



Universidad Nacional de Rosario

Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales

Licenciatura en Comunicación Social

El cine como instrumento de propaganda y manipulación de masas en el nazismo:

Análisis de las películas El Triunfo de la Voluntad y El Judío Süß

Alumna: Bárbara Girves

Tutor: Mauricio Mayol

Rosario, Mayo 2018



Resumen

La propaganda es un recurso del que se valen todas las ideologías y partidos políticos para difundir sus ideales. Puede adoptar diversas formas y medios para conseguir el objetivo. En el período comprendido entre 1933 y 1945 la propaganda adquirió un lugar central y preponderante en el régimen totalitario de Adolf Hitler, marcando un antes y un después.

El régimen impuesto por el Nacionalsocialismo utilizó todos los recursos necesarios para lograr influir en el pensamiento social. La principal estrategia era el empleo de propaganda con diferentes objetivos y argumentos para lograr adeptos. Una de las vías más utilizadas por el nazismo fue el cine, con fines propagandísticos. Todas las películas emitidas debían contener un mensaje pro-nazi, utilizando los adelantos de la técnica y el arte.

En el siguiente trabajo se analizarán dos películas emblemáticas de propaganda nazi: *El Triunfo de la Voluntad* y *El judío Süß*. Nos sumergiremos por completo en la descripción y análisis de los componentes cinematográficos específicos de la imagen nazi y sus procedimientos narrativos.

Se tendrán en cuenta los argumentos y objetivos de propaganda en cada film, y en el caso del Judío Süß, además, se hará un reconocimiento del proceso de construcción del enemigo.

Palabras clave

Hitler- Nazismo- Totalitarismo- Propaganda- Manipulación- Masas- Comunicación de masas- Componentes cinematográficos- Cine- Antisemitismo- Enemigo- El triunfo de la Voluntad- El judío Süß.

Índice:

Introducción.....	4
1. Contexto histórico, político y social: surgimiento del Nazismo.....	7
1.1 El movimiento totalitario.....	12
1.2 Masas y propaganda.....	18
1.3 Breve historia del cine Alemán.....	22
2. Los directores del régimen.....	25
3. Derivaciones en los medios de la propaganda política en la actualidad.....	27
4. El triunfo de la Voluntad.....	30
4.1 Alemania es Hitler como Hitler es Alemania.....	33
4.2 Análisis de componentes cinematográficos.....	36
5. El judíoSüss.....	62
5.1 La trilogía antisemita.....	68
5.2 Análisis de códigos cinematográficos.....	73
6. Conclusiones finales.....	80
Bibliografía.....	84

Introducción:

El cine es uno de los grandes inventos del mundo contemporáneo. La gran pantalla lleva desde finales del siglo XIX siendo uno de los vehículos de información más influyente del mundo. Recoge todo tipo de vivencias, ideologías, experiencias y las proyecta en una pantalla supervisada por millones de personas. La facilidad del “séptimo arte” para compartir todo esto con la sociedad le convierte en una vía usada por partes iguales para proyectar ilusiones y a la vez, y por desgracia, para intentar influir en el pensamiento social de manera muy criticable, moralmente hablando. Sobre todo si ocurre como en el caso que se va a estudiar y se pone al servicio de propagandas de ideologías que no respetan los derechos humanos y que son usadas para llevar a cabo actos terroríficos.

La propaganda es un recurso del que se valen todas las ideologías y partidos políticos para difundir sus ideales. Puede adoptar diferentes formas y medios para conseguir el objetivo. En el período comprendido entre 1933 y 1945 la propaganda adquirió un lugar central y preponderante en el régimen totalitario de Adolf Hitler, marcando un antes y un después. Antes de asumir al poder, Hitler comprendió la importancia de la oratoria, la propaganda y los símbolos como identificación con una causa.

Una de las primeras medidas de Hitler fue crear el Ministerio de Propaganda, controlado por Joseph Goebbels, quien se encargaba de regular y dirigir los medios de comunicación para mantener a las masas adoctrinadas bajo el deseo del Führer. El objetivo del ministerio era conseguir que el mensaje nazi fuera transmitido con éxito a través del arte, la música, el teatro, las películas, la radio y la prensa en general. Para su consecución Goebbels creó los 11 principios de la propaganda que actualmente se siguen utilizando como referencia por lo innovadoras y efectivas que resultaron.

Los diferentes medios de comunicación sufrieron la censura impuesta por el nazismo que pretendía que los medios estuvieran a su disposición y servicio. Uno de los más afectados fue el cine, que a su vez también sufrió la censura. Todas las películas que eran emitidas debían contener un mensaje pro-nazi. El Estado era quien se ocupaba de emitir películas documentales de propaganda, utilizando todos los adelantos de la técnica y el arte. Desde el

comienzo del régimen los funcionarios entendieron la capacidad y el poder de influencia que tenía el cine utilizado con fines propagandísticos.

Los antecedentes del cine alemán mostraban una tendencia a resaltar el valor de la imagen y la producción artística por sobre el diálogo. El expresionismo alemán sacaba a relucir lo más profundo del alma del artista y sus máximas frustraciones o inquietudes sobre la realidad. Vampiros, asesinos, locos y tiranos desfilaban por la pantalla del cine alemán. Esto se ha interpretado por varios estudiosos como el reflejo de una sociedad en crisis que encontró la salida en el nacionalsocialismo.

Hitler reconocía las falencias de la propaganda alemana en la Primera Guerra, por lo que creía que en su gobierno era fundamental reforzarla. La palabra del Führer era el principal instrumento de propaganda, ya sea en los mítines y congresos o en la radio. Luego le seguía el cine que fue utilizado en todos sus géneros, documentales, ficciones, bélicos. Pero sobre todas las cosas, los nazis se encargaron de que todas las producciones tuvieran un mensaje de propaganda. Es interesante analizar los filmes de ese momento ya que los mensajes son más eficientes cuanto más inconscientes son para el espectador a través de los planos, el montaje, los movimientos de cámara o la banda sonora.

La directora elegida por Hitler y Goebbels para representar al régimen fue Leni Riefenstahl. Aclamada directora de cine que se dedicó especialmente a dirigir y producir uno de los documentales de propaganda más emblemáticos del Nazismo: *El Triunfo de la Voluntad*, que analizaremos a la brevedad. En él se resaltan los valores más importantes que caracterizaron al régimen: la supremacía de la raza aria, el poder de los símbolos nazis, las masas y la divinidad del Führer.

Además del cine documental se crearon ficciones que contenían mensajes de propaganda pero no eran tan frecuentes. Analizaremos también el caso de *El Judío Süß*, creada por Veit Harlan en 1940, una de las más reconocidas y polémica por su carácter antisemita. Si bien es cierto que las producciones de este tipo, con un fuerte antisemitismo no fueron tan bien recibidas en el pueblo alemán, es necesario examinar cómo se produjo la construcción del enemigo a través del cine.

Para el análisis de las películas mencionadas, se procederá a contextualizar el clima en el que surgieron; el contexto histórico, político, económico y social en el que fueron filmadas ya que todo discurso se rige por las condiciones que proporcionaron su emergencia. Los conceptos de totalitarismo, sociedad y psicología de masas, propaganda, comunicación y manipulación de masas, enemigos, antisemitismo serán claves para tratar de comprender cómo se combinaron para crear un régimen que perduró en el poder durante doce años con el apoyo de gran parte del pueblo alemán.

Por otra parte, será necesaria una breve introducción sobre el cine prehitleriano. Los antecedentes y estudios sobre las características generales del expresionismo alemán permitirán acercarnos a la psicología y cinematografía de los alemanes en ese entonces. También se tendrán en cuenta datos biográficos de los directores y su relación con el nazismo.

Por último, nos sumergiremos por completo en la descripción y análisis de los componentes cinematográficos específicos de la imagen nazi y sus procedimientos narrativos. El análisis semiótico puede aplicarse tanto a un texto lingüístico como a uno filmico, cuyo discurso se articula en unidades (imágenes, planos, escenas, secuencias) de la misma manera que un código gramatical, con la salvedad de que el discurso filmico no se organiza linealmente. La combinación de todos sus componentes (lenguaje/sonido, imagen, movimiento) dentro de un proceso semiótico configura el discurso cinematográfico como un conjunto complejo y estructurado de enunciados múltiples, a los que la cámara, con sus ángulos y movimientos, imprime un determinado punto de vista. C. Metz (1972) establecía cinco materias de expresión del cine: la imagen fotográfica en movimiento, los ruidos, la música, el lenguaje verbal hablado y las menciones escritas. Peirce (1974) los reduce a tres: iconos (imágenes), símbolos (palabras) e indicios, que abarcarían todos los signos con una relación causa-efecto, ruidos, colores o síntomas naturales (Casetti: 1991).

