



---

Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN  
Grado en Publicidad y Relaciones Públicas  
TRABAJO DE FIN DE GRADO

< CARACTERÍSTICAS DE LA CARTELERÍA  
PROPAGANDÍSTICA DE LA 2ª GUERRA MUNDIAL >

Presentado por el alumno Guillermo Guerra Yerpes

Dirigido por: Prof Dr. Jesus Bermejo Berros

Segovia, 8 de Julio del 2020

1. RESUMEN.....	1
2. PALABRAS CLAVE.....	2
3. INTRODUCCIÓN.....	3
4. HIPÓTESIS.....	4
5. CONTEXTO HISTÓRICO.....	5
6. OBJETIVO DE LA PROPAGANDA EN LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL .....	9
7. METODOLOGÍA.....	14
8. CORPUS.....	16
9. ANÁLISIS DE CONTENIDO.....	20
9.1 Propaganda de los distintos bandos en la Segunda Guerra Mundial.	
9.1.1 El Eje.....	20
9.1.2 Los Aliados.....	34
10. MARCO TEÓRICO.....	48
11. CONCLUSIÓN.....	52
12. BIBLIOGRAFÍA.....	54

## 1. RESUMEN

El objeto de investigación se centra en el análisis de la propaganda que se utilizó en la II Guerra Mundial. Estudiaré, en primer lugar, como los diferentes bandos utilizaban este medio de difusión para influir y convencer, con mensajes, de que la guerra era la solución ante el conflicto entre naciones. Esta fue una guerra ideológica, teniendo a los medios de comunicación con un papel principal. La propaganda tenía como objetivo la unificación, reclutamiento y financiación del pueblo. Y su público objetivo estaba centrado en todas las edades (ej: Juventudes Hitlerianas) y en cualquier sexo. Empezando a tener un papel importante la imagen de la mujer.

El estudio estará enfocado en la forma, que utilizaron los países que formaban el Eje y los Aliados, para conseguir convencer al pueblo de que la guerra era la solución para que se terminase el conflicto. Buscaban sobre todo mantener la calma e intentar reclutar más soldados y conseguir trabajadores para las fábricas, colegios, hospitales, ...

En estos años, la propaganda era la herramienta con más influencia que podían utilizar los diferentes bandos, para conseguir mantener informado, convencer y encantar al pueblo. Según la RAE la propaganda es: “Acción y efecto de dar a conocer algo con el fin de atraer adeptos o compradores.”

Estudiaremos diferentes carteles, como los famosos “I want you for U.S. Army” de Estados Unidos, “Keep Calm and Carry On” Inglaterra, “¡Un pueblo, un Reich, un Führer!” de Alemania o “La rebelión de Asia” del Imperio de Japón”.

## **2. PALABRAS CLAVE**

Cartelería propagandística, Cartelería propagandística en la Segunda Guerra Mundial, Propaganda de los países del Eje, Propaganda de los países Aliados.

### **3. INTRODUCCIÓN**

La Historia de la propaganda se remonta a los tiempos del Imperio Romano, cuando el escritor Tito Livio realizaba obras utilizando contenidos que se asemejan a lo que hoy en día se denomina como propaganda. La Iglesia Católica también influyó en el impulso de esta herramienta, aunque no fue hasta la Primera Guerra Mundial cuando se institucionaliza con métodos científicos. Cuando EE. UU realizó la primera campaña contra los alemanes, para que el pueblo diese el visto bueno a la entrada de su país en el conflicto.

En esos momentos se vio el poder de control que tenía esta herramienta para manejar a la opinión pública.

La finalidad de la propaganda en la Segunda Guerra Mundial fue mostrar creencias, queriendo convencer e influir en el pueblo, a través de mensajes constantes, exponiendo que el conflicto bélico era la única solución.

Los medios de comunicación fueron los protagonistas. La propaganda quería fomentar un alistamiento mayor en el ejército, unificar al pueblo, transmitiendo un sentimiento nacional a la población. Se intentaba llegar a todas las edades y sexos.

#### **4. HIPÓTESIS Y OBJETIVOS**

En este estudio se busca analizar la cartelera propagandística en la Segunda Guerra Mundial y la comparación entre los carteles de los países Aliados y los del Eje. Se quiere ver para qué utilizaba cada país la cartelera, si era para unir al pueblo, reclutar soldados, importancia del papel de la mujer y los diferentes efectos que tuvo en la población.

Se ha desarrollado el trabajo para obtener los siguientes objetivos:

Indagar en los orígenes de la propaganda.

Reflexionar sobre la efectividad de la manipulación de masas

Analizar la cartelera de los países principales implicados en el conflicto.

Comparar las diferentes temáticas de la cartelera de los diferentes países.

#### **HIPÓTESIS**

Existen diferencias entre la cartelera que analizamos de los diferentes países de la Segunda Guerra Mundial según la temática.

## 5. CONTEXTO HISTÓRICO

La Segunda Guerra Mundial fue el acontecimiento más destructivo del siglo XX. El número de víctimas contabilizadas en este hecho histórico, según varios estudios, es de entre 55 y 60 millones de personas, más o menos.

### - ORIGEN

El inicio del acontecimiento bélico más grande de la Historia comenzó, oficialmente, el 1 de septiembre de 1939, hubo un tiempo de tensión entre los países implicados hasta que, desgraciadamente, empezó todo.

Después de la firma del acuerdo de Múnich, en septiembre de 1938, los países del oeste de Europa pensaban que Hitler cambiaría sus prioridades bélicas por otras más pacíficas, pero se equivocaron.

A continuación, empezó a evacuarse Checoslovaquia, y poco a poco los alemanes fueron invadiendo nuevos territorios. Chamberlain, primer ministro británico del momento, y Daladier, dirigente francés, llegaron a sus respectivos países con la idea de que habían conseguido evitar la guerra. Por desgracia, Hitler, tenía una idea diferente, conquistar todo lo que se pusiera en su paso.

El 23 de Agosto de 1939, fue la fecha en la que la URSS (Unión Soviética) y Alemania dejaron a un lado sus diferencias para empezar a remar en la misma dirección. Estos países llegaron a un acuerdo para repartirse la Europa Oriental y no atacarse entre ellos. De esta forma, Alemania, no tenía enemigos en el frente ruso. El 26 de agosto Gran Bretaña firmó, junto al país polaco, la defensa mutua de los países. Esto no frenó a la Alemania de Adolf Hitler, que simuló un ataque de Polonia para tener la excusa perfecta para poder invadir el país.

El primer día de septiembre de 1939, Alemania, bombardeó sin ningún temor la región de Wileun. De esta forma, empezó de manera oficial la Segunda Guerra Mundial.

El objetivo nazi, en todo momento, fue elevar la “raza aria” a lo más alto, aniquilando y asesinando a todos los judíos, sin ninguna excepción (Holocausto nazi).

## - BANDOS

### **Eje y Aliados**

#### **Eje**

Las potencias del Eje estaban formadas, principalmente, por tres naciones (Alemania, Italia y Japón). A parte de estos países se unieron otros diferentes con un papel de apoyo, ya sea con tropas o con suministros, pero siempre sin influir de manera decisiva en el conflicto.

Los sistemas de gobiernos que utilizaban estos países, junto a la España franquista, era la dictadura con una política exterior expansionista.

#### **Alemania**

Principal potencia del Eje y la causante de la Segunda Guerra Mundial. Alemania tenía el ejército más numeroso y preparado de este bando. En 1933, en Alemania, se terminó con la República de Weimar y se instaura el llamado Tercer Reich. El siguiente paso fue empezar con la invasión de Polonia, Austria y Checoslovaquia.

#### **Italia**

En 1922 llegó al poder Benito Mussolini e instauró una dictadura, que tiempo después terminó por influir en Hitler. El Pacto de Acero será el acuerdo con el que Italia y Alemania firmaron su alianza. Al principio, Italia libraba sus guerras independientemente de Alemania, pero

pasados los dos primeros años, las dos naciones se unieron para hacer ataques conjuntos y unir las fuerzas.

## **Imperio de Japón**

Japón entró en la Segunda Guerra Mundial con un ataque sorpresa a Estados Unidos en Pearl Harbour el 7 de diciembre de 1941, hecho que supuso la entrada de Estados Unidos en escena. Aunque desde 1937 llevaba en guerra con la URSS y China. Terminaron entrando en la potencia del Eje porque Hitler veía a los japoneses como sus mayores aliados para combatir a la Unión Soviética.

Otros países que apoyaban al bando de las Potencias del Eje fueron:

Rumanía, Tailandia, Finlandia, Hungría, ...

## **ALIADOS**

El bando de los Aliados fue el último que se terminó de formar, aunque finalmente resultó ganador. En un principio, Reino Unido y Francia, declararon la guerra a Alemania y una vez comenzada, se unieron los Estados Unidos y la Unión Soviética.

### **Francia**

Tras la invasión de Alemania sobre Polonia, Francia, declaró la guerra a Alemania. Los ejércitos franceses no estaban preparados para una guerra con Alemania. Francia fue invadida y dividida en dos gobiernos, la Francia de Vichy (Alemania) y la Francia Libre, liderada por Charles de Gaulle, ayudando, como podía, desde el exilio.

### **Unión Soviética**

Liderada por Joseph Stalin. En un principio, no quisieron entrar en el conflicto. Firmaron el pacto entre Alemania y la URSS de no agresión en 1939. Parecía todo zanjado, hasta que, en 1941, Alemania, invadió la Unión Soviética y rompió el acuerdo.

