

Arte, publicidad y propaganda: Análisis textual de
El Triunfo de la Voluntad

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Alumno: Marcos Barros Ceballos

Tutor: Manuel Ángel Canga Sosa

Segovia, 30 Junio de 2016



CAMPUS PÚBLICO
MARÍA ZAMBRANO
SEGOVIA



Facultad de Ciencias Sociales,
Jurídicas y de la Comunicación

Arte, publicidad y propaganda: Análisis textual de *El Triunfo de la Voluntad*

1. Introducción	3
1.1 Justificación del trabajo	3
2. Hipótesis	5
2.1 Formulación de objetivos	5
3. Metodología	6
3.1 La aportación de la Semiótica	6
3.2 La aportación de la Teoría de la Gestalt	7
3.3 La aportación del Psicoanálisis	9
3.4 La Teoría del Texto	9
4. Breve repaso del contexto histórico: entre el cine y la propaganda	10
4.1 La propaganda	10
4.1.1 La propaganda nacionalsocialista.....	10
4.1.2 Propaganda soviética durante la Segunda Guerra Mundial.....	13
4.1.3 Propaganda estadounidense durante la Segunda Guerra Mundial	15
4.2 El cine	17
4.2.1 El cine alemán desde la llegada de Hitler.....	17
4.2.2 El cine de la URSS	19
4.2.3 El cine en los Estados Unidos durante la Segunda Guerra Mundial.....	20

5. Análisis del Triunfo de la Voluntad	23
5.1 Títulos de crédito	23
5.2 La llegada de Hitler	24
5.3 Baño de masas hasta la llegada al hotel DeutscherHof	24
5.4 Campamento de las Juventudes Hitlerianas y las Juventudes Alemanas	25
5.5 Desfile de agricultores y exposición de la cosecha a Hitler	26
5.6 Hitler pasa revista a los obres del Frente Obrero.....	26
5.7 Congreso del partido NSDAP	27
5.8 Hitler pasa revista al Servicio Obrero del Reich	28
5.9 Concentración nocturna de las milicias.....	29
5.10 Concentración de las Juventudes Hitlerianas y las Juventudes Alemanas en el German Stadium.....	29
5.11 Discurso ante las juventudes.....	30
5.12 Desfile del Regimiento de Caballería y modernos vehículos	31
5.13 Reunión nocturna de los líderes políticos para pasar la segunda revista general	32
5.14 Pase de revista de las SS y las SA. Memorial de Paul Von Hinderburg.....	33
5.15 Formaciones del partido, las SS y las SA hacen juramento de lealtad ante Adolf Hitler	34
5.16 Pase de revista a los formaciones paramilitares del NSDAP.....	34
5.17 Ceremonia de clausura del Día del Partido en el Palacio de Congresos de Nuremberg.....	35
5.18 Síntesis de los aspectos más destacables	37
6. Conclusiones	39
7. Biblioweb y bibliografía.....	40
7.1 Biblioweb	40
7.2 Bibliografía.....	43

1 Introducción

El Trabajo de Fin de Grado (TFG) que a continuación presentamos se enmarca en el contexto del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas impartido en la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación del Campus María Zambrano de Segovia (Universidad de Valladolid), y consiste en el análisis textual de la película *El Triunfo de la Voluntad*, dirigida por Leni Riefenstahl en el año 1935, a través del cual se intentará destacar y estudiar los principales aspectos artísticos, publicitarios y propagandísticos que la caracterizan.

A lo largo de la carrera se han tratado numerosos contenidos teóricos y prácticos sobre la publicidad y los distintos ámbitos en los que se desarrolla. A continuación, se tratarán algunos de esos contenidos, recopilados de materias como “Publicidad Política y Propaganda”, “Historia Universal”, “Teoría de la imagen” e “Historia de la Publicidad”, que serán empleados como base teórica inicial para la elaboración de este análisis.

Como núcleo de este TFG se realizará un análisis textual de *El Triunfo de la Voluntad*, además de un estudio en el que se tratarán conceptos relacionados con la película y con el ámbito artístico, publicitario y propagandístico de la época en la que transcurre el rodaje del film. En este caso, unos años antes de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945).

1.1 Justificación

Desde la primera toma de contacto con los estudios publicitarios, hemos sentido especial predilección hacia esta época porque se ha convertido en un referente para los discursos propagandísticos. La labor propagandística realizada por la Alemania nacionalsocialista bajo el mandato de Adolf Hitler entre 1933 y 1945 se ha convertido en un tema recurrente para una gran diversidad de análisis y estudios desarrollados a posteriori. Y es que este período ha sido uno de los más destacados de la historia de nuestra sociedad, no solo por las atrocidades cometidas, sino también por los referentes cinematográficos y artísticos extraídos de estos años. Hay un motivo específico que permite explicar este interés por conocer la Alemania nazi en concreto y es su repercusión en los discursos propagandísticos. Además, este interés específico está relacionado con un interés más amplio, de carácter antropológico. Por este motivo consideramos que el análisis textual de *El Triunfo de la Voluntad* es un tema apropiado para este TFG, debido al gran abanico de contenidos propagandísticos y artísticos que se aprecian tanto en el film como en esa época en general. Estos contenidos han sido tratados a lo largo de la carrera y han servido como base para la realización de este análisis.

Este tipo de contenidos tenían gran importancia para el correcto funcionamiento del Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán en el que se daba gran importancia a la propaganda y la publicidad. Una destacada profesional en este campo es Leni Riefenstahl, directora de *El Triunfo de la Voluntad* y *Olimpiada* entre otras películas, que hoy en día se han convertido en referentes propagandísticos y obras maestras en el campo del arte cinematográfico. Además de esta cineasta, debemos mencionar otros directores, como, por ejemplo, Fritz Hippler o Veit Harlan y fotógrafos como Heinrich Hoffmann, Alfred Eisenstaedt o Francis Wolff. Artistas que desarrollaron su trabajo durante este período, ya sea trabajando para el Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán o por cuenta propia.

Capítulo 1

En definitiva, hemos escogido el film *El Triunfo de la Voluntad* porque nos ofrece la posibilidad de averiguar cuáles son las bases sobre las que se sustenta la eficacia propagandística del discurso nacionalsocialista alemán y nos sirve de referencia para estudiar otros movimientos coetáneos y posteriores similares.

2. Hipótesis

Tras el visionado del film, en primera instancia se puede decir que la película se basa en una representación de la apoteosis del líder. Toda la puesta en escena cinematográfica trata de representar la fuerza y la voluntad de Hitler, que fue proclamado líder del pueblo alemán y principal elemento del partido y del movimiento nazi. A lo largo del film se puede apreciar cómo a través de discursos y acciones públicas los dirigentes del partido pretenden manipular a la sociedad con el propósito de lograr sus objetivos. El desarrollo del largometraje está determinado por la recreación del líder carismático y poderoso, en este caso representado por la figura del Führer¹. La puesta en escena cobra especial relevancia, cada detalle está estudiado para que la imagen del partido y de su líder no se vean comprometidas. En los actos públicos del Partido Nacionalsocialista no hay espacio para los errores.

Consideramos que este film está dirigido para preparar la posible emergencia de una acción violenta. Pese a que la directora no muestra escenas violentas a lo largo del film, sí se percibe un clima previo a dicha acción, clima caracterizado por los actos preparatorios que implican que la violencia está por venir, como así ocurrió en los años posteriores. En términos analíticos, podríamos decir que la puesta en escena de esta película está diseñada para preparar el desencadenamiento de la pulsión del pueblo alemán; una pulsión sometida exclusivamente a la voluntad del Líder carismático.

2.1 Formulación de objetivos

Los dos objetivos principales de este trabajo son:

- Realizar un análisis textual del *El Triunfo de la Voluntad* a través del cual se puedan poner de manifiesto las características artísticas, propagandísticas y publicitarias del film.
- Comprender los recursos empleados en la película a través de las aportaciones de las teorías de la Gestalt, el Psicoanálisis y la Semiótica, que constituyen el núcleo de la Teoría del Texto.

¹ “Führer es un antiguo término de origen alemán que se utilizaba para señalar a aquel que era el líder o guía de un grupo de personas. En el siglo XVIII comenzó a utilizarse entre los miembros destacados del ejército del Sacro Imperio Romano Germánico y, tras la unificación de 1871, en el posterior Imperio Alemán. Muchos fueron los destacados militares alemanes llamados Führer durante la Primera Guerra Mundial. Este título quedó reservado para los líderes militares hasta que, en 1925, Adolf Hitler se convirtió en el máximo dirigente del NSDAP (partido nazi) autoproclamándose ‘Führerprinzip’ (se traduce como ‘principio de autoridad’ o lo que viene a ser lo mismo: ‘jefe supleno y absoluto’). Desde entonces el término Führer quedó ligado a la imagen de Hitler, siendo utilizado como sinónimo de ‘dictador’. Concepto extraído del periódico 20 minutos en su versión digital; <http://blogs.20minutos.es/yaestaellistoquetodolosabe/por-que-a-hitler-se-le-conocio-como-el-fuhrer/>

3 Metodología

En la actualidad, hay numerosos métodos de análisis fílmico, pero para la realización de este trabajo vamos a introducir tres aspectos que se engloban dentro del método de análisis textual del film: la Semiótica, ya que se centra en el estudio del lenguaje y los sistemas de significación; la teoría de la Gestalt, que nos permitirá comprender la imagen a través de los diversos procesos de percepción visual; por último, el Psicoanálisis, que se ocupa de estudiar la problemática del deseo, la pulsión y los procesos de identificación, ayudándonos a entender el sentido de ciertas acciones humanas, tal y como se representan en los textos cinematográficos. El objeto de estudio de este trabajo es el texto fílmico, que está integrado por imágenes, signos icónicos, palabras, sonidos y otra cosa que el Psicoanálisis de orientación lacaniana denomina lo Real. A continuación, haremos un breve repaso de lo que aporta cada una de las disciplinas citadas a la comprensión del texto, teniendo en cuenta, como decía Nietzsche, que un mismo texto “permite incontables interpretaciones y no hay una interpretación correcta”.

3.1 La aportación de la Semiótica

La Semiótica es la encargada de estudiar el lenguaje, pero, a diferencia de las matemáticas u otras ciencias exactas, es de notar que no existe una única teoría universal y exacta. Jacques Aumont realizó un análisis de las diferentes teorías de análisis del film, en las que hacía una diferenciación entre los análisis y las teorías. Aclaraba que el análisis era la puesta en práctica de la teoría y consistía en afirmar o rechazar la hipótesis previamente planteada². “Consideraremos el film como una obra artística autónoma, susceptible de engendrar un texto (análisis textual) que ancla sus significaciones sobre estructuras narrativas (análisis narratológico), sobre aspectos visuales y sonoros (análisis icónico), y produce un efecto particular sobre el espectador (análisis psicoanalítico). Esta obra debe ser igualmente observada en el seno de la historia de las formas, los estilos y su evolución”³.

Ferdinand de Saussure, nacido en 1857, fue considerado como uno de los padres de la Semiótica, definida en su libro *Curso de lingüística general* como “una ciencia que estudia la vida de los signos en el marco de la vida social”⁴. La lingüística moderna asienta sus bases sobre el estructuralismo lingüístico, movimiento iniciado por Saussure en el citado libro. Este movimiento habla del concepto de la lengua como sistema, un sistema formado por signos, los cuales se estudiarían a partir de una estructura dividida en dualidades: significante/significado, sincronía/diacronía, lengua/habla.

Dentro de la Semiótica debemos destacar la importancia que se le confiere a la dualidad significante-significado. El significante es la imagen fonética que tenemos en nuestra mente de los signos lingüísticos y el significado la imagen que nuestra mente asocia a un determinado significante. Eric Buyssens, considerado como el sucesor de Saussure, va un poco más allá y define la Semiótica como “el estudio de los procesos de comunicación, es decir, de los medios utilizados para influir a otro y reconocidos como tales por aquel a quien se quiere influir”⁵. A posteriori, numerosos autores han continuado estudiando la Semiótica tomando como punto de

² Aumont, J y Marie, M: *Análisis del film*. Paidós Ibérica, 1990, pp. 23-24.

³ Aumont, J y Marie, M: *Análisis del film*. Paidós Ibérica, 1990, pp. 18.

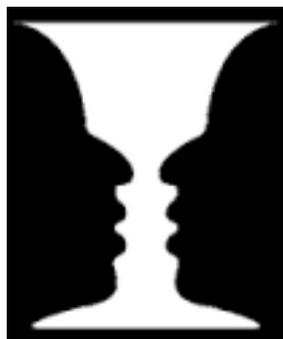
⁴ Saussure, Ferdinand. *Curso de lingüística general*. Editorial Losada, Buenos Aires, 1970, pp. 43.

⁵ Buyssens, Eric: *Los lenguajes y el discurso*. Editorial Universitaria de Buenos Aires, 1978, pp. 107.

partida los principios planteados por Saussure. En este trabajo, en concreto, como ya hemos mencionado, debemos destacar a dos autores relacionados directamente con el estudio cinematográfico desde esta perspectiva: Jacques Aumont y Jesús González Requena. Ambos autores fundamentan sus análisis textuales cinematográficos a través de la Semiótica General de Christian Metz, primer autor que se ocupa del estudio del significante y el significado en los discursos cinematográficos y que llega a la conclusión de que el film es un lenguaje constituido por bloques significantes, los cuales se pueden analizar de manera gramatical. Para Metz la imagen es un signo. González Requena, por su parte, dice que: “Hay dos maneras de explicar lo que significa un signo determinado: una es de naturaleza deíctica, señala hacia un cierto segmento de lo real -«una montaña es esto»-, la otra es de naturaleza sintáctica, remite al valor posicional del signo en el código a través de la articulación de un discurso, tal y como, por ejemplo, actúan los diccionarios -«una montaña es así y asao y sirve para esto y para lo otro»-. De hecho, el significado del signo -y su aprendizaje por el sujeto-- es el resultado de la conjugación de los dos tipos de operaciones, deíctico y sintáctico. Ahora bien, no puede decirse que ambos posean el mismo rango. De hecho, la definición deíctica funciona a modo de ejemplo -la montaña señalada es un ejemplo singular de montaña-, mientras que la definición sintáctica genera una categoría, una noción abstracta, indiferente a las montañas reales. Por ello, es la exposición sintáctica la que prevalece siempre necesariamente”⁶.