Se tendrán en cuenta los argumentos y objetivos de propaganda en cada film, se buscará identificar los principios establecidos por Goebbels y en el caso del Judío Süß, además, se hará un reconocimiento del proceso de construcción del enemigo.

1. Contexto histórico, político y social: surgimiento del Nazismo

“Mirar a nuestro alrededor para ver que estamos de pie en medio de una montaña de escombros de los pilares de las verdades más conocidas”.

Hannah Arendt.

Nazismo es la contracción de la voz alemana *Nationalsozialismus*, que significa Nacionalsocialismo, y hace referencia a todo lo relacionado con la ideología y el régimen que gobernó Alemania de 1933 a 1945 con la llegada al poder del Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán de Adolf Hitler (NSDAP), el autoproclamado Tercer Reich.

El origen inmediato del nacionalsocialismo debe buscarse en las consecuencias de la derrota alemana en la Primera Guerra Mundial (1914-1918). De acuerdo con los términos del Tratado de Versalles (1919), Alemania era la única responsable del conflicto, por lo que fue despojada de su imperio colonial y de importantes territorios en el continente y obligada a pagar onerosas reparaciones de guerra. La vida política y económica alemana se vio gravemente afectada a causa de las condiciones de este acuerdo.

La República de Weimar, régimen instaurado en Alemania tras la disolución del II Reich (II Imperio Alemán) al finalizar la guerra, se vio sometida a crecientes ataques tanto de la derecha como de la izquierda durante estos años y no fue capaz de solucionar eficazmente la desesperada situación del país. Como resultado de este clima político surgieron diferentes movimientos y partidos que buscaban hacerse con el poder; uno de ellos es el que se conoce como Partido Obrero Alemán - luego conocido como Partido Obrero Alemán Nacional-Socialista-, que tenía como objetivo orientar el apoyo de la clase obrera a un movimiento nacionalista que canalizara el resentimiento alemán por el Tratado de Paz de Versalles. (Thornton, 1967)

La elevada inflación, que alcanzó un punto crítico en 1923, casi terminó con la clase media alemana, y muchos de sus miembros, empobrecidos y sin esperanzas, se comenzaron a sentir atraídos por los grupos políticos radicales que surgieron en la posguerra. Pocos años

después de que se hubiera alcanzado un cierto grado de progreso y estabilidad económica, la crisis mundial que comenzó en 1929 sumió a Alemania en una depresión que parecía irremediable.

Era evidente que el pueblo alemán necesitaba imperiosamente que alguien tomara las riendas y encaminara al país. Estos factores prepararon el terreno para que Adolf Hitler, frustrado pintor de nacionalidad austríaca, voluntario durante la Primera Guerra Mundial y que profesaba un profundo odio hacia los judíos, apareciera en escena como el gran salvador de Alemania.

Hitler era miembro del Partido Obrero Alemán y para 1921 ya se había convertido en el líder absoluto. Aportó al joven partido algo que, en una forma tan estudiada, no poseía ningún otro partido: un sistema de propaganda. “Influencia sobre la masa, concentración sobre unos pocos tópicos, incesante repetición de lo mismo, orgullosa redacción del texto en forma de afirmaciones apodícticas, máxima tenacidad en cuanto a la divulgación y paciencia en cuanto a la espera de los resultados”; así describió él mismo el método de su propaganda(Heiden, 1939). A partir de ese año comenzó a difundir su doctrina de odio racial y desprecio por la democracia en los numerosos mítines que organizó y, mientras tanto, las organizaciones paramilitares del partido aterrorizaban a sus enemigos políticos. No tardó en convertirse en una figura clave de la política.

En el año 1923, en un momento de caos político y económico, el Partido Obrero encabezó una rebelión en Munich contra la República de Weimar, en la cual se autoproclamó canciller de un nuevo régimen autoritario. No obstante, el conocido como putsch de Munich fracasó por falta de apoyo militar. Adolf Hitler fue sentenciado a cinco años de prisión como líder del intento de golpe de Estado, y dedicó los ocho meses de condena a redactar su autobiografía: Mein Kampf (Mi lucha). Fue liberado gracias a una amnistía general en diciembre de 1924.

Durante la crisis económica de 1929, muchos alemanes aceptaron su teoría que la explicaba como una conspiración entre judíos y comunistas. Consiguió atraer el voto de millones de ciudadanos prometiendo reconstruir una Alemania fuerte, crear más puestos de trabajo y devolver la gloria nacional. La representación del partido nazi en el Reichstag pasó de 12 diputados en 1928 a 107 en 1930. El partido continuó creciendo durante los dos años

siguientes aprovechando la situación creada por el aumento del desempleo, el temor al comunismo y la falta de decisión de sus rivales políticos.

La ideología del partido va a ser definida por Hitler en dos escritos: 25 puntos del Partido Obrero Alemán, de 1920 y en Mein Kampf. Ambos escritos contienen aspectos básicos comunes con respecto a la aplicación de su política. Las doctrinas del partido nazi se agrupan en cuatro puntos básicos entre los que se destaca la superioridad de la raza aria; Adolf Hitler afirmaría que el pueblo alemán desciende una raza superior, teniendo por consiguiente supremacía sobre las otras razas. Esta creencia se puede corroborar en algunos puntos (3,4 y 8) de los 25 puntos del Partido mencionados anteriormente¹:

3. Exigimos territorio y suelo (colonias) para la alimentación de nuestro pueblo y para establecer en ellos al exceso de nuestra población.

4. Sólo los miembros de la nación podrán ser ciudadanos del Estado. Sólo pueden ser miembros de la nación aquellos por cuyas venas corra sangre alemana, sin distinción de su credo religioso. Por consiguiente, ningún judío puede ser miembro de la nación.

8. Hay que impedir en lo sucesivo toda inmigración no alemana. Exigimos que se obligue a todo no ario llegado a Alemania después del 2 de agosto de 1914, a abandonar de inmediato el territorio del Reich.

Lo expuesto anteriormente revela otro aspecto crucial del nazismo: el antisemitismo. Hitler dejó en claro su desprecio hacia los judíos, a los que consideraba parte de una raza inferior, que corrompía y destruía la pureza alemana. Además, era imprescindible y urgente desterrarlos y/o aniquilarlos.

El fortalecimiento del Estado Alemán, personificado en la figura del Führer, implicaba la sumisión del pueblo a la voluntad del líder que llevaría a los alemanes a la grandeza, a recuperar su lugar en la historia. Este otro aspecto queda reflejado en los puntos 17, 20 y 21:

17. Exigimos una reforma agraria de acuerdo a nuestras necesidades nacionales, la sanción de una ley que permita la confiscación, sin compensación, de tierras destinadas a

fines de bien común, la abolición de los intereses hipotecarios y la prohibición de especular con tierras.

20. (...) *el Estado debe proceder a una ampliación vigorosa de todo el sistema de instrucción pública. La escuela debe proporcionar a los alumnos la comprensión de la idea del Estado. Exigimos que el Estado eduque a sus expensas a los niños dotados de superior inteligencia e hijos de padres pobres, sean cuales fueren la clase u ocupación de estos últimos.*

21. *El Estado debe encargarse de elevar el nivel general de la salud de la nación. Amparando a las madres y niños, propendiendo a la mayor eficiencia física por la imposición legal de dedicarse a la gimnasia y los deportes (...)*¹

Por último, el expansionismo, afirmaba que el pueblo alemán tenía derecho de conquistar su espacio vital para la supervivencia de la población, ya sea de forma militar o pacífica. Esto explica el posterior comportamiento del Partido y su voluntad de expansión hacia el este de Europa.

En 1933 Adolf Hitler fue nombrado Canciller de Alemania y dictó su discurso frente a una multitud exaltada, cegada por la elocuencia de su líder. La clave del discurso fue su capacidad de revivir el sentimiento de orgullo nacional debilitado tras la Primera Guerra Mundial y su promesa de salvar a la Nación y a la patria. A continuación se citan algunas frases del mencionado discurso dictado en El Palacio de Deportes de Berlín.