### **Estados Unidos**

En un primer momento, siguió el mismo camino que la Unión Soviética, aunque participara de forma pasiva, aportando suministros y provisiones. Todo cambió cuando el Imperio de Japón lanzó una ofensiva contra la bahía de Pearl Harbor. En estos momentos, el presidente, Franklin D. Roosevelt, declaró la guerra a Japón y sus aliados.

### **Reino Unido**

Rival más directo que tuvo la Alemania nazi. Fueron los primeros en declararle la guerra, junto con Francia, tras la invasión a Polonia (1939). Winston Churchill, primer ministro británico, se convirtió en una amenaza para los nazis. Libraron diferentes guerras aéreas llena de constantes bombardeos. En el norte de África lucharon contra los italianos y en Asia contra el imperio de Japón, por las colonias británicas.

Otros países que apoyaban al bando de los Aliados fueron:

Canadá, China, Australia, Holanda, Grecia, ...

## **6. OBJETIVO DE LA PROPAGANDA EN LA 2GM**

Esta batalla abarcó todos los rincones del mundo, la propaganda fue una herramienta más que destacada en este conflicto bélico, tuvo una función determinante que cambió el rumbo de la guerra. Tanto los Aliados, como el Eje querían variar las percepciones públicas, educar, debilitar culturas, fortalecer, movilizar fuerzas defensivas y ofensivas.

Empezaron a utilizar el diseño gráfico como propaganda a través de la cartelería (medio impreso).

### **PROPAGANDA NAZI**

El fin que buscaba conseguir los nazis con la propaganda, era el de obtener millones de apoyos alemanes durante la democracia, y seguidamente en la dictadura, para poder dar viabilidad a la guerra, la persecución y el genocidio. Hitler, una vez en el poder, creó el Ministerio de Ilustración Pública y Propaganda, dirigida por Joseph Goebbels, para conseguir darle forma a la conducta y opinión del pueblo alemán. El objetivo del ministerio era asegurar que el mensaje nazi se comunicara con éxito a través del arte, prensa, cine, radio, libros, ...

La propaganda nazi fue utilizada, en gran parte, para fomentar el odio de los judíos en Europa. Intentaban provocar la lealtad política y la conciencia racial entre las poblaciones étnicas alemanas.

Por otro lado, también la Alemania nazi quería hacer ver a los países europeos, a través de la propaganda, que ellos solamente hacían exigencias razonables de anexos y concesiones.

La Alemania nazi tenía una tecnología muy avanzada y unas técnicas sofisticadas que hacía más efectivos sus mensajes.

## **PROPAGANDA SOVIETICA**

Los objetivos de la Unión Soviética durante la Segunda Guerra Mundial estaban puestos en subir la moral de su ejército y mantener encendido el espíritu de lucha, esto tanto en el ejército como en la población.

El principal objeto de la propaganda soviética fue el propio ciudadano, al que el estado totalitario estalinista sometió a su maquinaria propagandística con el fin de diseñar y dirigir el nuevo imaginario del pueblo soviético.

En este caso, el mensaje propagandístico, se trabajaba para que tuvieran una doble intención:

- Una explícita, dando a conocer regulaciones y ordenaciones relativas al arte y los artistas (como realizar el trabajo)
- Otra implícita, que quería destacar el papel ideológico del arte y del artista durante la guerra.

Lo que se buscaba era conseguir la respuesta ideal para una movilización política y para la realización de una serie de trabajos/obras. (la respuesta ideal se toma de Stuart Hall quien habla de “preferred reading” o preferred or dominant meanings”)

Para conseguir la respuesta ideal se necesita que el pueblo (los receptores) tengan unos conocimientos previos compartidos por el gobierno (el emisor), para así, tener un mensaje “perfecto” para sus intereses y necesidades y el pueblo lo pueda entender sin ningún problema. Por eso el mensaje dice mucho más de lo que está escrito.

Durante la Segunda Guerra Mundial hubo un cambio de discurso propagandístico:  
de “Nosotros” = Estado Socialista a “Nosotros” = Patria

La propaganda soviética dió una serie de creencias, valores, ideales, ... diseñadas desde sus propios miedos, para poder aceptar la posición que tenían en la guerra y aceptarla, actuando en consecuencia. Gracias a esto el estado satisfacía sus necesidades y le daban prioridad a ganar el conflicto bélico y mantener el control del país sin crítica ni oposición.

## **PROPAGANDA EEUU**

El gobierno lanzó una campaña de propaganda para que el pueblo viera la necesidad estadounidense de entrar en la guerra. Se intentaba por muchos medios, pero a la gente no le terminaba de convencer la situación. Norteamérica venía de la Depresión.

Cuando llegó el ataque de Pearl Harbour se acabó de convencer a todo el mundo. Los ciudadanos estadounidenses comprendieron que el ataque y la amenaza era real, al principio no entendían que tuvieran que librar una guerra en el extranjero cuando a ellos no les afectaba directamente.

Entonces comenzó la maquinaria propagandística a moverse. Utilizando los temas principales, cómo realzar el patriotismo y reclutar militares.

Los principios ideológicos de la propaganda en Estados Unidos era transmitir el mensaje de patriotismo por el mundo de valor y poder, basándose en la superioridad para derrotar enemigos (el concepto moral, el bueno y el malvado).

Se utilizaba la manipulación, persuasión, cuanto más personal sea el medio más efectivo será el mensaje. Teniendo en cuenta de que el emisor y el receptor no tienen los mismos niveles de conocimientos, todo mensaje tiene un acto subjetivo de interpretación.

Se dirigieron a dos mercados objetivos diferentes: mensaje a la población (unidad) y los soldados (reclutamiento).

## **PROPAGANDA JAPONESA**

La propaganda japonesa no era diferente a la de otros países, pero tenía algunos elementos que los definía, como el nacionalismo. Era parecida a la propaganda de la Alemania nazi, una reacción contra la idea de dominación cultural extranjera.

Japón, atacó la cultura occidental, en concreto con la cultura inglesa. Los encargados de realizar la propaganda japonesa se veían a sí mismos dando, a los ciudadanos, una forma de vida diferente, vida japonesa.

Esta propaganda retrataba a Occidente, Reino Unido entre otros, como débil. Las diversas naciones de Asia no sentían que pertenecían al nuevo orden mundial que estaba ofreciendo Japón, por la propaganda nacionalista que estaban difundiendo.

También, desde Japón, promovieron el panasiatismo con la propaganda, aunque nunca se implementó a fondo como la propaganda nacionalista.

Finalmente, el problema que tenía la propaganda japonesa es que no era tan atractiva para los países extranjeros como, por ejemplo, la de Estados Unidos, que hablaba de una democracia universal abierta a todos los países.

“El Panasianismo o **Panasiatismo** hace referencia a una ideología que promueve la unidad de todos los pueblos de Asia”

## **PROPAGANDA INGLESA**

Orwell dijo “la historia la escriben los vencedores” y Reino Unido siempre lo ha tenido muy claro. En el tema de la propaganda en la Segunda Guerra Mundial lo han tenido muy presente, tanto durante ella como después ha sido utilizada por los ingleses.

Innovadores en diseño gráfico e ingeniosos en redacción creativa, lograron unos muy buenos resultados. Uno de los carteles más famosos fue el de “Keep Calm and Carry On”(Mantén la Calma y Sigue hacia adelante). Ha sido una de las frases más utilizadas por Reino Unido, en

los últimos años, para el merchandising. Su origen data de 1939 y perteneció a una serie de 3 carteles (para subir la moral), del cual éste nunca se publicó.

Los diseños británicos solían ser austero, minimalista, sobrio y con un tono altivo.

Los temas principales de sus carteles se centraban en animar a ahorrar, permanecer unidos como país, hacer frente al enemigo, voluntarios, echar una mano a la agricultura, reclutamiento, ... Todos estos temas y más para mantener, dentro de lo posible, a la población centrada, ya que sufrieron muchos bombardeos por parte de los alemanes para intentar vencer y rendir al país.

## **PROPAGANDA ITALIANA**

Italia fue un país que empezó la Segunda Guerra Mundial de la mano de la Alemania nazi. Llegado el momento de hacer propaganda tenía técnicas directas e indirectas.

Las directas eran dar visibilidad máxima al fascismo en la vida pública mediante rituales y símbolos. Por ejemplo, encontrarte la imagen de Mussolini por cualquier lugar, las normas de comportamiento, el escudo, el saludo con la mano levantada, ...

Mussolini era considerado, en aquella época, como el prototipo de italiano perfecto.

En este caso, Italia, creó organizaciones para poder controlar la población, desde los niños, hasta los adultos, para que los mensajes llegarán más a sus oyentes y la gente fuera más adepta al régimen.

El yerno de Mussolini Galeazzo Ciano, fue el encargado de la propaganda del país. En 1935 se estableció como ministro de propaganda italiana (Di Stampa e Propaganda).

En este caso la propaganda italiana era similar a la alemana. Los dos tenían el mismo objetivo. Establecer su pensamiento a sus ciudadanos. Italia se centraba en enfocar la necesidad de unidad del país. Pero también intentaba mostrar al pueblo que Alemania en esta guerra aliada, aunque en otras ocasiones fueran adversarios.

## 7. METODOLOGÍA

### PLANTILLA COMPARATIVA PROPAGANDÍSTICA DE CARTELES DE LA 2ª G.M

El fin de esta plantilla es analizar el corpus del trabajo para poder comparar los diferentes usos que tenían los países involucrados en la contienda y ver realmente el objetivo propagandístico que tenía cada uno.