3.2 La aportación de la Teoría de la Gestalt

La psicología de la Gestalt o Teoría de la Forma tiene su punto de partida en los trabajos de los psicólogos alemanes de principios del siglo XX: Koffka, Köhler, Wertheimer y Brown y Voth. Es la teoría encargada de estudiar los procesos de la percepción que nos permiten comprender mejor la imagen. Una imagen que representa el objeto de estudio de las teorías gestálticas es la que exponemos a continuación:



A través de esta imagen podemos apreciar ciertos aspectos de lo que la teoría de la Gestalt defiende. Esta teoría nos propone la percepción de los objetos que nos rodean de una forma genérica, a través de la cual, la parte pertenece a un “todo”. Esto quiere decir que a primera vista apreciamos el resultado genérico, la forma completa, para posteriormente descomponerla y fijarnos en los detalles, las partes.

⁶ González Requena: *La imagen: lo semiótico, lo real, lo imaginario*. Sociocriticism Vol. XII, 1-2, Montpellier, 1998, pp. 117-118.

Dicho de otra manera, esta teoría se posiciona en una perspectiva global, enfocando la realidad como un conjunto y otorgándole una mayor relevancia al “todo” que a la mera suma de las partes. Esta teoría analiza los estímulos que percibimos del exterior para obtener una mejor percepción del mundo que nos rodea.

Este tipo de imágenes fueron empleadas inicialmente por Rubin. De hecho, este cáliz es conocido como la “Copa de Rubin”, en la que apreciamos, entre otras cosas, la distinción entre figura y fondo, el principio de simplicidad y la economía perceptiva. Estos principios nos indican que si observamos la imagen solo podemos ver una imagen u otra, no ambas a la vez. En esta ocasión si percibimos el cáliz (figura, en este caso) no podremos procesar las siluetas de los rostros al mismo tiempo (fondo). En concreto, esta imagen permite apreciar la supremacía del “todo” sobre las partes a través de la representación de la silueta de dos caras situadas de perfil y al mismo tiempo de un cáliz en el centro de la composición. Empleando los contrastes del blanco y el negro en las siluetas se percibe como la transcendencia de la imagen va mucho más allá que la extracción aislada de las siluetas de las caras o el cáliz. La imagen completa aporta más significado que las tres siluetas de forma separada.

El vocablo “Gestalt” se ha traducido de muy diversas maneras: configuración, forma, figura, entre otras. Quizás la más aceptada haya sido la de “forma”, y de aquí el nombre de “teoría de la forma”. Configuración que sugiere una composición de elementos, cuya idea principal es la de totalidad, elemento principal de la teoría de la Gestalt. “La Gestalt realizó una revolución copernicana en psicología al plantear la percepción como el proceso inicial de la actividad mental y no un derivado cerebral de estados sensoriales. Su teoría, arraigada en la tradición filosófica de Kant (Wertheimer en Carterette y Friedman, 1982), consideró la percepción como un estado subjetivo, a través del cual se realiza una abstracción del mundo externo o de hechos relevantes”⁷.

"La percepción visual no opera con la fidelidad mecánica de una cámara, que lo registra todo imparcialmente: todo el conglomerado de diminutos pedacitos de forma y color que constituyen los ojos y la boca de la persona que posa para la fotografía, lo mismo que la esquina del teléfono que asoma accidentalmente por encima de su cabeza. ¿Qué es lo que vemos?... Ver significa aprehender algunos rasgos salientes de los objetos: el azul del cielo, la curva del cuello del cisne, la rectangularidad del libro, el lustre de un pedazo de metal, la rectitud del cigarrillo”⁸.

Rudolph Arnheim fue uno de los más destacados teóricos de la Gestalt. Consideraba que existían diversas cualidades que captábamos a través de la vista que no eran posibles de transmitir a través de lenguaje. Opinaba que el lenguaje era una herramienta empleada para nombrar lo que previamente se había captado a través de los sentidos. “El primer supuesto básico desarrollado por la Gestalt es la afirmación de que la actividad mental no es una copia idéntica del mundo percibido. Contrariamente define la percepción como un proceso de extracción y selección de información relevante encargado de generar un estado de claridad y lucidez consciente que permita el desempeño dentro del mayor grado de racionalidad y coherencia posibles con el mundo circundante.”⁹

⁷ *Revista de Estudios Sociales*, no. 18, agosto de 2004, pp. 89.

⁸ Arnheim, Rudolf. *Arte y percepción visual*. Alianza editorial, 1995, pp. 58-59.

⁹ *Revista de Estudios Sociales*, no. 18, agosto de 2004, pp. 89-90.

3.3 La aportación del Psicoanálisis

El psicoanálisis nació de la mano de Sigmund Freud como una práctica terapéutica en torno a 1896. Posteriormente ha ido evolucionando a través de sus seguidores y de diversas corrientes de la psicología. La Sociedad Española de Psicoanálisis (SEP) define en su página web al psicoanálisis como “un método de observación e investigación de la mente humana, que trata de comprender y explicar su funcionamiento con la finalidad de conseguir unos objetivos terapéuticos para el paciente. Por lo tanto, es también un método terapéutico para abordar con el paciente sus conflictos y tratar sus dificultades. Como resultado de estas observaciones y esta técnica, ha sido posible desarrollar una teoría psicológica de la conducta y de la mente humana”. El psicoanálisis se centra en estudiar los diferentes tipos de pulsiones, así como también el deseo, las motivaciones, las atracciones, las repulsiones, etc. Esto permitirá, a lo largo de nuestro trabajo, otorgarle un significado a los actos realizados por los protagonistas durante el film. También analizaremos, de una manera más concreta, el proceso de identificación del pueblo alemán con su líder y la relación entre el “yo” y la “masa” que se desarrolla durante toda la película. En el análisis de *El Triunfo de la Voluntad*, esta técnica nos va a permitir conocer, entre otras cosas, cuáles son algunas de las características por las que el partido liderado por Hitler logró una eficacia propagandística tan destacable.

Jacques Aumont en su libro *La imagen* nos habla del psicoanálisis aplicado al ámbito cinematográfico: “El psicoanálisis freudiano, como se sabe, distingue dos niveles de actividad psíquica: el nivel primario, el de la organización de los procesos inconscientes (síntomas neuróticos, sueños), y el nivel secundario, el que se consideraba la psicología tradicional (pensamiento consciente). El nivel secundario es, para Freud, el de la formalización, el del dominio, eventualmente el de la represión, de la energía psíquica primaria, bajo la férula del principio de realidad; es el de la expresión social, civilizada, a través de los lenguajes y sus presiones institucionales, que engendran representaciones y discursos racionales. El nivel primario es, por el contrario, el del «libre» flujo de la energía psíquica, que pasa de una forma a otra, de una representación a otra, sin otra presión que la provocada por el juego del deseo; es el de la expresión subjetiva, neurótica, fundada en el «lenguaje» del inconsciente y sus procesos de desplazamiento y de condensación. En lo referente a la imagen, ésta ha sido abordada por el psicoanálisis esencialmente por dos cauces: en cuanto interviene en el inconsciente, y en cuanto que, en el juego de la imagen artística, constituye un síntoma”¹⁰.

3.4. La Teoría del Texto

Como hemos mencionado anteriormente, en este trabajo aplicaremos la Teoría del Texto desarrollada por González Requena como método para analizar el film. Dentro de este método emplearemos la Semiótica, la teoría de la Gestalt y el psicoanálisis para desmenuzar los distintos aspectos de la película. De una parte, la semiótica nos proporcionará una base sobre la cual podremos sintetizar los signos y las imágenes como si de un texto se tratase. Esta técnica nos permitirá analizar la estructura lingüística del texto cinematográfico, empleando para ello, la dualidad signifiante – significado. Por otro lado, la teoría de la Gestalt nos permitirá estudiar los aspectos constitutivos de la imagen, las estructuras compositivas y las formas que captan la atención de los observadores. Por último, y además de lo apuntado anteriormente, analizaremos la relación entre lo imaginario y lo real, la manera en que la pulsión se contiene y representa a través de las imágenes deslumbrantes que configuran la puesta en escena, teniendo en cuenta todos los aspectos fundamentales de la puesta en escena cinematográfica, desde la planificación hasta la iluminación y el montaje.

¹⁰ Aumont, Jacques. *La imagen*. Paidós Ibérica, 1992, pp. 120-121.

4. Breve repaso del contexto histórico: entre el cine y la propaganda

A lo largo de este punto vamos a comentar los referentes propagandísticos y cinematográficos de Alemania, Estados Unidos (EEUU) y la Unión Soviética (URSS) durante el período en el que Hitler estuvo al frente del Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán. La URSS y EEUU participarían en la Segunda Guerra Mundial como aliados para derrotar a la Alemania nazi, datos que debemos tener presentes a la hora de comparar los estilos artísticos de unos y otros. Este punto nos permitirá arrojar un poco de luz sobre lo que sucedía cinematográfica y propagandísticamente en el resto del mundo durante los años en los que Hitler estuvo en el poder, lo que nos permitirá analizar de una manera más completa, *El Triunfo de la Voluntad*.

4.1. La propaganda

Comenzaremos definiendo la propaganda tal y como lo hace la Asociación Americana de Marketing (A.M.A.) que define este concepto como: “las ideas, información u otro material difundido comúnmente a través de los medios (periódicos, páginas amarillas, radio, televisión, etc.) en un esfuerzo por ganar a personas para una doctrina o punto de vista”¹¹. La RAE nos da una definición un poco menos específica sobre este término; 1) f. Acción y efecto de dar a conocer algo con el fin de atraer adeptos o compradores. 2) f. Textos, trabajos y medios empleados para la propaganda. 3) f. Congregación de cardenales nominada De propaganda fide, para difundir la religión católica. 4) f. Asociación cuyo fin es propagar doctrinas, opiniones, etc. Estas dos definiciones nos sirven como punto de partida para la elaboración de los siguientes sub-apartados, en los que trataremos la propaganda de los tres países más destacados de la Segunda Guerra Mundial (Alemania, URSS y EEUU).

4.1.1. La propaganda nazi

Desde los inicios del Partido Nacional Socialista Obrero Alemán, en 1920, la propaganda desarrollaba un papel primordial en su estructura. En el libro *Mi Lucha*, redactado por Adolf Hitler mientras permanecía en prisión, se puede apreciar el tipo de comunicación que quería para su partido. Pretendía y posteriormente logró que los editores de los periódicos de habla alemana fuesen nacionales de ese país y que para la publicación de diarios no nacionales previamente se tuviera que solicitar un permiso al Estado¹². Este tipo de pautas fueron una constante en la época de liderazgo de Hitler y reflejaban claramente el control totalitario que ejercía sobre los medios de masas que se difundían bajo su territorio. Si hablamos de propaganda del Partido Nacionalsocialista resulta indispensable hablar de Joseph Goebbels. Se unió al partido en 1920, fue nombrado Gauleiter¹³ en 1926 y ministro de propaganda e ilustración popular por Hitler en 1933. Es decir, era el cargo más alto del Tercer Reich en cuanto a temas propagandísticos. Se ocupaba de controlar todos los medios de comunicación social, fue el creador de la mayoría de los discursos de Hitler, portavoz del partido nazi y responsable de la propaganda alemana hasta el año 1945 en el que se produce el fin de la II Guerra Mundial y la muerte de Hitler.

¹¹ Extraído de la web: <https://www.ama.org/Pages/default.aspx>

¹² Hitler, Adolf. *Mi lucha*. Barcelona, Petronio, 1974, pp. 347-348, 374.

¹³ Gauleiter fue el término alemán utilizado en el partido Nacionalsocialista (NSDAP) para designar a los líderes de comarca. Comarca (Gau), era la forma organizativa a nivel nacional del partido. Müller, J (2015). El NSDAP en México historia y percepciones, 1931-1940. Recuperado de: <http://eial.tau.ac.il/index.php/eial/article/view/1195/1223>

La propaganda del partido nazi se encomendaba a los once principios propagandísticos empleados por Goebbels y que posteriormente fueron redactados y publicados por Jean Mari Domenach en su libro *La propaganda política* en 1950¹⁴. Estos principios son; principio de simplificación y del enemigo único, principio del método de contagio, principio de la transposición, principio de la exageración y desfiguración, principio de la vulgarización, principio de orquestación, principio de renovación, principio de la verosimilitud, principio de la silenciación, principio de la transfusión y principio de la unanimidad¹⁵ con la finalidad de convencer a las masas. Con estos principios se pretendía llegar a la mayor cantidad de personas y lograr convencerlas de los ideales políticos que se estaban asentando en el Partido Nacionalista Obrero Alemán. Estos principios propagandísticos se pueden apreciar en los discursos grabados en el film *El Triunfo de la Voluntad*. En ellos se observa a Hitler y a los altos dirigentes del Partido recurriendo a estos principios a la hora de hablar en público e interactuar con sus seguidores. A lo largo del documental podemos apreciar una continua reiteración de estos recursos a la hora de realizar la propaganda y la puesta en escena del partido que Hitler presidía.

La técnica propagandística empleada en la Alemania nazi era la de utilizar imágenes contundentes y mensajes sencillos y claros. Con ello se pretendía llegar a un abanico de personas lo más amplio posible, ya que los mensajes un poco más elaborados no serían tan fáciles de captar para la clase obrera alemana. Un ejemplo de estos carteles nos lo muestra Ludwig Hohlwein (1874-1949), cartelista destacado de esta época, además de miembro activo del partido nazi desde 1933. Autor de numerosos carteles propagandísticos alemanes entre 1933 y 1945.



Ludwig Hohlwein (1932)



Ludwig Hohlwein (1936)

Hitler analizó y estudió el gran papel que desarrollaron los símbolos y la oratoria en la Primera Guerra Mundial (1914-1918), y debido a ello tuvieron gran importancia en la política que llevó a cabo. Se cuidó hasta el más mínimo detalle en todo lo concerniente al Partido Nazi, la estética del partido, los carteles, el contenido de los discursos políticos e incluso el lugar donde se llevaban a cabo. Esta preocupación del Führer se ve reflejada en *El Triunfo de la Voluntad*, en donde se puede observar el trabajo estético realizado a la hora de pronunciar un mitin, para

¹⁴ Domenach, Jean-Marie, *La propaganda política*. Universidad de Buenos Aires, 2002.

