

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
CURSO 2022-2023



Universidad de Valladolid

**Entre el arte y la manipulación: el poder de las imágenes de Hugo Jaeger
en la propaganda nazi.**

JORGE MORENO LOZANO

Tutor académico: Manuel Ángel Canga Sosa

Segovia, Julio de 2023

Resumen

El presente Trabajo de Fin de Grado se centra en el análisis de una serie de fotografías utilizadas con fines propagandísticos, realizadas por el fotógrafo Hugo Jaeger, durante el periodo comprendido entre 1939 y 1945, para el partido nacionalsocialista obrero alemán, fundado en el año 1920 en Múnich, Alemania. El objetivo de este estudio es examinar la importancia de la fotografía como medio artístico en la propaganda de este partido.

Palabras clave: Hugo Jaeger, Segunda Guerra Mundial, Nazi, Fotografía, Gestalt.

Abstract

This thesis focuses on the analysis of a series of photographs used for propaganda purposes, taken by the photographer Hugo Jaeger, during the period between 1939 and 1945, for the National Socialist German Workers' Party, founded in 1920 in Munich, Germany. The aim of this study is to examine the importance of photography as an artistic medium in the propaganda of this party.

Keywords: Hugo Jaeger, World War II, Nazi, Photography, Gestalt.

Índice

| | |
|--|-----------|
| 1. Introducción..... | 6 |
| 1.1. Introducción..... | 6 |
| 1.2. Justificación y objeto de estudio | 6 |
| 1.3. Contexto histórico y político de la propaganda en la Alemania nazi..... | 9 |
| 1.4. Justificación de la elección del autor de las fotografías | 12 |
| 2. Marco teórico y metodología de análisis | 13 |
| 2.1. Principios de la teoría de la Gestalt..... | 13 |
| 2.2. Relación entre la teoría de la Gestalt y la fotografías | 14 |
| 3. Análisis de fotografías | 15 |
| 3.1. Justificación de las fotografías seleccionadas..... | 15 |
| 3.1.1. La creación de un líder..... | 17 |
| 3.1.2. La consolidación de la nación..... | 24 |
| 3.1.3. Las marcas y el nazismo. | 28 |
| 3.1.4. Juventud, presente y futuro | 32 |
| 4. Discusión y conclusiones | 35 |
| 5. Referencias | 37 |

Índice de figuras

| | |
|-----------------------|-----------|
| Imagen 1 | 17 |
| Imagen 2 | 21 |
| Imagen 3 | 24 |
| Imagen 4 | 28 |
| Imagen 5 | 30 |
| Imagen 6 | 32 |

1. Introducción

1.1. Introducción

El presente Trabajo de Fin de Grado se centra en el análisis de una serie de fotografías utilizadas con fines propagandísticos, realizadas por el fotógrafo Hugo Jaeger, durante el periodo comprendido entre 1939 y 1945, para el partido nacional socialista alemán, fundado en el año 1920 en Múnich, Alemania.

El objetivo principal es examinar estas imágenes utilizando los conocimientos adquiridos a lo largo del grado, en Publicidad y Relaciones Públicas y desde la perspectiva de la corriente psicológica de la Gestalt, que nos ayudará a comprender mejor este periodo histórico.

El estudio se llevará a cabo mediante un análisis detallado de un conjunto de fotografías tomadas por el fotógrafo Hugo Jaeger, que, como principal característica que le diferencia al resto de compañeros contemporáneos de profesión, es el uso de la fotografía a color como recurso esencial para la capacidad de la evocación de emociones y despertar sentimientos en quienes observan las fotografías

Para el análisis, se tendrán en cuenta los elementos visuales presentes en cada una de las imágenes, y cómo interactúan entre sí para transmitir un mensaje, más importante aún la emoción que consiguen contagiar al espectador. Se examinarán aspectos técnicos y elementos de las fotografías seleccionadas, aplicando el conocimiento adquirido en las asignaturas como, *Teoría de la Imagen*, *Laboratorio de fotografía*, o *Psicología de la comunicación*, así como a lo largo del grado, y todo ello apoyado en los principios de la teoría de la Gestalt. Además, se reflexionará sobre el posible impacto y significado que tuvieron dichas fotografías durante la época, y trataremos de comprender la importancia de la fotografía como medio artístico en la propaganda durante este periodo histórico.

1.2. Justificación y objeto de estudio

El período comprendido entre 1939 y 1945 fue testigo de eventos históricos de gran magnitud, marcados por la Segunda Guerra Mundial y el régimen nazi liderado por Adolf Hitler. Durante esta época, el poder de la propaganda fue utilizado de manera sistemática para influir en la opinión pública y respaldar los objetivos del régimen.

En este contexto, Hugo Jaeger, un fotógrafo alemán que trabajó estrechamente con el régimen nazi, fue responsable de capturar una serie de fotografías propagandísticas que buscaban transmitir un mensaje específico y moldear la percepción de la población. Estas fotografías eran cuidadosamente compuestas y seleccionadas para generar emociones y crear una imagen idealizada de la sociedad y las políticas del Tercer Reich.

La Psicología de la Gestalt es una corriente teórica que estudia cómo percibimos y organizamos la información visual. Esta perspectiva sostiene que la mente humana tiende a organizar los estímulos en patrones significativos y completos, y que los elementos individuales se perciben en relación con su entorno. Al aplicar los principios de la Psicología de la Gestalt al análisis de las fotografías propagandísticas de Hugo Jaeger, podemos entender cómo se utilizó la composición visual y los elementos de diseño para influir en la percepción y la interpretación de la audiencia.

El objeto de estudio de este Trabajo de Fin de Grado es analizar las fotografías propagandísticas elaboradas por Hugo Jaeger durante el período comprendido entre 1939 y 1945, desde la perspectiva de la Psicología de la Gestalt.

El análisis se centrará en los elementos visuales presentes en las fotografías, como la composición, la simetría, la proximidad, la continuidad, la figura-fondo y otros elementos clave para la comprensión de estas fotografías. Se examinará cómo estos elementos influyen en la percepción de la imagen y en la interpretación que se hace de ella, así como los posibles impactos que reciben los espectadores de estas fotografías. Además, se analizarán los posibles efectos emocionales que estas imágenes propagandísticas podrían haber tenido en la época.

El estudio de estas fotografías además de un apoyo desde la perspectiva de la Psicología de la Gestalt proporcionará una comprensión más profunda de cómo se utilizó el poder visual para manipular la percepción y la opinión pública durante el régimen nazi. Además, permitirá reflexionar sobre la importancia de la fotografía en la propaganda y su impacto en la sociedad. El uso de la fotografía en la propaganda nazi plantea una profunda reflexión filosófica sobre la manipulación de la imagen y el poder de la representación visual. La propaganda del partido utilizó hábilmente la fotografía como una herramienta para difundir y consolidar su ideología, influenciando las percepciones y emociones de las masas.

La disciplina de la fotografía se basa en la captura de momentos precisos y concretos, ayudando a guardar y a reflejar la realidad de una forma objetiva. Sin embargo, la propaganda nazi es un claro ejemplo de cómo la fotografía puede convertirse en un arma de manipulación y distorsión para lograr objetivos políticos concretos. En relación con esto, las imágenes que se utilizaron durante este periodo eran seleccionadas de una forma muy minuciosa, tras un análisis exhaustivo, para así crear una historia idealizada y alabar y honrar la actuación del régimen. Este hecho, que también podemos observar en los medios de comunicación actuales e incluso en las redes sociales, nos hace preguntarnos si realmente la fotografía es una disciplina objetiva, haciéndonos saber que las fotografías que tomamos no son copias de la realidad, sino interpretaciones subjetivas en función de los intereses de cada individuo.

Por otra parte, el uso de la fotografía en la propaganda nazi nos ayuda a entender el poder persuasivo de la imagen. La fotografía es una disciplina que genera un material susceptible de evocar emociones, y con una gran capacidad de moldear la opinión pública, en función de todo aquello que se quiera mostrar o no. La propaganda nazi utilizó imágenes impactantes con el objetivo principal de generar miedo y odio en la población y una gran admiración hacia el papel del régimen, a través de manipular las emociones y sentimientos de la población.

