere decir que la comunicación personal no tenga influencia entre los individuos, sino que no tiene la misma potencia comunicativa que los mass media, éstos pueden moldear la cultura y el modo de pensar de una nación, incluso del mundo entero. Ponemos como ejemplos claros, el nacionalsocialismo y el sistema comunista como grandes sistemas políticos y económicos capaces de determinar el modo de vida internacional.

¿Estos regímenes políticos y económicos moldearon al mundo por sus ideales, por el contenido de sus sistemas para acabar con los problemas sociales, económicos o políticos? La respuesta absolutamente es negativa como primera instancia, los modelos políticos cambiaron al mundo por los medios de comunicación, el contenido de los sistemas fue secundario, el impacto del comunismo o del nacionalsocialismo fue mediático, fue la difusión de los medios de comunicación frente a todo el mundo, cada nación como culturalmente está constituida observó, diluyó a dichos sistemas como aceptables o inaceptables.

El contenido del fascismo como del comunismo fue un cambio radical, se cambió el modo de vida de algunos países al comunismo y otros al fascismo por su contenido ideológico por supuesto, pero lo que se argumentaba anteriormente es que los medios de comunicación transformaron como primera instancia al mundo por su impacto mediático, por la simbología cultural, por el nuevo lenguaje, como por ejemplo en el comunismo se utilizaban los conceptos del camarada, *tovarich* en ruso, o la suástica junto con el *Heil Hitler*, fue el saludo nazi para indicar lealtad al líder supremo, aun en la actualidad las simbologías antes descritas como los conceptos son y fueron utilizados por personas sin que supieran su significado y mucho menos su historia, muchas veces los medios de comunicación transforman la ideología del individuo con el impacto mediático sin utilizar el contenido ideológico.

Los medios de comunicación son tan poderosos que pueden moldear al mundo. El líder nazi se fijó tenazmente en la vida productiva de la juventud, sabía del poder de la propaganda y de la hábil atracción de su persona, los medios de comunicación fueron un arte dentro del movimiento.

Las palabras y el significado de las palabras predisponen al niño a pensar y a actuar automáticamente de una cierta manera<sup>224</sup>.

Los cambios culturales y sociales se determinaron según el Estado nazi, los medios de comunicación desde la niñez dictaban el quehacer a la juventud.

La función del nazismo al tomar en sus manos la educación fue en dos vertientes:

1) Controlar al soldado desde su nacimiento, inculcarle una formación mental, 2) el individuo aceptara su rol dentro de una sociedad sin ninguna rebelión, al contrario dará reverencia al gran *Führer*.

La juventud comprende por instinto el ambiente actual, vive en profundidad con los medios de comunicación, se esparce en el mundo de la “era eléctrica” desde su nacimiento los mass media se encargan del ambiente social y comunicativo, así nadie escapa a su influjo.

---

<sup>224</sup> Marshall McLuhan, *El medio es el mensaje*, Argentina, Editorial Paidós, 1969., p. 8.

Los medios de comunicación son tan poderosos en su conjunto como por separados, por obvias razones no tendrían el mismo impacto, pero igual tienen una influencia social grande, la sociedad está guiada por los medios comunicativos, es por eso que tienen más poder que los propios padres dentro de la institución familiar. La radio, el cine, el periódico, las películas ejercen una influencia mayor sobre los hijos, Hitler influyó más sobre los jóvenes que sus progenitores.

Los mass media han reconstruido el dialogo en escala global, su mensaje es el cambio total, que acaba con el parroquialismo psíquico, social, económico y político. Los viejos agrupamientos cívicos, estatales y nacionales ya no funcionan<sup>225</sup>.