¹⁵ Principios extraídos de: http://www.grijalvo.com/Goebbels/Once_principios_de_la_propaganda.htm

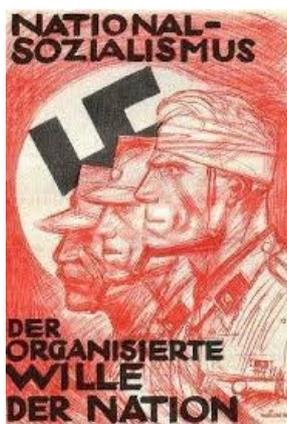
otorgarle ese clima de grandeza y poderío que se quería transmitir. Pese a esto, Roman Gubern, en su libro *La imagen pornográfica y otras perversiones ópticas*, nos dice que “Las conclusiones a las que han llegado los estudiosos de los efectos de los noticiarios nazis a lo largo de la Segunda Guerra Mundial son básicamente tres: 1) La propaganda resultó más efectiva cuando se trataba de exaltar con arrogancia el poderío nazi que cuando trataba de ocultar contratiempos y actuar a la defensiva. 2) En consecuencia, la propaganda resultó más efectiva en el ascenso e implantación del nazismo que en su fase de descomposición (en marzo de 1945, un chiste popular en Berlín comparaba el ministerio de Propaganda con la orquesta de un barco que se hunde). 3) Cuando la propaganda actuaba a la defensiva tenía que recurrir necesariamente a flagrantes mentiras o a distorsionar los hechos y activar los elementos más irracionales de su mitología”¹⁶.

En relación con lo tratado en el anterior párrafo debemos comentar que la propaganda realizada por el gobierno de Hitler estaba distorsionada por los propios delirios de este. En la revista *Trama y fondo: El Holocausto*¹⁷, en el artículo realizado por Jesús González Requena, se hace referencia a las similitudes entre Hitler y el doctor Caligari¹⁸ a la hora de gesticular en sus discursos y el poder de seducción irracional que ejercían sobre las personas, las cuales obedecían sin reservas. Estas semejanzas no solo radican en los delirios de grandeza, si no que son numerosas las coincidencias que existen entre estos dos personajes a la hora de interactuar con sus públicos. El tema de la relación entre Hitler y el doctor Caligari fue estudiado años atrás por Sigfried Kracauer en su libro *De Caligari a Hitler*, donde explica la evolución del cine alemán y localiza los inicios del cine nazi en los años 20. Como hemos visto, las similitudes entre estos dos protagonistas no han pasado desapercibidas para numerosos autores a lo largo de los años.

Estos delirios de grandeza y supremacía se transmiten a través de la propaganda nazi, donde es frecuente encontrar la bandera del Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán en la parte superior del cartel, en un plano por encima de todo y de todos. Hans Schweitzer (1901-1980) fue uno de los diseñadores que trabajó directamente para el ministro Goebbels en la elaboración de carteles. Sus obras fueron características por el empleo de los colores blanco, rojo y negro (colores que formaban la bandera alemana) y sus representaciones de la raza aria.



Hans Schweitzer (1932)



Hans Schweitzer (1933)



Hans Schweitzer (1945)

¹⁶ Gubern, Roman. *La imagen pornográfica y otras perversiones ópticas*. Anagrama, 2005, pp. 90-91.

¹⁷ González Requena. (2006). El Holocausto: Caligari, Hitler, Schreber. *Trama y fondo*, nº 21 (segundo semestre 2006), 7-34.

¹⁸ Protagonista de la película *El gabinete del doctor Caligari* (Robert Wiene, 1919).

Los carteles de esta época poseían un marcado carácter propagandístico y se exaltaban los rasgos y virtudes de la raza aria por encima del resto. Se trata de una estética denominada realismo heroico, muy frecuente en las dictaduras. Pese a esta denominación de realismo histórico, se puede observar a primera vista que este tipo de representaciones no se encuentran dentro del abanico denominado “realista”. Se trata más bien de creaciones fantásticas que contienen rasgos similares a las viñetas de las historietas de superhéroes. El único elemento “realista” radica tal vez en su componente analógico, en su capacidad para permitirnos reconocer la forma de los objetos representados, según explica la Gestalt.

Durante estos años en los que Hitler tomó el poder de Alemania, se prohibió cualquier tipo de arte que fuera ajeno al régimen, tachándolo de arte degenerado. Hitler y sus seguidores denominaban arte degenerado a aquel arte realizado por los bolcheviques y judíos. Como este tipo de arte no compartía los ideales de la Alemania Nazi, el Führer decidió retirarlo de los museos y salas de exposición para su posterior incineración, pero antes de realizar este último paso creó una exposición en 1937. En ella se exhibían gran parte de las piezas confiscadas para que el pueblo pudiera contemplar las depravaciones creadas por las “razas inferiores”. El arte expresionista formó parte de lo que los nazis llamaron arte degenerado.

Al igual que sucede en *El Triunfo de la Voluntad*, en estos carteles se proyecta una imagen de superioridad y grandeza tanto del pueblo alemán como de su máximo representante con respecto a sus rivales. Se elabora una ficción sobre la cual se asientan las bases de este movimiento. Las representaciones gráficas se centran en conectar con su público a través de lo pasional y no de lo racional, es decir, se pretendía que no se cuestionaran sus ideales, sino que los acatasen. Para que esto sucediera se recurría a las emociones más características: sentimiento del pueblo, el orgullo patriota, la confianza en el líder, etc.

4.1.2 Propaganda soviética durante la Segunda Guerra Mundial (1939 - 1945)

En este apartado se van a analizar los carteles que se empleaban a modo de propaganda en la Unión Soviética en el período en el que desarrolló la Segunda Guerra Mundial (1939-1945). Durante este período de guerra, la Unión Soviética al igual que la Alemania nazi y los Estados Unidos, de quien hablaremos en el siguiente apartado, utilizaban todos los medios disponibles para llevar a cabo la labor propagandística. Esto significa que echaban mano del cine, la radio y de la cartelería para lograr sus objetivos propagandísticos. Los soviéticos convirtieron al cartel en su mayor arma propagandística, ya que el cine solo llegaba a una pequeña minoría de los ciudadanos. El estado soviético empleaba la cartelería para levantar la moral de su pueblo tras los ataques alemanes, festejar sus victorias e incitar a la muchedumbre a luchar contra el enemigo.

En estos años de guerra la Unión Soviética estaba embarcada en una corriente artística denominada realismo socialista. Se trata de una corriente común en los países comunistas y consiste en mostrar las adversidades que debía afrontar la sociedad civil. Pese a la gran repercusión de esta corriente la estética propagandística se desplazó un poco de ella para lograr los objetivos políticos deseados. En los carteles soviéticos al igual que los alemanes se observa un claro llamamiento a la emoción, la defensa nacional, sentimiento de patriotismo, además, de el empleo de representaciones cómicas para dañar la imagen de sus adversarios. Poseen un fuerte impacto visual y atraen la atención del público mediante el empleo de colores llamativos (sobre todo el rojo) y frases cortas cargadas de emotividad y fuerza.



“La Madre Patria clama”
Cartel de I. Toïdze.
 (1941)
 Fig.1



“¡Soldado del Ejército Rojo, sálvanos!”
Cartel de V. Koretski. (1942)
 Fig.2



“La escoba del Ejército Rojo barrió a la canalla nazi”
Cartel de V. Deni. (1945)
 Fig.3



“¡La victoria es nuestra! ¡Gloria a nuestro heroico pueblo vencedor!”
Cartel de V. Ivanov. (1945)

- **Figura 1:** Se trata de un cartel en el que se muestra a una mujer representado a la Madre Patria que incita a los ciudadanos a alistarse para defender a su país de los ataques alemanes que estaban padeciendo. Este es uno de los carteles soviéticos más representativos de Segunda Guerra Mundial. Simboliza a la patria a través de una mujer, un mujer que los protege y al mismo tiempo invita a combatir al pueblo soviético contra los intrusos que quieren apoderarse de su territorio. Esto se puede apreciar debido a que detrás de la figura de la mujer encontramos un considerable repertorio de armas listas para ser usadas, desprovisto de soldados que las porten, de ahí el llamamiento que representa este cartel.
- **Figura 2:** Cartel que muestra la inminente amenaza nazi para las familias soviéticas. Se pretende con este cartel motivar a los ciudadanos para que se enfrenten a los alemanes y protejan a sus familias. En este cartel destaca por encima del resto el color rojo y esto es debido a los lugares donde este se emplea. El rojo está presente en el filo del arma, marcada

con una esvástica, y en las letras en las que se pide ayuda. Este recurso permite asociar la amenaza encarnada con los nazis con la necesidad de protección por parte de la sociedad soviética.

- **Figura 3:** Caricatura que representa la victoria de los soviéticos sobre el ejército nazi expresándolo de una manera humorística. Una vez más se emplean los colores para crear un mayor impacto visual en la parte del cartel que se desea, en este caso el soldado soviético en color, “barre” al los alemanes representados en blanco y negro y con la bandera blanca en señal de rendición. Un detalle destacable es el color de la escoba, rojo, pero en la que si nos fijamos un poco no es una escoba, si no un rifle que termina a modo de rastrillo. Se trata de una representación de la victoria lograda contra los nazis en los confrontamientos bélicos mostrados a través del humor y la exaltación después de la victoria.
- **Figura 4:** Cartel que representa el triunfo de los soviéticos en la II Guerra Mundial y en el que se hace referencia a los países que ayudaron a derrotar a la potencia Alemana. Estos países son Francia, Reino unido, Estados Unidos y China. El soldado que se observa en el cartel mantiene los brazos abiertos entre los cuales se encuentra una gran bandera roja, y en la parte inferior aparecen las banderas de los países aliados. Se trata de un recurso empleado para simbolizar la acogida de estos países aliados bajo una misma bandera. El soldado también mantiene ambos brazos levantados, se puede interpretar que en señal de victoria.

La estética de los carteles propagandísticos nazis y soviéticos comparte una serie de características similares, como pueden ser el empleo de colores e imágenes contundentes acompañadas de una breve composición escrita. A pesar de ser rivales en la guerra, ambos países recurren a las mismas estrategias propagandísticas y estéticas para lograr sus objetivos.

4.1.3 Propaganda estadounidense durante la Segunda Guerra Mundial (1939 - 1945)

La propaganda era considerada una labor relevante para los americanos, al igual que los alemanes, sabían de la importancia de una buena propaganda para poder vencer la guerra. Tanto el cine como la radio y la cartelería crearon un fuerte impacto en la sociedad, lo que permitió difundir las ideas propagandísticas de una manera rápida y eficaz. Los carteles eran diseñados para cubrir diferentes necesidades, al inicio se trataba de convencer al pueblo americano que la participación en la guerra era necesaria, ya que las Potencias del Eje¹⁹ eran una amenaza para ellos, tras la batalla de Pearl Harbor estos estímulos no eran necesarios y los carteles se diseñaban para aumentar la producción y ayudar a sus país, además también se utilizarían para identificar al enemigo y vender bonos de guerra²⁰.

Un ejemplo de los propósitos propagandísticos estadounidenses nos lo ofrece el diseñador Charles Coiner, el cual trabajó durante los años de guerra en la elaboración de propaganda para el estado: “En Estados Unidos, Charles Coiner diseñó el símbolo del Águila Azul para la

¹⁹ Bando de la Segunda Guerra Mundial formado por Alemania, Japón e Italia. Este bando se enfrentaría al conformado por los Aliados.

²⁰ Recurso financiero empleado por los estados en épocas de guerra, en los cuales el gobierno contraía una deuda con cada particular que comprase bonos que posteriormente se le devolvería sumados los intereses. El empleo de estos bonos permitía al estado financiar operaciones militares en el transcurso de una guerra.

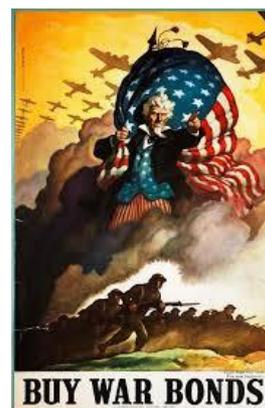
National Recovery Administration -la agencia federal creada para potenciar la recuperación industrial y combatir el desempleo durante el gobierno del presidente Franklin D. Roosevelt- y durante la II Guerra Mundial diseñó carteles, por encargo del Ministerio de Información Bélica, destinados a promover el aumento de la productividad de los obreros y del ahorro. Esta estrecha relación entre el diseño y las políticas sociales progresistas de los gobiernos, los servicios públicos e incluso las empresas más importantes de la época continuó hasta mucho después de la posguerra.” (Twemlow, Alice. 2007). Uno de los carteles más representativos de la Segunda Guerra Mundial fue el diseñado por J. Howard Miller para la empresa Westinhouse Electric conocido como “Rosie la Remachadora”.



“Rosie la Remachadora”
(1943)
Fig.5



“Este es el enemigo”
(1939)
Fig.6



“Compra bonos de guerra”
(1942)
Fig.7

La Fig. 5 es un cartel en el que se hace un llamamiento a las mujeres de la sociedad americana a que tomen las riendas y realicen el trabajo que antes realizaban sus maridos, pero que ahora no pueden hacer porque están combatiendo en la guerra. Este cartel además del impacto que causó en aquel momento se convirtió en un icono feminista en la actualidad. Se trata de un cartel que ha marcado historia, ya no solo por el fuerte impacto visual y su estética pin up de los 40, si no por su mensaje de fuerza y compromiso dirigido expresamente hacia las mujeres, recurso poco habitual en la propaganda precedente.

Otros carteles representativos de la propaganda estadounidense entre 1933 y 1945 son aquellos pertenecientes a las campañas del Estado en los que se intenta motivar a la muchedumbre para comprar bonos de guerra o identificar a los enemigos. Un ejemplo de este tipo de cartelera lo apreciamos en las figuras 6 y 7. Como se pueden apreciar en los diversos carteles, la estética propagandística es similar a las empleadas por los alemanes y los soviéticos, destacan los colores llamativos y las figuras con gran carga visual, acompañados por un eslogan breve. Se continua empleando una estética que parece extraída directamente de los cómic en la que no se aprecia ningún rastro del realismo. El Estado emplea la propaganda para transmitir aquello que desea de una manera sencilla y eficaz de tal manera que el mensaje pueda ser recordado por la sociedad. La función principal que desempeñan este tipo de carteles en Estados Unidos es la de plantarle cara a la amenaza mundial que en aquel momento suponía Alemania. Consciente del gran poderío de Hitler y su gran habilidad para empleo de la propaganda, hechos que se pueden apreciar en la película analizada en este TFG, EEUU decide entrar en la guerra y oponerse a ese régimen autoritario encabezado por el Führer.