En este punto deberíamos pararnos un momento a reflexionar y entender que esto no fue un hecho aislado del régimen nazi, sino que sigue vigente hoy en día, y cada vez se acentúa más, a través de las redes sociales y de los medios de comunicación, e incluso podemos encontrar ejemplos en la publicidad actual. Es, por tanto, imprescindible desarrollar un sentido crítico que nos permita analizar y cuestionar todo lo que vemos, sin importar la marca, o medio que lo soporte.

Asimismo, la propaganda del régimen nazi nos conduce a reflexionar sobre la responsabilidad ética de los medios visuales y de los creadores de imágenes. En el régimen nazi, los fotógrafos y propagandistas utilizaron su talento para difundir y hacer creer a la población en una ideología destructiva a través de la discriminación y el odio.

Este hecho nos ayuda a preguntarnos hasta qué punto los creadores de imágenes o de contenido son responsables de las consecuencias de su trabajo y nos propone una reflexión sobre la importancia de utilizar la disciplina fotográfica de forma ética y responsable.

1.3. Contexto histórico y político de la propaganda en la Alemania nazi

La fotografía es una vía artística que cuenta con la capacidad de transmitir emociones, contar historias, reflejar la realidad de una manera única, sea fidedigna a la realidad o no, es un arte. Y como cualquier arte tiene grandes referentes que usaron este recurso como forma de expresión artística, documental o propagandística. La fotografía se convirtió en una herramienta esencial en la elaboración de propaganda durante la segunda guerra mundial.

En este trabajo analizamos varias fotografías elaboradas por el fotógrafo Hugo Jaeger, que convivió con algunos compañeros fotógrafos como Hoffmann, Hans Ertl o la directora de cine Leni Riefenstahl, que formaron parte del equipo de propaganda durante el Tercer Reich, dirigido por Joseph Goebbels, nombrado como el "padre de la propaganda".

Para comprender la importancia de la propaganda, es esencial comprender el contexto político y social que atravesaba Alemania en el principio de siglo XX, como argumenta en su libro, *Propaganda Nazi*, Corella (2005), de los hechos históricos mencionados destacan como los principales:

- 1. Una fuerte tradición antiliberal y antidemocrática en los pensadores alemanes, y de otros países de Europa oriental, del siglo XIX y principios del XX
- 2. La existencia del pangermanismo, que incluye un fuerte sentimiento nacionalista de los alemanes;
- 3. El impacto psicológico que tuvo sobre los alemanes la derrota de la Primera Guerra Mundial.
- 4. El resentimiento generalizado por las condiciones impuestas por el Tratado de Versalles.
- 5. La incapacidad de la República de Weimar para gobernar, y por lo tanto una crisis política en Alemania.
- 6. Los efectos de la crisis económica que se desató después de la Primera Guerra Mundial.

La época previa al régimen nazi en Alemania estuvo marcada por una serie de factores políticos, económicos y sociales que contribuyeron a la expansión del partido nazi y el éxito de su propaganda, diferentes factores fueron las consecuencias que llevaron a que todo esto ocurriese de una forma casi orgánica, además debemos comprender que tecnología y cómo era el mundo para poder comprender como se llegó a esa situación, por ello pondremos de forma concisa qué sucesos importantes ocurrieron, basándonos en el libro de Corella (2005).

En primer lugar, el Tratado de Versalles ocurre 1919, justo después de la Primera Guerra Mundial. Alemania, tras el conflicto bélico, se vio obligada a aceptar los términos que el resto de países determinaron en el Tratado de Versalles, por ello Alemania sufrió graves consecuencias económicas, territoriales, emocionales y una crisis que azotó con gran fuerza al país y a su población, que se sintió completamente abandonada y hundida tras estos sucesos, generando un ambiente de odio hacia el resto de países, y haciendo germinar así la primera semilla en la que se basarían los ideales extremistas del régimen nazi.

En segundo lugar, tras la Primera Guerra Mundial y sus consecuencias, Alemania se sumerge por completo en una gran crisis económica durante las primeras décadas del siglo XX, marcada por la hiperinflación y el desempleo generalizado por todo el territorio, mermando la moral de todos los habitantes de la región. Comenzaba así una sensación generalizada de odio hacia la República de Weimar y el sistema democrático que se había establecido después de la caída de la monarquía.

Esta crisis económica afectó de forma vertical a toda la sociedad alemana, creando una desestructuración y sentimiento de deriva incluso en los líderes del país, y generando una notable inestabilidad política.

La República de Weimar se enfrentó a una serie de problemas políticos, como la gran polarización ideológica y la inestabilidad del gobierno. El desacuerdo político y la imposibilidad de abordar de manera efectiva los desafíos económicos y sociales que afectaron al país, dañaron de forma irreversible la confianza por parte de la población a las instituciones democráticas, lo que permitió la entrada de alternativas al poder con narrativas más extremas.

Con esta situación tan crítica, el liderazgo carismático de Adolf Hitler fue sencillo de adaptar a la narrativa necesaria para cautivar a gran parte de la población, ofreciendo al pueblo un sentimiento de pertenencia, un orgullo por la patria y una promesa de restauración de una gran Alemania, ofreciendo, como si se tratase de un caramelo a un niño, la promesa de un futuro próspero para el país. Y es en este punto donde la publicidad entra en juego, esta forma de jugar o manipular a la audiencia fue consecuencia directa de posiblemente la propaganda más avanzada e innovadora de la época. Utilizó la propaganda hábilmente para difundir su mensaje, apelando a los sentimientos y frustraciones de la población, siendo este el único

remedio o solución posible del pueblo alemán. Se puede reflexionar acerca de si su carisma pudiera haber sido suficiente para triunfar si Alemania hubiese atravesado un camino mucho más sencillo tras la Primera Guerra Mundial.

Corella (2005) expone que “con un fanatismo que rayaba en lo infantil, la mayoría de los alemanes creyeron en Hitler como el Führer, o guía que salvaría a Alemania. También se les hizo creer que el régimen nazi, o el Reich dominaría al mundo” (p.75). Así ilustra Corella cómo fue el enfoque que el líder alemán cautivase a toda una nación, sin olvidar, por supuesto, la gran labor propagandística que se llevó a cabo.

El régimen nazi creó una red de propaganda altamente efectiva, liderada por Joseph Goebbels, considerado la mano derecha del Führer. Encontró el compañero perfecto que se encargó de difundir su ideología y manipular la opinión pública, utilizando técnicas de persuasión masiva en diferentes medios y formatos, como discursos, folletos, periódicos y películas. La propaganda nazi tenía como objetivo, manipular la percepción del espectador, basando su contenido en los miedos y prejuicios existentes, así como ofrecer soluciones simples a los complicados y difíciles problemas que atravesaba la nación.

Cómo detalla Corella (2005) en su libro *Propaganda nazi*:

La propaganda es un instrumento de la política, como lo son también la diplomacia, las decisiones económicas y las fuerzas armadas. Conviene tener en mente que este trabajo se hace a partir de la creencia de que la propaganda es el manejo de la comunicación con fines de poder. A largo plazo su objetivo consiste en economizar el costo material del poder, aunque como ya se dijo en la introducción, la propaganda, para cumplir su cometido, requiere del respaldo de la amenaza de represión.

Es casi imposible abordar este tema sin entrar en un dilema ético en relación con la conexión entre la propaganda y la amenaza de represión constante. Si la propaganda requiere el apoyo de la amenaza de represión, implica de forma directa el uso de coerción y control, por parte del emisor hacia el receptor, corrompiendo profundamente la esencia de la comunicación que nos lleva a cuestionar los límites del poder y cómo la esfera política relaciona la libertad con la manipulación, ponen en duda el significado del poder, la ética de la comunicación y la responsabilidad de los actores políticos. ¿Es legal el uso de la propaganda para obtener y

mantener el poder? En la esfera política, ¿cuáles son los límites éticos de la manipulación y la persuasión? ¿Acaso existen límites?

Finalmente, el éxito de la propaganda nazi nos hace recordar la necesidad de una educación plural y crítica que consiga generar en los estudiantes un pensamiento reflexivo y un análisis exhaustivo de la información que reciben día tras día.