Berlín, 19/2/1933

Joseph Goebbels:

-“Esta noche estáis siendo testigos de un acontecimiento de tal magnitud que jamás se había visto nada parecido en Alemania ni en el resto del mundo. Esta noche, al menos 20 millones de personas en Alemania y sus fronteras oirán el discurso del Canciller Adolf Hitler”

La cámara se desplaza entre la multitud que eufórica saluda a su Führer “el líder de la joven Alemania” con *Heils* y vítores. Luego de un largo silencio, Hitler, pronuncia sus primeras palabras:

¹ HEIDEN, Konrad “Historia del Nazismo, nacimiento del Tercer Reich”. Editorial Claridad; 1939; Buenos Aires

-“Compatriotas alemanes, el 30 de enero se formó el nuevo gobierno Nacional. Yo, y conmigo el movimiento nacionalsocialista nos hemos incorporado a él. Siento que el objetivo por el que tanto he luchado en los años pasados ha sido alcanzado. Cuando terminó la guerra en 1918, yo era igual que muchos millones de otros alemanes, no responsable de las causas de la guerra, no responsable del estallido de la guerra, no responsable de la conducción de la guerra y no responsable de la situación política de Alemania. (...) Hubo un tiempo en que un alemán solo podía estar orgulloso del pasado, cuando el presente causaba vergüenza. Con el declive de la política extranjera y la decadencia del poder político comenzó el derrumbe interno, la disolución de nuestras grandes organizaciones nacionales y la decadencia y la corrupción de nuestra administración. Y así comenzó el declive de nuestra Nación”.

-“(...) He decidido el 30 de enero utilizar a mi Partido-antano de 7 hombres y ahora de 12 millones- para salvar a la nación y a la patria. Tal y como yo trabajé durante 14 años para construir este movimiento y hacerlo crecer de siete a doce millones, así trabajaré, así trabajaremos todos para la resurrección de la nación alemana”.

-“Pueblo de Alemania: dadnos cuatro años y juro que del mismo modo que he ocupado el poder, también lo abandonaré. No lo he hecho buscando una recompensa, ¡LO HE HECHO POR VOSOTROS!

Lo que el pueblo alemán jamás imaginó es que su salvador tenía planes muy diferentes para Alemania.

1.1 El movimiento totalitario

Adolf Hitler buscó imponer un régimen totalitario en un país que no lo era y que se regía bajo condiciones de un Gobierno constitucional y libre. Siguiendo a Hannah Arendt (2006), se entiende que el Gobierno totalitario transforma a las clases en masas, suplanta el sistema de partidos por un movimiento de masas, desplaza el centro del poder del Ejército a la Policía y establece una política exterior encaminada a la dominación mundial.

Teóricos de la Escuela de Frankfurt, entre ellos Carl Fiedrich destacaron 5 elementos de los totalitarismos: ideología única, partido único de masas encabezado por un líder que está por encima del aparato, el terror como instrumento político, el monopolio de los medios de persuasión y violencia y por último, la planificación central de la economía (García, Slavinsky, D'Adamo, 2011)

Una de las características de los totalitarismos y que interesa especialmente a los fines de esta investigación, es que estos movimientos existen en un mundo que en sí mismo no es totalitario y por lo tanto se ven forzados a recurrir a la propaganda. Esta propaganda se dirige a una esfera exterior, ya sea a los estratos no totalitarios de la población del país, o a los países extranjeros no totalitarios. Asimismo, la contracara de la propaganda es el terror, que constituye la verdadera esencia de esta forma de gobierno.

Esta forma de dominio totalmente nueva, al mismo tiempo que destruye las capacidades políticas del hombre alejándolo de la participación activa en la política, busca destruir las instituciones y los grupos que conforman la trama de las relaciones de la vida privada a través de un accionar que combina el terror y la propaganda. (Arendt, 2006)

En la Alemania Nazi reinaba el terror por sobre una nación completamente sometida que se veía amenazada con vivir contra las leyes de la naturaleza y de la vida. Es característico de estos regímenes el valerse de afirmaciones “científicas”, de anunciar sus intenciones políticas bajo la forma de profecías científicas.

El totalitarismo es producto de la sociedad capitalista industrial de la primera mitad del siglo XX que se relaciona con la irrupción de las masas en la vida política, social y cultural. “Sólo el populacho y la élite pueden sentirse atraídos por el ímpetu mismo del totalitarismo; las masas tienen que ser ganadas por la propaganda” (Arendt, 2006) Esta

afirmación de Arendt es crucial para comprender los elementos claves del totalitarismo, especialmente los que permitieron que el nazismo se mantuviera en el poder durante 12 años: las masas y la propaganda.

No es casualidad que una de las primeras medidas de Hitler al poco de tiempo de asumir el poder fuera la de crear un ministerio destinado a la Propaganda. Estuvo dirigido por el ministro Joseph Goebbels y su principal objetivo era la regulación de la prensa, la literatura, el arte visual, el cine, el teatro, la música y la radiodifusión. Es innegable el aporte de Hitler y Goebbels a la propaganda moderna, la transformaron a través de innovaciones en los procedimientos y técnicas.

La propaganda intenta forzar una doctrina sobre la gente, opera sobre el público en general desde el punto de vista de una idea y los prepara para la victoria de la misma. El cometido de la propaganda consiste en reclutar adeptos, en tanto que el de la organización es ganar miembros. Adepto a una causa es aquel que declara hallarse de acuerdo con los fines a que tiende la misma; miembro es el que lucha por ella. (Hitler, 2016)

Hitler comprendió la importancia de la propaganda y estaba convencido de que era fundamental que la forma de la misma estuviera acondicionada de modo que apoye al objetivo perseguido. En “Mein Kampf” deja en claro su postura e incluso reflexiona sobre la propaganda alemana durante la primera guerra, a la que califica como deficiente y errónea: deficiente en la forma y psicológicamente errada en su carácter.

El ministro y su líder se interesaron en especial por la producción de películas, documentales y noticieros que se determinó que fuesen de visionado obligatorio para todo aquel que asistiera al cine. Estas piezas se encargaban de mostrar las victorias de los alemanes e incluso los noticieros eran llevados hasta las poblaciones rurales y proyectados en las escuelas. Nadie estaba exento de ser influenciado por la maquinaria propagandística. En palabras de Goebbels: “ Educamos a las personas de acuerdo a una cosmovisión común con la ayuda de los films, la radio y la prensa, a los que el Führer ve como las herramientas más importantes del liderazgo popular. El Estado nunca debe dejar que se escapen de sus manos” (García, Slavinsky, D’Adamo, 2011).

Los nazis veían en la propaganda una herramienta fundamental para adoctrinar a las masas y supieron aprovechar el potencial que ofrecen los medios de comunicación. Ellul (1965) la

define como un fenómeno sociológico propio de la sociedad de masas y una técnica de “manipulación psicológica” penetrante y potente, que se vale de verdades, mentiras y verdades a medias, que guía a idénticos resultados sin importar quiénes la empleen y que, por sus efectos instantáneos y masivos, destruye cualquier sentido histórico y de reflexión crítica en los individuos.

La propaganda política, pensada como una empresa organizada para influir y dirigir la opinión, aparece en el siglo XX, al término de una evolución que le da su campo propio: la masa moderna; y sus medios de acción: las nuevas técnicas de información y comunicación. (Domenach, 2009)

La propaganda en general se define como un mensaje con intencionalidad directa o indirectamente política, totalmente controlado por el emisor en sus fases de producción y difusión, cuyo objetivo es la promoción deliberada de las ideas e intereses del comunicador, con el objetivo de producir en el público seleccionado ciertas respuestas cognitivas, afectivas y/o comportamientos acordes (García, Slavinsky, D’Adamo, 2011). Es estratégica, dado que se comunica con la intención de orientar a los receptores hacia ciertos objetivos. Tiene un carácter transaccional, en tanto se espera que el receptor decodifique de un determinado modo lo comunicado y actúe en consecuencia. Recurre a los símbolos para la generación de significados. El éxito de la simbología del nazismo queda en evidencia por la huella que ha dejado en la memoria cultural. Casi todas las personas en cualquier parte del mundo son capaces de reconocer los símbolos e imágenes empleadas por el régimen: el águila imperial, la esvástica, la cruz gamada, el saludo característico con la mano extendida al grito de “*Heil Hitler*”.

La propaganda nazi podría considerarse de tipo vertical, es decir que proviene de un líder que actúa desde una posición de superioridad y busca persuadir al público en general. Se concibe en secreto, emplea los medios masivos de comunicación y se dirige a una audiencia pasiva (García, Slavinsky, D’Adamo, 2011). Los nazis creían en la propaganda total, en la posibilidad de ejercer un control absoluto sobre las mentes del pueblo alemán, y el mayor dominio posible sobre las mentes extranjeras.