4.2 El cine

4.2.1 El cine alemán desde la llegada de Hitler

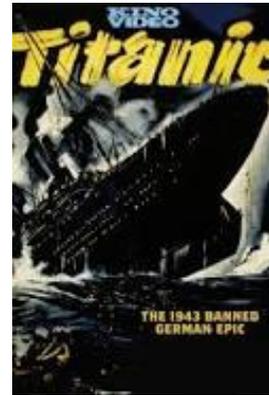
Debemos introducir este apartado diferenciando entre el cine de ficción y el documental. El cine de ficción se desarrolla en torno a una temática fantasiosa, se realiza en escenarios ficticios y no tienen una relación directa con el mundo real. Por otro lado los documentales son largometrajes que muestran escenas reales, los escenarios empleados son naturales y esto impide que la directora posea el control sobre las variables que ofrece el entorno. En este sentido Riefenstahl fue famosa por sus documentales en la era nazi. Además de la cineasta Leni Riefenstahl, también hubo destacados autores en los diferentes campos de la dirección cinematográfica, aunque sus trabajos no gozaron del mismo éxito que las producciones de la cineasta analizada en este trabajo, pues Riefenstahl se ha convertido en un referente mundial en la elaboración de películas propagandísticas que incluso hoy en día son analizadas como auténticas obras de arte.



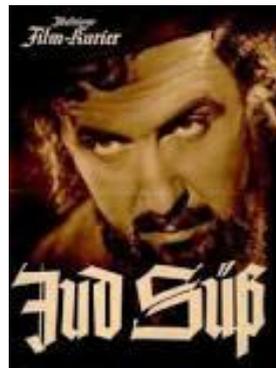
*El gabinete del doctor
Caligari
(1920)
Fig.8*



*El judío eterno
(1940)
Fig.9*



*Titanic (1943)
Fig.10*



*El judío Süß (1940)
Fig.11*

Podemos comenzar citando a Robert Wiene por su película *El gabinete del Doctor Caligari* (1920), película considerada como la primera del cine expresionista alemán, pese a ser un film creado trece años antes de la llegada de Hitler al poder creemos que es importante en relación a este apartado. Previamente, en el apartado dedicado a la propaganda nazi, hemos empleado este film para hacer referencia a las similitudes que posee su protagonista, el doctor Caligari, con Hitler a la hora de interactuar en público y tratar con sus allegados. Wiene, una vez que Hitler logró el objetivo de convertirse en el líder del pueblo alemán, decidió mudarse a Hungría y posteriormente a París, de donde ya no regresaría. La portada de su film más representativo la podemos encontrar en el figura número 8.

Fritz Hippler, por otra parte, fue el director de la película *El judío eterno* (1940) (Fig. 9). Película realizada por la expresa petición del ministro de propaganda Joseph Goebbels. Se trata de un film propagandístico nazi en el que se vuelve a tratar el antisemitismo Alemán²¹. Esta película se encuentra enmarcada en la corriente creada por Leni Riefenstahl después de la publicación de *El Triunfo de la Voluntad*, película nazi propagandística por excelencia. En esta corriente de cine propagandístico alemán, debemos mencionar a Herbert Selpin, famoso director alemán. Es conocido por películas como *Carl Peters* (1941), un rodaje propagandístico anti-Inglaterra y *Titanic* (1943) (Fig. 10), una película de trasfondo propagandístico en la que se exponen los hechos del hundimiento del navío desde el punto de vista nacionalsocialista. Pese a haber rodado este tipo de films, Selpin sentía cierta simpatía hacia los británicos y unas declaraciones indebidas supusieron su encarcelamiento durante el rodaje de la película *Titanic* en 1942 y posteriormente su asesinato en agosto de ese mismo año. Continuando esta corriente de cine propagandístico debemos citar al director Veit Harlan. Cineasta alemán que tras varios años realizando rodajes antisemitas fue nombrado director principal de propaganda por el ministro Goebbels. Destacó por la dirección del film *El judío SüB*(1940) (Fig11), película en la que se muestran a los judíos como la oveja negra de la sociedad alemana, ya que estos son unos manipuladores y farsantes que no encajan en las políticas alemanas. En una línea un poco más explícita y radical encontramos al director Carl Hartmann con su cortometraje *Das Erbe* (1935), que tiene una duración de doce minutos, en los cuales se tratan temas como la legitimación de la eutanasia y la esterilización forzada para evitar la aparición de enfermedades hereditarias. Y siguiendo con esta línea un poco más extremista también encontramos al cineasta Herbert Gerdes, que fue el director del film *Enfermo hereditario* (1936)²², documental perteneciente al programa Aktion T4²³ en el que al igual que se hizo en *Das Erbe* (1935) con la eutanasia y la esterilización forzada, se trataba de concienciar a la sociedad de lo positivo que sería eliminar a las personas que padecieran cualquier tipo de defecto o enfermedad mental. Por otro lado y totalmente opuesto, debemos mencionar a Kurt Gerron, un destacado actor y director judío. Dirigió la película *Theresienstadt* (1944), tras ser coaccionado por las tropas nazis durante su reclutamiento. El argumento del film consiste en una representación en la que se muestran los campos de concentración como pequeñas ciudades confortables en las que los judíos se encuentran seguros y desarrollan sus vidas con normalidad. Este film permitió crear una corriente de aceptación hacia los campos de refugiados, en los cuales según el film los judíos disfrutaban de una vida afable y cordial entre sus conciudadanos. Al finalizar el rodaje, tanto el

²¹ Consultar: Burrin, Philippe (2006), Resentimiento y apocalipsis: ensayo sobre el antisemitismo nazi. Buenos aires.

²² Entre los años 1935 y 1937 se crearon un total de seis películas dentro del programa Aktion T4, en las que se mostraban escenas rodadas en hospitales y psiquiátricos sobre los enfermos. El programa pretendía concienciar a la los alemanes de que lo ideal para la sociedad era eliminar a las personas que sufrían enfermedades graves, psíquicas, incurables o que simplemente eran improductivos. A causa de este programa se calculan que murieron sobre unas 225.000 personas.

²³ "Aktion T4 era un programa sistemático de identificación y eliminación de personas con enfermedad mental, epilepsia, encefalitis y otras enfermedades." Planella, Jordi (2012). Militancia y diversidad funcional. UOC.

director como su familia fueron enviados a Auschwitz para ser ejecutados en las cámaras de gas.

Estos directores junto con Leni Riefenstahl forman parte fundamental del entramado cinematográfico creado durante los años del mandato nazi. Son unos de los principales artífices que permitieron propagar los ideales del Tercer Reich tanto a sus compatriotas como al resto del mundo. Sus películas eran conocidas por su fuerte carácter propagandístico y en sus rodajes se empleaban escenarios reales como campos de concentración, psiquiátricos y hospitales. Este tipo de escenografía que permitía a los nazis transmitir sus ideales apoyándose en imágenes impactantes que ayudaban a justificar sus propuestas. Pese a la cantidad de directores que apoyaron al partido liderado por Hitler, también cabe mencionar que muchos otros se marcharon al exilio o, en otros casos, como por ejemplo el del director Kurt Geron, fueron asesinados en las cámaras de gas.

4.2.2 El cine de la URSS

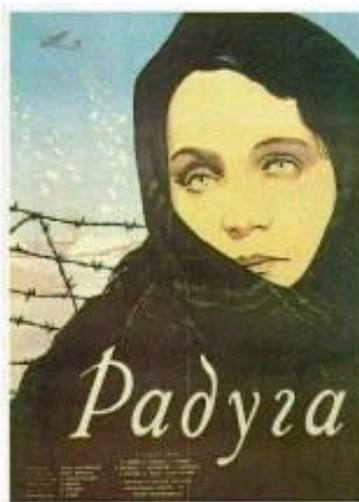
Durante estos años el cine de la URSS se centraba principalmente en dos corrientes, la primera corriente apelaba a la heroicidad de sus combatientes en la guerra contra los invasores y al amor por la patria principalmente. La segunda corriente se desvinculaba de lo dramático y bélico y se centraba en las comedias y las películas de animación, las cuales sirvieron de inspiración en el posterior desarrollo de la cartelería caricaturesca y denigrante, a través de la cual se burlaban de los enemigos y de sus líderes. Algunos de los directores y películas más destacadas de esta época son: Moscú contraataca (1942) de Leonid Varlámov e Iliá Kopalin, Arco iris (1944) de Mark Donskói e Iván el Terrible (1944) una de las películas más relevantes de la vida del famoso director Serguéi Mijáilovich Eisenstein. Además debemos mencionar a Vsévolod Pudovkin como uno de los realizadores soviéticos más aclamados, a Kulechov como uno de los pioneros del cine de la URSS y a Dziga Vértov por sus creaciones en el género documental. Mencionamos estos cineastas como representativos entre otros muchos nombres destacados en el arte cinematográfico soviético de la época.²⁴

Debemos destacar la importancia de Serguéi Eisenstein en el campo cinematográfico. Gozó de fama y reconocimiento durante sus años como director y posteriormente fue calificado como uno de los cineastas más relevantes y representativos de la URSS. Pese a esto, tras vivir unos años en Estados Unidos su vuelta a la Unión Soviética no fue la deseada, ya que en la sociedad existía una sospecha sobre su compromiso con el estado soviético y sus ideales debido a su traslado a EEUU. Estas sospechas desarrollaron un importante papel en la posterior censura de dos de sus películas realizadas entre 1935 y 1937. Estos hechos no impidieron que el director continuase rodando, hasta que en 1938 presentó el film Alejandro Nevski, película que relataba las hazañas de este héroe soviético y con la que logró disipar todas esas dudas que rondaban a cerca de su compromiso con su país.

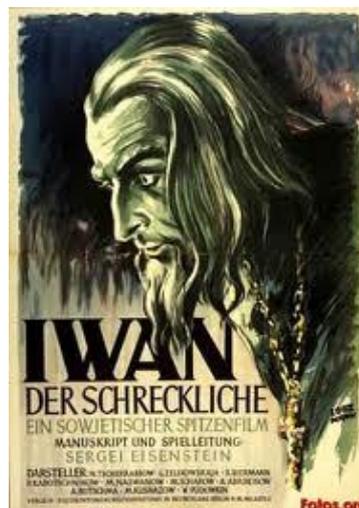
²⁴ La información sobre los distintos autores ha sido extraída de numerosas fuentes digitales como periódicos, artículos y enciclopedias cuyos enlaces se muestran en la bibliografía.



Moscú contraataca (1942)



Arco iris (1944)



Iván el Terrible (1944)

4.2.3 El cine en los Estados Unidos durante la Segunda Guerra Mundial

Durante los años cuarenta, el cine estadounidense vivió una época de esplendor. Algunos de los directores y películas más representativas de la historia del cine se forjan en Estados Unidos durante la Segunda Guerra Mundial. A continuación hablaremos sobre dos de los directores americanos más destacados y de sus obras. Comenzaremos hablando de John Ford. Ford además de ser conocido por su faceta de actor y posteriormente de director también participó personalmente en la Segunda Guerra Mundial. Famoso por películas como *El delator* (1935) y *¡Qué verde era mi valle!* (1941), participó en catorce películas durante los años de la Segunda Guerra Mundial. En su trayectoria trabajó para distintas productoras, entre las que destacan Bison, Universal, 20th Century Fox, Mayflowers Pictures y Argosy. Esta última fundada por el propio director. A lo largo de su carrera dirigió más de 150 películas y es el cineasta más premiado de la historia del cine con cuatro Oscar. Una vez iniciada la II Guerra Mundial este cineasta decidió colaborar con su país, y lo hizo a través del departamento de propaganda. En su estancia en este departamento Ford realizó dos documentales propagandísticos que lo llevaron a ser galardonado con dos de los cuatro Oscar de su carrera. Estos documentales fueron *7 de Diciembre* y *La batalla Midway*, en ellos se desarrollan las batallas de Pearl Harbor y Midway respectivamente, escenarios en los que se enfrentó el ejército estadounidense contra el japonés y de los que los americanos salieron victoriosos.

La emisión de estos documentales ayudaron a vencer a los japoneses y esto supuso un gran impulso para los países aliados puesto que se había debilitado notablemente uno de los principales aliados del régimen nazi. Solo dos años después de estos sucesos, en 1945 se pone fin a la II Guerra Mundial.



El delator (1935)



¡Qué verde era mi valle! (1941)

Por otro lado tenemos a Michael Curtiz. Fue un director estadounidense nacido en Budapest, conocido a nivel mundial gracias a su film *Casablanca* de 1942, con el obtuvo su primer y único Oscar en 1943 como mejor director. A lo largo de su trayectoria cinematográfica Curtiz dirigió 167 films, entre los cuales podemos seleccionar algunos de los más relevantes como pueden ser *Dodge, ciudad sin ley*, *Bombarderos en picado*, la ya mencionada *Casablanca* y *Alma en suplicio*, rodados todos ellos entre 1939 y 1945. En sus años como director trabajó para las productoras Sascha Film en su época en Europa y en Warner Brothers durante sus años en los Estados Unidos.



Casablanca (1942)



Alma en suplicio
(1945)

Curtiz realizó un papel muy importante en la II Guerra Mundial, ya que fue el encargado de cambiar la imagen de los soviéticos en el continente americano. Puesto que la URSS era una fuerza amiga en esta guerra, el gobierno de EEUU debía limpiar la imagen de los soviéticos y cambiar el pensamiento de la sociedad estadounidense que los había visto a lo largo de la

historia como los enemigos por antonomasia. Para llevar a cabo este cambio de imagen de los soviéticos, Curtiz dirigió el film *Misión en Moscú* (1943) a petición del presidente Roosevelt. En la película a través de la ficción se muestra a la sociedad americana que el territorio soviético es seguro para ellos y que sus clases medias poseen características muy similares a las propias. De este modo se pretendía que la sociedad estadounidense se viera reflejada de algún modo en la soviética y de esa forma poder lograr el objetivo, que en este caso perseguían ambos países, derrotar a la Alemania de Hitler. Esta película no es la única que pretendía cambiar la imagen que el pueblo americano tenía de la Unión Soviética, sino que durante estos años una gran cantidad de profesionales de Hollywood ayudaron al gobierno a realizar esta tarea, empleando para ello la ficción y un punto de vista occidentalizado.