La enseñanza y el aprendizaje por parte de los mass media frente a los jóvenes principalmente y a la sociedad en su conjunto, se suscitan en aspectos de mecanización y especialización. Todos los medios nos golpean a diario minuciosamente, penetran en la mente de los jóvenes o de cualquier otro individuo en sus consecuencias personales, se adentran en la vida común del ser humano en todos los temas y desde todos los ángulos en política, economía, psicológicamente, moral, ética no dejan libre ningún aspecto de nuestra persona. Los medios de comunicación modifican el ambiente, la prolongación de cualquier sentido, modifican nuestra manera de pensar y de actuar, nuestra manera de percibir el mundo.

La reproducción en masa de la comunicación empezó con la imprenta, todos se sirven de éste medio como propaganda para influir en la cabeza de cada individuo para que formen un mismo mundo, no un mundo en cada cabeza.

El ambiente es invisible pero está dotado de reglas, de estructuras, penetra en cada lugar de la sociedad y sus patrones determinan una percepción fácil y accesible, los medios de comunicación se dan a comprender de una manera risible, con astucia y fluidez. Cuando los medios de comunicación ejercen un poder psicológico sobre el individuo, las masas no se percatan de los intereses informativos, es decir, las instrucciones por parte de los mass media hacia el individuo son imperceptibles, no son mandatos sino mensajes alusivos a la instrucción.

---

<sup>225</sup> *Ibid.*, p. 16.

La alienación para Marx es una definición exacta en los medios de producción, cuando el individuo está enajenado con la producción de la fuerza laboral para la acumulación de capital, cuando ejerce dicha acción se va de sí, se anula como sujeto, su identidad es cambiada porque no es él, se enajena en los medios de producción.

La propaganda cuando ejerce su poder a través de la radio en comunicados, en películas o en actos públicos, el individuo se enajena, las asambleas multitudinarias ejercidas por Hitler fueron enajenaciones populares como en los congresos de Núremberg, Hitler y sus colaboradores fueron excelentes oradores, el público en general se enajenaba con discursos tan falsos como sus representantes, pero sustanciosos en sus palabras y en su verbo tan envilecedor de cualquier público.

Los medios de comunicación hacen su trabajo al pie de la letra, a través de los diferentes medios se suscita el lavado de cerebros hacia los estudiantes, porque su concepción del mundo se está formando, su vida aun no está definida, sino está en pleno camino de una constitución mental, el adulto por el contrario ya está definido. De la siguiente manera podemos clasificar a las juventudes hitlerianas y a toda la juventud que creyó en las descabelladas propuestas por los nazis.

Los mass media enajenan al individuo como persona y a la masa como conjunto, con repeticiones constantes en el mensaje, cubriendo la vida pública y privada de las personas, atacando al individuo en todo momento de su vida cotidiana, es decir, el emisor al ejercer una fuerza sobre la información, el receptor no puede prescindir de dicha información. En la propaganda se utiliza mucho el método visual, las personas creen en lo que ven, es por eso que los medios de comunicación se encargan de atraer al público con imágenes.

Dentro de los *“fenómenos eléctricos”* como define McLuhan a los medios de comunicación, tan solo lo visual es un componente en la interacción individuo mass media. La tecnología en la comunicación radica más en el hecho que el ser humano se identifique con las cuestiones visuales, tiene más poder sobre éste que cualquier otro método persuasivo, pero lo visual tan solo es un complemento de los otros sentidos, los medios eléctricos se han encargado de realizar una propaganda para cada sentido del cuerpo humano.

La propaganda atrajo psicológicamente a las personas por su símbolo, la suástica era llamativa con solo verla, los colores fueron los más intensos, el rojo y el negro hacen una real combinación de fuerza, coraje, y poder.

Los cantos, gritos, estrofas e himnos de la propaganda nazi se volvieron un icono de sonido, los sonidos no los podemos controlar, escuchar no está dentro de nuestras posibilidades de manipulación de las personas, el nazismo se aprovechó y utilizó el sonido a su favor.