<b>Título</b>
<b>País:</b>
<b>Temática:</b>
<b>Orientación:</b>
<b>Target:</b>
<b>Fin del mensaje:</b>
<b>Objetivo:</b>
<b>Conclusión:</b>
<b>Opinión personal:</b>

**Temática:**

En este apartado la propaganda siempre va a buscar tratar temas como es la religión, la política o las creencias.

**Orientación:**

Cuando vemos un cartel propagandístico solamente puede tener dos tipos de orientación:

- Aceptación de un pensamiento o ideología.
- Alejar al público de ese pensamiento con un mensaje contrario.

**Target:**

El público objetivo siempre estará delimitado por el cartel, dependiendo si va dirigido a hombre, mujeres, jóvenes o niños.

**El fin del mensaje:**

La propaganda va a ir de la mano con el pensamiento de cada país. Dependiendo de cada emisor el fin será uno u otro. Ej: reclutar soldados, reunir trabajadores/trabajadoras para las fábricas, conseguir enfermeras, concienciar a la juventud.

Cada uno tendrá una prioridad del mensaje que quiere enviar a sus ciudadanos.

**Objetivo:**

El objetivo irá delimitado por el cartel. Los carteles tendrán unos objetivos diferentes dependiendo de la necesidad de los países en cada momento.

## 8. CORPUS

### PAÍSES DEL EJE



Ilustración1  
[https://historia.nationalgeographic.com.es/a/estado-engano-poder-propaganda-nazi\\_12312](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/estado-engano-poder-propaganda-nazi_12312)

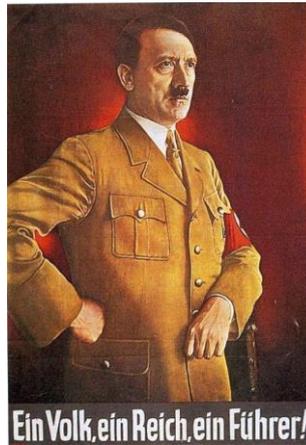


Ilustración2  
[https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Propaganda\\_poster\\_for\\_Adolf\\_Hitler,\\_1943,\\_Deutsches\\_Historisches\\_Museum,\\_Berlin\\_\(40202704661\).jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Propaganda_poster_for_Adolf_Hitler,_1943,_Deutsches_Historisches_Museum,_Berlin_(40202704661).jpg)



Ilustración3  
<https://www.kevinmamaqi.com/posters-propaganda-nazi/>



Ilustración4  
<http://www.forosegundaguerra.com/viewtopic.php?t=843>

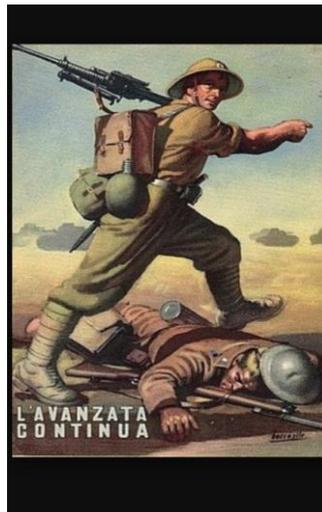


Ilustración5  
<https://www.pinterest.es/pin/627618898041557692/>



Ilustración6  
<https://ar.pinterest.com/lopezlarrinzar/fascismo/>

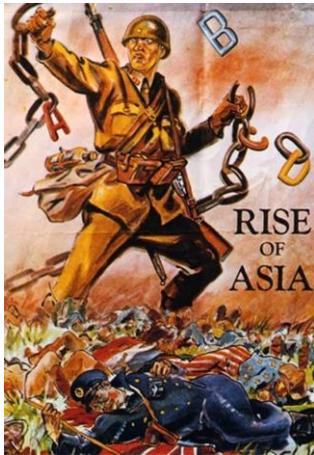


Ilustración7  
<https://warinthepacific.wordpress.com/2013/02/06/japanese-propaganda-rise-of-asia/>



Ilustración8  
<http://www.forosegundaguerra.com/viewtopic.php?t=5428>



Ilustración9  
<https://www.pinterest.es/pin/653162752181777821/>

## PAÍSES ALIADOS



Ilustración10  
<https://mundo.sputniknews.com/foto/201707311071188584-segunda-guerra-mundial-carteles-sovieticos/>



Ilustración11  
<https://www.redbubble.com/es/i/funda-ipad/El-enemigo-es-astuto-mantente-en-guardia-Cartel-antinazi-sovi%C3%A9tico-de-la-Segunda-Guerra-Mundial-1945-de-dru1138/30762384.MNKGF>



Ilustración12  
<https://mundo.sputniknews.com/foto/201707311071188584-segunda-guerra-mundial-carteles-sovieticos/>



Ilustración13  
<https://es.wikipedia.org/wiki/Propaganda>

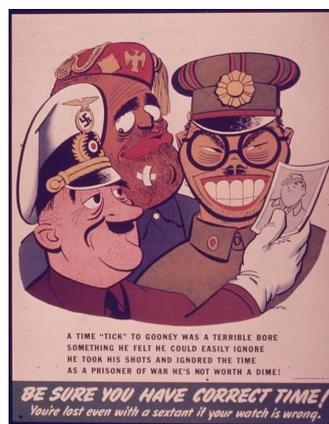


Ilustración14  
<https://culturacolectiva.com/historia/los-10-carteles-que-marcaron-a-la-propaganda-de-la-segunda-guerra-mundial>



Ilustración15  
[https://www.elespanol.com/cultura/arte/20180311/verdadera-historia-cartel-traiciona-feminismo/290971148\\_0.html](https://www.elespanol.com/cultura/arte/20180311/verdadera-historia-cartel-traiciona-feminismo/290971148_0.html)



Ilustración 16  
<https://bristolenos.com/2014/11/13/propaganda-britanica-de-la-segunda-guerra-mundial/>



Ilustración 17  
<https://bristolenos.com/2014/11/13/propaganda-britanica-de-la-segunda-guerra-mundial/>



Ilustración 18  
<https://bristolenos.com/2014/11/13/propaganda-britanica-de-la-segunda-guerra-mundial/>

1

## 9. ANÁLISIS DE CONTENIDO

### 9.1. LAS POTENCIAS DEL EJE

Los países que formaban el bloque del Eje eran Alemania, Italia y Japón. Estos países tenían en común la ideología, el sistema de gobierno y el modelo económico.

Durante la Segunda Guerra Mundial, estos países, incitaban al odio contra los judíos, los comunistas y diversos grupos que estos países no toleraban.

La propaganda que utilizaron las potencias del Eje tenía diferentes objetivos o querían transmitir diferentes mensajes para sus respectivas poblaciones o para todas ellas.

En primer lugar, se quería a toda costa crear un odio generalizado contra los judíos (antisemitismo). Este pensamiento lo quiso implantar Hitler en Alemania y en los países que le apoyaban. De esta forma realizó el genocidio conocido como Holocausto Nazi, donde murieron millones de personas.



Ilustración19  
[https://historia.nationalgeographic.com.es/a/estado-engano-poder-propaganda-nazi\\_12312](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/estado-engano-poder-propaganda-nazi_12312)



Ilustración20  
[https://historia.nationalgeographic.com.es/a/estado-engano-poder-propaganda-nazi\\_12312](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/estado-engano-poder-propaganda-nazi_12312)



Ilustración21  
[https://historia.nationalgeographic.com.es/a/estado-engano-poder-propaganda-nazi\\_12312](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/estado-engano-poder-propaganda-nazi_12312)

En segundo lugar, me gustaría comentar cómo estos países, centran una gran parte de sus energías propagandísticas en reclutar a jóvenes. Con esta propaganda enfocada a los más jóvenes se pretendía conseguir un adiestramiento y un entrenamiento a todas las juventudes adeptas al pensamiento de estos países.



Ilustración22  
<http://www.claseshistoria.com/fascismos/f-campoideologico.htm>



Ilustración23  
<https://www.stampcircuit.com/stamp-Auction/auktionshaus-christoph-g%C3%A4rtner-gmbh-co-kg/8131957/lot-25584-ansichtskarten-propaganda>

Por último y no menos importante, me gustaría destacar el papel de la mujer en estos países de las Potencias de Eje. Sobre todo, Alemania e Italia contaban activamente con todos sus ciudadanos, porque si todos “remaban” en la misma dirección sería más fácil conseguir la victoria. Las mujeres tenían la función de cubrir los puestos de los hombres en las fábricas, encargarse de los hospitales de guerra y seguir produciendo armas o los elementos imprescindibles para seguir haciendo la guerra de la forma más efectiva.

Japón tuvo una relación menos directa con la propaganda de Alemania e Italia por las diferencias culturales.



Ilustración24  
<https://br.pinterest.com/pin/527484175090686747/>



Ilustración25  
<https://paraana.com/2016/03/07/me-han-dado-ganas-de-hacerpropaganda/>

## ALEMANIA



Ilustración26 <https://encyclopedia.ushmm.org/content/es/photo/nazi-anti-jewish-propaganda>

En esta imagen podemos distinguir las banderas de los países principales que componían la potencia de los Aliados (Reino Unido, Estados Unidos y la Unión Soviética). En la parte inferior izquierda se aprecia el texto “Hinter den Feindmächten: der Jude”. Se aprecia de entre las banderas la imagen de un judío con la estrella de David en un colgante para que quede bien

claro que detrás de los enemigos estaban los judíos. Otro de los muchos carteles que la potencia del Eje realizó creando un odio generalizado a los judíos.