1.4. Justificación de la elección del autor de las fotografías

Durante el ascenso y liderazgo de Adolf Hitler en Alemania, los fotógrafos desempeñaron un papel fundamental a la hora de retratar visualmente al líder nazi y difundir su mensaje político y propagandístico a la población alemana.

Este trabajo pretende analizar en profundidad una parte de la obra fotográfica de Hugo Jaeger, que junto con Heinrich Hoffmann formaron el equipo fotográfico personal del líder. Aunque el trabajo está centrado en Hugo Jaeger, se considera imprescindible contextualizar a su compañero de disciplina: Heinrich Hoffmann.

Hoffmann fue fotógrafo personal de Hitler desde la década de 1920, y se centró en retratar al líder nazi como un ser carismático, poderoso y visionario.

Como explica en su libro autobiográfico, Hoffmann (2011) “Hoffmann es también uno de los pioneros del fotoperiodismo moderno. Utilizando la cámara Leica de 35 mm, fue uno de los primeros en sacar la fotografía de la rigidez del estudio y llevarla al mundo real” (p. 11). Podemos observar en base a su obra fotográfica, cómo centró su trabajo en el retrato del líder de una forma más personal, retratando instantes de la vida del líder. Este autor, a diferencia de Jaeger, se centró en retratar a Hitler de una forma más cercana, para así, entre ambos, generar la imagen que buscaba compartir con la población alemana.

Jaeger, por otro lado, quien trabajó con Hitler durante la Segunda Guerra Mundial, adoptó un enfoque más documental, capturando imágenes de eventos políticos, reuniones masivas y las secuelas del Holocausto.

Después de que terminase la guerra y tras la victoria del bando contrario, Jaeger fue perseguido y decidió ocultar una gran parte de su trabajo y mantuvo las fotografías en secreto. En la década de 1970 se descubrieron sus archivos y se reveló su herencia fotográfica. Estas imágenes se convirtieron en una herramienta muy valiosa y fiable para comprender y recordar

los horrores del Holocausto, aunque en un principio Jaeger pretendía presentar una imagen idealizada del régimen nazi.

2. Marco teórico y metodología de análisis

2.1. Principios de la teoría de la Gestalt

La corriente psicológica de la Gestalt, originada en Alemania a principios del siglo XX, se centra en el estudio de la percepción humana y en cómo las personas organizan y estructuran las experiencias sensoriales para formar patrones significativos. Así lo menciona Latner en su libro *Fundamentos de la Gestalt* (1994):

El fundamento de los primeros principios de la terapia Gestalt es el holismo. La esencia de la concepción holística de la realidad consiste en que toda la naturaleza es un todo unificado y coherente. Los elementos orgánicos e inorgánicos del universo existen juntos en un proceso continuamente cambiante de actividad coordinador (p.5).

Bajo esta reflexión, entendemos que el término "Gestalt" se traduce como "forma" o "configuración", reflejando el concepto central de que los individuos no perciben objetos de manera aislada, sino como partes integrantes de un todo organizado y estructurado, y enfocándose en el estudio de estas imágenes, nos ayuda a comprender cómo funcionan estas imágenes en su conjunto y cada una con sus elementos de forma individual.

La teoría de la Gestalt se basa en una serie de principios, como la relación entre la figura y el fondo, la proximidad, la similitud entre objetos o si generan patrones, la continuidad visual y la clausura. Estos principios describen cómo las personas organizan y perciben la información visual, información que utilizaremos para un análisis detallado de las fotografías. Consideramos que apoyarnos en esta teoría será de gran utilidad para un correcto análisis de las mismas. Siendo una teoría que empezó a desarrollarse de forma contemporánea a los sucesos que por otra parte Jaeger retrataba, es interesante utilizar herramientas de esta teoría, siendo esta y sus autores contemporáneos y perseguidos por el régimen nazi.

La influencia de la teoría de la Gestalt se ha extendido a diversos campos, incluyendo la psicología clínica, o en este caso, que nos ha servido de apoyo para la interpretación de piezas fotográficas de gran carga histórica.

2.2. Relación entre la teoría de la Gestalt y la fotografías

Los psicólogos y filósofos alemanes como Max Wertheimer, Wolfgang Köhler o Kurt Koffka, entre otros, contribuyeron al desarrollo de la teoría de la Gestalt. Fueron pensadores contemporáneos al desarrollo del régimen nazi, y más tarde perseguidos por el mismo. Esta relación indirecta entre ambos conceptos nos propone la idea de utilizar algunos de los principios que desarrollaron, con el objetivo de comprender algunas de las fotografías que se elaboraron en aquella época y así justificar su aplicación teórica en un contexto que nunca pensaron que se daría.

Es importante destacar que estos dos campos de estudio son completamente independientes, aunque como se ha comentado previamente, surgieron en Alemania durante el mismo período. Mientras que el régimen nazi se basó en una ideología política y racial radicalmente diferente y promovió la opresión, la discriminación y el genocidio, la teoría de la Gestalt se centra en el estudio de la percepción y la cognición humana, para acercarse y entender al individuo.

Por otra parte, los principios gestálticos pueden ayudar a analizar cómo los elementos visuales de una fotografía se organizan y se relacionan entre sí, así como a comprender cómo la composición y la disposición de los elementos afectan nuestra percepción y experiencia visual.

Así entendemos que todos los elementos de una fotografía tienen función de forma individual y de forma grupal, como señala Latner (1994) “al mismo tiempo que aparentan ser distintos, todos los objetos y los sucesos participan de la unidad constituida por sus relaciones con otros objetos y acontecimientos” (p.5), pues todas las unidades construyen un significado propio, ya sea por su ausencia o presencia. En una fotografía sus elementos forman significado por su presencia, pero también se complementan con los espacios vacíos o sin sujetos, así como en la música es igual de importante el sonido que el silencio, el uno sin el otro no serviría de nada y los dos no serían nada si no existiesen como conjunto.

Por ello, aplicar la Gestalt en combinación a otros factores gráficos y significativos en el análisis de fotografías nos ofrece la perspectiva necesaria para comprender lo que estamos observando.

3. Análisis de fotografías

3.1. Justificación de las fotografías seleccionadas.

En este apartado se analiza una selección de cuatro fotografías propagandísticas del régimen nazi, elaboradas por el fotógrafo Hugo Jaeger, que he titulado como “*La creación de un líder*”, “*La consolidación de la nación*”, “*Las marcas y el nazismo*”, “*Juventud, presente y futuro*”. Hemos elegido estas fotografías por el impacto visual y emocional que nos han generado en un primer vistazo, respecto al resto de la obra de Hugo Jaeger que hemos consultado.

Como hemos aprendido a lo largo del grado, la propaganda es un elemento clave en el desarrollo de cualquier movimiento social o político, y uno de los grandes exponentes de una de las propagandas más agresivas y efectivas hasta la fecha fue la del régimen nazi. La propaganda desempeñó un papel fundamental en la difusión y consolidación de la ideología nazi, permitiendo la manipulación y el control de la percepción pública. La fotografía como recurso artístico fue utilizada para transmitir mensajes y emociones, así como para crear una imagen idealizada de la realidad que el régimen buscaba imponer a sus seguidores.

Después de realizar un análisis de las fotografías realizadas por el autor y otras imágenes disponibles, se han seleccionado específicamente estas fotografías debido a su capacidad de transmisión de un impacto inicial significativo.

Además, esta elección se justifica al considerar que estas fotografías en particular resultan sumamente interesantes, ya que contribuyen a entender la importancia que tuvo la propaganda durante esta época histórica y acercarnos a entender cómo pudo ser real.

Es crucial reconocer que, aunque las fotografías de Jaeger pueden ser estéticamente atractivas y técnicamente bien ejecutadas, representan una parte de esta propaganda tan peligrosa. La propaganda nazi fue una herramienta poderosa utilizada por el régimen para manipular y controlar a las masas, difundiendo su ideología racista y totalitaria. Y es un punto que no puede pasar desapercibido para comprender el trabajo.

Estas imágenes cuidadosamente seleccionadas y presentadas buscaban glorificar al líder y promover la supremacía alemana, ocultando las realidades destructivas y violentas del régimen, que provocó una de las mayores tragedias de la historia de la humanidad.