En general, este apartado permite contextualizar el film sobre el que se desarrolla el trabajo. Proporciona una visión global de la situación cinematográfica mundial, durante los años de la guerra, representada por dos de las mayores potencias de aquel momento, EEUU y la URSS.

5 Análisis textual: *EL TRIUNFO DE LA VOLUNTAD*

5.1 Títulos de crédito

La película sobre la cual haremos un breve análisis a continuación, fue creada por la productora Riefenstahlsfilm en 1935. Tiene una duración total de 112 min y se estrenó en los cines alemanes el 28 de marzo de 1935.

Se suceden los títulos de crédito en blanco sobre un fondo negro mientras suena la música de Herbert Windt, la cual se había iniciado un minuto antes.

Los títulos mostrados en este espacio de tiempo nos permiten contextualizar la época en la que se realizó esta grabación, ya que nos aportan información sobre los acontecimientos más importantes que tuvieron lugar los años precedentes al rodaje del film.



El fondo negro comienza a iluminarse y, a través de un movimiento de cámara descendente, se nos muestra una estatua representativa de la simbología nazi con el título de la película grabado en su parte inferior. Visto desde un punto de vista frontal. El símbolo del águila nos acompañará a lo largo de toda la película, empleada en forma de metáfora de Hitler, ya que éste es el máximo dirigente del pueblo alemán, al igual que el águila es la reina de las aves.

Debemos destacar la tipografía escogida por la directora Leni Riefenstahl en esta primera parte del film. Se trata de una letra gótica alemana también denominada Frakturschrift, muy significativa para el pueblo alemán. Esta importancia proviene de los orígenes, ya que se trataba de una letra empleada desde el siglo XVI en estas regiones de Europa. Pese a la larga tradición en el empleo de esta tipología por parte de los alemanes, en 1941 Hitler decidió prohibir este tipo de letra por su origen hebreo y decretó como tipología oficial del Estado la letra Antiqua.²⁵

Los contrastes desarrollan un papel importante a lo largo de este largometraje. Riefenstahl juega con las luces y sombras de manera magistral, realiza un juego de claroscuros que le permiten transmitir sus inquietudes al público de una manera sutil y eficaz.

²⁵ Referencia extraída de la impresión digital del periódico ABC: <http://www.abc.es/segunda-guerra-mundial/noticias/curiosidades/20141002/abci-segunda-guerra-mundial-letra-201408262130.html>

5.2 La llegada de Hitler

Desde una cámara situada en el avión en el que viajaba Hitler, se muestra su llegada a Nuremberg. Atravesando las nubes y mostrando a sus tropas a lo largo de la ciudad, mediante planos picados, Hitler aterriza entre la exaltación de la muchedumbre y una gran cantidad de medidas de seguridad.



En esta secuencia se pueden apreciar hasta tres posiciones de cámara distintas. Se comienza rodando con una cámara dentro de la cabina del avión, reflejando la visión del piloto en ese momento. Este plano nos permite involucrarnos en el film en primera persona para posteriormente finalizar la secuencia cambiando a un plano más amplio y general en el que se aprecia a la muchedumbre exaltada mientras aterriza el avión. Este último plano permite presenciar la llegada del Líder a través de la visión de un mero espectador, distante del lugar donde está sucediendo la acción. Las distintas cámaras aportan a la secuencia distintos tipos de planos, en este caso apreciamos planos subjetivos, planos picados y planos frontales que se alternan entre sí.

5.3 Baño de masas hasta la llegada al hotel DeutscherHof

Hitler y sus mandatarios recorren las calles abarrotadas de Nuremberg empleando una comitiva de automóviles, los cuales se detuvieron en el hotel DeutscherHof. La escena es grabada desde el propio vehículo del Führer y también desde otro que lo precede. Esto nos permite observar al mandatario en medio de una muchedumbre exaltada y rebotante de felicidad, a la cual él saluda hasta su llegada al hotel. Al igual que en la secuencia anterior, en esta también se emplean distintas posiciones de la cámara para transmitir al espectador los acontecimientos filmados a través de diferentes puntos de vista.





Debemos destacar un plano muy significativo de esta secuencia, en el que se aprecia la parte posterior de Hitler y la mano derecha levantada a modo de saludo. La palma de la mano que mantiene en alto, en contraste con el resto del plano, se representa llena de luz y produce un gran contraste entre esa parte del cuerpo y el resto de objetos representados. Una vez más, Riefenstahl nos muestra la creencia de un poder divino encarnado en su Líder. Esta vez lo hace a través de la mano señalada por la luz, la cual será la encargada de guiar al pueblo alemán hacia sus objetivos.

La posición de la mano al saludar también sugiere una cierta distinción del Líder respecto al resto, ya que no todos los oficiales de su ejército podían saludar de igual manera. Hitler muestra la palma de la mano en su saludo, pero esa mano extendida se terminará convirtiendo en un puño, representativo de los verdaderos deseos del Führer, que son los de tener a Europa prisionera bajo su mando.

5.4 Campamento de las Juventudes Hitlerianas y las Juventudes Alemanas

La escena comienza filmándose desde las alturas con un plano picado en el que muestra la gran amplitud y extensión que abarca el campamento en el que convivían los jóvenes nazis. Una vez a ras de suelo percibimos cómo se desarrolla el día a día en este campamento a las afueras de Nuremberg, los trabajos que se realizan día a día como cortar leña o preparar la comida y las actividades que realizaban en su tiempo libre como redactar el correo y tocar instrumentos musicales. Todas estas actividades transcurrían en un ambiente alegre, distendido y se podría decir también festivo, sin asemejarse a la idea que podríamos tener acerca de un campamento con estas características.





Se aprecia un insistente esfuerzo por parte de la directora de mostrar un ambiente confortable y feliz en el campamento, para ello ha recurrido a la grabación de numerosos primeros planos de niños sonriendo y la filmación de sus campistas en los momentos más distendidos de la jornada. Se reproduce la imagen de un mundo organizado en el que no hay tensiones ni conflictos y en el que todos tienen un mismo objetivo y trabajan juntos para lograrlo. No hay cabos sueltos, todos desempeñan las funciones que le corresponden para contribuir a un fin mayor.

5.5 Desfile de agricultores y exposición de la cosecha a Hitler

Se muestra a una sociedad volcada con el desfile de agricultores en el que todos se visten con el traje tradicional y en la que a través de planos generales y primeros planos se aprecia el gran respeto y veneración que sienten por su líder. Aparenta ser una sociedad unida en la que hasta los más pequeños están comprometidos con los actos que se llevan a cabo en presencia del Führer. Percibimos la importancia que se da al pasado de esta nación, todos se unen para rendir culto a sus antepasados y recordar la historia del país. Se produce un encuentro entre la historia y el presente de Alemania.



5.6 Hitler pasa revista a los hombres del Frente Obrero

Hitler, acompañado por el Dr. Robert Ley (Jefe del Frente Obrero Alemán), pasa revista a sus soldados ordenados jerárquicamente. La cámara se sitúa en medio de los soldados y enfoca directamente a Hitler, recurso que transmite al espectador la manera en que los soldados ven a su líder. A continuación los principales líderes del partido se montan en sus vehículos y recorren las calles de la ciudad. Al igual que en escenas precedentes, también se emplean primeros planos en los que aparecen personas rebosantes de orgullo y alegría. Una gran mayoría de las

personas que aparecen a lo largo de la película son gente joven y con buena presencia, muestra de los valores que Riefenstahl quería transmitir de la sociedad alemana: juventud, fuerza, vigor.

En este sentido, Barthes nos habla de la importancia del significado denotado y connotado que poseen las imágenes. El denotado trata el significado objetivo del signo, común a toda la sociedad. Sin embargo el significado connotado es aquel que parte de la cultura y las vivencias de cada individuo, por el cual cada sujeto puede apreciar un significado distinto de un mismo signo o representación. En esta secuencia interpretamos que a través de las imágenes de gente joven se pretende transmitir la fuerza y poderío físico que poseía la sociedad alemana.²⁶

Mencionar que la duración de los planos a lo largo del film es muy variable, encontramos planos desde los 5 segundos hasta cerca de 25. Pese a ello, el ritmo general de la película es tranquilo y relajado, y no se aprecian escenas frenéticas ni descontroladas. Se representa de tal manera que todo parece estar bajo control.



5.7 Congreso del partido NSDAP (Partido nacionalsocialista de los trabajadores alemanes)

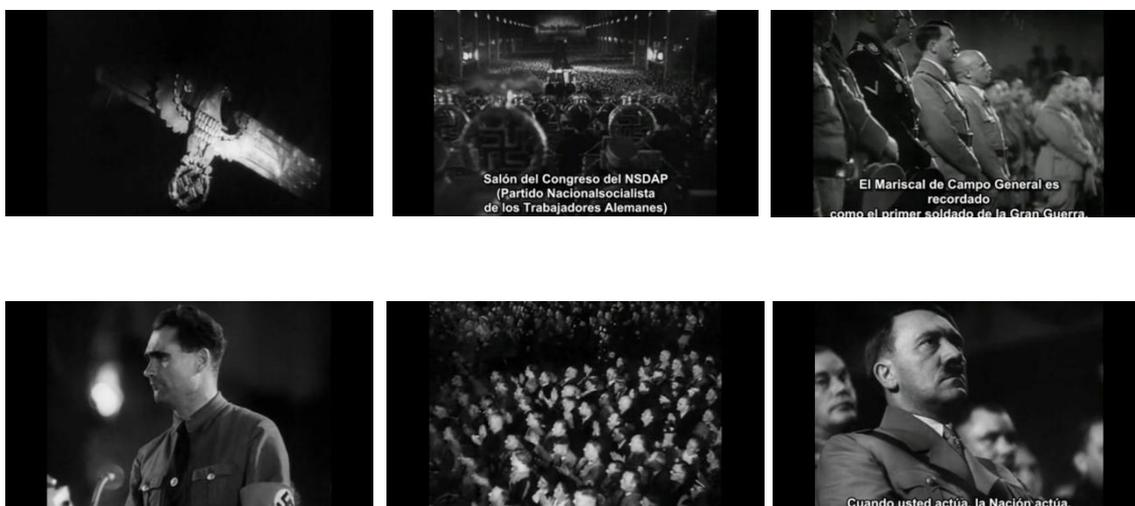
Como al inicio del film, el comienzo de esta secuencia muestra una estatua con forma de águila apoyada sobre una esvástica. Esta estatua aparece de manera súbita y contundente sobre un profundo fondo negro, situación que puede ser interpretada por el espectador como la aparición de la luz sobre la penumbra, el orden entre el caos. Se trata de un plano contrapicado en el cual apreciamos, en el centro de la imagen, un águila iluminada de manera muy lograda y minuciosa, la cual podemos asociar a la imagen del Líder. La directora posteriormente empleará un plano similar sustituyendo la estatua del águila por la figura de Hitler. Esta analogía es un recurso empleado en numerosas ocasiones a lo largo de la película, se produce una comparación directa entre la reina de las aves (capaz de volar más alto que ninguna) y el líder del pueblo alemán.

El congreso del partido nacionalsocialista sirvió para rendir culto a los camaradas caídos y dar muestras de absoluta y total confianza hacia Hitler y su mandato. El congreso se desarrolla en un sala abarrotada de alemanes y entre los destacan una gran cantidad de mandatarios extranjeros. Durante los discursos expuestos por los distintos altos cargos del partido es reiterativa la apreciación a cerca de su líder como el salvador al que seguirán sin condiciones. Leni Riefenstahl nos intenta transmitir este sentimiento compartido por muchos alemanes a través de varios primeros planos contrapicados en los que se muestra la figura de Hitler como una divinidad, alguien distante, inalcanzable, a quien le ha sido encomendada la misión de guiar al pueblo alemán. Este es el plano del que hablamos en el párrafo anterior, ya que en él se muestra al Führer destacando sobre los demás mandatarios y escenificando esa sensación de

²⁶ Barthes, Roland. *Elementos de semiología*. Alberto Corazón, 1970.

poderío y superioridad comparable a la que producía el águila en la primera escena de esta secuencia.

Se puede extraer del film que la figura de Hitler es representativa de una doble corriente. Por un lado tenemos al Hitler que ejerce la función de padre carismático y protector y por el otro lado encontramos a un Hitler mucho más estricto y manipulador en su función de tirano. En el libro *Lo que entiendo por soberanía* de Georges Bataille también se habla de esta dualidad que afecta a los sujetos de una sociedad. Este libro elabora una reflexión sobre la manera en que los sujetos deben actuar en la sociedad, se nos dice que debemos alejarnos de la soberanía impuesta por la sociedad, identificando esa soberanía hoy en día como el consumismo o los roles sociales, y centrarnos más en nosotros mismos como únicos mandatarios de nuestro desarrollo²⁷. Bataille continua el estudio de este tema en su libro *El estado y el problema del fascismo*²⁸, en el que pone de relieve la confrontación entre el revolución y el totalitarismo y el papel que desarrolla el estado en las distintas situaciones; también la fuerza de atracción y el carisma de quienes son capaces de arrastrar a las masas.