<b>Título</b>
“Hinter den feindmächten” “Detrás de las fuerzas enemigas: los judíos”
<b>País:</b>
Alemania
<b>Temática:</b>
“Los judíos son los enemigos” podemos ver como se intenta poner a los judíos como los malos de la Historia. Quieren hacer ver que ellos estaban detrás de todo lo malo que les podía pasar a los alemanes y que los judíos ayudaban a los países Aliados en la guerra contra Alemania.
<b>Orientación:</b>
Este cartel está orientado principalmente a crear un odio en todo el país contra los judíos para que el pueblo diese “el visto bueno” a las barbaridades que se estaban cometiendo, como es el Holocausto.
<b>Target:</b>
Dirigido a todo el pueblo alemán que no haya nacido judío o tenga relación directa con ellos.
<b>Fin del mensaje:</b>
Poder matar a todos los judíos que se encontrasen de una forma justificada. Con el cartel se quiere conseguir esa aceptación por parte del pueblo.
<b>Objetivo:</b>
Crear un odio generalizado y vinculante a los países aliados y a los judíos, para poder hacer la guerra contra ellos.
<b>Conclusión:</b>
Los nazis solo buscaban justificación y apoyo por parte del pueblo, y con la propaganda los tenían controlados. El pueblo fue manejado como títeres sin saber realmente a lo que estaban dando lugar.
<b>Opinión personal:</b>
Podemos apreciar como en este caso Alemania solamente utilizó la presencia de sus enemigos en los carteles para llegar a crear el odio del pueblo.

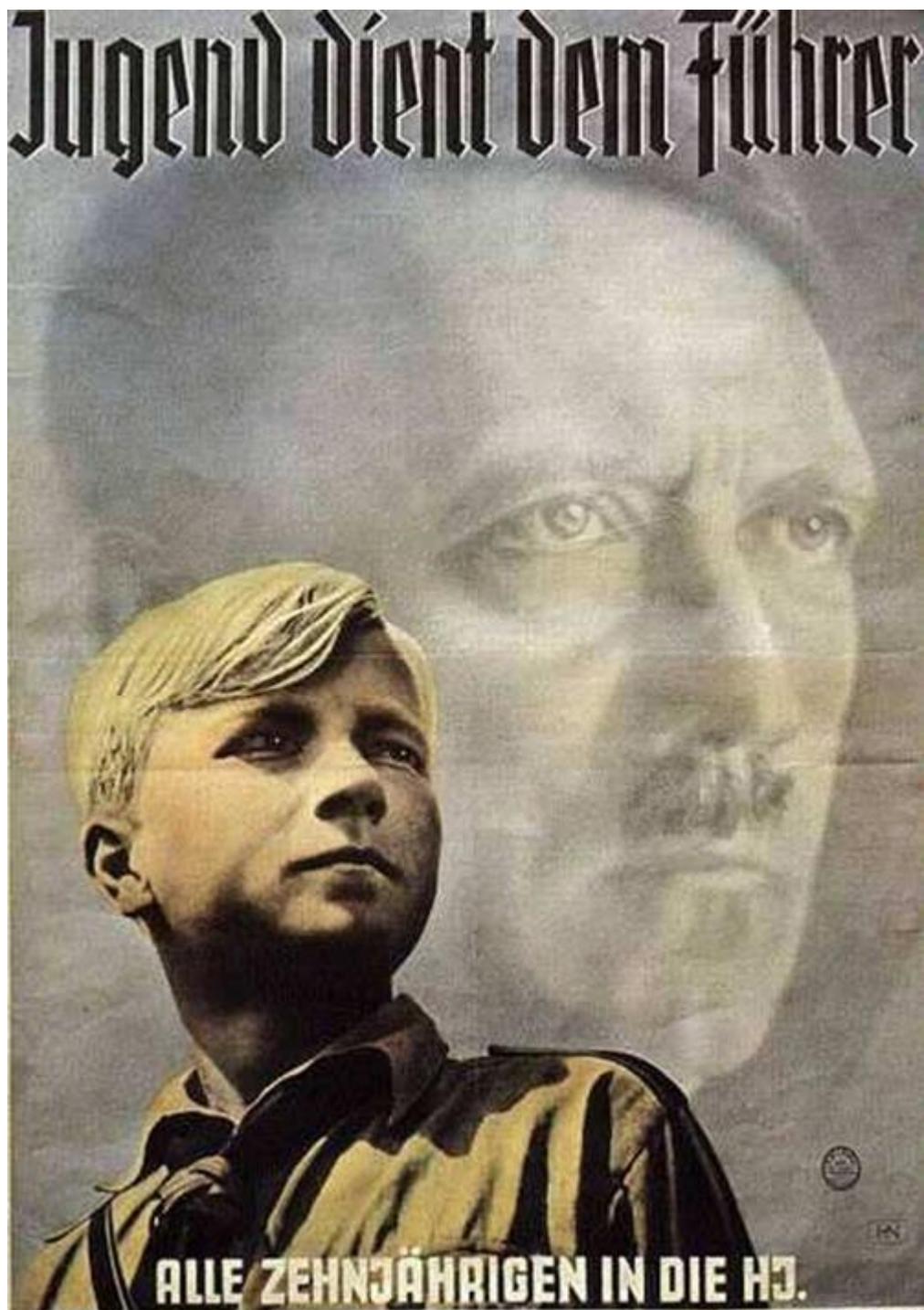


Ilustración27

[https://www.un.org/es/holocaustremembrance/pdf/2017-02-16%20Lesson%20plan%20and%20Talking%20Points%20for%20UNICs%20\(Spanish\)\(Final\).pdf](https://www.un.org/es/holocaustremembrance/pdf/2017-02-16%20Lesson%20plan%20and%20Talking%20Points%20for%20UNICs%20(Spanish)(Final).pdf)

En esta imagen propagandística podemos apreciar el texto “Jugend dient dem Führer” en la parte superior y “alle zehnjährigen in die HJ.” en la parte inferior. Se puede ver en el fondo del cartel la imagen del rostro de Hitler mirando en una dirección, la misma dirección en la que está mirando el niño alemán, haciendo entender que van los dos en una misma dirección. Uno

de los muchos carteles que Hitler utilizó para embaucar a los jóvenes y conseguir un futuro próspero para la ideología nazi.

<b>Título</b>
“La juventud sirve al líder: todos los jóvenes de 10 años en las juventudes hitlerianas”1939
<b>País:</b>
Alemania
<b>Temática:</b>
Las juventudes hitlerianas en Alemania, un adoctrinamiento de los más jóvenes con una preparación previa, para que el día de mañana sean buenos nazis.
<b>Orientación:</b>
Controlar a la Alemania más joven para que en un futuro se pudiera seguir con la causa.
<b>Target:</b>
Todos los jóvenes alemanes de 10 años
<b>Fin del mensaje:</b>
Adoctrinar, concienciar, inculcar, los valores nazis a los jóvenes alemanes, con el fin de continuar con la lucha.
<b>Objetivo:</b>
Crear un futuro dentro de la Alemania nazi, en 1937 eran 5 millones de personas las que pertenecían a este grupo. Hitler quería construir un futuro y por ello tenía controlados a todos los jóvenes.
<b>Conclusión:</b>
Hitler buscaba una idea que perdurará en el tiempo y para eso necesitaba unos futuros nazis concienciados de su causa.
<b>Opinión personal:</b>
La Alemania nazi siempre ha tenido unos objetivos claros, utilizaban un método muy detallado para que no quedara un fleco suelto. Y con la propaganda hicieron que Alemania cayera a sus pies rendida y sin darse cuenta.

**ITALIA**



*Ilustración28 <https://farosanborondon.wordpress.com/2017/02/05/la-germania-e-veramente-vostra-amica/>*

En esta imagen vemos a un soldado alemán ofreciéndole la mano en forma de saludo a cualquier italiano. Tiene el texto en la forma inferior “La Germania E Veramente Vostra Amica”.

<b>Título</b>
“Alemania es realmente tu amiga”
<b>País:</b>
Italia
<b>Temática:</b>
Resaltar la alianza de la Alemania de Hitler con los italianos. Alemania e Italia fueron enemigas en la Primera Guerra Mundial, con este cartel quieren quedar claro a todos los italianos que Alemania es su aliada.
<b>Orientación:</b>
Con este mensaje breve y la imagen de un soldado alemán ofreciendo su mano en forma de saludo quieren hacer ver que los dos países luchan por el mismo objetivo bélico.
<b>Target:</b>
A todo ciudadano Italiano, sin importar sexo ni edad.
<b>Fin del mensaje:</b>
Evitar rencores de guerras pasadas para poder reunir las mayores fuerzas posibles de los países e intentar conseguir la victoria.
<b>Objetivo:</b>
Ir en la misma dirección que Alemania, seguir sus pasos e ir siempre de la mano.
<b>Conclusión:</b>
Italia es un país que iba de la mano con Alemania, Hitler y Mussolini. Querían vencer para repartirse los territorios derrotadas y proclamar estados totalitaristas. Con unos mensajes cortos en su cartelería, Italia siempre observaba a Alemania para dar los pasos juntos.
<b>Opinión personal:</b>
Italia fue un país que en la Segunda Guerra Mundial dependía mucho de Alemania, era el eje. Se dedicaron a poner mensajes cortos, pero con una idea clara, para mantener controlada a la población y que pudieran entender el mensaje



Ilustración29 <https://www.pinterest.es/pin/296393219206619015/>

Esta imagen tiene como elemento principal dos brazos levantados, haciendo referencia al saludo fascista. Se distinguen dos brazos diferentes, de un hombre y una mujer. El texto está situado en la parte inferior en color naranja “Tutto e Tutti per la Vittoria”