Es evidente que los efectos de este movimiento totalitario no requieren una explicación detallada y que se pueden comprender fácilmente. Es fundamental comprender y recordar los efectos perjudiciales de la propaganda nazi, así como las tácticas de manipulación utilizadas para fomentar esta ideología opresiva. Es necesario examinar y estudiar críticamente estas fotografías desde una perspectiva ética e histórica, teniendo en cuenta el contexto histórico. Se vuelve esencial formar una población informada y crítica, capaz de examinar y cuestionar la información que se recibe, y de detectar posibles intentos de manipulación propagandística como esta, que pilló de sorpresa a toda una región que se vio sumida en un contexto muy complicado. La educación en medios, la alfabetización en información y el fomento del pensamiento crítico son algunas de las herramientas cruciales para afrontar posibles futuros movimientos de características similares a este.

En resumen, el estudio y la comprensión crítica de la propaganda nazi nos permiten reflexionar sobre los peligros de la manipulación de la información y la necesidad de proteger la libertad de pensamiento y el cuestionamiento crítico en todas las sociedades.

3.1.1. La creación de un líder.



Imagen 1. Adolf Hitler saluted troops of the Condor Legion who fought alongside Spanish Nationalists in the Spanish Civil War, during a rally upon their return to Germany (1939).

Fuente: <https://cutt.ly/wwwSFPy9>

Análisis

Fotografía de carácter documental, realizada en 1939, por el fotógrafo personal de Adolf Hitler, Hugo Jaeger. Esta imagen retrata al líder nazi mientras saluda a las tropas de la Legión Cóndor, que lucharon en la Guerra Civil española, apoyando al bando nacional, en un desfile en su vuelta a Alemania. Podemos observar que se trata de una fotografía de carácter documental, pero ciertamente premeditada por parte del autor, debido a su destacable composición, y detalles que analizaremos a continuación. Es, por todo esto, una imagen, cargada de simbología y carácter.

Aunque nuestro fotógrafo de referencia para este proyecto, Hugo Jaeger, representó a Adolf Hitler en diversas ocasiones y contextos, se ha pensado en elegir esta fotografía, ya que se considera un excelente ejemplo para conocer mejor la estética del autor.

En primer lugar, es interesante hacer una búsqueda e identificación de los elementos que aparecen en la imagen de forma detenida, para así entender cómo funcionan estos elementos, tanto individualmente como en conjunto.

Encontramos una fotografía encuadrada como un plano general, donde aparece el líder, recortado por las piernas, convirtiéndolo en plano americano, con poca profundidad de campo, pues vemos el segundo término de la imagen desenfocado.

En un primer término encontramos al líder, subido a un coche acompañado de otros hombres uniformados.

En segundo término, algo más desenfocado debido a las características de la lente, - que puede tratarse de una distancia aproximada a los 35mm, al ser una focal de término medio, con una gran apertura de diafragma para generar ese desenfoco en el fondo de la imagen - encontramos a una gran masa de gente, asistiendo a un desfile. En este segundo plano, además de las personas que acuden a este evento, observamos, haciendo un recorrido de izquierda a derecha, un edificio, banderas, una escultura, y el cielo, que termina de completar la fotografía. Toda la imagen se ve invadida y plagada de elementos simbólicos acordes con el partido Nazi.

Tras identificar los elementos visuales de la fotografía, pasamos a interpretar cómo trabajan estos elementos, tanto individualmente como en conjunto. Por ello, es imprescindible prestar atención a la composición de la fotografía, siendo capaces previamente de reconocer el momento histórico en el que se encuentran los personajes que se encuentran en ella y asumimos que es una imagen artificial, elaborada por un artificio complejo como es una cámara analógica con una película a color.

La composición de esta fotografía llama especialmente la atención. Para empezar, observamos cómo se encuentra dividida en dos: parte superior de la imagen e inferior, divididas por la línea del horizonte de la imagen. Esta línea horizontal, también entendida como línea del horizonte, se genera por el contorno que dibujan las siluetas de las cabezas de los asistentes al desfile que podemos observar al fondo. A partir de este borde imaginario

surgen de manera vertical las banderas, la escultura y el edificio en la parte izquierda de la imagen, que son los elementos encargados de completar esta mitad superior de la imagen.

Siguiendo este análisis, observamos cómo estos elementos verticales, en especial las banderas rojas colocadas de forma vertical, son las encargadas de guiar la mirada del espectador.

Así como explica Arnheim (1997), “elevarse significa vencer una resistencia, es siempre una victoria” (p. 44). Este comentario respalda la importancia del uso de este tipo de simbología vertical para cargar de poder visual a los símbolos que se encuentran en la imagen. Y haciendo que destaquen notablemente en la imagen. La presencia de figuras verticales también puede representar superación y victoria en la composición visual.

Al igual que en la reflexión anterior, elevarse significa vencer una resistencia. En una imagen, las figuras verticales pueden simbolizar superioridad o poder visual, respecto al resto de elementos de la fotografía. Estas banderas irrumpen en la parte vertical de la imagen creando una ilusión óptica que guía al espectador a bajar la mirada, hasta que se deposita en la figura del líder.

Antes de continuar con el análisis del primer plano de la imagen, se considera necesario analizar la simbología que se encuentra en el centro geométrico de la imagen. Se trata de una esvástica rodeada por una aureola y bajo los pies de una escultura de un águila, todo ello de un color dorado. Un gran elemento visual que no pasa desapercibido, y que cobra presencia como segundo elemento visual más importante de la imagen, después de la figura del líder, que se encuentra en primer término.

Los nazis adoptaron el águila como símbolo para representar su propio régimen y el poderío del Tercer Reich. Utilizaron una versión específica del águila, conocida como la “Reichsadler” (Águila Imperial), que mostraba un águila con las garras aferradas a una esvástica. El águila es un animal que se encuentra utilizado a lo largo de la historia por diferentes movimientos, ya que se trata de un símbolo cargado de significado, que como explica Cirlot en su *Diccionario de Símbolos*, el águila corresponde a un “símbolo de la altura, del espíritu identificado con el sol, y del principio espiritual” (p.57). Podemos entender así la vinculación de este símbolo con el régimen, siendo esta combinación de elementos visuales diseñada para transmitir un mensaje de fuerza, dominio y superioridad. Además,

podemos observar cómo el águila tiene la cabeza girada en dirección a la figura del líder, cargando de peso conceptual este gesto.

Bajo las garras del águila encontramos, en el centro geométrico de la imagen, la esvástica nazi, simbología cuya importancia será explicada más adelante. Sin embargo, la esvástica desempeña un papel crucial en la imagen para su comprensión, ya que, según sabemos bajo la teoría de la Gestalt, nuestra percepción visual se organiza en torno a un centro dominante. Esto ocurre a través de principios de organización perceptual como la proximidad, la similitud, la continuidad y la buena forma.

En este caso, el centro conceptual coincide con situarse en el centro geométrico de la imagen, así como verse rodeada de líneas imaginarias que dirigen la mirada del espectador hacia esta parte de la fotografía. El elemento es elegido y se encuentra situado próximo a la figura del líder nazi, que cobra un obvio protagonismo principal en la imagen. En definitiva, es un círculo perfecto encerrando un símbolo de gran poder visual en su interior, tal vez, con intención de subrayar y destacar el mismo.

Continuando con el análisis de la imagen, observamos en primer plano, al líder nazi, realizando el saludo nazi (que solía acompañarse con la expresión “*Heil Hitler!*”), con la mirada hacia el lado derecho de la imagen. Para profundizar más en el trasfondo de esta fotografía, analizaremos el rostro de Hitler. Como apunta Arnheim (1997), “la expresión facial y gestual desempeña un papel importante en los medios visuales” (p. 487). La expresión facial es un factor de máxima importancia en el análisis de un retrato, ya sea pintura o fotografía. En este caso podemos observar cómo Adolf Hitler presenta una expresión seria y solemne y, como elemento clave, observamos cómo su mirada se encuentra en la sombra que proyecta la gorra que porta encima de su cabeza, encerrando cierto misterio y ocultando la dirección de su mirada. Cabe recordar que mantener un aura de misterio era una parte esencial de la propaganda del partido. Al crear un velo de misterio, la propaganda nazi despertaba la curiosidad y el interés, generando un aire de intriga y atracción hacia Hitler. Este enfoque busca transmitir la idea de que su liderazgo está por encima de la comprensión y que posee una sabiduría y una autoridad más allá de lo terrenal, lo cual refuerza su poder y dominio sobre las masas.