La música lograba en el oyente la respuesta psicológica deseada, el oyente podía memorizar con mayor facilidad lo cantado que lo dicho, el canto no estimula la argumentación ni la discusión, para el nazismo fue un arma de enajenación sobre el individuo que reaccionaba para nunca llegar al campo de la razón. El canto propagandístico es una barrera individual y colectiva para el individuo o la masa, impide el razonamiento, fue el enemigo del pueblo alemán.

Para platón el descubrimiento del alfabeto fue una contradicción para el aprendizaje del ser humano, las personas que lo aprendan no usaran su memoria, se guiaran por símbolos, por caracteres escritos, les obsequiaran la mitad de la verdad, sino es que la apariencia de la verdad.

Dentro de los medios de comunicación nazi se reunieron todas las habilidades persuasivas del lenguaje dramático, explosivo y violento.

La verdadera guerra, la batalla total, es hoy una confrontación de información según McLuhan. El nacionalsocialismo desde un principio creó una ofensiva informática que los otros partidos, incluso el gobierno no supieron combatir, los enfrentamientos políticos en la actualidad son eléctricos, vence quien sabe manejar más y mejor los medios de comunicación.

El ambiente como procesador de la información es la propaganda. La propaganda termina donde empieza el dialogo<sup>226</sup>.

La propaganda no argumenta sino afirma, si argumentara se debilitaría su eficacia, ya que puede ser cuestionada a través del razonamiento, llama a la pasión, a las

---

<sup>226</sup> *Ibid.*, p. 142.

oscuras partes de la exaltación para que el individuo ni siquiera pueda sentir un pequeño tumulto de reflexión.

El ambiente según McLuhan es modificado por los medios comunicativos que cautivan nuestros sentidos, a cada sentido se le ataca por separado o en su conjunto, cada individuo es atacado o en masa pero nadie se salva del influjo del ambiente, al modificar el ambiente se modifica el individuo, el cambio de actitud, el cambio de pensamiento, el cambio de rutina etc. Ya sea un cambio o una modificación en las actitudes de las personas son manipulados por los medios. El ambiente creado por el hombre se convierte en su medio para definir su rol en la sociedad, en la familia y en el mundo.

Los medios al modificar el ambiente, suscitan en nosotros percepciones sensoriales de proporciones únicas. La prolongación de cualquier sentido modifica nuestra manera de pensar y de actuar nuestra manera de percibir el mundo<sup>227</sup>.

Nos enfocamos en Marshall McLuhan porque el realizador de esta investigación cree importantes sus aportaciones para la explicación de los medios de comunicación o mass media, en cualquier ámbito comunicativo se puede apreciar el enriquecimiento informativo de dicho autor.

---

<sup>227</sup> *Ibid.*, p. 148.

## Conclusiones

Los medios de comunicación son un poder inmensurable, el nazismo como en la época moderna del siglo veintiuno se utilizan para el control, la persuasión o la manipulación de todo un pueblo, de una nación e incluso se hace uso de la seducción y fascinación de los medios de comunicación.

Los medios de comunicación son utilizados para usos particulares, o al servicio de una cúpula de poder o de una oligarquía, los medios de comunicación llevaron al nazismo a la destrucción de su propio ser, Hitler como su camarilla tuvieron tanto poder gracias al perfeccionamiento de las técnicas de los medios de masas, se creyeron tan invencibles que nadie los podía detener, los medios de manipulación social pueden modificar la cultura de un pueblo, el modo de pensar, de actuar de una nación e incluso pueden cambiar la perspectiva de los líderes políticos hasta llevarlos en primera instancia al poder para después llevarlos a la ruina.

El poder de los medios de comunicación en la modernidad es increíble, una noticia puede darle la vuelta al mundo en un minuto, con las redes sociales, en los diarios, la televisión, en la radio etc.