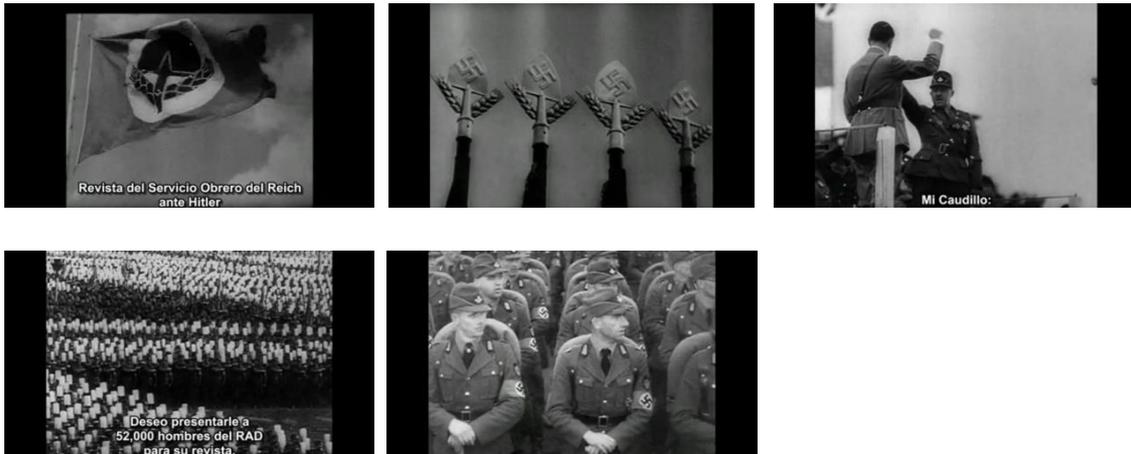


5.8 Hitler pasa revista al Servicio Obrero del Reich

Observamos la estructura de un ejército, con su simbología, sus banderas, escudos y tambores que reflejan la presencia de una sola ideología entre los presentes. A través de primeros planos y planos generales nos hacemos una idea de la etapa histórica que estaba cobrando vida en esos instantes. Se muestra un gran ejército perfectamente ordenado que transmite de manera unánime su lealtad hacia su máximo mandatario. En esta secuencia se observa claramente el sentir del Líder, ha convertido a su pueblo en un ejército, a sus trabajadores en camaradas. El Führer pasa revista a los obreros adiestrados como soldados, con palas en la mano y presentando sus respetos al Líder al ritmo de las trompetas y los tambores. Apreciamos cómo la ideología va más allá, no se muestra a un dirigente político, sino que se muestra al jefe de un ejército dispuesto a entrar en batalla. Todos los obreros forman filas al igual que los militares, el orden es lo que los distingue. Hitler consigue lo que deseaba, obtiene camaradas leales a un ejército en lugar de trabajadores simpatizantes de un partido.

²⁷ Bataille, Georges. *Lo que entiendo por soberanía*. Paidós ibérica, 1996.

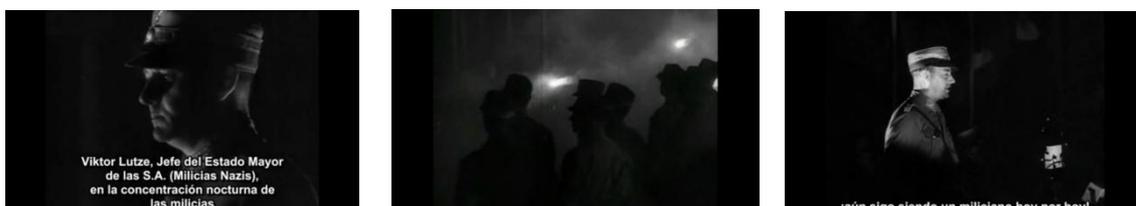
²⁸ Bataille, George. *El estado y problema del fascismo*. Pre-textos, 1993.



5.9 Concentración nocturna de las milicias

En medio de la noche e iluminados por los destellos de sus propias bengalas, los milicianos escuchan al Jefe de Estado Mayor de las S.A. (Viktor Lutze) mientras recita su discurso. Discurso centrado en la muestra de fidelidad hacia su líder y la relevancia que supone la unión del pueblo alemán, ya que esto los guiará a la victoria. Pese a la dificultad que suponía la grabación de esta secuencia, la directora logra transmitir la emoción y el espíritu de los milicianos esa noche. Se respira un aire repleto de excitación que va “in crescendo” a medida que avanza el discurso de Viktor Lutze, el cual termina dándose un baño de masas entre los presentes.

Los planos ahora empleados son, por lo general, planos medios, tanto cuando se enfoca al orador como a los milicianos. Éstos van acompañados de unos planos generales, los cuales permiten analizar de una manera más cómoda la situación que se estaba viviendo en ese instante y nos da una idea acerca del número de personas que estaban presenciando el acto.



5.10 Concentración de las Juventudes Hitlerianas y las Juventudes Alemanas en el German Stadium

En esta secuencia se aprecia el gran tirón que tenía Hitler en esos momentos. Solo él es capaz de llenar por completo un estadio olímpico y lograr que todo el pueblo alemán y especialmente la juventud le muestren su apoyo y lealtad al unísono. Los cientos de niños hacen que sus instrumentos suenen como si una banda de profesionales se tratara, la muchedumbre que saluda haciendo uso de una coordinación digna de un ejército y muchas otras acciones evidencian, una

vez más, la meticulosidad e importancia que tiene la organización en el Partido Nazi. Cada alemán conoce lo que debe hacer dentro de la sociedad y lo realiza de manera precisa y eficaz como las piezas de una gran maquinaria.

La población alemana se convierte en un gigantesco ejército al servicio del Führer, al cual tratan como si fuera un dios. Riefenstahl logra captar la supremacía de Hitler pese a estar el campo olímpico abarrotado, consigue sobreponerlo y destacarlo por encima de la muchedumbre de una manera exquisita. Lo logra a través de planos en los que el líder aparece en el centro de la imagen y en una situación un poco más elevada con respecto a los demás hombres que lo rodean, también gracias a los recursos de iluminación. Es asombrosa la capacidad que tiene la directora para mostrarnos a Hitler como un ser superior sin que el espectador sea apenas consciente. Mediante lo que puede aparentar ser un simple plano consigue transmitir una gran cantidad de conceptos como pueden ser su supremacía, su liderazgo y su posición privilegiada frente al resto de la sociedad.

En este momento y tras haber transcurrido aproximadamente la mitad de la película, debemos comentar una técnica empleada a lo largo de ella. Esta técnica es la repetición. Como ya sabemos, se trata de una película propagandística, y al igual que en la propaganda emplean la repetición para fijar las imágenes e ideas en el espectador. El film se muestra repetitivo pese a que los escenarios varíen. El espectador percibe que, sea cual sea el escenario, el discurso que se desarrolla es el mismo.



5.11 Discurso ante las juventudes

El líder del partido nazi se dirige a sus fieles seguidores reunidos en el German Stadium. El discurso que pronuncia Hitler hace hincapié en el sentimiento que los alemanes deben tener como nación, el apoyo mutuo y la unión. Estos aspectos los considera esenciales para devolver a Alemania al sitio que supuestamente le corresponde tras haber perdido la Primera Guerra Mundial y la humillación del Tratado de Versalles. Los jóvenes escuchan atentos las frases que recita su Führer al igual que los soldados reciben las órdenes de sus superiores. Hitler, en su libro *Mi lucha*, muestra su visión tras la pérdida de la Guerra Mundial con las siguientes palabras: “La mezcla de la sangre y el menoscabo del nivel racial que le es inherente constituyen la única y exclusiva razón del hundimiento de antiguas civilizaciones. No es la

pérdida de una guerra lo que arruina a la humanidad, sino la pérdida de la capacidad de resistencia, que pertenece a la pureza de la sangre solamente”.²⁹

La distribución que realizaron los jóvenes alemanes dentro del campo olímpico es un claro ejemplo de que la ideología militar que estaba calando entre los habitantes del país, los muchachos se agruparon de la misma manera que los hacían escuadrones de las fuerzas militares. Cada detalle es importante, se cuida la vestimenta, la higiene y el orden. Cada ciudadano debe desarrollar una función dentro de la sociedad diseñada por Hitler, este compromiso alcanzado con su líder permitirá conseguir los objetivos del Partido Nacionalsocialista.



5.12 Desfile del Regimiento de Caballería y modernos vehículos

En esta ocasión se hace una demostración del potencial ofensivo con el que cuenta el ejército nazi. Se trata de una exhibición de caballería y automovilística ante la presencia de su máximo mandatario, el cual simpatiza y muestra su agrado con la experiencia en la que está participando. Por un lado y como es habitual a lo largo de film, se enfoca a Hitler empleando el recurso del plano contrapicado; por el otro, destacar que durante la grabación de estos planos el máximo responsable del Partido se muestra feliz e incluso sonriendo, hecho poco común a lo largo de este rodaje.



²⁹ Hitler, Adolf. *Mi lucha*. Barcelona, Petronio, 1974. Capítulo 5.

5.13 Reunión nocturna de los líderes políticos para pasar la segunda revista general

Se reúnen los principales mandatarios del partido nazi en mitad de la noche para realizar la segunda revista general a más de 200.000 hombres, coincidiendo un año después de la primera. De camino hacia el lugar de reunión se producen dos escenas con un contenido simbólico muy alto. La primera de ellas es la configuración de “El mar de banderas” ideado por Albert Speer (arquitecto), que pretende mostrar la magnitud y fuerza que posee el ejército nazi, simbolizado mediante la representación de un marea de banderas nazis. En segundo lugar, hemos de destacar “La catedral de luces” en la que se nos muestra cómo los soldados marchan hacia el escenario donde se aprecia una gran águila encima de una esvástica, ambas muy bien iluminadas. Esto produce una gran impresión visual debido a la fuerza con la que deslumbran estos símbolos en mitad de la noche. Se simboliza el buen camino, el camino que sacará a Alemania de su penumbra y los conducirá hacia el poder. Esta última escena la define el embajador británico, Neville Henderson, presente en aquel momento, como “La catedral de hielo”.



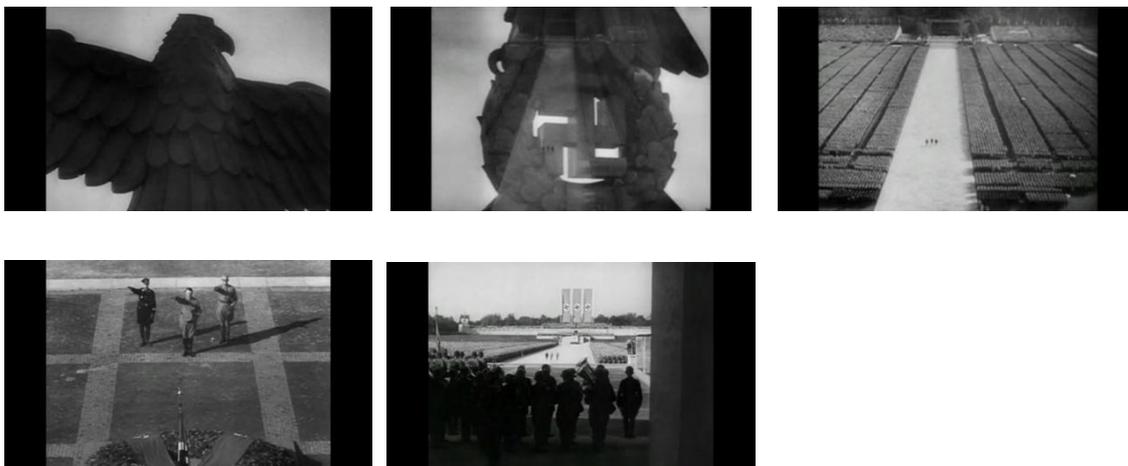
Al igual que anteriormente destacábamos la importancia de la iluminación sobre los símbolos nazis (el águila y la esvástica), ahora esa iluminación se centra en el Führer una vez que toma la palabra. Una parte importante del tiempo empleado en sus discursos era utilizada por Hitler para recordarle a sus súbditos que el pueblo alemán debe regresar a las posiciones de privilegio y liderazgo que anteriormente frecuentaban en el mundo occidental. Para lograrlo, propone como vía la valentía ante sus adversarios y la lealtad hacia sus mandatarios.

Es habitual emplear la oscuridad de la noche para mostrar a Hitler, a través de la iluminación adecuada. Empleando un recurso metafórico se puede decir que se muestra a Hitler como la luz que guía al pueblo alemán. La escenografía está muy trabajada, se emplean los recursos fílmicos y estéticos adecuados para que esta idea cobre cuerpo. Escenas oscuras donde la iluminación se centra en él, planos grabados entre la multitud que muestran a Hitler en una posición privilegiada, escenarios altos para demostrar su superioridad, presencia casi continuada en el centro de la imagen e incluso el contenido propagandístico y autoritario de los discursos.

A la hora de hablar de la repercusión de los impactos visuales debemos mencionar a uno de los grandes representantes de la teoría de la Gestalt como Rudolf Arnheim. En su libro *El poder del centro* nos muestra los pilares sobre los que se asientan sus trabajos: “El tema de la composición visual me interesa porque creo que la forma perceptual constituye el medio más potente e indispensable para comunicarse con una obra de arte” (...) “Mi trabajo descansa en el supuesto de que el portador del significado más potente es el impacto inmediato de la forma perceptual”.³⁰ Estos conceptos de Arnheim los podemos apreciar a lo largo del film, continuamente se muestran escenas en la que la forma está muy trabajada y se emplean todos los recursos necesarios para causar un fuerte impacto visual en los espectadores.

5.14 Pase de revista las SS y las SA, Memorial de Paul Von Hinderburg

Adolf Hitler acompañado por los líderes de las SS y SA³¹ y en presencia de sus soldados, presentan sus respetos ante el recientemente fallecido Paul Von Hinderburg, Mariscal General de Campo y segundo presidente de la República de Weimar. En esta secuencia se suceden una serie de planos que contienen un fuerte impacto visual. Se vuelve a iniciar con un plano de la figura del águila posaba sobre el símbolo nazi, otorgando un papel principal a la simbología del partido. Este plano da lugar a un plano general que nos permite hacernos una idea acerca de la gran cantidad de soldados que presenciaban el acto y donde se distingue a Hitler y a los jefes de las SS y SA caminando hacia el altar para rendir homenaje al Mariscal fallecido. El plano siguiente nos muestra, desde una cámara situada en las alturas, a los tres mandatarios haciendo el saludo protocolario nazi en muestra de afecto hacia su compañero caído. La muerte (lo real por antonomasia) está presente en la película a través de estas escenas de homenaje. Posteriormente, la cámara se sitúa en la parte posterior del palco y permite observar desde el punto de vista de los mandatarios alemanes el regreso de Hitler al palco acompañado de los dirigentes de las SS y SA en medio de la multitud de soldados. Una vez más, en esta secuencia se percibe la importancia de la forma para Riefenstahl, un medio poderoso para captar la mirada del espectador y movilizar la sensibilidad.



³⁰ Arnheim, Rudolf. *El poder del centro: estudios sobre la composición en las artes visuales*. Akal, 2001, pp. 12-13.

³¹ Las Sturmabteilung (SA) también llamadas “Camisas pardas” fue la primera organización de carácter militar creada por el Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán (NSDAP). Por otra parte las Schutzstaffel (SS) se formaron en un inicio como la guardia personal de Adolf Hitler y fueron creciendo hasta ser una de las organizaciones más representativas de Alemania en esa época. Las SS durante su expansión integraron a las SA en sus filas.