<b>Título</b>
“Todos y todas por la victoria”
<b>País:</b>
Italia
<b>Temática:</b>
saludo fascista con el que se anima a toda la población italiana a aportar su grano de arena para conseguir la victoria, ya seas hombre o mujer.
<b>Orientación:</b>
Como el mismo mensaje dice, quieren a todos los italianos juntos luchando por el mismo objetivo, luchando por el fascismo.
<b>Target:</b>
Todos los hombres y mujeres
<b>Fin del mensaje:</b>
Concienciar a la gente que si no juntan todas las fuerzas de la población italiana no se conseguirá la victoria.
<b>Objetivo:</b>
Conseguir que todo el país vaya en un camino, el camino de la victoria del fascismo frente a los países Aliados.
<b>Conclusión:</b>
La población de Italia no era como la alemana, eran un poco más reacios a la guerra. Con estos mensajes se intentaba concienciar al pueblo italiano de que la guerra era la única solución, aunque esta propaganda no fue tan efectiva como la nazi.
<b>Opinión personal:</b>
Italia fue un país que intervino en los dos bandos durante la segunda guerra mundial, cuando aún era aliada de Alemania no realizó bien el trabajo propagandístico, un trabajo meticuloso que tanto Alemania, como Reino Unido o Estados Unidos hicieron un trabajo histórico. En este caso a la Italia fascista le salió mal la jugada.

## JAPÓN



*Ilustración30*<http://www.forosegundaguerra.com/viewtopic.php?t=5428>

En la imagen se puede apreciar que han prescindido del texto. El elemento central de la imagen es el samurái, símbolo del guerrero japonés antiguo. Detrás de él se puede apreciar la bandera

nazi entre otras. Vemos que el samurái está armando la catana y debajo de él se aprecia barcos del grupo de los Aliados hundidos, se aprecia levemente la bandera de Reino Unido en el barco que se hunde a la izquierda, el de la derecha puede ser la misma bandera o la de Estados Unidos, país con el que tuvieron una gran rivalidad en la guerra.

<b>Título</b>
“ “
<b>País:</b>
Japón
<b>Temática:</b>
Se centra en el ataque de los países del Eje contra los países Aliados, centrándose en EE. UU y Reino Unido.
<b>Orientación:</b>
Japón se centra en crear el odio a los países enemigos, crea carteles de todo tipo pero sobre todo venciendo al adversario.
<b>Target:</b>
Mujeres y hombres del grupo de los países del Eje.
<b>Fin del mensaje:</b>
Crear un odio general contra los países Aliados, siempre un poco más contra EE. UU y Reino Unido.
<b>Objetivo:</b>
Unir a todos sus aliados y crear un odio contra los países Aliados. Conseguir que todos acepten la guerra y luchen por la victoria.
<b>Conclusión:</b>
Japón era un país muy potente con un gran ejército, siempre buscaba un ensalzamiento nacional y tenía como tema principal el anti-occidentalismo.
<b>Opinión personal:</b>
En este cartel propagandístico podemos apreciar que no hay ningún texto, simplemente con la imagen de un samurái hundiendo los barcos enemigos es suficiente para transmitir un mensaje claro y directo. Hay que tener en cuenta que el idioma era un problema para enviar mensajes con Alemania e Italia, ya que los idiomas europeos entre europeos son más sencillos de entender, pero un idioma tan diferente en pronunciación, escritura y comprensión tenían que enviar mensajes directos y claros.

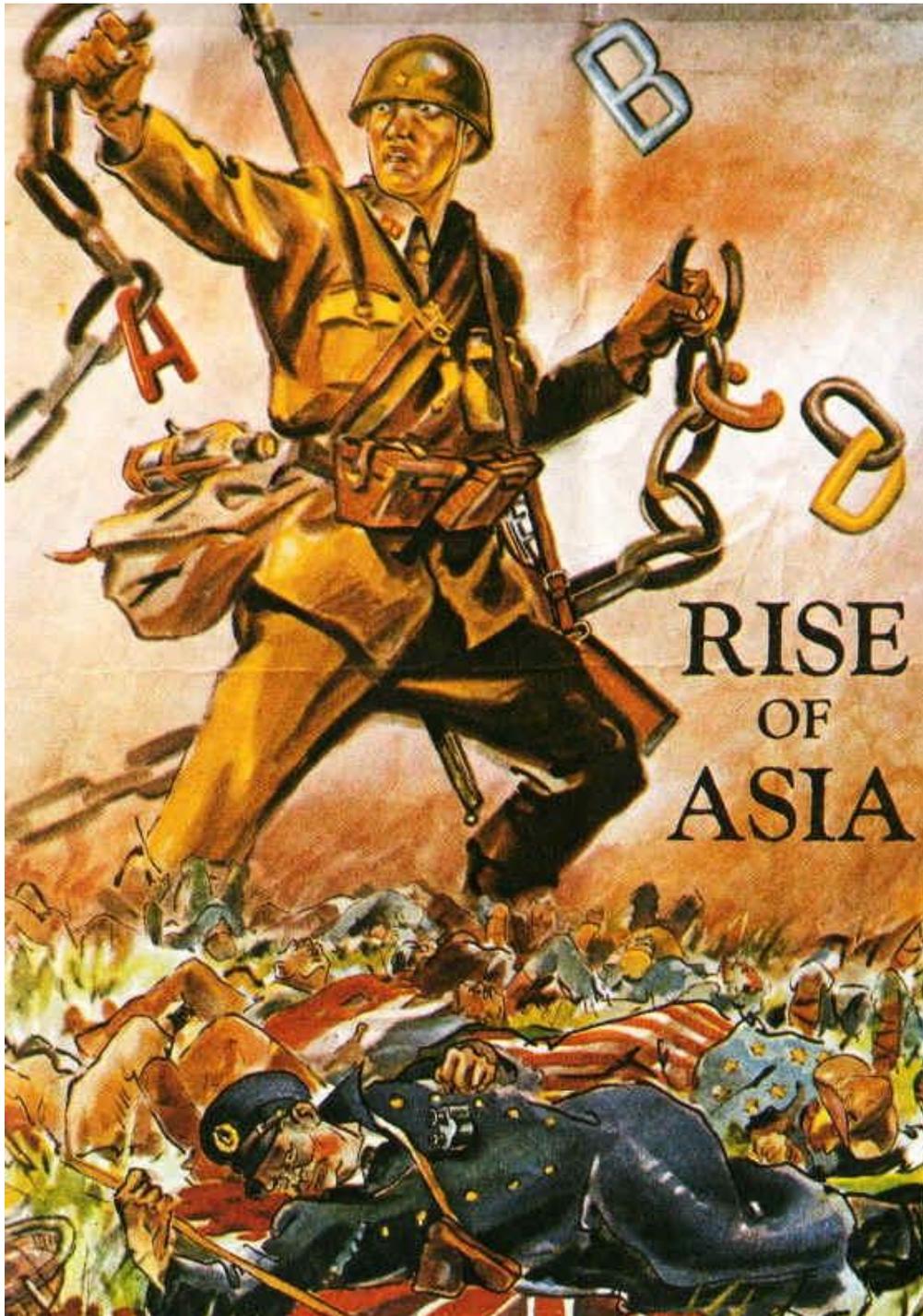


Ilustración31 <https://warinthepacific.wordpress.com/2013/02/06/japanese-propaganda-rise-of-asia/>

En la imagen apreciamos el texto “Rise of Asia”. En el centro de la imagen se ve un guerrero japonés rompiendo unas cadenas donde están las 4 primeras letras del abecedario (A, B, C y D). Debajo del soldado japonés se ven a un montón de enemigos del Eje derrotados en el suelo. Se distinguen diferentes banderas, como la de EE. UU y Francia.

<b>Título</b>
“Ascenso de Asia”
<b>País:</b>
Japón
<b>Temática:</b>
Ensalzamiento de la nación japonesa por encima del resto.
<b>Orientación:</b>
Hablan de una forma similar a los alemanes con la raza aria, los japoneses creían que estaban un peldaño por encima del resto y en lo que quieren hacer ver con este cartel. Un soldado japonés pisoteando soldados enemigos abatidos.
<b>Target:</b>
Dirigido a todo hombre y mujeres de todo el mundo, ya que el mensaje está en inglés para que cualquier país pueda entenderlo. Querían reflejar que ellos estaban por encima del resto.
<b>Fin del mensaje:</b>
Intimidar al enemigo haciéndole ver que los japoneses eran los mejores y que la victoria estaba con ellos.
<b>Objetivo:</b>
Crear miedo e incertidumbre contra los países enemigos y no creyeran tanto en sus posibilidades.
<b>Conclusión:</b>
Un país muy potente con una lengua diferente, y un emperador que tenía unas iniciativas militares expansionistas solamente comparables con Adolf Hitler. Estos mensajes creaban incertidumbre ante los enemigos.
<b>Opinión personal:</b>
Gran potencia que utiliza cualquier medio para llegar a cualquier país. Se adaptan a cada necesidad dependiendo del momento. El ansia de victoria les perjudicó, pero tenían una gran máquina propagandística como la Alemania nazi.

## 9.2. LOS ALIADOS

El grupo que formaban los Aliados estaba formado principalmente por Reino Unido, Estados Unidos y la Unión Soviética. Estos países independientemente, tuvieron que ir entrando a la guerra por ataques del bloque del Eje a sus respectivos países o cuando se saltaron el pacto donde se acordó no hacer más guerras después de la Primera Guerra Mundial.