Los medios de comunicación de masas gracias a los nazis llegaron al poder en 1933, para después controlar durante doce años a Alemania y el estallido de la Segunda Guerra Mundial: los medios de difusión masiva en manos calificadas es una bomba atómica que influye o afecta al mundo entero, hicieron del nazismo una potencia mundial.

Existen muchos factores por los cuales Hitler ascendió al poder de la cancillería de Alemania, un hombre que de la miseria pasó a ser el dictador más temido de Alemania y del mundo, pero en la presente tesis se presenta el argumento que la propaganda fue uno de los factores decisivos por los cuales el nacionalsocialismo pudo ascender a las grandes esferas del poder, aquí sólo se dio una explicación breve, concisa, simple y de manera muy general de cuáles fueron los procesos por los que Hitler y el nacionalsocialismo siendo un partido con una ideología tan precaria y siendo un partido relativamente nuevo, ascendieron al poder, claro está la crisis económica y la retórica

persuasiva de Hitler influenciaron mucho para este proceso, pero si el nacionalsocialismo no hubiera tenido a Hitler de su lado probablemente la historia sería otra, y tal vez sin los procesos económicos y políticos existentes por aquellos años, Hitler seguramente no hubiera ascendido al poder.

Recordemos que la población estaba desesperada por la crisis económica, ésta factura la pagó muy cara la república de Weimar, la gente ordinaria creía que en realidad la causa de la pobreza en Alemania había sido causada por la democratización del sistema político y tal vez no por las fallas de la derrota en la guerra, la imposición del Tratado de Versalles, el mal manejo de las políticas públicas y la mala administración por parte del Estado.

El triunfo de Hitler se dio de alguna forma debido a malos cálculos políticos por parte de miembros de la élite gobernante que creían poder manejar al personaje con una excelente oratoria, o por la inocencia de éstos políticos sin visión al presente y al futuro.

Sin lugar a dudas los factores antes mencionados ayudaron a la escala del NSDAP a erigirse en el poder, pero el manejo de la propaganda por parte del nazismo fue determinante, el nacionalsocialismo perfeccionó las técnicas propagandistas, el uso del engaño, el uso de los colores, el uso de un estandarte para atraer al público y por supuesto el perfil carismático de Hitler al igual que su manejo natural de la oratoria fueron captados por la población desesperada por un cambio en primer lugar económico y político. La propaganda únicamente se realizó conforme a la situación endémica de Alemania, además de satisfacer las necesidades psicológicas de la población, a cada sector se le realizaba una nueva propaganda.

En el presente capítulo se dieron a conocer los principios de la propaganda nazi, los objetivos y las técnicas por los cuales el autor de la presente tesis cree firmemente que a través de la propaganda el nacionalsocialismo pudo aprovecharse de la situación alemana a su favor, se habló reiterativamente sobre el personaje histórico de Hitler el cual es indispensable retomarlo en toda la tesis ya que fue el personaje principal de la propaganda, el cual el nazismo no hubiera llegado al poder.

Es difícil separar las técnicas de los principios propagandísticos, sin embargo se trató de hacer la separación de cada concepto, por lo tanto tienen mucho que ver. No todo el triunfo electoral del nacionalsocialismo es un efecto directo de la propaganda, pero se cree firmemente que la propaganda cuando menos influyó en más del sesenta por ciento de la causa por el cual dicho movimiento llegó al poder.

Se dice con algunos autores que Hitler no hubiera llegado al poder con su personalidad ridícula y caricaturesca con la llegada de la televisión, pero eso nunca se va a poder comprobar, ya que las circunstancias del tiempo son imposibles juntarlas, la radio fue el medio más eficaz del nacionalsocialismo ya estando en el poder, en las décadas de 1920 y 1930 la radio era aún una novedad, el nacionalsocialismo se aprovechó de ese medio para infundir su precaria pero manipuladora ideología.

Los principios y las técnicas como los objetivos presentados en el capítulo fueron utilizados desde el principio hasta la toma del poder por el nacionalsocialismo hasta su estancia en el mismo. Hitler y Goebbels los utilizaron durante toda su carrera política hasta el final de sus personalidades.