5.15 Formaciones del partido, las SS y las SA hacen juramento de lealtad ante Adolf Hitler

Soldados y civiles abarrotan el campo para presenciar cómo las fuerzas de las SS y SA hacen su juramento de lealtad ante el Führer: un juramento de carácter religioso.

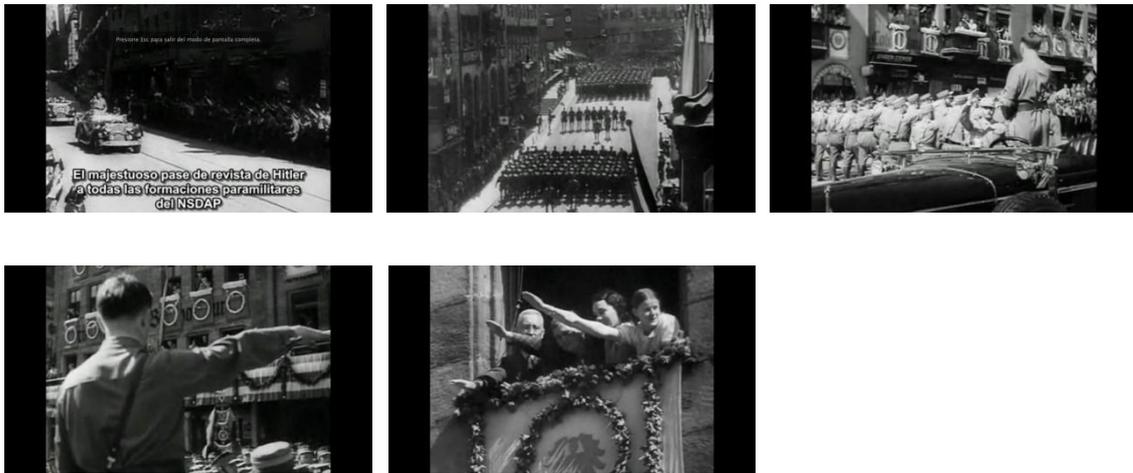


La secuencia está compuesta por dos partes diferenciadas, en la primera parte, desfilan las unidades de las SA y SS en formación bajo la atenta mirada de su Caudillo; en la segunda, Hitler pronuncia un discurso para atacar a aquellos que se han revelado e intentado debilitar a sus tropas, recordando que lo único que conseguirán es debilitarse ellos mismos. Continuando con las características escénicas precedentes, se nos muestra a Hitler con el elemento principal, situado una vez más por encima del resto. Los planos generales, medios y primeros se intercalan de igual manera que lo hacen los picados y contrapicados. Los símbolos nazis continúan desarrollando un papel importante en los planos de la directora. Una vez más, se emplean las estatuas de águilas y esvásticas acompañadas por banderas y brazaletes para hacer constar la relevancia de la simbología en la esfera del partido. Para finalizar la secuencia el ejército realiza las Salvas de Honor para dar la bienvenida a los nuevos estandartes. Hitler va presentado este nuevo estandarte antes sus tropas una por una. A diferencia de los viejos, los nuevos llevan la esvástica completamente negra, sin las líneas blancas en los bordes que llevaban los anteriores.

5.16 Pase de revista a las formaciones paramilitares de Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán (NSDAP)

Adolf Hitler se da un baño de masas paseando en automóvil por las calles que, posteriormente, recorrerán las tropas a las que pasará revista. En esta situación, el caudillo no se bajará siquiera del vehículo para saludar ni a las tropas ni a sus dirigentes, simplemente se limitará a responder con el brazo en alto a sus saludos. Formaron parte del desfile todas las formaciones que

componían el ejército del partido nacionalsocialista: el ejército del aire, caballería, cuerpos motorizados, banda del cuerpo de élite, portadores de estandartes e incluso el Servicio Obrero.



A diferencia de las revistas que había pasado anteriormente, ésta tiene lugar en las calles de Nuremberg. Esto permite un trato más cercano con su líder por parte de los soldados y también de los civiles que se agolpan en los balcones para ver a Hitler desfilando por sus calles. Los planos que se toman a lo largo de esta secuencia permiten apreciar la gran exaltación que provocaba la presencia de Hitler en el pueblo alemán y la capacidad que este tenía para transmitir ese sentimiento de nación, sentimiento que se observa a través de la alegría y satisfacción con la que los soldados desfilan ante la presencia de su máximo mandatario. Es de mencionar, la manera de actuar de Hitler en esta revista. No se baja del vehículo para saludar a las tropas, y es que en este caso, al realizarse en las calles, no existía el escenario de otras ocasiones, escenario que le permitía situarse por encima de los demás. En esta situación y debido a la falta de un palco Hitler permanece en el vehículo para conservar esa perspectiva de superioridad respecto a los demás.

Esta secuencia es notablemente más extensa que las anteriores, Leni Riefenstahl filma a cada una de las unidades que forman parte del desfile, nos muestra a través de los planos generales la gran magnitud de esta revista y a través de los primeros planos a los principales mandatarios que forman parte del equipo más cercano a Hitler.

5.17 Ceremonia de clausura del Día del Partido en el Palacio de Congresos de Nuremberg

Hitler recita el discurso de clausura del Día del Partido en el Palacio de Congresos de Nuremberg, lleno hasta la bandera. En el discurso no deja pasar la oportunidad de recordar los duros inicios del Partido Nacionalsocialista y la falta inicial de seguidores, hechos que ya se habían superado y que servían para revivir la esencia del movimiento nazi. Con estas palabras Hitler pretendía hacer brotar ese sentimiento patriótico de la nación y de lealtad hacia su persona. También recordó los ataques a los que habían sido expuestos para reivindicar la voluntad y coraje con la que los alemanes deberían luchar para prosperar como pueblo y no ser pisoteados, como ya lo habían sido en la Primera Guerra Mundial por el resto de países.

El escenario fue elegido de manera meticulosa. Se utilizó el Palacio de Congresos de Nuremberg debido a su arquitectura, era un edificio que permitía escuchar el discurso de manera precisa a todos los asistentes, además, la forma que tenía creaba una sensación errónea del número de personas que estaban en la sala. Pese a estar lleno había menos personas de las que parecía, a mayores, escenario otorgaba una sensación de poder y superioridad que no se correspondía del todo con la realidad. Este tipo de detalles permiten apreciar una vez más la importancia que tenían tanto la propaganda como la simbología en el partido liderado por Hitler. En política es importante acabar los discursos y las giras con fuerza y contundencia, y es que este escenario abarrotado de seguidores, estandartes, símbolos y banderas nazis permitió poner un broche de oro para cerrar el Día del Partido y llevarse el mejor sabor de boca posible, tanto los mandatarios del partido como el propio Führer.

Rudolf Hess, Lugarteniente del Führer para finalizar el discurso de clausura pronuncia estas palabras, que demuestran la gran admiración que sentían hacia su líder: “El Partido es Hitler, no obstante Hitler es Alemania como Alemania es Hitler”. En este sentido, apreciamos que la sociedad alemana presenta una serie de identificaciones imaginarias con su Líder, representado como un padre para ellos. El tema de las identificaciones lo desarrolló Sigmund Freud en su teoría del psicoanálisis y más concretamente en su libro *Psicología de las masas* en el que hace referencia a este término del siguiente modo: “La identificación es conocida al psicoanálisis como la manifestación más temprana de un enlace afectivo a otra persona, y desempeña un importante papel en la prehistoria del complejo de Edipo. El niño manifiesta un especial interés por su padre; quisiera ser como él y reemplazarlo en todo. Podemos, pues, decir, que hace, de su padre, su ideal. Esta conducta no representa, en absoluto, una actitud pasiva o femenina con respecto al padre (o al hombre en general), sino que es estrictamente masculina y se concilia muy bien con el complejo de Edipo, a cuya preparación contribuye”³². Esto lo podemos apreciar en el *Triunfo de la Voluntad* en las relaciones de identificación que establecen los soldados y gran parte del pueblo alemán hacia Hitler. El Führer para ellos se muestra como un Líder al que deben seguir y al que les gustaría reemplazar, ya que este posee todas las características que ellos desean hasta el punto de convertirse en su ideal. En esta ocasión se está haciendo una referencia a la fase del espejo desarrollada por Jacques Lacan a partir de los trabajos de Freud sobre el narcisismo y la problemática de la identificación. La sociedad se veía reflejada en un líder al que admira y desea por encima de todo.

Se pone fin al acto entonando al unísono por los asistentes el Horst Wesselsong, himno del Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán e himno nacional alemán extraoficial.

Debemos mencionar que el montaje del documental es lineal y condensado, ya que se trata de una narración continuada desarrollada en distintas etapas y escenarios. También se puede decir que a raíz de la duración de los planos, se trata de un montaje analítico, puesto que no se emplean planos secuencia y la duración de estos no es demasiado larga. Esto permite interpretar el film desde una perspectiva más expresiva y psicológica.

³² Freud, Sigmund. *Psicología de las masas y análisis del yo*. Amorrortu, 2001. Cap.VII: La identificación, pp. 19.



5.18 Síntesis de los aspectos más destacables

El Triunfo de la voluntad nos permite acercarnos un poco más a la visión que el pueblo alemán tenía de su líder. A lo largo de la película se nos muestra a través de los numerosos planos tomados a Hitler la perspectiva con la que le veía la sociedad, esta visión era representada a través de los planos contrapicados que situaban al Führer en una posición superior al resto. Leni Riefenstahl muestra a Hitler como una divinidad, incluso comienza el film descendiendo de los cielos ante la exaltación del gentío que presencia la escena.

Se nos muestra la cara más comprometida de la sociedad con el Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán, cada acto al que el Caudillo asistía, el pueblo alemán se volcaba con él, se abarrotaban las calles y se alababan sus palabras, por no hablar de la meticulosidad con la que soldados y obreros realizaban sus labores. Todo el mundo tenía un papel que desarrollar en la sociedad, y es que este tema lo trata en cuantiosos discursos cuando se refiere a la unidad nacional y sentimiento por la patria. La unidad nacional y el sentimiento patriótico invita a sus seguidores a realizar las labores encomendadas y a ser solidarios con los demás compatriotas, ya que todos desean conseguir el mismo objetivo y ese es el método empleado para alcanzarlo.

Un recurso empleado en repetidas ocasiones en la película es la aparición de una estatua en forma de águila o una esvástica al iniciarse una secuencia o como elementos decorativos dentro de un escenario. Se trata de un motivo iconográfico con gran importancia, un elemento cargado de significado y valor para los nazis, ya que se trata de su símbolo por excelencia. Este tipo de recursos permiten apreciar al espectador el papel tan importante que desarrolla la propaganda en esta grabación, y es que se trata de un film en el que permanentemente se nos trata de introducir en una ideología. Se realiza una comparativa entre el águila, símbolo de poder indiscutible en el cielo, con Hitler, líder absoluto de la sociedad alemana.

Según las memorias de Speer, arquitecto encargado entre otras cosas de diseñar algunos de los escenarios empleados en los mítines del partido presidido por Hitler, se afirma que se realizaban el mayor número posible de actos políticos durante la noche para provocar un mayor impacto visual entre los asistentes, empleando para ello la iluminación. Además, con esta misma táctica se pretendía enmascarar el notable sobrepeso de algunos dirigentes alemanes.

A lo largo del film, Riefenstahl emplea en numerosas ocasiones varias posiciones de la cámara durante una misma secuencia creando distintos tipos de plano, lo más utilizados han sido los planos subjetivos, picados, contrapicados y normales. Esta variedad permite al espectador tener una visión más amplia de la situación que se está desarrollando además de transmitir distintos puntos de vista de una misma acción.

Otros recursos empleados por la directora son la repetición y la analogía³³. Por un lado encontramos la repetición, como en un buen texto publicitario, la película repite una y otra vez el contenido que desea transmitir a sus seguidores, en este caso la ideología del partido liderado por Hitler. Por otro lado, destacar la frecuencia con la que aparecen las analogías. La más repetida es la comparación que se realiza entre el Führer y el águila como representación del poderío y fuerza que poseía.

La Semiótica nos permite analizar las imágenes audiovisuales como si de un texto escrito se tratara. Gracias a este método, podemos apreciar la repercusión que los signos y el lenguaje han tenido sobre el *Triunfo de la Voluntad*. La directora cuida hasta el más mínimo detalle a la hora de grabar un plano con la idea de captar cada concepto que desea transmitir al espectador.

Debemos mencionar la presencia de lo imaginario y lo real, presente en los estudios de Lacan y encarnado en una única figura, Adolf Hitler. Por un lado, presenciamos lo real a través de la pulsión destructiva que se encuentra latente durante todo el film; planos en los que no se muestra violencia, pero existe una violencia sumergida que se desencadenará y que posee a Hitler como su máximo representante. Por otro lado, encontramos lo imaginario, ya que Riefenstahl nos lo muestra como un ser divino, inalcanzable, deslumbrante, deseado de manera casi hipnótica y que despierta la fascinación de sus seguidores, los cuales desean ser representados por su Líder.

Finalmente, debemos mencionar las teorías gestálticas. En ellas se desarrolla el concepto del “todo” como ente superior a la suma de las partes, recurso que es empleado a lo largo del film de manera continuada. Las imágenes que se muestran captan la atención del espectador de una manera contundente y genérica. Tras esta primera visión, la imagen se percibe como un “todo”, que posteriormente el espectador podrá analizar a través de la división del “todo” en e las partes que a este lo componen.

Para concluir este apartado, mencionar que el texto analizado está rodado a modo de documental. Se trata de un documental propagandístico, en el cual se graban los actos realizados por Hitler durante el Congreso de Nuremberg, en 1934. Debido al empleo de esta técnica, Riefenstahl no tiene la opción de repetir las escenas, solo tiene una oportunidad para captar el plano que desea de cada acción. Esta situación incrementa el mérito de Leni Riefenstahl, puesto que pese a tener la presión del rodaje a modo documental, su trabajo se ha convertido en un referente propagandístico a nivel mundial.

³³ Definición de analogía: Concepto que permite relacionar dos o más objetos distintos en base a una serie de características comunes.

6. Conclusiones

Tras haber realizado un análisis textual de *El Triunfo de la Voluntad* hemos de decir que la hipótesis planteada al inicio de este trabajo no estaba desencaminada. Como bien se puede apreciar, a lo largo del film pese a que no existen actos de violencia explícita, no es difícil de desenmascarar las intenciones de Leni Riefenstahl y percibir ese clima preparatorio que dará lugar a las acciones bélicas. Se puede decir que la película es un reflejo de la sociedad alemana en esa época, sociedad volcada con su Líder al que siguen sin titubear y al que previamente habían elegido en las urnas. El pueblo alemán se convierte en un ejército ordenado y preparado, gobernado por su Führer, dispuesto a entrar en batalla.