El total de los países que formaban parte de este bando fueron los firmantes de la Declaración de Las Naciones Unidas el 1 de enero de 1942 (26 países en total).

La propaganda que utilizaron estos países era, en parte, diferentes a la propaganda que utilizó los países que formaban el bloque del Eje. Aunque hay que destacar que la Unión Soviética tenía muchas similitudes a los países del Eje.

Un detalle a destacar de los países Aliados es que no utilizaban a sus dirigentes para ocupar el máximo espacio de la cartelería, es más, no eran utilizados.



Ilustración32  
<https://elrincondelmae.wordpress.com/2015/07/25/propaganda-de-la-segunda-guerra-mundial/>



Ilustración33  
<https://bristolenos.com/2014/11/13/propaganda-britanica-de-la-segunda-guerra-mundial/>



Ilustración34  
<https://mundo.sputniknews.com/foto/201707311071188584-segunda-guerra-mundial-carteles-sovieticos/>

Utilizaban imágenes de niños, pero a diferencia de los países del Eje que los usaban para meterles la ideología en la cabeza, los Aliados utilizaron a los niños como imagen de futuro, no de reclutamiento. Dos formas de ver el futuro en los niños, los Aliados para que lucharan

por los más pequeños y los del Eje para que los más pequeños estén preparados por si se alarga y les toca lucha. Uno busca evitar conflictos y los otros se preparan para los que puedan crear.

Un punto de similitud entre los dos bandos sería la utilización de la mujer en la propaganda para seguir realizando las máximas funciones, tanto como suplir a los hombres en fábricas y más tareas, como en irse a hospitales de campaña a curar a los soldados.



Ilustración35  
[https://es.wikipedia.org/wiki/We\\_Can\\_Do\\_It!](https://es.wikipedia.org/wiki/We_Can_Do_It!)



Ilustración36  
<https://www.efe.com/efe/america/cultura/el-arte-de-la-propaganda-sovietica-objeto-una-exposicion-en-miami/20000009-3582492>



Ilustración37  
<http://www.exacr.com/2016/10/28/los-trucos-psicologicos-que-hicieron-caer-a-hitler-y-que-siguen-vigentes-en-la-actualidad/>

Y, por último, los países Aliados nunca iban incitando el odio hacia nadie, evidentemente querían que todo acabara y estaban en contra del fascismo que estaba llevando a Alemania a la ruina del mundo. En parte ponían las catástrofes que les habían causado a cada país. Siempre quedando a un lado la Unión soviética que tenía muchas similitudes con los países del Eje, en el tema de la propaganda.



Ilustración38  
<https://bristolenos.com/2014/11/13/propaganda-britanica-de-la-segunda-guerramundial/>



Ilustración39  
<https://www.redbubble.com/es/i/funda-ipad/El-enemigo-es-astuto-mantente-en-guardia-Cartel-antinazi-sovi%C3%A9tico>



Ilustración40  
<https://co.pinterest.com/pin/532480355913197833/>

REINO UNIDO



Ilustración41 <https://bristolenos.com/2014/11/13/propaganda-britanica-de-la-segunda-guerra-mundial/>

En esta imagen vemos en la parte inferior la palabra “TOGETHER”. En el resto de la imagen se aprecia diferentes soldados de países distintos. En la parte superior está la bandera de Reino Unido.

<b>Título</b>
“Juntos”
<b>País:</b>
Reino Unido
<b>Temática:</b>
Tema político donde quieren unidad de todos los países Aliados.
<b>Orientación:</b>
Es un mensaje de aceptación a la guerra y donde refleja que juntos en la misma dirección se conseguirá la victoria.
<b>Target:</b>
Todos los ingleses.
<b>Fin del mensaje:</b>
Conseguir tener un objetivo claro común.
<b>Objetivo:</b>
Crear el grupo de ejército más grande para conseguir la victoria entre todos los países.
<b>Conclusión:</b>
Reino Unido fue un país que resistió y aguantó toda la guerra. Sus mensajes siempre querían transmitir unidad, tanto de su pueblo como de todos los países con los que luchaba codo con codo.
<b>Opinión personal:</b>
Reino Unido realiza un gran trabajo propagandístico y efectivo. Sus mensajes son breves, pero con las ilustraciones no necesita nada más.



*Ilustración42 [https://es.wikipedia.org/wiki/Keep\\_Calm\\_and\\_Carry\\_On](https://es.wikipedia.org/wiki/Keep_Calm_and_Carry_On)*

En la parte superior de la imagen podemos apreciar la corona de Inglaterra, justo debajo se aprecia un texto con letras en grande y blancas con un fondo rojo “KEEP CALM AND CARRY ON”

<b>Título</b>
“Mantén la calma y sigue hacia delante”
<b>País:</b>
Reino Unido
<b>Temática:</b>
Tema de unidad del pueblo e de intención de mantener la calma
<b>Orientación:</b>
Es un mensaje con una idea clara de aceptación para todo el pueblo inglés
<b>Target:</b>
Todos los ciudadanos de Reino Unido
<b>Fin del mensaje:</b>
Conseguir mantener la calma y realizar la vida de una forma normal
<b>Objetivo:</b>
Quería evitarse perder el control de la población ante una invasión masiva nazi, como le pasó a Francia.
<b>Conclusión:</b>
Este cartel nunca llegó a publicarse de forma oficial, ya que estaba preparado para cuando alemania ocupara Londres. No querían crear el caos, si no como dice el cartel, mantener la calma.
<b>Opinión personal:</b>
Las cabezas pensantes de Reino Unido también eran extraordinarias, este cartel es muestra de ello, se intentaba adelantar a la situación poniéndose en lo peor, pero crear la máxima tranquilidad en la población. Nunca se llegó a utilizar de forma oficial.

## UNIÓN SOVIÉTICA



Ilustración43 <https://magnet.xataka.com/nuestro-tsundoku/43-ejemplos-de-carteleria-sovietica-que-hicieron-de-la-propaganda-un-arte-insuperable>

En la imagen se puede apreciar texto en la parte superior derecha e inferior. Se puede ver que el color que predomina en la imagen y en muchas otras más es el rojo, color con el que se

define la ideología de este país (comunista). Este cartel es de un país del grupo de los Aliados, aunque tienen más semejanzas, en general, con los países del Eje. En la imagen sale en grande un soldado apuntando al ciudadano lector para convencerle de dar su ayuda para ganar el conflicto bélico. Se puede apreciar en pequeño la imagen de dos señoras desempeñando funciones en un barco.

<b>Título</b>
“¿Qué has hecho para ayudar al frente?”
<b>País:</b>
Unión Soviética
<b>Temática:</b>
Vemos que se trata de un tema político queriendo atraer al pueblo a realizar alguna función necesaria para ir en el camino de la victoria.
<b>Orientación:</b>
Querían inculcar una responsabilidad en los ciudadanos soviéticos para que sean responsables con la situación y lo den todo en el trabajo.
<b>Target:</b>
Todo ciudadano soviético que pudiera trabajar.
<b>Fin del mensaje:</b>
Apelar a la responsabilidad y el esfuerzo que cada ciudadano debía desempeñar en su puesto de trabajo.
<b>Objetivo:</b>
Conseguir que el país siguiera generando los productos que necesitaba en la guerra a pesar de que mucha mano de obra eran soldados en el frente.
<b>Conclusión:</b>
Es un cartel en un país comunista en el que le da importancia a todos los ciudadanos para que sientan que su trabajo es crucial y que cuentan con todos para conseguir la victoria.
<b>Opinión personal:</b>
La Unión soviética tenía una misión clara y era vencer a los países fascistas, para ello necesitaba la fuerza del pueblo trabajando sincronizadamente y todos en la misma dirección. La cartelería de la Unión Soviética tenía muchas similitudes con la cartelería de los países del Eje y no tanto con sus compañeros los Aliados.



Ilustración44 <https://hipertextual.com/imagen-del-dia/propaganda-sovietica>

En el cartel podemos ver el texto en la parte superior de la imagen. En el centro de la imagen vemos un marino soviético hundiendo todos los barcos enemigos fascistas. Se le aprecia en el rostro cara de felicidad. En la parte inferior de la imagen se ven varios barcos ya hundidos.

<b>Título</b>
“La Flota del Báltico hundió 100 barcos fascistas en junio de 1944”
<b>País:</b>
Unión Soviética
<b>Temática:</b>
Se quiere referir a las victorias del grupo de los Aliados como dato motivante y como si fuera un objetivo cumplido.
<b>Orientación:</b>
Querían hacer ver que la victoria de la Flota del Báltico era algo bueno que había que repetir, como que había seguir el camino. Reflejaban que vencer a los Aliados era prioridad máxima. Incluso el protagonista del cartel disfruta como hunde las flotas.
<b>Target:</b>
Todo ciudadano de la Unión Soviética.
<b>Fin del mensaje:</b>
Querían que el pueblo quisiera la victoria tanto como el protagonista del cartel.
<b>Objetivo:</b>
Querían motivar al pueblo para que todos miren a la misma dirección y consigan la victoria.
<b>Conclusión:</b>
Es un mensaje muy concreto haciendo referencia a las naves derribadas de los enemigos. Este cartel es muy similar a uno de Japón, queriendo transmitir lo mismo, transmitir las ganas de victoria.
<b>Opinión personal:</b>
La propaganda en cartelería de la Unión Soviética fue muy valorada, incluso por encima de otros medios más modernos de la época. Es un cartel interesante en la que la muerte de personas era razón de alegría y era motivo para publicarlo y motivar con esto al pueblo. Son años difíciles en los que lo único que se quería es que cada país estuviera unido y se luchará por la victoria.