La propaganda nazi se puede agrupar en 4 ejes:

1. El enaltecimiento del líder, immaculado, con un aura de santidad, omnipresente, omnipotente. Siempre apoyado por los niños, por los ciudadanos y por su “reino”.
2. El discurso nacionalsocialista tenía un destinatario indiscutido: el hombre ario, fuerte, duro, atlético, trabajador, bello y parte de un imaginario que fue sostenido por el modelo hasta el final de sus días.
3. En tiempos de guerra, la propaganda no olvida a los artífices de las victorias en los campos de batalla. Por ese motivo, los soldados fueron parte importante de los mensajes emitidos por los distintos departamentos encargados de la propaganda. Ellos señalaban el camino hacia la victoria y se los mostraba embanderados con la causa, fieles al líder.
4. Una característica vital del régimen nazi que dejó su huella por siempre en la historia de la comunicación política fue la ejecución de contra propaganda. Se caracterizó por ser brutal contra todos sus enemigos, especialmente los judíos.

Además del mensaje que se transmitía, Hitler consideraba fundamental establecer reglas para la propaganda, entre las que se destacan: la simplicidad, la repetición, la evitación de ideas y apelaciones abstractas, el uso de las emociones, el empleo de frases estereotipadas y etiquetas y consignas distintivas para identificar personas y acontecimientos, la repetición frecuente de las mismas mentiras y la identificación de un enemigo en particular. Por este motivo crea el Ministerio de Propaganda, encargado de regular y dirigir toda la propaganda del régimen. Goebbels fue el elegido para redactar los once principios de la propaganda, que aún hoy se aplican en la propaganda moderna. Entre ellos:

1. **Principio de simplificación y del enemigo único.** Adoptar una única idea, un único símbolo. Individualizar al adversario en un único enemigo.
2. **Principio del método de contagio.** Reunir diversos adversarios en una sola categoría o individuo. Los adversarios han de constituirse en suma individualizada.

3. **Principio de la transposición.** Cargar sobre el adversario los propios errores o defectos, respondiendo el ataque con el ataque. “Si no puedes negar las malas noticias, inventa otras que las distraigan”.
4. **Principio de la exageración y desfiguración.** Convertir cualquier anécdota, por pequeña que sea, en amenaza grave.
5. **Principio de la vulgarización.** Toda propaganda debe ser popular, adaptando su nivel al menos inteligente de los individuos a los que va dirigida. Cuanto más grande sea la masa a convencer, más pequeño ha de ser el esfuerzo mental a realizar. La capacidad receptiva de las masas es limitada y su comprensión escasa; además, tienen gran facilidad para olvidar.
6. **Principio de orquestación.** La propaganda debe limitarse a un número pequeño de ideas y repetirlas incansablemente, presentarlas una y otra vez desde diferentes perspectivas, pero siempre convergiendo sobre el mismo concepto. Sin fisuras ni dudas. De aquí viene también la famosa frase: «Si una mentira se repite suficientemente, acaba por convertirse en verdad».
7. **Principio de renovación.** Hay que emitir constantemente informaciones y argumentos nuevos a un ritmo tal que, cuando el adversario responda, el público esté ya interesado en otra cosa. Las respuestas del adversario nunca han de poder contrarrestar el nivel creciente de acusaciones.
8. **Principio de la verosimilitud.** Construir argumentos a partir de fuentes diversas, a través de los llamados globos sondas o de informaciones fragmentarias.
9. **Principio de la silenciación.** Acallar las cuestiones sobre las que no se tienen argumentos y disimular las noticias que favorecen el adversario, también contraprogramando con la ayuda de medios de comunicación afines.
10. **Principio de la transfusión.** Por regla general, la propaganda opera siempre a partir de un sustrato preexistente, ya sea una mitología nacional o un complejo de odios y prejuicios tradicionales. Se trata de difundir argumentos que puedan arraigar en actitudes primitivas.

11. Principio de la unanimidad. Llegar a convencer a mucha gente de que piensa «como todo el mundo», creando una falsa impresión de unanimidad.

Es fundamental comprender estos principios y la maquinaria de propaganda, que permitieron que el régimen se sostuviera en el tiempo y de la manera en que lo hizo. Sería absurdo creer que el nazismo se mantuvo sólo gracias a la propaganda, pero es una de las herramientas más poderosas e indiscutidas del régimen.

1.2 Masas y propaganda

“El Partido Nazi no deberá convertirse en el alguacil de la opinión pública, deberá dominarla. No será un sirviente de las masas sino su amo”.

Adolf Hitler.

La sociedad de masas se relaciona con la aparición de las trágicas experiencias totalitarias en el siglo XX. Esto se debe al apogeo de la comunicación de masas y al debilitamiento de los vínculos tradicionales, que preparan las condiciones para el aislamiento y la alienación de las masas.

Las masas se sienten obsesionadas por un deseo de escapar de la realidad porque no pueden soportar sus aspectos accidentales e incomprensibles. La rebelión de las masas contra el realismo y el sentido común fue el resultado de su atomización. La fuerza que posee la propaganda totalitaria descansa en su capacidad de aislar a las masas del mundo real.

Son un elemento fundamental para los regímenes totalitarios; es más, no hubiera sido posible la llegada de los mismos sin este fenómeno. Ortega y Gasset (1930) describe en el hombre-masa la antítesis de la figura del humanista culto. La masa es todo lo que no se valora a sí mismo- ni en bien ni en mal- mediante razones especiales, pero que se siente “como todo el mundo” y sin embargo no se angustia, es más, se siente a sus anchas al reconocerse idéntico a los demás.

Si bien hay diferentes concepciones de sociedad de masas, muchas definiciones coinciden en que las masas están constituidas por una agregación homogénea de individuos que –en cuanto miembros- son sustancialmente iguales, no diferenciables, aunque procedan de ambientes distintos, heterogéneos y de todos los grupos sociales.

El factor del aislamiento físico y “normativo” del individuo en la masa es lo que explica la capacidad manipuladora que se le concede a la teoría hipodérmica. Si se da en el blanco, la propaganda obtiene el éxito preestablecido. Cada individuo es un átomo aislado que reacciona por separado a las órdenes y a las sugerencias de los medios de comunicación de masas monopolizados (Wolf, 1987).

El modelo de comunicación de la teoría hipodérmica es una teoría de la acción, elaborada por la psicología conductista, que se basa en el estudio del comportamiento de los seres humanos a través del concepto estímulo/respuesta. Las descripciones de sociedad de masas coinciden con este modelo, ya que proporcionaban el soporte sobre el cual basar las convicciones acerca de la inmediatez y la inevitabilidad de los efectos. El surgimiento de dicha teoría coincide con la aparición de los medios masivos en una sociedad que no era consciente de su efecto y eran representadas como atomizadas, alienadas y primitivas.

“Los mass media constituían una especie de sistema nervioso que se extiende hasta cada ojo y oído, en una sociedad caracterizada por la escasez de relaciones interpersonales y por una organización social amorfa” (Katz-Lazarsfeld citado en Wolf, 1987)

Hitler vendría a ocupar el lugar de líder absoluto, encarnando el poder de los mass media, guiando al pueblo hacia la salvación y la grandeza. Si bien la palabra del Führer era lo más importante y poderoso para motivar a las masas y generar el sentimiento patriótico, no hay que olvidar la gran maquinaria de propaganda que lo rodeó. Es más, sin la organización totalitaria no hubiera podido crear ese velo de misterio y fascinación a su alrededor.

“Por regla general la propaganda opera siempre a partir de un sustrato preexistente, ya sea una mitología nacional o un complejo de odios y prejuicios tradicionales; se trata de difundir argumentos que puedan arraigarse en actitudes primitivas.” Esta frase, atribuida a Göebbels refleja la manera de operar del Nazismo. Fueron muy inteligentes a la hora de imponer su visión, asentándose en tradiciones antiguas o leyendas de mitología. Además, es interesante analizar la manera en la que Hitler supo adaptar sus argumentos y el tono de acuerdo al público al que se dirigía. Era un maestro de la persuasión: con sus antiguos compañeros evocaba el heroísmo de las luchas pasadas; ante los campesinos hablaba de la dicha familiar; frente a las mujeres ponía énfasis en la importancia de ser madres de grandes niños alemanes (García, Slavinsky, D’Adamo, 2011).