Por otro lado, no debemos olvidarnos de la extraordinaria capacidad de Riefenstahl en la dirección del film. Logra mostrar una imagen de Adolf Hitler inalcanzable. Hitler se presenta como un ser superior, casi una divinidad que aparece desde los cielos y destaca sobre la muchedumbre en la tierra. En las escenas de Riefenstahl el Canciller goza de lugares privilegiados, ocupando una posición más elevada al resto y en el centro de la imagen, muestra del poder y liderazgo que ostentaba Hitler.

Tenemos que recordar que Hitler tan solo había llegado al poder dos años antes de la publicación de *El Triunfo de la Voluntad*, en 1935. Desde la perspectiva que nos ofrece el film, se comienzan a apreciar las intenciones de proclamar la guerra, puesto que a lo largo de las diferentes escenas que componen este film se atisba la formación de un ejército. Ejército que permanece en estado latente hasta 1939, año en el que Hitler despliega su potencial en su deseo de conquistar Europa y recuperar el prestigio que Alemania había perdido en la I Guerra Mundial.

Debemos mencionar la importancia que incluso a día de hoy tiene la directora Leni Riefenstahl, en el mundo de la propaganda y la publicidad destacan sus obras entre las mejores. Pese a la gran competencia que existía en esa época, sin lugar a dudas, Riefenstahl se encuentra en una posición privilegiada y sus obras son un referente en estos ámbitos.

Riefenstahl creó una relación entre el cine y la propaganda hasta entonces nunca vista, consiguió adaptar las técnicas de la propaganda como la repetición y la identificación, entre otras, al mundo del cine. Incorporó al cine recursos propios de la propaganda, lo que le permitió destacar entre el resto de directores.

Como hemos podido apreciar, los estilos artísticos, propagandísticos y publicitarios de los diferentes países que participaron en la Segunda Guerra Mundial no eran tan diferentes. Alemania y la URSS pese a ser rivales, recurrían al mencionado realismo heroico y la propaganda apelaba a la unidad nacional y al patriotismo como norma general. Para concluir este Trabajo de Fin de Grado destacar que las suposiciones realizadas en la hipótesis tras un primer visionado completo del film, concuerdan con lo analizado a lo largo del trabajo. Esto nos permite apreciar tanto la evolución de Adolf Hitler al frente de la Alemania nazi como la importancia que poseyó la propaganda en ambos bandos de la guerra.

7 Webgrafía y Bibliografía

7.1 Webgrafía

<http://buscon.rae.es/drae/srv/search?val=semi%F3tica>

<http://definicion.de/semiotica/>

<http://www.biografiasyvidas.com/biografia/s/saussure.htm>

<http://ciudadliteraria.blogspot.com.es/2010/04/ferdinad-de-saussure-biografia-y.html>

<http://www.um.es/tonosdigital/znum3/pdfs/peribiblion.pdf>

http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/24/cd/m6_2/semitica.html

<http://www.lapaginadefinitiva.com/weblog/articuloslopez/manproprnazi.PDF>

<http://intrahistoria.com/hitler-y-su-falso-golpe-de-estado/>

<http://www.abc.es/segunda-guerra-mundial/noticias/curiosidades/20141002/abci-segunda-guerra-mundial-letra-201408262130.html>

http://cultura.elpais.com/cultura/2012/06/16/actualidad/1339866035_965881.html

<http://soloyamargo.com/wp-content/uploads/2014/12/Principios-de-la-propaganda-nazi-de-Goebbels.pdf>

<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechopucp/article/viewFile/2964/2866>

<http://www.usmmm.org/wlc/es/article.php?ModuleId=10007830>

<http://jadonceld.blogspot.com.es/2012/11/la-propaganda-nazi-y-los-medios-de.html>

http://www.elconfidencial.com/cultura/2013-03-16/la-ldquo-puta-de-los-nazis-rdquo_496369/

http://es.rbth.com/cultura/2014/10/10/propaganda_y_publicidad_en_la_urss_44261

<http://hipertextual.com/imagen-del-dia/propaganda-sovietica>

<http://www.biografiasyvidas.com/biografia/e/eisenstein.htm>

http://elpais.com/diario/1981/03/25/cultura/354322810_850215.html

http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/24/cd/m2_1/vsevold_pudovkin.html

<http://www.objetivocine.es/retroscopia-el-hombre-de-la-camara-1929/>

<https://culturaaudiovisualprimero.wordpress.com/tag/efecto-kuleshov/>

<http://bdigital.uao.edu.co/bitstream/10614/4944/1/TDG01319.pdf>

<http://www.taringa.net/posts/imagenes/10378269/Propaganda-durante-la-segunda-guerra-mundial-Mega-post.html>

http://es.rbth.com/cultura/2013/02/02/cine_de_animacion_antinazi_en_la_rusia_sovietica_1941-1945_24497

<http://www.lasegundaguerra.com/viewtopic.php?t=405>

https://rusopedia.rt.com/cultura/cine/issue_109.html

<http://www.mgar.net/cine/var/films40.htm>

http://sabado14.blogspot.com.es/2010/09/lo-que-entiendo-por-soberania_17.html

<http://www.thelightingmind.com/cartelismo-politico-el-arte-al-servicio-de-los-ideales/>

<http://marcianosmx.com/10-carteles-iconicos-segunda-guerra-mundial/>

<http://www.tsapi.es/semiotica/que%20es%20la%20semiotica.htm><http://www.tsapi.es/semiotica/que%20es%20la%20semiotica.htm>

http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-81042001000200020

<http://historiamundo.com/la-propaganda-nazi/>

http://www.grijalvo.com/Goebbels/Once_principios_de_la_propaganda.htm

<http://cartelaleman45.blogspot.com.es>

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2298365>

<http://www.abc.es/fotos-cultura/20141008/carteles-sovieticos-durante-segunda-1613621290941.html>

<http://zonaforo.meristation.com/topic/1083749/>

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=309981>

https://books.google.es/books/about/Qué_es_el_diseño_gráfico.html?id=l-MFGQAACAAJ&redir_esc=y

<http://mapimpresores.com/blog/index.php/2014/03/el-diseno-grafico-en-la-ii-guerra-mundial/>

<http://www.rtve.es/noticias/20130830/40-anos-sin-john-ford-mejor-director-historia-del-cine/743808.shtml>

<http://decine21.com/biografias/john-ford-58311>

http://www.cobbles.com/simpp_archive/argosy_ford.htm

<http://decine21.com/biografias/michael-curtiz-54238>

<http://biografias.estamosrodando.com/michael-curtiz/>

http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0123-885X2004000200010&script=sci_arttext&tlng=en

<http://res.uniandes.edu.co/view.php/375/index.php?id=375>

<http://www.sep-psicoanalisi.org/que-es-la-sep-2/el-psicoanalisis/>

<http://gonzalezrequena.com/textos-en-linea-0-2/libros-en-linea/el-ser-de-las-imagenes/volumen-iii-del-analisis-a-la-lectura-el-texto/#N8>http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/11/131106_finde_cultura_hitler_arte_degenerado

http://elpais.com/diario/2001/12/09/espectaculos/1007852401_850215.html

<http://www.elmundo.es/cultura/2016/05/30/574ba8b8e2704efe0e8b4608.html>

7.2 Bibliografía

- Arnheim, Rudolf. *Arte y percepción visual*. Alianza editorial, 1999.
- Arnheim, Rudolf. *El poder del centro: Estudios sobre la composición en las artes visuales*. Akal, 2001.
- Aumont, Jacques. *El análisis del film*. Paidós Ibérica, 1990.
- Aumont, Jacques. *La imagen*. Paidós Ibérica, 1992.
- Barthes, Roland. *Elementos de semiología*. Alberto Corazón, 1970.
- Bataille, George. *El estado y problema del fascismo*. Pre-textos, 1993.
- Bataille, Georges. *Lo que entiendo por soberanía*. Paidós ibérica, 1996.
- Domenach, Jean-Marie, *La propaganda política*. Universidad de Buenos Aires, 2002.
- Freud, Sigmund. *Psicología de las masas y análisis del yo*. Amorrortu, 2001.
- González Requena, Jesús. (2006). El Holocausto: Caligari, Hitler, Schreber. *Trama y fondo*, n° 21 (segundo semestre 2006), 7-34.
- González Requena, Jesús. *Clásico, manierista y postclásico*. Castilla Ediciones, 2006.
- González Requena, Jesús. *El análisis cinematográfico*. Complutense, 2009.
- González Requena, Jesús. *El spot publicitario*. Cátedra, 2007.
- Gubern, Roman. *La imagen pornográfica y otras perversiones ópticas*. Anagrama, 2005.
- Kracauer, Siegfried. *De Caligari a Hitler*. Paidós ibérica, 1985.
- Núñez Sacaluga, Critán. *Estética. Entre lo bello, lo feo y lo útil*. Autoediciones Tagus, 2014.
- Saussure, Ferdinand. *Curso de lingüística general*. Editorial Losada, Buenos Aires, 1970.

Anexo 1

Referencias históricas

- 1889: Adolf Hitler nace en Austria.
- 1902: La directora Leni Riefenstahl nace en Alemania
- 1919: Se funda el Partido Obrero Alemán (DAP). Predecesor del partido nazi.
- 1920: Se disuelve el Partido Obrero Alemán.
- 1920: Se crea el Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán (NSDAP).
- 1921: Se nombra a Hitler líder del NSDAP.
- 1924: Joseph Goebbels se une al partido nazi.
- 1925: Adolf Hitler publica el libro *Mi lucha*.
- 1932: Riefenstahl dirige su primera película titulada; *La luz azul*.
- 1933: Hitler fue nombrado Canciller.
- 1935: Se estrena *El Triunfo de la Voluntad*.
- 1939: Comienza la II Guerra Mundial (II GM) en la que se enfrentaron las Potencias del Eje (Alemania, Italia y Japón) contra los Aliados (EEUU, URSS, Francia, Inglaterra y China).
- 1941: Ataque a Pearl Harbor, la Armada Japonesa ataca la base naval de EEUU. En este año Estados Unidos entra en combate.
- 1942: Se libra la batalla de Midway.
- 1944: Se produce el Desembarco de Normandía, también conocido como el Día D.
- 1945: Los Aliados vencen la II Guerra Mundial. Se deshace el Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán y por último, Hitler se suicida.

Anexo 2

Este artículo publicado por el diario El Mundo en su versión online el 30/05/2016 por Juan Carlos Laviana, nos habla de la historia audiovisual del Tercer Reich.

Auge y caída del cine durante el III Reich

El cine del Tercer Reich

Un nuevo libro repasa el cine realizado durante el nazismo: 1.200 películas no sólo de propaganda.

Que nadie se crea que por haber visto algunas escenas de *El Triunfo de la Voluntad* o de *Olimpia*, o por saber quién es su directora, ya conoce el cine que se realizó en Alemania bajo el dominio nazi. Leni Riefenstahl es sólo la punta de un inmenso iceberg.

Desde que en 1933 el partido nazi asume el poder hasta 1945 en que Hitler pierde la guerra, se realizaron en Alemania más de 1.200 películas. Es cierto que todas pasaron por el férreo control de Goebbels, el gran vigilante del espíritu nacionalsocialista. Y también lo es que muchos de los títulos se hicieron a mayor gloria de los delirios del Führer. Pero no por ello deja de ser verdad que entre ese éxtasis del cine propagandístico, también florecieron películas nada desdeñables. No en vano, Alemania ya había sido, en el cine mudo y en el expresionismo, la única gran potencia cinematográfica mundial que pudo hacer frente a Estados Unidos.

La propaganda y la censura no lograron cortar de raíz el impulso creativo que hasta 1933 había desarrollado "la aventura cinematográfica más deslumbrante del planeta", sólo equiparable, eso sí, a la que lideró en Estados Unidos el gran pionero D. W. Griffith.

El mismísimo Hitler era un gran aficionado al cine. En la sala de proyección de su casa de descanso de Berghof, en los Alpes, se encontraron algunas películas de Walt Disney, a quien se atribuyen por cierto simpatías por el nazismo. Eva Braun se había mostrado admiradora de *Lo que el viento se llevó* y del mismísimo Clark Gable. Por no hablar del perverso Joseph Goebbels -que tan bien utilizó el cine en favor del nazismo-, fan declarado de la maestría del muy comunista y gran cineasta Sergei Eisenstein.

Marco da Costa, autor de este libro y profesor de Lengua Española en la Universidad de Izmir (Turquía), achaca a varios factores que las películas realizadas durante el Tercer Reich sean tan desconocidas. De un lado, estamos ante el cine de los perdedores, que, además, ha sido sometido a la censura y al proceso de "desnazificación" que padeció la sociedad alemana. Es decir, el intento de borrar todo lo que tuviera que ver con ese periodo durante el que se llevó a cabo el Holocausto.

Y de otro lado, nos estrellamos contra el muro de la "invisibilidad" de este cine, excluido de los canales convencionales y en algunos casos -al menos 40 títulos- con los derechos en manos, aún hoy, de la Fundación Murnau, que sólo permite lo que denomina "pases especiales". Es decir, aquellos en los que un preceptor advierte a los espectadores de que lo que van a ver es altamente peligroso.

Da Costa selecciona desde las obras cumbres de la propaganda nazi, hasta producciones musicales, pasando por grandes taquillazos y cine de mero entretenimiento, escapista, que "pretendía emular sin pudor al cine hollywoodiense de la Gran Depresión". Con el estallido de la guerra, el cine se puso definitivamente al servicio de la maquinaria propagandística. Unas veces fue pro soviético, otras antisoviético, las más antibritánico, dependiendo de los avatares en el campo de batalla.

Del cine propagandístico es imprescindible, por supuesto, destacar el trabajo de Leni Riefenstahl en *El triunfo de la voluntad* (1935), sobre el congreso de Nuremberg del partido nacionalsocialista. La directora no engaña, y ya en los créditos lo deja claro: "Realizado por orden del Führer". Al igual que *Olimpia* (1938), el documental de los Juegos de Berlín, que es un sensacional monumento al culto al cuerpo, una fusión de la cultura grecolatina con la Alemania nazi.