Nos queda claro que al poner en práctica las técnicas, los principios y procedimientos de la propaganda contando con los medios de comunicación, una campaña política sería eficaz para el ascenso al poder, el nazismo pudo instaurarlos en Alemania, pero en México como en otras partes del mundo se sigue manipulando, mintiendo o controlando a la población, mediante los medios de comunicación como la información.

Los medios de comunicación de masas cumplen sus expectativas como lo expusimos en este capítulo, dominan las consciencias a través de la repetición, a través de cargas emocionales a través de temas sociales, populares, políticos con métodos psicológicos.

El nacionalsocialismo fue el primer movimiento político en transformar, en revolucionar esta arma política en un instrumento de poder tan inimaginable para la humanidad. Se quiso ahondar en los medios de comunicación para un entendimiento completo del movimiento nacionalsocialista en porque en su tiempo fue tan poderoso,

tan dominador en las mentes de la población, y en porque traspaso fronteras hasta llegar a ser un poderío mundial.

El trabajo de los medios de difusión social es el de mantener el mismo sistema dominador de las consciencias sociales e impedir la revolución de ideas para el cambio social, político y económico dentro de las estructuras de poder en el mundo. Fue por eso que el nacionalsocialismo en su estancia en el poder no hubo oposición política alguna. Como primera instancia la oposición fue reprimida, pero también a través de la propaganda dominó eficazmente toda oposición mental a los intereses nazis.

Los mass media o medios de comunicación son un medio de colonización intelectual de las sociedades en el mundo. Como se expuso a través de los diferentes autores que se retomaron dentro del presente capítulo, todos de alguna manera u otra coincidieron con las ideas expuestas durante el desarrollo de los temas presentados, el capitalismo, el fascismo o el comunismo utilizaron en diferentes formas a los medios de comunicación pero no con diferentes objetivos o fines.

En lo consiguiente los mass media si pueden cambiar la cultura de las naciones, dirigirla, guiarla, manipularla o crear una cultura subalterna, al igual que es un medio de control social. El nacionalsocialismo infundió el rechazo total a la raza judía, el rechazo a la república de Weimar, y la instauración de un sistema fascista como fuerte, eficaz y confiable para poder terminar con los problemas nacionales.

Se puede concluir que el nacionalsocialismo obtuvo tanto poder dentro de Alemania por su gran manejo comunicativo, y pudo tener una influencia mundial por la gran expansión propagandística dirigida por Goebbels.

Los medios de comunicación son atractivos y llaman la atención de su público porque difunden el crimen, la catástrofe y la emoción, son factores que nadie escapa a su fantasía, en esa práctica informativa se vuelven la transmisión de mensajes ideológicos.

Los recursos mediáticos son desde la distorsión de las noticias, de imágenes hasta la creación de historias increíbles y espantosas, son hechas razonablemente para la manipulación, desde lo vulgar hasta lo sublimé, donde se encuentra un mecanismo de estímulo respuesta.

Los medios de comunicación como la propaganda siguen en algunos aspectos los mismos patrones de persuasión, con sus mensajes penetran el alma humana mediante una multitud de palabras, de películas, de imágenes, de historias y relatos contados. El nacionalsocialismo utilizó todos los medios de difusión posibles para controlar la consciencia de un pueblo, utilizó la radio como primera arma efectiva, las películas, los diarios, las imágenes, y por supuesto la oratoria de Hitler para no dejar escapar ningún oído y ninguna mirada por parte del pueblo alemán.

La clase dominante tiene el control de las transmisiones sociales. Esta clase dominante durante 11 años se llamó nacionalsocialismo.

Hitler no tuvo los medios de comunicación de la actualidad, sin embargo se supo servir de los medios comunicativos existentes y de su oratoria popular, dominaba muy bien su técnica persuasora, haciendo que el público se asombrara y sorprendiera ante el poder dominador de la palabra hablada.