A continuación, en la Imagen 2, podemos ver el compañero profesional de Jaeger, Hoffmann, presentado anteriormente. Como ya se mencionó, fue otro de los fotógrafos personales de Hitler, pero en este caso el artista no se limitó a documentar eventos públicos, sino que abarcó momentos íntimos y encuentros privados. La diferencia con el trabajo de Jaeger fue que el Führer fue algo más personal en sus imágenes, humanizando su carácter y presentándose como una persona cercana al pueblo alemán. Mostraban momentos cotidianos como viajar en un vehículo, o pasar tiempo con Eva Braun (su pareja), interactuar con sus seres queridos y, en este caso, por ejemplo, retratando un cumpleaños. A diferencia de Jaeger, Hoffmann buscó acercarse a la figura principal del régimen, al público alemán para crear una conexión más personal con la audiencia.



Imagen 2. Nazi leader Adolf Hitler takes a flight in an aircraft on his 43rd birthday, 20th April 1932. (Photo by Heinrich Hoffmann/Hulton Archive/Getty Images) (1932).

Fuente: <https://artsandculture.google.com/asset/hitler-s-birthday-flight-hulton-archive/CAF3cwkvKWLAcQ>

Esta fotografía en blanco y negro es elaborada por el fotógrafo Heinrich Hoffmann, durante el trigésimo segundo cumpleaños de Hitler.

Se puede apreciar el interior de un vehículo con condiciones de poca luz. Se trata de un plano medio, en un espacio cerrado, y con mucha proximidad respecto a los sujetos que aparecen en la misma. Podemos observar la limitación mecánica de la cámara en combinación con la película utilizada, donde es posible apreciar la baja luz que había en el ambiente.

En la esquina inferior izquierda de la imagen, se encuentra Adolf Hitler, cuya presencia destaca debido a su expresión seria y enigmática en contraste con las caras del resto de integrantes del vehículo, que, o miran hacia él o incluso muestran una expresión alegre. La falta de luz en la fotografía posiblemente no se deba a la escasa luz del interior del vehículo, sino a la baja sensibilidad de la película utilizada en la cámara para tomar dicha imagen. Debemos recordar que se trata de una fotografía de una cámara analógica de 1932, y, por tanto, no podemos esperar una gran calidad gráfica en condiciones de poca luminosidad. Sea como fuere, la luz que observamos en la fotografía genera un ambiente de intimidad y cierto misterio, ya que no es posible distinguir claramente todos los detalles y características de las personas presentes en el vehículo. Esta falta de luz también añade dramatismo a la escena y resalta la importancia de la figura de Hitler en el contexto de la imagen.

Como apunta Latner (1994), “en la terapia Gestalt, se considera a la naturaleza humana como flexible. En parte, ya está determinada, y en parte se está creando constantemente según las circunstancias” (p.29). La postura, expresión austera, la luz, crea toda esta aura alrededor de la figura del Führer. Es interesante detenerse y prestar atención a la presencia con una postura natural que no necesita más para generar respeto a los compañeros de vehículo.

La posición de Hitler en la esquina inferior izquierda sugiere una especie de marginación o aislamiento dentro del grupo de personas. Su expresión seria contrasta con las caras alegres y sonrientes de los demás, nos ayuda a pensar que puede indicar una diferencia de actitud y estado de ánimo. Este contraste visual entre la seriedad de Hitler y la alegría de los demás crea una tensión en la imagen y puede transmitir una sensación de autoridad o distanciamiento del líder nazi. El enfoque en el rostro de Hitler y su expresión seria puede sugerir su papel central y su importancia dentro del grupo. Su presencia dominante y su expresión facial transmiten seriedad, determinación y poder.

Es posible interpretar que esta imagen busca retratar a Hitler como una figura destacada y líder firme, rodeado de personas que lo apoyan y admiran, pero cercano al espectador, al ver que pueden observar al líder rodeado de personas con las que sentirse identificadas. Como argumenta Le Bon (1895), “la influencia de los líderes se debe en una muy pequeña medida a los argumentos que emplean y en una medida muy grande a su prestigio” (p. 176). La admiración hacia Hitler se cultivaba a través de la propaganda, que buscaba retratarle como un líder inquebrantable, capaz de guiar al pueblo alemán hacia un futuro glorioso.

La presencia de caras alegres alrededor de Hitler en la fotografía sugería la idea de que estar cerca de él era un privilegio y una fuente de felicidad. Este contraste entre la seriedad de Hitler y la alegría de los demás fomenta una sensación de admiración y *glamour* hacia su figura.

Tras observar esta comparación entre Jaeger y Hoffmann nos invita a reflexionar sobre la construcción de la imagen y el poder en el contexto político o propagandístico. Nos plantea cuestiones sobre la autenticidad y la manipulación de la imagen, así como los mecanismos utilizados para generar admiración y adhesión hacia un líder. Ambos fotógrafos desempeñaron un papel crucial en la propaganda nazi, pero cada uno adoptó un enfoque diferente para proyectar la imagen del líder.

Por último, esta comparación nos incita a reflexionar sobre cómo las representaciones visuales moldean nuestras percepciones y creencias, y cómo el poder político puede ser construido y ejercido a través de la fotografía y otros medios visuales. También nos invita a considerar el papel de los artistas y los fotógrafos en la manipulación y la construcción de narrativas visuales, y cómo esto puede influir en nuestra comprensión del poder y la autoridad.

3.1.2. La consolidación de la nación.



Imagen 3. The League of German Girls danced during the 1938 Reich Party Congress, Nuremberg, Germany. (1938)

Fuente: Hugo Jaeger/Life Pictures/Shutterstock

Análisis

En esta imagen observamos lo que parece un gran estadio lleno de gente. El campo está ocupado por lo que presuntamente parece mujeres realizando algún tipo de danza o actividad que requiere coordinación grupal. Así también, vemos las gradas, también llenas de gente, y en una última línea visual, el cielo azul.

En esta imagen Hugo Jaeger hace un buen uso de la perspectiva y el ángulo de disparo de la imagen, y de esta manera juega con los elementos de la composición para mostrar el poder del régimen nazi en cuanto a movilización de masas. Podemos intuir que la fotografía se tomó desde un lugar elevado con una lente angular o de media distancia, debido a la cantidad

de espacio que se ha retratado en ella. Esta instantánea se ha tomado en condiciones favorables de luz, donde el dispositivo tecnológico, en este caso una cámara analógica, pudo rendir a su máximo potencial. Es por ello, que se observa una imagen de tan alta calidad, a pesar de la época en la que se tomó.

En la imagen podemos distinguir dos masas: en primer lugar, aquella que se encuentra en el campo de juego, y en segundo lugar, el grupo de gente que se encuentra en las gradas.

Por otra parte y centrándonos en este primer fragmento de la composición, observamos una gran cantidad de filas de mujeres con los brazos extendidos formando largas cadenas humanas. La disposición del cuerpo humano, el uso de un mismo vestuario por todas ellas, la distancia equitativa de separación que hay entre cada una y la repetición del patrón que forman junto con los factores ya mencionados, sirven como elementos gráficos para representar la pérdida de la identidad del individuo y la creación de un movimiento unificado. Así lo defiende el principio de proximidad y de semejanza de las leyes de la Gestalt. Y como un claro ejemplo de ello podemos observar cómo en el caso del campo de juego, las mujeres dejan de percibirse como individuos, para pasar a ser piezas de un gran puzzle; se convierten en figuras geométricas que forman parte de una gran masa vestida de blanco y azul. Así como explica Arnheim (1997), “el aspecto de cada una de las partes depende, en mayor o menor medida, de la estructura del todo” (p. 95).

Es esencial comprender esta afirmación para afrontar un dilema. Cuando nos encontramos sumergidos en una masa de gente, se nos plantea interrogantes sobre la noción de identidad individual, que tiende a desaparecer y comienza a cobrar importancia en el contexto colectivo, y cómo funciona la masa.