Domenach (2009) hace un análisis curioso sobre la propaganda nazi y la respuesta de las masas. Plantea que Hitler comprendió que la masa al coagularse cobra un carácter más sentimental, más femenino. *“En su gran mayoría el pueblo se encuentra en una disposición de ánimo y un espíritu a tal punto femeninos, que sus opiniones y sus actos son determinados mucho más por la impresión producida en sus sentidos que por la pura*

reflexión". En esto radica el éxito de la propaganda nazi en la masa alemana: el predominio de la imagen frente a la explicación, de lo sensible brutal frente a lo racional. Muchos de los discursos de Hitler no tenían un objetivo concreto, sino más bien buscaban sobreexcitar a las masas y aumentar el sentimiento de odio hacia el enemigo. Se componían de gritos de guerra, amenazas, profecías vagas y descabelladas que eran aceptadas, precisamente porque el público era incapaz de tener una mirada racional y eran movidos a pensar y actuar en base a emociones y sentimientos.

Hitler y Goebbels no dejaron nada librado al azar. Comprendieron las características de las masas y los momentos en los que eran más susceptibles de ser captadas. Hitler se convirtió en un ser omnipresente; era muy común que las familias se reunieran los domingos a escuchar los discursos radiales del Führer. En su libro *Mein Kampf*, expresa claramente la importancia que le atribuye a la palabra hablada por sobre lo escrito, argumentando que el orador es capaz de interpretar las reacciones del auditorio, siempre y cuando tenga la capacidad de "leer" en la masa los cambios de emociones, mientras que el escritor no conoce a su público y debe darle a sus exposiciones un carácter general.

El orador se dejará influenciar siempre por la masa, de modo que, instintivamente, fluyen de sus labios justamente aquellas palabras que él necesita para tocar el alma de sus oyentes (Hitler, 2016).

La frase citada anteriormente refleja en cierta medida la teoría de Freud sobre la psicología de las masas. Intenta descubrir las fuerzas psicológicas que dan como resultado la transformación de los individuos en masa. Freud (2005) plantea que para que los individuos se agrupen, tiene que haber un lazo que los una. En su teoría expone que ese lazo es de naturaleza libidinal, los individuos obtienen gratificaciones directas o indirectas a través del sometimiento a la masa, donde liberan sus pulsiones inconscientes.

En "Ensayos sobre la propaganda fascista" se reúne y complejiza el análisis sobre la propaganda de Adorno. Echa por tierra la concepción de los "intelectuales nazis" como individuos poseedores de una inteligencia superior; es más, plantea que es necesario pensar en otras fuentes de manipulación que no sean la erudición.

"La fuente principal parece ser la identidad básica del líder y seguidor, que circunscribe uno de los aspectos de la identificación. El líder puede adivinar las necesidades y deseos

psicológicos de aquellas personas que pueden ser receptivas a su propaganda porque psicológicamente se parece a ellas, y se distingue, más que por una superioridad intrínseca, por la capacidad de expresar sin inhibiciones lo que en otros está latente” (Adorno, 2005). Lo único que tiene que hacer para crear una afinidad en la psicología de su audiencia es explotar con habilidad su propia psicología.

1.3 Breve historia del cine alemán

“Las películas de una nación reflejan su mentalidad de forma más directa que otros medios artísticos”.

Sigfried Kracauer.

Las películas nunca son el resultado de una obra individual. Se dirigen e interesan a la multitud anónima. Los filmes populares satisfacen deseos reales de las masas. Al registrar el mundo visible, las películas proporcionan claves de los procesos mentales ocultos.

Detrás de la historia evidente de los cambios económicos, de las exigencias sociales y de las maquinaciones políticas, existe una historia secreta que abarca las tendencias íntimas del pueblo alemán. La demostración de esas tendencias por medio del cine puede contribuir a la comprensión del poderío y ascenso de Hitler. (Kracauer, 1947)

El cine alemán cobró verdadera importancia y preponderancia luego de la primera guerra mundial. Ya en ese entonces se empezó a notar un incremento de películas propagandísticas que mostraban a los soldados alemanes venciendo a los británicos y reflejaban el poderío de las tropas. Esta era una característica del cine Alemán que persistió hasta el final del nazismo.

Con la crisis de 1929 se vio afectada la industria cinematográfica Alemana. Berlín estaba sumido en un caos de manifestaciones públicas. En ese momento de agitación apareció Hitler en escena, generando empatía con el pueblo que pareció tomar al hitlerismo como una religión. Kracauer (1947) plantea que el pueblo alemán se oponía políticamente al nazismo pero tenían cierta predisposición al credo nazi; y dice “Los filmes de este período prehitleriano arrojan bastante luz sobre la situación psicológica en que se estaba”.

A fines del siglo XIX y principios del XX empezaron a aparecer diferentes corrientes artísticas que se oponían a las tradiciones instauradas luego del Renacimiento. Una de ellas y la que más fuerza cobró en Alemania es el expresionismo, considerada una vanguardia reaccionaria que impactó en todas las áreas artísticas; pintura, escultura, música y hasta la cinematografía. Además, hay que tener en cuenta que en este período se produjo la transición de las películas mudas a parlantes. A pesar de la aparición del diálogo y el

sonido, los alemanes nunca dejaron de darle más importancia a la imagen por sobre la palabra; más aún durante el nazismo.

El siglo XX en Alemania comenzó trágicamente tras la derrota en la Primera Guerra y lo resuelto en el Tratado de Versalles. Ante esta situación, el país se inundó de un sentimiento de negatividad y extrañamiento frente al mundo y a la crisis del positivismo. Los artistas empezaron a manifestar su visión del mundo a través de experiencias íntimas y oscuras de la realidad, a la que consideraban algo que había que experimentar desde la más profunda interioridad, y así apelaban a vivencias corporales y emocionales del mundo más que a su captación por el ojo. El artista expresionista trató de representar la experiencia emocional en su forma más completa, sin preocuparse de la realidad externa sino de su naturaleza interna.

El cine alemán había tenido desde la década de 1920 un especial prestigio artístico, con grandes creadores e importantes películas, muy difundidas también en el exterior: fue la gran época del cine realista y del cine expresionista, de los grandes filmes de Fritz Lang y Pabst y de la UFA. El nacimiento del cine alemán propiamente dicho estuvo condicionado por las medidas adoptadas por las autoridades alemanas. En primer lugar, tomaron conciencia de la gran influencia ejercida por los filmes antigermanos en otros países y consideraron el gran poder sugestivo, inherente al cine. En segundo lugar, reconocieron la insuficiencia de la producción local y el poco espacio que le daban al cine de propaganda, uso que ya habían descubierto los aliados, en especial EEUU.

De esta manera los dirigentes alemanes creyeron necesario crear una organización que reuniera todas las producciones para hacer frente a los ataques enemigos y sirvieran para difundir el interés nacional. Se creó la UFA (Universum Film A.G) que tenía como objetivo hacer propaganda en favor de Alemania, de acuerdo con las directrices gubernamentales. No sólo se trataba de propaganda cinematográfica directa, sino también de películas características de la cultura alemana y de films al servicio de la educación nacional. Esta organización sirvió de base para grandes cineastas como Fritz Lang, Ernst Lubitsch, Robert Weine, entre otros, que se plegaron al expresionismo exteriorizando sus emociones y psicología, distorsionando la realidad con un carácter enigmático cargado de simbolismos.

“El cine de posguerra pareció insistir en acentuar su carácter enigmático, macabro, siniestro, mórbido. Refleja el proceso de repliegue «en la profundidad del alma» que llevó a cabo la población durante este periodo de incertidumbre”, dice Sigfried Kracauer, especialista en el período alemán.

Uno de los filmes emblemáticos del cine expresionista alemán es “El gabinete del Dr Caligari”, película inspirada en una serie de asesinatos cometidos en Hamburgo. El tema del film es la autoridad brutal e irracional; el doctor Caligari representa al gobierno militar alemán, y Cesare simboliza al hombre común condicionado, como los soldados, a matar. En su libro *De Caligari a Hitler*, Kracauer (1947) expresa que el film refleja una subconsciente necesidad de un tirano en Alemania, y que es un ejemplo de la obediencia alemana a la autoridad y la renuncia a rebelarse contra la autoridad trastornada. Asimismo, dice que la película es una premonición del ascenso de Adolf Hitler y el partido Nazi, y que la adición de la historia secundaria convierte al film de "revolucionario" a "conformista". Otros temas que la película incluye son el desestabilizado contraste entre la sanidad y la locura, la percepción subjetiva de la realidad, y la dualidad de la naturaleza humana.

En 1933 todo el prestigio que se había conseguido se vio desmantelado con la llegada de Hitler y sus políticas que obligaron a muchos artistas a desertar y exiliarse en otros países.