Los mass media aíslan los triunfos de la clase dominada, ignoran las revoluciones proletarias, los aciertos de los obreros, las ideologías de cambio, la fuerza determinista campesina, en pocas palabras borran todo cambio significativo del *estatu-quo*. Lo borran para crear un nuevo orden político, por eso Hitler reprimió y asesinó a los líderes sindicalistas más representativos de Alemania.

Los medios comunicativos son instrumentos de ataque cual si fuera un fusil, los mass media exigen un conflicto diario para manipular a la clase dominada. La ideología se vuelve una ideología dominante, por lo tanto existe una represión ideológica.

La sociedad de masas se distingue porque es una sociedad homogénea, los individuos no tienen ideas muy diferentes, no se comportan de manera distinta, no tienen ideologías separadas de las comunes. Los medios de comunicación se vanaglorian de expresar la cultura de masas como la expresión de la sociedad, haciéndoles perder su carácter elitista, para poder tratar a todos los individuos como iguales ante los mensajes consumidores o propaganda.

## Bibliografía

- Amery Turner, Carl, Auschwitz, *¿Comienza el siglo XXI?*. México, Editorial fondo de cultura económica, 1998.
- Bartlett, F.C, *La propaganda política*. Edición RidendoCastigat Mores, Versión para ebook ebooksbrasil.com, www.jahr.org, 1947-2002.
- Burleigh, Michael, *El III Reich, una nueva historia*. México, Editorial punto de lectura, 2007.
- Butler, Rohan Do, *Raíces ideológicas del nacionalsocialismo*. España, Editorial fondo de cultura económica, 1943, segunda edición.
- Cautinho, Carlos Nelson, *El estructuralismo y la miseria de la razón*. México, Editorial biblioteca era, 1973.
- Colloti, Enzo, *La Alemania nazi, desde la república de Weimar, hasta la caída del Reich hitleriano*. Madrid, Editorial el libro de bolsillo Alianza, 1962.
- Davidson, Eugene, *Como surgió Adolfo Hitler nacimiento y ascenso del nazismo*. México, Editorial fondo de cultura económica, 1981, Primera edición.
- Diccionario de la Real Academia Española, España, [en línea], Dirección URL: <http://.rae.es/drae/>
- Dietrich, Bracher Karl, *La dictadura alemana, génesis estructura y consecuencias del nacionalsocialismo*. Madrid, Editorial Alianza universidad, 1973.
- Dijk, Teun Van, *El discurso como estructura y proceso*. Barcelona, Editorial gedisa, 2001.
- Dimitrov, Jorge, *El incendio del Reichstag*. México D.F, Editorial grjalbo, 1968.
- Domenach, Jean Marie, *La propaganda política*. Buenos Aires, Editorial Universitaria De Buenos Aires Eudeba, 1986, 8 Edición.
- Dorfman Ariel, ArmandMattelart, *Para leer al pato Donald*. Chile, Editorial Siglo veintiuno, 1972.
- Durandin, Guy, *La mentira en la propaganda política y en la publicidad*. México, Editorial Paidós, 1983.