Uno de los recursos principales del movimiento nazi fue arrebatar al individuo de sus propias características y hacer sentir a la población parte de algo más grande. Presentando un debate a la población entre la necesidad o sensación de pertenencia y la preservación de la individualidad. ¿Cómo identificamos la identidad personal al ser parte de una masa mucho mayor? Estas reflexiones nos surgen al recibir el impacto visual que crea la masa casi infinita de gente en el césped del estadio.

De igual manera sucede con la segunda masa, situada en el segundo plano de la composición, es la encargada de completar esta fotografía. Así pues, la ley de la continuidad según la Gestalt, defiende que la mente tiende a seguir un patrón, aunque este haya desaparecido.

Aunque ya no se identifiquen las figuras del final de la imagen con las de planos mucho más cercanos, se asume que es una prolongación de los primeros planos, los cuales se difuminan hacia el fondo. Además, podemos reconocer cómo Hugo Jaeger, a través de la disposición de las mujeres ha creado un punto de fuga intencional.

Si se hace un recorrido visual de la imagen, veremos cómo el ojo parte de la esquina inferior izquierda haciendo un barrido por la parte baja de la imagen hasta la derecha. A continuación, éste se fija en la masa de la derecha viajando de izquierda a derecha entre sus filas, antes de fijarse en la masa de la derecha. Una vez esto ha tenido lugar, el ojo se desplaza de izquierda a derecha en la masa de la izquierda hacia el final de la imagen.

Como detalla Latner (1994), “no existe equivalente en español para la palabra alemana Gestalt. Es un conjunto, un patrón, una configuración, una forma cohesiva que no se puede partir sin destruirla” (p.23). Gestalt, es lo que percibimos observando esta imagen, algo coherente, que, gracias a un patrón y una determinada configuración, de orden, color y forma crean un sentimiento, un impacto al espectador. Sin duda es un claro ejemplo de Gestalt.

En este último tramo, el espectador identifica la grada repleta de gente y, por último, el elemento que más importancia tiene para Hugo Jaeger: la esvástica nazi. Está situada en la esquina superior izquierda. Se encuentra en otro nivel, en uno superior al de las personas. Podemos interpretar cómo la colocación de este objeto de forma aislada y en el punto de fuga de la imagen, “deifica” el símbolo, como si se tratara de un dios, frente al gran conglomerado de gente que le rinde culto. Es importante reconocer que el símbolo de la esvástica ha sido utilizado durante miles de años en diferentes culturas, incluyendo civilizaciones antiguas como la india, la china y la griega.

En estos contextos, la esvástica se asocia con conceptos positivos como la buena suerte, la fortuna y la armonía cósmica. Sin embargo, su transformación en un signo divino en el contexto del nazismo es un ejemplo poderoso de cómo los símbolos pueden ser apropiados y redefinidos para servir a posiciones políticas o ideológicas, cambios originados por avance cultural, social o tecnológico. A lo largo de la historia existen múltiples ejemplos de ello,

desde animales, como el tigre, el león o las águilas, o también formas geométricas o incluso colores que han cambiado de significado a lo largo de los años, no dejan de ser elementos fácilmente reconocibles para todo el mundo sin importar de tu educación o situación social. En su libro, *Propaganda Nazi*, Corella (2005) habla acerca del uso de los símbolos durante cómo:

También debe de simplificar los problemas. Unos pocos símbolos referidos a unos cuantos temas son preferibles a símbolos y cuestiones muy complejos y elaborados. El propagandista debe ocuparse de blancos y negros, de lo simplemente correcto o incorrecto, bueno o malo. La propaganda debe ser presentada de tal manera que se le pueda absorber velozmente sin necesidad de una reelaboración, ya sea del símbolo o del significado.

El régimen consigue tergiversar por completo el significado original de la esvástica y la utilizó como símbolo de superioridad racial, odio y opresión. Esta apropiación fundamental y negativa de los símbolos tiene que ver con la capacidad humana de cambiar su significado y cómo nuestras interpretaciones y percepciones de los símbolos están moldeadas por el contexto cultural o social y, lo que es más importante, por su contexto cultural o social. Haciendo una referencia o comparación con la actualidad, en los tiempos de hoy en día la creación de un logo es uno de los mayores problemas a los que se enfrenta una marca o corporación a la hora de mostrarse al público, porque tanto el logo como el nombre son factores esenciales para que el público te recuerde y confíe en tu producto o servicio.

3.1.3. Las marcas y el nazismo.

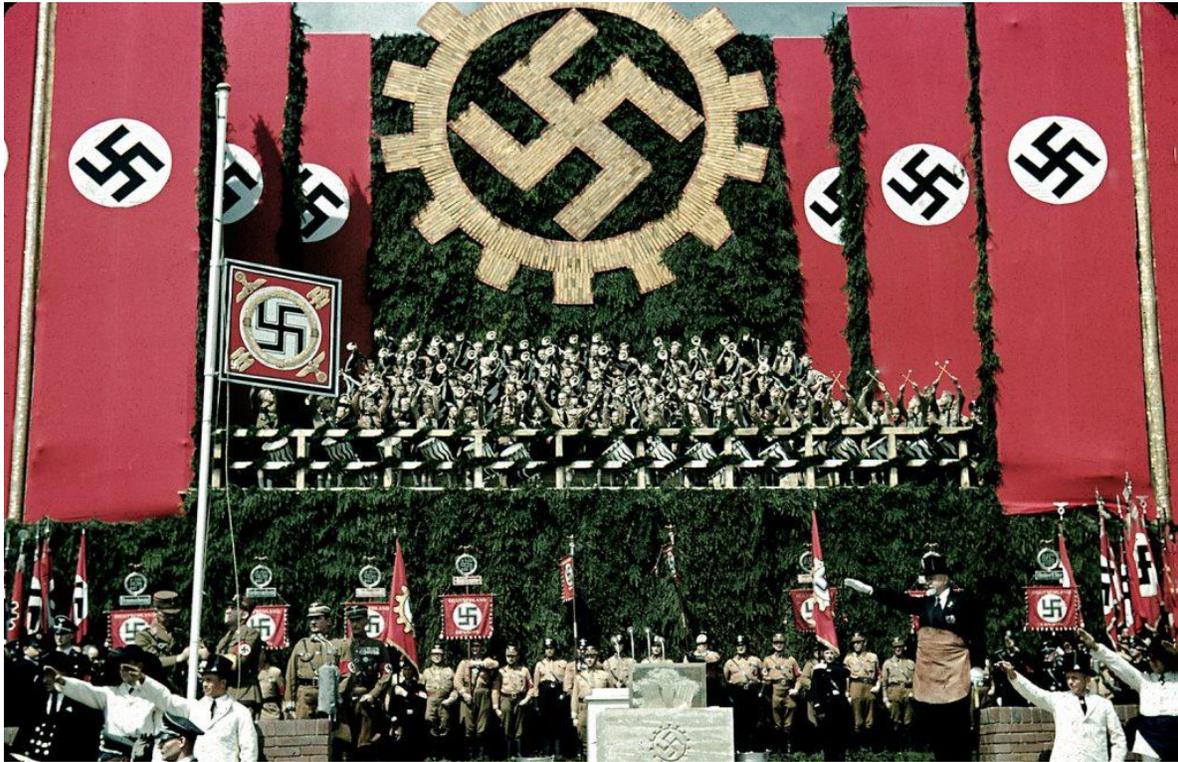


Imagen 4. Volkswagen Works cornerstone ceremony, near Wolfsburg (1938).

Fuente: Hugo Jaeger/Life Pictures/Shutterstock

Análisis

En el presente análisis, se examina detalladamente una imagen elaborada por el fotógrafo Hugo Jaeger, encargado de retratar el núcleo de una ceremonia hospedada por la fábrica de la marca Volkswagen, y la que utilizaremos cómo referencia para comparar el uso de la fotografía para la representación de su vinculación con el nazismo.

Se trata de una fotografía a color, encuadrada en un plano general, en una situación al aire libre y luz natural, pudiendo aprovechar el potencial máximo de esta cámara. Se crea, así, una fotografía con fines propagandísticos en gran resolución. En cuanto a la posible forma de captura de la imagen, podemos intuir el uso de una focal media – angular entre 24 mm y 35 mm, que capta casi al completo la totalidad de la fotografía.