## ESTADOS UNIDOS



Ilustración45 [https://es.wikipedia.org/wiki/T%C3%ADo\\_Sam](https://es.wikipedia.org/wiki/T%C3%ADo_Sam)

El cartel por excelencia y el más famoso de la propaganda de EE.UU en la segunda guerra mundial. Tiene un texto en la parte inferior “I WANT YOU FOR U.S.ARMY Nearest recruiting station” Encima hay un hombre señalando a la persona que lo esté mirando. Es un

personaje ficticio que representa al país entero. Se le bautizó como el Tío Sam. y va vestido con los colores del país.

<b>Título</b>
“Quiero que te alistes en el ejército de los Estados Unidos”
<b>País:</b>
Estados Unidos
<b>Temática:</b>
Es un tema político, que ante la necesidad de soldado hicieron este cartel directo con un mensaje claro.
<b>Orientación:</b>
La orientación del cartel está enfocado a conseguir el mayor reclutamiento posible para el ejército del país.
<b>Target:</b>
Todos los hombres de Estados Unidos con edad para entrar en el ejército.
<b>Fin del mensaje:</b>
Crear una necesidad del ciudadano de alistarse para defender su país y conseguir la victoria.
<b>Objetivo:</b>
Tener el ejército más potente de la guerra para poder abordar a los países del Eje y conseguir la victoria.
<b>Conclusión:</b>
Es un cartel muy famoso y muy utilizado, en parte, fue clave para la victoria de Estados Unidos, entre otras cosas, pero gracias a esto los estadounidenses se concientizaron de la necesidad de formar parte del ejército para poder defender su país y no volver a ser atacado de esa forma.
<b>Opinión personal:</b>
Una obra de arte propagandística. Los estadounidenses son un pueblo muy fuerte pero muy concreto. Esta clase de propaganda les entró en la cabeza y EE.UU consiguió un ejército asombroso. Justo lo necesario para poder hacer frente a la gran potencia Alemana y Japonesa.

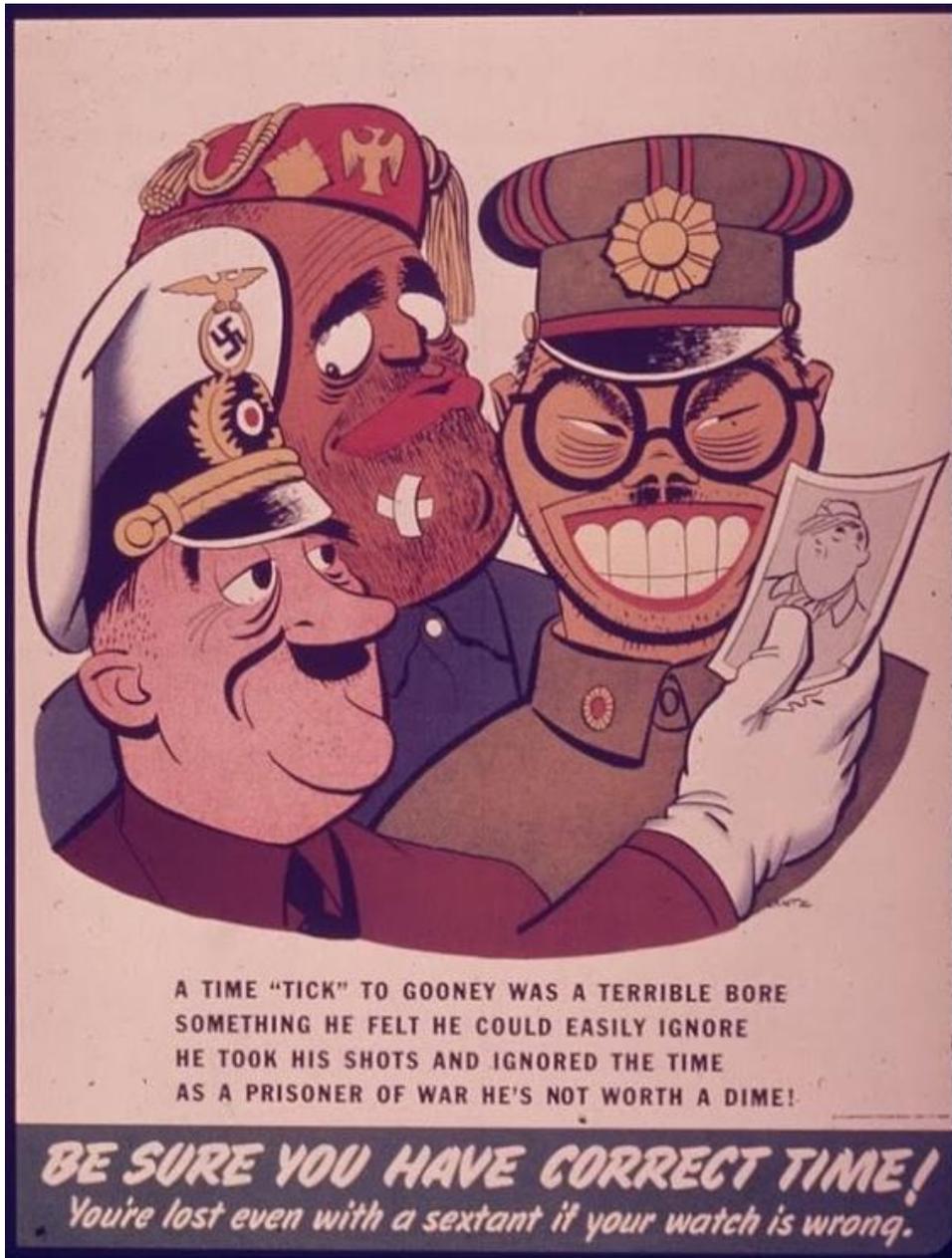


Ilustración46 <https://www.pinterest.com.mx/pin/180284791313567461/>

Se puede apreciar el texto en la parte inferior de la imagen: “¡A time “tick” to gooney was a terrible bore something he felt he could easile ignore he took his shots and ignored the time as a prisoner of war he’s not worth a dime!” y un poco más abajo “¡Be sure you have correct time! You’re lost even with a sextant if your watch is wrong.”

En la imagen se ve a los tres dirigentes del bando del Eje observando una imagen con un soldado estadounidense.

<b>Título</b>
“¡Asegúrese de tener la hora correcta! ...”
<b>País:</b>
Estados Unidos
<b>Temática:</b>
Se habla de un tema político donde aparecen los líderes enemigos.
<b>Orientación:</b>
Se pretende alejar a la población americana de la ideología del grupo del Eje. comentando los prisioneros de guerra y dando una especie de ultimátum.
<b>Target:</b>
Todo el pueblo norteamericano.
<b>Fin del mensaje:</b>
Crear odio contra el enemigo.
<b>Objetivo:</b>
Conseguir hacer ver que las tres personas de la imagen son el enemigo y la razón por la que están en guerra. Queriendo crear un rechazo hacia todos ellos.
<b>Conclusión:</b>
Estados Unidos era un país que no quería intervenir en el conflicto bélico por diversos motivos. Un ataque aéreo cambió el rumbo de la historia y una penetración en la guerra por todo lo alto. No solo tenía un ejército a un nivel altísimo si no que la propaganda que generó era de gran impacto. Se consiguió gran apoyo del país en poco tiempo gracias a la propaganda que generó.
<b>Opinión personal:</b>
Estados Unidos realizó un trabajo propagandístico ejemplar. Para mi gusto las imágenes más visuales y atractivas fueron las suyas. Unas ilustraciones claras y de mucha calidad. Al menos más que los diferentes países que intervinieron en el conflicto, dándose la mano con Alemania.

## 10. MARCO TEÓRICO: DEFINICIÓN Y ORÍGENES DE LA PROPAGANDA

### DEFINICIÓN

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

En la Primera Guerra Mundial (1914-1918) la propaganda comienza a expandirse hacia el mundo político y filosófico, con organización más específica. Métodos usados para su transmisión: fueron diversos, pasando por la palabra escrita y oral, imagen o acción, entre otros.

“La propaganda se sustenta en la carga emocional, apela a los sentimientos provocando una auténtica presión emocional. Sin embargo, es más difícil que pueda crear afecciones inexistentes. La propaganda tan sólo las evoca, estimula, explícita y radicaliza.”

Hay diferentes tipos de propaganda: blanca, negra y gris.

Blanca: la fuente es abierta y se identifica con contenido preciso.

Negra: quiere mostrar que su origen es amigable, pero en realidad es adversaria.

Gris: se presenta como neutral, pero viene de un adversario y transmite información falsa.

Las técnicas de la propaganda de guerra nacieron de las propias guerras. Siempre se usaron métodos de engrandecimiento de las fuerzas y de diseminación de información falsa.

Su objetivo era motivar a sus propias tropas e intimidar a los adversarios.

Brown comentó que la propaganda procede del término latino “propagare”. La propaganda es el uso sistemático más o menos deliberadamente planeado de símbolos, principalmente mediante sugestión y técnicas psicológicas similares, con la intención de alterar y controlar opiniones, ideas, valores y, en última instancia, cambiar acciones públicas con arreglo a unas

líneas predeterminadas. Se centra en los símbolos y olvida la palabra, parte muy importante a tener en cuenta.