- Edwards, V.: *Group Leader's Guide to Propaganda Analysis*. Nueva York, Columbia, University, Press, 1938.
- Evans, Richard J. *La llegada del tercer Reich*. Ediciones península, Barcelona, 2005, Primera edición.
- F. Castillo, R. Echeverria, A. Mattelard, J.M Martínez, M. Mattelard, A. Dorfman, *Ideología y medios de comunicación*. Buenos Aires, Editorial amorrortu, 1974.
- Gasset, José ortega, *La rebelión de las masas*. México, Editorial espasacalpe mexicana S.A, 1983, Vigésima tercera edición.
- Hitler, Adolf, *Mi lucha*. Editorial del partido Nacionalsocialista de América latina, México, 2000.
- <http://lema.rae.es/drae/>.
- [http://www.grijalvo.com/Goebbels/once\\_principios\\_de\\_la\\_propaganda.htm](http://www.grijalvo.com/Goebbels/once_principios_de_la_propaganda.htm)
- Joachim, Fest, *El hundimiento, Hitler y el final del Tercer Reich*. México, Editorial galaxia Gutenberg, 2004.
- Kershaw, Ian, *Hitler 1889-1936*. Barcelona, Ediciones península, 1999.
- Koonz, Claudia, *La conciencia nazi, la formación del fundamentalismo étnico del Tercer Reich*. España, Editorial paidós Ibérica, 2005.
- Laswell, Harold, *La estrategia de la propaganda soviética*, WilburSchramm. Proceso y efecto de la comunicación colectiva, Quito Ecuador, CIESPAL ,1969.
- Le Bon, Gustavo, *Psicología de las multitudes*. México, Editora nacional, 1966.
- Lerner, Daniel, *La propaganda eficaz: condiciones y evaluación*, WilburSchramm, proceso y efecto de la comunicación colectiva, Quito Ecuador, CIESPAL ,1969.
- Lewis Koehl, Robert, *Las SS, El cuerpo de elite del nazismo 1919-1945*. Barcelona, Editorial tiempo de historia, 2009.
- Maquiavelo, Nicolás, *El príncipe*. México, Editorial Porrúa, 1976.
- Mariafioti, Roberto, *Los patrones de la argumentación*. Buenos Aires Argentina, Editorial biblos, 2003.
- Mcluhan, Marshall, *El medio es el masaje*. Argentina, Editorial paidós, 1969.
- Mcluhan, Marshall, *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. México, Editorial Diana, 1969.

- McQuail, Denis, *Introducción de la teoría de la comunicación de masas*, Londres, Editorial paidos, 1983.
- Ortega, José Gasset, *La rebelión de las masas*. México, Editorial colección austral, vigésima tercera edición, 1983.
- Paoli, J. Antonio, *Comunicación e información*. México, Editorial trillas, 1977.
- Pedro Montaner, Rafael Moyano, *¿Cómo es que nos comunicamos?*. Alhambra editorial de recursos didácticos, 1989.
- Piccini, Mabel, Ana María Nethol, *Introducción a la pedagogía de la comunicación*. México, Editorial trillas, 1990.
- Pizarroso, Quintero Alejandro, Madrid, *Historia de la propaganda: una aproximación metodológica*. Universidad complutense, 1999.
- *Políticas y sistemas nacionales de comunicación social*, México D.F, Editorial coordinación general de comunicación social presidencia de la república, 1981.
- Romero, Ma. Victoria, *Lenguaje publicitario*, España, Editorial Ariel, 2005.
- Sara Núñez Mercado, Ma Antonia Martín Diez, *Estructura de la comunicación mundial*. España, Editorial Universitas S.A, 1996.
- Shirer, William, *Auge y caída del tercer Reich, volumen 1. Triunfo de Adolf Hitler y sueños de conquista*. Barcelona España, Editorial Planeta, 2010.
- Torres, Corella Norberto, *Propaganda nazi*. México, Universidad Autónoma de Baja California, 2005.
- Tzu, Sun, *El arte de la guerra*. México, Editorial gernika, 1993, Primera edición.
- Vidall, M. Víctor Escandell, *La comunicación*. Madrid, Editorial gredoss.a, 2005.
- W. Falter, Jurgen, *El extremismo político en Alemania*. Barcelona, Editorial gedisa, 1997, Primera edición.
- Wolf, Mauro, *La investigación de la comunicación de masas*. España, Ediciones paidós, primera edición, 1987.
- Wolfgang, Benz, *El Tercer Reich, 101 preguntas fundamentales*. Madrid, Alianza Editorial, 2009.