La fotografía se encuentra repleta de elementos emblemáticos, tales como esvásticas en color negro - rodeadas de un fondo blanco y sobre una gran bandera roja - y saludos nazis que se distribuyen por toda su superficie. Al observar la imagen de arriba hacia abajo, se aprecia en el centro una gran esvástica rodeada por un engranaje, el cual representa el día y forma parte del símbolo de Volkswagen, integrándose con la esvástica.

Al rodear la esvástica con un engranaje, se crea una asociación entre el partido nazi y la idea de un sistema industrial robusto y eficaz, respaldado por los ideales nazis de orden, disciplina y control.

Como explica Cirlot (1958) acerca de la esvástica “este símbolo gráfico, en el que resaltan la concreción y el dinamismo, aparece en casi todas las culturas primitivas y antiguas del mundo, en las catacumbas cristianas,” (p.200). La esvástica se trata de un símbolo que, a diferencia de otros, muestra movimiento, y al combinarse con la rueda de engranaje crea una conexión simbólica que nos plantea diferentes interrogantes: ¿Cómo es posible que una ideología tan destructiva como la del partido nazi pueda fusionarse con una marca comercial y convertirse en un símbolo de éxito y avance industrial? Incluso en el contexto de una empresa automotriz, ¿cómo pueden los símbolos evocar emociones tan poderosas y tener un impacto en la mente de las personas? Estas preguntas nos hacen pensar en la naturaleza humana, la relación entre el poder y la influencia y los límites morales y éticos de la propaganda.

Además, nos invita a considerar el papel que juegan los símbolos en nuestra sociedad y cómo pueden ser utilizados para manipular y modelar nuestras percepciones y creencias. Como explica Arnheim (1997), “cuanto más coherente sea la forma de la unicidad, más fácilmente se destacarán está sobre su entorno” (p. 102). Pues es esencial, la simplicidad en la creación de un logo o símbolo para que sea fácilmente recordado. Sin duda, los encargados de este tipo de eventos y sus decorados eran expertos en la creación de ambientes plenamente dedicados para la motivación y admiración del público con elementos como este: impactantes y únicos. La coherencia con el uso del color rojo en todos los eventos ayuda en la creación de una “imagen de marca” sólida para el partido nacionalsocialista obrero alemán.

Asimismo, en los lados izquierdo y derecho se pueden observar banderas verticales de color rojo con una esvástica en el centro, lo cual dirige la mirada hacia el centro de la imagen. Allí,

encontramos un grupo de personas, aparentemente músicos que saludan y rinden homenaje a la llegada del líder. Al desplazarnos hacia la parte inferior de la imagen, se percibe cómo los asistentes en la primera fila están cortados a medio cuerpo, pero los militares se muestran en su totalidad, sosteniendo estandartes. Esta fotografía contiene una carga simbólica sumamente significativa, lo que la convierte en un objeto de interés para analizar la influencia o la vinculación de las marcas con este movimiento.



Imagen 5. Volkswagen Works cornerstone ceremony, near Wolfsburg (1938).

Fuente: Hugo Jaeger/Life Pictures/Shutterstock

Para comprender el análisis completo de la fotografía previa y para aproximarnos al contexto de aquel evento, en esta fotografía del fotógrafo Hugo Jaeger, se presenta otro punto de vista del evento relacionado con Volkswagen, esta vez en formato vertical.

En cuanto a la toma de la imagen, podemos suponer que se utilizó la misma cámara y focal que en la imagen anterior, por lo que estaríamos hablando de una lente media – angular que recoge casi al completo la escena que el fotógrafo estaba observando, incluso en un formato vertical.

El primer término de la imagen destaca a un soldado junto al icónico escarabajo de Volkswagen, conocido por ser el coche insignia de la marca, y se encuentra ubicado en la parte inferior de la fotografía. Y para completar la fotografía, observamos en la parte superior derecha, una gran esvástica que se encuentra rodeada de un engranaje de mayor tamaño, convirtiéndose en el punto de fuga de la composición, siendo el destino final de nuestras miradas en un primer vistazo.

El soldado y el escarabajo de Volkswagen en primer plano pueden simbolizar el vínculo entre el régimen nazi y la industria automotriz alemana. El soldado, posiblemente un representante del poderío militar nazi, está presente junto al automóvil, lo que sugiere una conexión entre el ejército y la industria en ese momento histórico.

El engranaje puede evocar la idea de un sistema bien engranado y eficiente, mientras que la esvástica refuerza la ideología del partido además de su dominio pleno sobre la sociedad y la industria, en todo el territorio.

Como detalla Latner (1994), “el significado se crea *ad hoc*, debido a un contexto y a una necesidad. Al tener sed y apagarla tiene un sentido y un valor; ahora, en el contexto de mis intereses y ambiciones, este libro tiene significado y valor.” (p.26). Se trata de la relación directa entre oferta y demanda, oportunidad y solvencia; el engranaje y la esvástica enlazan como si siempre hubiese sido así la conexión gráfica de estos dos mundos.

En definitiva, esta fotografía tiene como objetivo transmitir una impresión de cohesión entre el ejército, la industria automotriz y la ideología nazi. La presencia visual de las grandes banderas rojas en la imagen puede ser interpretada como un sentido de poder, patriotismo y lealtad al partido; mientras que la combinación de elementos como el soldado, el automóvil Volkswagen, la esvástica y el engranaje sugieren un mensaje de poderío militar, avance industrial y alineación con la ideología del régimen.

3.1.4. Juventud, presente y futuro



Imagen 6. A crowd in Munich Germany during the time of the 1938 conference.

Fuente: Hugo Jaeger/Life Pictures/Shutterstock

Análisis

Esta fotografía muestra un plano general tomado durante el día, que aparentemente buscaba resaltar la escena en su conjunto, sin enfocarse en algunos elementos específicos, sino en cómo funcionan todos juntos.

De nuevo, observamos cómo el protagonista de este trabajo, Hugo Jaeger, utiliza la fotografía a color como medio de expresión. El fotógrafo emplea una focal media para el retrato de esta conferencia. Aproximadamente podemos estimar que se trata de un objetivo 35 mm, que, bajo condiciones de buena luminosidad, vuelve a conseguir un gran resultado en el aspecto técnico.

La imagen está marcada por la presencia de una gran multitud, la mayoría son niños vestidos todos ellos de la misma forma, siendo parte del colectivo, vistiendo con el uniforme que les

asignaba y portando muchas banderas, transmite una sensación de unión y fervor patriótico. Así como cierta admiración por parte de los jóvenes a los adultos que ejercen su trabajo, por otro lado, las banderas que se observan en la imagen tienen diferentes tamaños y proporciones. Aparecen dos grandes banderas sujetas en mástiles, y otras banderas de menor tamaño en las manos de los asistentes al evento.

Latner (1994) argumenta que “cualquier comprensión acerca del hombre que se refiera a su ser esencial, debe abarcar todos los hechos de su existencia si es que pretende ser adecuada y útil” (p.78). Es así como se vendía la imagen del soldado o de la persona que trabajaba para el régimen, como alguien útil. No importaba que fueras niño, mujer u hombre, lo importante es que las personas aportaran al movimiento aspectos positivos y que le ayudaran a seguir creciendo. Aquellos que estaban en contra o no colaboraban eran perseguidos y castigados por ello, siendo hasta en ocasiones los vecinos los responsables de hablar acerca de las conductas de otros con la autoridad, por si se observaba que el comportamiento no era el óptimo considerado por el régimen y sus ideales.

Por otra parte, al mostrar soldados que controlan esta masa de personas, la fotografía adquiere mayor carácter. El adoctrinamiento de la juventud en el contexto nazi nos recuerda que la presencia de soldados, lo que sugiere la existencia de un control y un orden establecidos, sin dejar estos niños al libre albedrío. El adoctrinamiento que sufrió la juventud en el contexto nazi nos recuerda la importancia de cuidar la educación como un espacio seguro y esencial para el correcto desarrollo de una población. Como define Le Bon (1994) “la instrucción dada a la juventud de un país permite conocer lo que ese país será algún día” (p.93). Es evidente que la educación es un proceso fundamental en el desarrollo de las habilidades, conocimientos y valores de las personas. La juventud representa el futuro de un país porque son los que eventualmente ocupan roles de liderazgo y responsabilidad en diversos ámbitos de la sociedad.