En 1935 se celebró en Berlín un congreso internacional de cine en el que Goebbels dejó bien en claro qué tipo de películas debían proyectarse en Alemania. En ese momento se da lugar a nuevos géneros cinematográficos donde reina la glorificación de héroes nazis, el odio hacia los enemigos y films militaristas. El cine del Tercer Reich sufrió una profunda crisis en la temporada de 1936-1937 desencadenada por la emigración de los productores y directores más talentosos de Alemania, ya sea por cuestiones ideológicas o raciales; el boicot de países extranjeros y los elevados costos de producción que imponían los artistas que se quedaron en Alemania. Como resultado de esto, Goebbels, decidió tomar algunas medidas proteccionistas. El Estado debía proteger económicamente al cine, subvencionarlo y eliminar la competencia. De esta manera comenzó el cine del Tercer Reich.

2. Los directores del régimen

Leni Riefenstahl(1902-2003) fue la directora del régimen por excelencia. Elegida por Hitler para realizar dos de los documentales de propaganda más importantes. Fue una de las artistas del nacionalsocialismo, que aportó muchísimos avances en la técnica y producción cinematográfica.

La joven Leni tenía sueños muy diferentes antes de convertirse en la estrella del cine alemán. De pequeña quería ser bailarina pero varias lesiones la alejaron de la danza. Luego de eso incursionó en la actuación, donde descubrió su deseo y vocación como directora de cine. El encuentro con Hitler se produjo luego de uno de los congresos masivos y propagandísticos que brindaba el Führer, donde la joven cineasta quedó impactada por la elocuencia del líder, al que le envió sus felicitaciones y admiración. A partir de ese momento empezó a frecuentar el círculo de élite del nacionalsocialismo, creando un fuerte vínculo con Hitler y Goebbels.

De 1933 a 1935 filmó lo que se conoce como *La trilogía de Nuremberg*, una serie de documentales sobre el nacionalsocialismo: *Victoria de fe*, *El triunfo de la voluntad* y *Día de libertad*.

Pero su obra maestra estaba por llegar. El comité organizador de los XI Juegos Olímpicos de Verano, pidió a Leni que hiciera una película sobre los juegos. Aunque en un primer momento dudó, por miedo a crear una cinta aburrida y tópica del deporte, finalmente decidió aceptar y darle un giro a la visión olímpica.

Olimpia se estrenó el 20 de abril de 1938, el día del cumpleaños del Führer. La cinta dividida en dos partes, *La fiesta de los pueblos* y *La fiesta de la belleza*, fue todo un éxito y se convirtió en un referente en el mundo cinematográfico. Utilizó efectos especiales y avances en la postproducción que fueron muy innovadores en su época.

El film que se analiza, *El triunfo de la voluntad*, plasma los ideales políticos y estéticos del partido valiéndose de una iconografía estudiada, puesta en escena cuidada y un montaje perfecto. El ideal del cine nazi combinaba la propaganda con un alto nivel artístico y estético.

Riefenstahl fue pionera en la utilización de técnicas de montaje y producción que le permitieron crear tomas que nunca antes habían sido realizadas. Era sumamente detallista y cuidadosa para componer los planos y lograr traspasar la pantalla. Fue muy criticada luego del régimen y juzgada por su papel en el nazismo, al que siempre describió como un mero trabajo más en su vida de cineasta. Jamás declaró haber sido cómplice del régimen, incluso negó saber lo que sucedía con Hitler y los campos de concentración.

Por otro lado tenemos a Veit Harlan (1899-1964), director y actor alemán, nacido en Berlín que no tuvo la reputación ni la fama de Riefenstahl. Sin embargo, una de sus películas fue el caballito de batalla del nazismo para difundir y contagiar su odio hacia el enemigo judío.

Durante el año 1930, Harlan realizó varios filmes antisemitas. En 1937, fue designado por Joseph Goebbels como uno de sus directores principales de propaganda. La película más conocida de Harlan fue *El judío Süß*, la cual fue realizada como propaganda antisemita en Alemania y Austria.

Al final de la guerra, Harlan fue procesado por ayudar a los nazis, siendo el único artista del régimen procesado como criminal de guerra. Sin embargo, argumentó que había sido obligado a colaborar con el régimen y fue absuelto de los cargos.

Harlan realizó algunos de los filmes más coloridos y costosos del Reich. Su estilo difiere bastante del de Riefenstahl en cuanto a las técnicas utilizadas y la calidad cinematográfica. En el *Judío Süß*, Harlan, hace más hincapié en el mensaje que se transmite a través de las características de sus personajes, los diálogos y la construcción del imaginario sobre una raza; mientras que en los documentales de Riefenstahl predomina la música wagneriana, una gran puesta en escena llena de connotaciones y un cuidadoso trabajo de producción, dirección y montaje.

3. Derivaciones en los medios de la propaganda política en la actualidad

La propaganda es una de las herramientas de mayor importancia en la vida política. Si bien ha sufrido transformaciones a lo largo del tiempo y ha modificado muchas de sus tácticas, la esencia sigue siendo la misma; se dirigen a activar fuertes pasiones y emociones funcionales a ciertos objetivos y valores que desea fomentar. Actualmente se sabe que la propaganda no es una simple inyección de información que nos impulsa a actuar de determinada manera; la razón y las emociones son los elementos que se buscan combinar y explotar hoy en día para lograr una buena propaganda. Es interesante tener en cuenta el uso de las diferentes narrativas, imágenes y el lenguaje en la propaganda política. Los autores del libro “Propaganda Gubernamental” (2011) plantean una serie de narrativas como: el héroe y el villano, la lucha del bien contra el mal, justicia e injusticia, autoridad y obediencia, entre otros tópicos, que son muy utilizados en la propaganda actual ya que se sabe que estas narrativas culturales se encuentran arraigadas en nuestros circuitos neuronales y se activan de manera inconsciente ante el reconocimiento de alguna de ellas.

El nacionalsocialismo dejó un legado e influencia en el mundo entero. Las tácticas de propaganda de ese entonces se utilizan en mítines, campañas políticas y diferentes medios de comunicación que son la plataforma a través de la cual se difunden las ideas. Hitler logró poseer el control total de los medios y el uso y control de la propaganda como instrumento de penetración ideológica. Al asumir el poder tomó el control de los medios de comunicación, regulando las producciones y asegurándose de que todas tuvieran un mensaje pro-nazi, buscando ganar adeptos en un país que no era totalitario. El cine ocupó un lugar tan importante porque permitía la llegada a una gran cantidad de individuos, no sólo en Alemania sino en el resto del mundo. Las ideas eran claras, así como también lo era la técnica, la contundencia de las imágenes y la repetición del mensaje. Hoy en día este tipo de cine ha perdido todo efecto y sentido, ya que debido a la globalización resulta más complejo poder generar una niebla en la sociedad que impida ver con claridad qué está sucediendo realmente.

Actualmente, los medios de comunicación están puestos al servicio de intereses políticos y económicos. Detrás de un símbolo se ponen en movimiento ejércitos y muchedumbres; el motivo de un editorial da a millones de hombres la misma idea que conviene en un mismo

día. Una secta que se apodera de las estaciones radiofónicas y de las imprentas tiene a su disposición los medios más poderosos para influir en las masas y puede, desde entonces, pretender encarnarlas y actuar en su nombre (Domenach, 2009).

Los medios de comunicación a nivel mundial utilizan técnicas de selección de información, recorte y edición, y manipulación de contenidos, generalmente en función de intereses económicos o políticos. Como se mencionaba anteriormente, hay ciertos tópicos que se repiten constantemente y sirven para reforzar estereotipos e ideas preestablecidas. La oposición héroe- villano, bien y mal, amigo-enemigo, son muy comunes hoy en día para tratar temas en la opinión pública. El racismo, eje central del trabajo expuesto, no es ajeno a la realidad. Si bien ya no se utilizan técnicas y discursos que lo manifiesten explícitamente y con las intenciones del nazismo, hay muchas manifestaciones de este tipo en los nuevos medios de comunicación, especialmente en redes sociales.

El odio es uno de los principales motores de propaganda. Ya vimos que busca activar emociones y pasiones arraigadas en los seres humanos para lograr objetivos. Se trata de crear en el imaginario colectivo un enemigo común que sirva como elemento de unión en pequeños grupos. La propaganda se encarga de segmentar esos grupos de odio y orientar el interés general hacia alguna característica o hecho relacionado al causante del odio. Un mecanismo muy poderoso es la sublimación de la propia causa a partir de un relato que incita a odiar al otro por las atrocidades cometidas en el pasado –sean estas reales o no– así como por las que podría llegar a cometer en el futuro.