Leonard W. Doob habla de “el intento sistemático de un individuo o varios de controlar actitudes y, por consiguiente, las acciones de grupos de individuos mediante el empleo de la sugestión”. La clave de esta definición sería la repetición, que es en lo que se basa la propaganda para poder penetrar en el subconsciente de los individuos, para que retengan la información a lo largo del tiempo.

La RAE habla de la propaganda como “la acción y efecto de dar a conocer algo con el fin de atraer adeptos o compradores”, la realidad que hoy en día no es la definición que mejor explicaría el significado de propaganda, porque ahora se utiliza, mayormente, para el ámbito comercial y de la publicidad. Otra definición habla de “asociación cuyo fin es propagar doctrinas, opiniones, etc.” esta definición entra más en lo que estamos viendo de la propaganda, ya que habla de propagar doctrinas.

Hablamos de un concepto de propaganda que es más actual al que tenía cuando apareció la idea. La propaganda como tal lleva con nosotros en la historia desde la antigua Roma. Este término no se utiliza hasta el siglo XVII, se utilizó en el Vaticano para combatir la Contrarreforma.

“Con una repetición suficiente y la comprensión psicológica de las personas implicadas, no sería imposible probar que de hecho un cuadrado es un círculo. Después de todo, ¿qué son un cuadrado y un círculo? Son meras palabras, y las palabras pueden moldearse hasta disfrazar las ideas” (cit. en Pratkanis y Aronson, 1994: 77).

## **PROPAGANDA DE GUERRA**

En el siglo XX, las guerras, necesitaban mover a las masas sin precedentes. Los ejércitos ya no eran suficientes para detener los conflictos bélicos, para ello los gobiernos realizaron diferentes estrategias de persuasión, con el fin de tener a toda la población comprometida con el ejército y el esfuerzo que realiza.

La propaganda de guerra es un tipo de comunicación persuasiva, con una especialización alta, que fluye por todo tipo de medios. En la propaganda de guerra siempre se ha utilizado la última tecnología en comunicación para afinar su capacidad persuasiva. Como ejemplo tenemos que en la Primera Guerra Mundial se utilizó la prensa escrita, En la Segunda Guerra Mundial, la radio y el cine, y finalmente, en la actualidad se utilizan los medios digitales.

Alejandro Pízarroso decía que la propaganda de guerra es la misma que la propaganda normal solo que se utiliza durante una guerra. También comentó que “la propaganda es un acto de violencia mental para inducir a alguien a someterse a nuestra voluntad”. La propaganda de guerra, en un primer momento, va dirigida a la vanguardia (para subir la moral de los soldados), luego a la retaguardia, ya que es la forma de que aumente el número de personas en la vanguardia.

Bulwer-Lytton decía que “la pluma es más poderosa que la espada”, con el arma puedes matar enemigos, pero con la pluma puedes hacer que todo el pueblo esté concienciado en los intereses, eso es muchas más poderoso que muchas armas.

El Decálogo de la propaganda de guerra concierne a 10 principios o mandamientos. Los descubrió el inglés Arthur Ponsonby en “La falsedad en tiempo de guerra”, su obra, que desacredita las mentiras difamatorias de la I Guerra Mundial. Muestra como las naciones aprendieron a mentir, tanto al enemigo, como a su propio pueblo, para tener la excusa perfecta para hacer la guerra.

- 1. “Nosotros no queremos la guerra”.
- 2. “El enemigo es el único responsable de la guerra”
- 3. “El enemigo es un ser execrable”
- 4. “Pretendemos nobles fines”.
- 5. “El enemigo comete atrocidades voluntariamente. Lo nuestro son errores involuntarios”.
- 6. “El enemigo utiliza armas no autorizadas”.
- 7. “Nosotros sufrimos pocas pérdidas. Las del enemigo son enormes.”
- 8. “Los artistas e intelectuales apoyan nuestra causa”.
- 9. “Nuestra causa tiene un carácter sagrado, divino, o sublime”.

- 10. “Los que ponen en duda la propaganda de guerra son unos traidores”

## 11. CONCLUSIÓN

La galería de cartelería propagandística que dejó la Segunda Guerra Mundial fue más que amplia. En verdad tenían antecedentes de la Primera Guerra Mundial, pero cuando llegó el segundo conflicto los países se estaban empezando a hacer una idea de la potencia de la propaganda. Países como Alemania tuvieron un papel propagandístico más que importante, ya que tenían, como cada país, un Ministerio de Propaganda más que mayúsculo. Tenían unas técnicas con las que captaron la atención de todos los ciudadanos, pudiendo hacer a su antojo lo que quisieran sin tener oposición interna.

La cartelería de los países del Eje utilizaba en muchos casos a sus dirigentes como persona sobrehumana, un semidiós, en el caso de Hitler, con el que utilizaban de referencia para que los mensajes fueran más directos y llegaran mejor al ciudadano. A estos dirigentes se les presentaban como la única solución a los problemas de Europa. Esta cartelería también estaba enfocada un poco al odio general de los judíos y a cualquier persona que se cruzase en su camino. Quitando todo lo malo, estos carteles, destacando por encima a los alemanes, eran auténticas obras de arte que tuvieron un poder de convicción que asombró al mundo.

La cartelería de los países Aliados tenía un enfoque totalmente diferente a la de sus adversarios, sin contar a la Unión Soviética que compartía muchas similitudes con los países del Eje.

En general los Aliados buscaban la unión del país, transmitían tranquilidad y los mensajes eran más claros y directos que el de los países del Eje, que se tenían como que justificaban con la población introduciendo algo más de texto (poco más) para poder dar una información más detallada. Estados Unidos utilizaba al Tío Sam, persona ficticia presente en la cartelería del país años antes de este conflicto, para ganarse la confianza de su pueblo, Reino Unido utilizaba palabras como “together” o “Keep Calm” para transmitir unidad y tranquilidad, aunque hubiese un momento de pánico.

Este trabajo me ha servido para aprender muchos detalles de la cartelería propagandística que desconocía por completo, además he aprendido mucho más sobre la Segunda Guerra Mundial, un conflicto bélico trascendental en la historia del mundo y del que siempre me ha apasionado buscar información.

He aprendido que la propaganda es un medio de manipulación de masas espectacular, que ya ha realizado cosas asombrosas, pero no tengo duda que nos seguirá sorprendiendo y se adaptará

a las nuevas épocas que vengan, aunque ya tenga su repercusión actual en las elecciones de cada país.

## 12. BIBLIOGRAFÍA

Bourke, Joanna. La segunda guerra mundial: una historia de las víctimas. Barcelona: Paidós, 2002.

Brown, J, (1991) “Propaganda y medios de comunicación”, en: Brown, J Técnicas de persuasión. De la propaganda al lavado de cerebro, Madrid: Alianza Editorial.

Finchelstein, Federico, editor. Los alemanes, el Holocausto y la culpa colectiva: el debate Goldhagen. [Buenos Aires]: Eudeba, Universidad de Buenos Aires, 1999.

Hilberg, Raul. La destrucción de los judíos europeos. Madrid: Akal, 2005.

Jiménez Cores, Pablo. La estrategia de Hitler: el mesías del apocalipsis : las raíces ocultas del nacionalsocialismo. Madrid: Ediciones Nowtilus, 2004.

Kennedy, David M. Entre el miedo y la libertad: los EEUU : de la gran depresión al fin de la segunda guerra mundial (1929-1945). Barcelona: Edhasa, 2005.

<https://culturacolectiva.com/historia/los-10-carteles-que-marcaron-a-la-propaganda-de-la-segunda-guerra-mundial>

<https://dle.rae.es/propaganda>

<https://economipedia.com/definiciones/propaganda.html>

<https://encyclopedia.ushmm.org/content/es/article/world-war-ii-in-europe>

[https://es.wikipedia.org/wiki/Dec%C3%A1logo\\_de\\_la\\_propaganda\\_de\\_guerra](https://es.wikipedia.org/wiki/Dec%C3%A1logo_de_la_propaganda_de_guerra)

[https://historia.nationalgeographic.com.es/a/estado-engano-poder-propaganda-nazi\\_12312/4](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/estado-engano-poder-propaganda-nazi_12312/4)

<https://hypatia72.wordpress.com/2013/04/19/la-propaganda-alemana/>

<https://psicologiaymente.com/cultura/diferencias-entre-publicidad-y-propaganda>

<https://rebellion.org/la-propaganda-de-guerra-parte-i-origenes-y-evolucion/>

[http://www.academia.edu/9352745/La\\_Publicidad\\_Comercial\\_Como\\_Discurso\\_Patriotico\\_De\\_La\\_Segunda\\_Guerra\\_Mundial](http://www.academia.edu/9352745/La_Publicidad_Comercial_Como_Discurso_Patriotico_De_La_Segunda_Guerra_Mundial)

[https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/12/141210\\_economia\\_empresas\\_dinero\\_guerra\\_finde\\_yv](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/12/141210_economia_empresas_dinero_guerra_finde_yv)

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/rodero-emma-propaganda-nazismo.pdf>

<https://www.lasegundaguerra.com/viewtopic.php?t=11358>

<https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/publicidad/publicidad-en-tiempos-revueltos-41-anuncios-de-la-segunda-guerra-mundial>

<http://www.publizidade.net/historia-de-la-propaganda/>

<https://www.pinterest.es/gelalcort/propaganda-segunda-guerra-mundial/?autologin=true>

<https://www.udima.es/es/propaganda-politica-122.html>

<https://www.unprofesor.com/ciencias-sociales/segunda-guerra-mundial-bandos-enfrentados-1741.html>

<https://www.webyempresas.com/diferencias-entre-publicidad-y-propaganda/>