Por lo tanto, la calidad de la educación que recibe la juventud juega un papel importante en la construcción de un futuro fructífero. Sin embargo, las Juventudes Hitlerianas son un ejemplo claro de cómo la instrucción dirigida a la juventud puede ser utilizada para difundir ideologías totalitarias y discriminatorias, siendo manipulados desde pequeños y, además, obligándoles a crear una fidelidad extrema al régimen.

En su libro *Propaganda Nazi*, Corella (2005) narra cómo:

Los nazis le dieron una importancia muy especial a los sectores juveniles de la población. Para atraerlos se diseñaron temas y mensajes especiales. La mente aún no terminada de formar, fácilmente influenciable de los jóvenes era rápida y profundamente impresionada por colores, luces, música y ceremonias. Por ello se dio la colaboración tan estrecha entre las juventudes y la Oficina Cultural. Los guardianes de Propaganda de las juventudes hitleristas eran los mejores clientes de banderas, luces, etcétera. Deliberadamente se usaban todos estos trucos para hacer del nacionalsocialismo una nueva religión, que suplanta al cristianismo.

Gracias a esta fotografía podemos entender la afirmación que plantea Corella, acerca de cómo los más jóvenes eran los más fieles clientes de este estilo de propaganda, como, por ejemplo, siendo los primeros en portar las banderas en los desfiles y conferencias que organizaba el partido. Podría incluso compararse en la actualidad con el *merchandising* de tu equipo de fútbol o el póster de tu banda de música favorita. Como hemos mencionado anteriormente, dentro de estas agrupaciones juveniles, había "Guardianes de Propaganda" o "*Propagandawächter*", quienes eran responsables de difundir y fomentar la propaganda nazi entre sus compañeros y la sociedad en general. Estos jóvenes eran vistos como activistas y defensores de la ideología nazi, y se les alentaba a simpatizar con el partido de las formas más llamativas e incluso radicales posibles.

La implicación de este tipo de colectivos jóvenes plantea numerosas preguntas. ¿Cómo influye la propaganda o publicidad en la identidad y el pensamiento de los jóvenes? ¿En qué medida somos susceptibles a la influencia ideológica, especialmente en los primeros años de desarrollo? ¿Es factible evitar por completo que la propaganda tenga un impacto en la forma en que formamos nuestras creencias y valores? Estas preguntas nos invitan a pensar en cómo la comunicación, la publicidad y el contenido en los medios de comunicación son capaces de transformar por completo a una sociedad en su conjunto y a sus integrantes de forma individual.

4. Discusión y conclusiones

En este trabajo se ha explorado un tema fascinante y complejo, que implica la relación entre la fotografía, la propaganda y su correspondiente manipulación en el contexto del régimen nazi.

El estudio nos ha acercado en contexto e historia a esta época histórica, con el cual hemos sido capaces de empaparnos de información acerca del contexto histórico que vivió Alemania durante la primera mitad del Siglo XX.

Además de entender todo aquello que sucedía, gracias a las fotografías que se han rescatado y conservado de Hugo Jaeger y la relación con el contexto histórico, hemos tenido la posibilidad de observar parte de esta historia, desde los ojos de este fotógrafo profesional, o mejor dicho a través de su cámara.

La fotografía de Hugo Jaeger demuestra el poder persuasivo de las imágenes visuales, especialmente de las fotografías. Un arte que reside su base en crear un retrato fidedigno de la realidad utilizando una herramienta mecánica, que gracias a la interpretación de la luz capta, de alguna forma, la realidad, o, al menos, esa es la teoría. Hemos observado cómo este arte puede ser manipulado y utilizado para fines muy distintos, y eso nos plantea si la ética se puede separar del arte o es una consecuencia del mismo.

Por consecuencia directa, la ética y la responsabilidad artística se convierten en los mayores interrogantes y discusiones a lo largo del trabajo: ¿En qué medida el arte puede ser o debe ser utilizado como una herramienta para influir en la política? ¿Debería controlarse? ¿Cuál es el papel del artista en la difusión de mensajes y qué responsabilidad conlleva? ¿Cuáles son los efectos de la manipulación de imágenes en la percepción pública y el control de la información?

En este choque entre arte y manipulación es normal que nos surjan preguntas acerca de la naturaleza del arte, la política y el impacto mediático, tanto positivo como negativo, que puede tener el arte en la sociedad.

El arte ha sido considerado como una forma de expresión, con el objetivo de difundir y mostrar a la audiencia el mundo que nos rodea desde una perspectiva creativa, pudiendo diferir aún así de la realidad. La fusión de herramientas artísticas como la fotografía o la

pintura fueron utilizadas en la propaganda del siglo XX, así como son usadas las redes sociales hoy en día. Este símil nos pone en contexto del concepto de *libertad*, tanto artística como comunicativa, y cómo los grandes medios son capaces de dirigir y sugestionar a la población a su antojo. Y podemos entender así la gran influencia que suponía a los habitantes de esta época.

La relación entre el arte y la propaganda es un dilema complejo, pues la propaganda sin arte sólo serían palabras al aire, sin emoción, carisma o capacidad de atracción. Aun así este trabajo aboga por la libertad artística siempre y cuando no invada la libertad de otra persona o colectivo, factor que fue inexistente durante este movimiento extremista. Defendemos la responsabilidad del artista en la difusión de mensajes políticos y cómo esto puede afectar la percepción y la conciencia pública.

Por otra parte, el receptor, intérprete u observador de las obras de arte debe adquirir conciencia y comprensión crítica del mundo que les rodea. Sin cuestionar que el arte forma parte de nuestra vida cotidiana, y debemos establecer una relación auténtica y válida con el mismo para poder disfrutar de su belleza sin consecuencias.

Este estudio aboga por el pensamiento crítico, y la formación visual para una correcta interpretación del mundo que nos rodea, plagado de infinidad de anuncios, marcas y políticos que harán lo que esté en su mano para atraparnos en sus sistemas de consumo o ideológicos. Ser crítico y disponer de una correcta formación es la única alternativa de entender de una forma más profunda y personal el mundo que nos rodea.

5. Referencias

- Arnheim, R. (2002). *Arte y percepción visual: Psicología del ojo creador*. Alianza Forma.
- Cirlot, J. E. (1992). *Diccionario de símbolos*. Editorial Labor S.A.
- Corella, N. (2005). *Propaganda nazi*. Universidad Autónoma de Baja California
- Latner, J. (1994). *Fundamentos de la Gestalt*. Cuatro Vientos.
- Le Bon, G. (2016). *Psicología de masas*. Crotoquina Ediciones
- Cosgrove, B. (s.f.). *A Brutal Pageantry: The Third Reich's Myth-Making Machinery, in Color*. LIFE. <https://www.life.com/history/a-brutal-pageantry-the-third-reichs-myth-making-machinery-in-color/>
- Hoffman, H. (2011). *Hitler was my friend. The Memoirs of Hitler's Photographer*. Frontline Books.
- Jaeger, H. (1932). *Hitler's Birthday Flight*. Google Arts and Culture. <https://artsandculture.google.com/asset/hitler-s-birthday-flight-hulton-archive/CAF3cwKVKWLAcQ>
- Jaeger, H. (1938). *A crowd in Munich Germany during the time of the 1938 conference*. Google Arts and Culture. <https://artsandculture.google.com/asset/hitlerjaeger-file/YgE-8FFycwEYNQ>
- López, I. (2018). *Joseph Goebbels: Propaganda Nazi (1933-1945)*. [Trabajo de Fin de Grado, Universidad Miguel Hernández] <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/7026/1/LOPEZ%20FUENTES%20IRENE.pdf>

Quispe, J. (10 de abril de 2015). El fotógrafo de Hitler que murió en Bolivia y no quería que le dijeran nazi. *BBC*.

https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/04/150323_bolivia_hans_ertl_fotografo_hitler_lv

Ronk, L. (s.f.). *Hitler at 50: Color Photos From a Despot's Garish Birthday Bash*. LIFE.

<https://www.life.com/history/adolf-hitler-at-50-color-photos-from-a-despots-birthday-april-1939/>