Temáticas de relevancia mundial como el machismo, el feminismo, el racismo y la xenofobia, la corrupción, la guerra, tienen su representación en los medios de acuerdo a los intereses de quien esté detrás del mensaje que se quiera transmitir. Comparando el tratamiento que se hace en los medios de un mismo tema, se refleja la manipulación de contenidos y las diferentes técnicas que intentan dirigir el pensamiento de la sociedad.

Es considerable el peso y la influencia que tuvo y sigue teniendo hoy en día el nazismo; manifestaciones neonazis en Europa cada vez ganan más terreno en el ámbito político, retomando principios propuestos por Hitler como el rechazo a los extranjeros, la negativa a

recibir refugiados de guerra, la importancia de la pureza de la nación, la xenofobia y el racismo.

A la hora de persuadir, en el mensaje no es lo mismo recurrir al discurso racional que a las apelaciones emocionales, ni es equivalente apelar a emociones positivas que a emociones negativas, ni resulta igual destacar las propias virtudes con la intención de generar identificación y adhesión o cohesión interna que resaltar lo peor del adversario para socavar su reputación y despertar temor u odio hacia el enemigo.

Por lo tanto, hay que entender que ningún discurso escapa a las condiciones de su producción ni es inocente. El lenguaje es fundamentalmente producción de sentido, es portador de valores, sentimientos, ideales. Cuando producimos un discurso nunca es de manera desinteresada, al hacerlo se refuerzan valores, estereotipos, modelos, ideas.

4. El Triunfo de la Voluntad- Leni Riefenstahl

Ficha técnica:

Film of the NSDAP Party Rally

Título original: “Triumph Des Willens”, en español “El triunfo de la voluntad”

Año: 1935

País: Alemania

Duración: 110 min

Producción y dirección: Leni Riefesntahl

Guion: Leni Riefenstahl, Walter Ruttmann

Música: Herbert Windt, Richard Wagner

Fotografía: Sepp Allgeier (B&W)

Arquitecto de propaganda: Albert Speer

Productora: Reichsparteitagsfilm

Género: Documental propagandístico

Sinopsis:

Alemania, año 1934. Adolf Hitler acababa de llegar al poder un año antes. En Nuremberg, el partido nacionalsocialista celebra un triunfalista y patriótico congreso en el que se exaltan los valores del pueblo alemán y la raza aria. Leni Riefenstahl se hace cargo del proyecto cinematográfico que debía reflejar el orden, la unidad y la ambición del movimiento nacionalsocialista. Es la única película que cuenta con la presencia de Hitler como actor y co-productor. Se destacan los símbolos del partido, las masas, la grandeza del líder y el despertar de una nueva Alemania. El resultado final fue una película que constituye el momento cumbre de la relación entre un líder y las masas.

-Objetivos y argumento de propaganda

Es una de las películas más reconocidas del régimen nazi, no sólo por la calidad artística sino también porque resume los valores y características del nacionalsocialismo. Generó

muchísima polémica en cuanto a su clasificación como género; hay quienes expresan que es meramente un film propagandístico mientras que su directora sostuvo a lo largo del tiempo que su intención siempre fue reflejar lo que sucedía en esos congresos, de la manera más objetiva posible.

“No era fácil hacer, a base de discursos, desfiles y otros actos semejantes, una película que no aburriese a los espectadores. Pero introducir un argumento habría resultado ridículo. No encontré otra solución que la de hacer que se filmasen los acontecimientos documentales de la manera más polifacética posible. Lo más importante era que se captasen de un modo no estático, sino dinámico” (Riefenstahl, 2013)

Si consideramos lo mencionado en los capítulos precedentes sobre la importancia que tenía la propaganda en un régimen totalitario para captar a las masas, es innegable que esta película pertenece al género de propaganda. Si bien es un documental que registra lo sucedido en el sexto día del congreso del partido, no se puede pasar por alto que desde el momento en el que la directora decide qué planos, movimientos y escenas seleccionar está construyendo un mensaje que tiene una segunda intención, la propagandística.

Este documental fue pensado por Hitler como el emblema del régimen hacia el interior de Alemania y fue financiada por el partido Nazi. Si se analiza el mensaje que transmite, los discursos de Hitler y la imponente presencia de los símbolos del partido, es indiscutible su clasificación como propaganda interna, de uso doméstico para los ciudadanos alemanes. Podría considerarse como una gratificación para los adeptos al régimen y un arma de seducción o manipulación para quienes todavía no estaban tan convencidos de los ideales del partido.

La directora tuvo todos los recursos a su disposición para que el documental pasara a la historia. Para lograr el dinamismo que la autora destaca hizo colocar vías y carriles que le permitieran tomar diferentes ángulos de los desfiles y del líder en sus discursos. Incluso, no debe pasar desapercibida la presencia de un arquitecto de propaganda como Albert Speer, quien se encargó de diagramar la disposición de los elementos en el espacio. Con sólo tener en cuenta esto, queda descartada la idea de que este documental sea una filmación ingenua

y objetiva de lo que sucedió en el congreso de Nuremberg. El objetivo es claro: mostrar a Alemania y al mundo el poderío del régimen nazi y la unión del Führer con las masas.

Fruto de un momento concreto, la Alemania de 1934, y de un contexto particular, el momento álgido para el Gobierno de Adolf Hitler en el que se proclamaba y anunciaba la vuelta de Alemania a la posición de dominancia que para los nazis merecía, este documental se centra en la exaltación de la figura del líder nazi y en mostrar el apoyo y admiración generada en el pueblo alemán.

4.1 Alemania es Hitler y Hitler es Alemania

Elaborada por encargo del Führer y adaptada por Leni Riefenstahl. 20 años después de la Primera Guerra Mundial. 16 años después del comienzo del sufrimiento alemán. 19 meses después del comienzo del rendimiento de Alemania. Adolf Hitler acudió de nuevo a Nuremberg en avión para pasar revista a sus fieles seguidores.

Los títulos que presentan la película revelan la intención de la misma: mostrar el renacer de una nueva Alemania de la mano de su líder. Concebido como un seguimiento completo del viaje de Hitler a Nuremberg con motivo de la celebración del Sexto Día del Partido Nacionalsocialista en 1934, el documental deja claro desde el inicio sus intenciones y prepara emocionalmente a los espectadores sobre los actos que están a punto de contemplar; para ello, el documental se vale tanto de la imagen, con una clara alusión a la simbología.

Desde el comienzo se observa la llegada de Hitler a Alemania, vista desde el avión que lleva a los líderes del partido. Tras el descenso a tierra firme, una multitud espera al Führer. Soldados uniformados, niños y mujeres perfectos que reflejan la belleza de la raza superior esperan ansiosos a su líder al grito de ¡Heil Hitler! Luego comienza el desfile de los miembros del partido a bordo de un auto descapotable que avanza entre la masa. Se suceden muchos planos cortos de rostros de niños y mujeres sonrientes, intercalados con primeros planos de Goebbels y Hitler. Planos detalles como el de la mano de Hitler extendida al cielo, iluminada por un rayo de sol contribuyen a la interpretación del papel de Hitler como un Dios que desciende para salvar a Alemania de la crisis en la que estaba sumida. A sus pies hay una nación esperándolo ansiosa para observar el despertar alemán.

Lo que prevalece en el documental es la presencia de los símbolos característicos del nazismo, el águila imperial, la esvástica en todas sus formas, música wagneriana, soldados uniformados. Desde la llegada de Hitler se suceden una serie de desfiles, marchas de soldados, discursos de los líderes del partido y alusión a la unión del Führer con el pueblo. Es una de las máximas expresiones del cine de adoctrinamiento nazi, exalta la imagen del líder y reivindica el poder de las masas para que todos sientan el valor de la pertenencia.

El principal blanco del documental son los jóvenes, considerados por el partido como el futuro del régimen, a los que era necesario adoctrinar física y mentalmente. Se crearon instituciones destinadas al entrenamiento de hombres y mujeres, a través de las cuales se inculcaban los principios del régimen. Para los hombres se crearon las Juventudes Hitlerianas que eran un gran soporte del régimen, donde eran preparados y entrenados militarmente para cuando tuvieran que luchar en el frente. En el documental se muestra a los jóvenes impecables, disfrutando de la jornada, sonriendo, con cuerpos firmes y esbeltos. Luego se los ve trabajando, usando su cuerpo como un instrumento, una máquina capaz de dar hasta el último esfuerzo por su líder. El mensaje es claro: el hombre alemán es fuerte, ario y trabajador. En esta escena se refleja uno de los principios de Goebbels. El principio de orquestación consiste en insistir en un pequeño número de ideas y repetirlas incansablemente desde diferentes perspectivas. El nazismo siempre se encargó de sostener la idea de una raza superior, diferente al resto, que sería la encargada de llevar a Alemania a la grandeza, guiada por su líder.

Lo mismo sucedía con las mujeres. La Liga de las Muchachas Alemanas estaba conformada por jóvenes de entre 10 y 18 años, arias, que eran formadas para conocer y adoptar el folklore y las tradiciones populares alemanas, y aprendían a representar los roles tradicionales de la mujer en la nueva Alemania nacionalsocialista. Su adoctrinamiento incluía el ser enviadas a trabajar al campo en granjas de familias numerosas. Dotada de sus propios uniformes e insignias, la Liga fomentaba la rebeldía contra los padres y exigía fidelidad absoluta a su Führer, Adolf Hitler.

Los recursos del cine, sobre todo el montaje, los cortes en el discurso de Hitler y la selección de imágenes exigen que el espectador se concentre al máximo en un mensaje propagandístico cuyos pilares son la grandeza de la raza aria, el patriotismo exacerbado y la unión del pueblo alemán.

Hannah Arendt en “Los orígenes del totalitarismo” (2006) plantea una reflexión que tiene que ver con este sentimiento de pertenencia que genera el nazismo. Viendo el documental se percibe que el pueblo alemán está fuertemente unido por un objetivo común y en torno a una figura, la de Adolf Hitler. La construcción del relato hace pensar que no existe la posibilidad de que algún alemán no pertenezca al nazismo.

“La eficacia de este tipo de propaganda demuestra una de las características principales de la masas modernas. No creen en nada visible, en la realidad de su propia existencia; no confían en sus ojos ni en sus oídos, sino sólo en sus imaginaciones, que pueden ser atraídas por todo lo que es al mismo tiempo universal y consecuente en sí mismo. Lo que convence a las masas no son los hechos, ni siquiera los hechos inventados, sino solo la consistencia del sistema del que son presumiblemente parte” (Arendt, 2006).

Esta definición de la autora implica también la importancia de la repetición de una idea, elemento clave de la propaganda nazi, que es una prueba de la consistencia en el tiempo. Los movimientos totalitarios se encargan de crear un mundo ficticio consistente que se adecua a las necesidades de la mente humana. El pueblo alemán necesitaba recuperar la confianza en ellos mismos, en la nación, tras la derrota en la Primera Guerra y Hitler fue capaz de crear esa ficción en la que Alemania volvía a ser grande, poderosa y unida. El Triunfo de la Voluntad es la representación de ese ideal.

4.2 Análisis de los componentes cinematográficos

“Un film expresa, significa y comunica; por ello entra en la gran área de los lenguajes” (Casetti y di Chio, 1991: 65) La imagen constituye el elemento básico del lenguaje cinematográfico, es la materia prima filmica. Su génesis está caracterizada por una ambivalencia, en términos de Martin (2002) es el producto de la actividad automática de un aparato técnico capaz de reproducir con exactitud y objetividad la realidad que se le presenta, pero al mismo tiempo esta actividad está dirigida en el sentido preciso querido por el realizador.

“El nacimiento del cine como arte data del día en que los realizadores tuvieron la idea de desplazar el tomavistas durante una misma escena: los cambios de plano, de los cuales los movimientos de cámara solo constituyen un caso particular, estaban inventados y, por eso mismo, también el montaje, fundamento del arte cinematográfico” (Martin, 2002: 36). Los componentes cinematográficos básicos se complementan con procedimientos narrativos que intervienen en la construcción del relato. “Junto con el montaje, los movimientos de cámara y los diálogos existe una gran cantidad de procedimientos narrativos, es decir, modos de representar y efectos visuales y sonoros cuyo fin es adelantar la acción introduciendo un elemento dramático o significando una actitud o un contenido mental de los personajes” (Martin, 2002:195).

Para estudiar detenidamente las películas escogidas se abordarán algunas categorías de análisis propuestas en “Como analizar un film”, de Francisco Casetti y Federico di Chio (1991) y “El lenguaje del cine” de Marcel Martin (2002).

En primer lugar se hará un desglose de los films en unidades más pequeñas, de acuerdo a lo planteado por Casetti y di Chio, en episodios, secuencias, encuadres. Si bien este análisis está pensado para ser aplicado en ficciones, se las abordará en una división de escenas y luego en un análisis de los componentes cinematográficos de la imagen nazi y los procedimientos narrativos. Se estudiará al cine como un lenguaje; se analizarán sus significantes y significados, los tipos de signos que utiliza un film y sus códigos.

Cada película fue escogida porque tiene como objetivo resaltar un “valor” o propósito del nazismo y son de carácter propagandístico. Sin embargo, hay diferencias de género entre

ellas ya que “El triunfo de la voluntad” es considerada de tipo documental y tiene características propias del género. En este caso se tendrá especial atención en los componentes cinematográficos, es decir, los planos escogidos, la disposición en el espacio o los movimientos de cámara ya que cobran mayor relevancia en este film donde se busca captar la esencia del partido Nazi. Si bien hay una historia que contar en los films de Riefenstahl, se observa una puesta en escena al servicio del documental donde todo está perfectamente diagramado, los símbolos nazi, los desfiles y las masas excitadas parecen no necesitar más; basta con componer un buen plano y captar al líder en su máxima grandeza, fundiéndose con las nubes del cielo.

Al analizar El judío Süß, película de propaganda catalogada dentro del género drama, se hará hincapié en la dimensión narrativa: cómo se construye el relato, quién lo construye, a quién se dirige, qué se dice y qué recursos se utilizan para hacerlo.

Escenas de El triunfo de la voluntad

Para analizar un film es necesario alejarse y tomar distancia del objeto de estudio. Pero, ¿cuánta distancia? Una distancia óptima es aquella que permite una investigación crítica y a la vez no excluye una investigación apasionada: aquella que no está en contradicción con una distancia amorosa.

El análisis comprende dos procesos que se combinan. El reconocimiento y la comprensión. El primero consiste en identificar todos los elementos, todo lo que aparece en la pantalla y el segundo está relacionado con la capacidad de insertar todo lo que se identificó en un conjunto más amplio. Entre estos dos procesos se encuentra quizás el más importante, movimiento casi imperceptible que consiste en vincular esa identificación de elementos concretos y la construcción de un todo. El análisis pretende activar ese movimiento en busca de dos objetivos; la descomposición, que procede a un reconocimiento sistemático de los elementos del texto y un inventario de todo lo que pertenece a él; y la recomposición, que consiste en captar cómo, qué y por qué se llega a comprender.

Casetti y di Chio (1991) presentan además dos procesos que se mezclan con los procesos anteriores en el recorrido del análisis: la descripción y la interpretación. Describir significa recorrer una serie de elementos, uno por uno, con cuidado y hasta el último de ellos con la

mayor neutralidad posible. Interpretar implica interactuar con el objeto, escuchar, dialogar con él. Tiene que ver con una reconstrucción de tipo más personal en la que el observador se pone en primer plano para dejarse afectar por lo que ve.

Desglose en escenas

“Riefenstahl dice que los secretos del poder y originalidad de El triunfo de la voluntad son los sonidos de Windt y las habilidades de edición y yuxtaposición de imágenes con sonidos” (Barsam, 1975).

Durante 01:08 minutos todo lo que vemos del documental es un fondo negro sobre el cual se escuchan trompetas que dan lugar a la música de Herber Windt. Hitler era amante de la música de Wagner. Lo que hizo Windt fue recrear esa misma atmósfera de la ópera de Wagner para producir algo heroico que evocara esas sensaciones wagnerianas pero sin imitarlas (Barsam, 1975).

Las primeras imágenes muestran al águila imperial, símbolo que se utilizó en comparación con Hitler, y la esvástica que dan lugar a los títulos. Estos permiten contextualizar el momento en el que se está rodando el documental y brindan el background suficiente para la apertura.

Elaborada por encargo del Führer y adaptada por Leni Riefenstahl. 20 años después de la Primera Guerra Mundial. 16 años después del comienzo del sufrimiento alemán. 19 meses después del comienzo del rendimiento de Alemania. Adolf Hitler acudió de nuevo a Nuremberg en avión para pasar revista a sus fieles seguidores.

Tal como expresa uno de los títulos al comienzo, El triunfo de la voluntad, consiste en pasar revista a los seguidores del régimen y en poner al tanto al resto del mundo sobre lo que ocurre en la Nueva Alemania. El líder se presenta como el salvador del pueblo, omnipresente y velando por el bienestar de los alemanes.



Primera escena- Exterior, llegada del Fuhrer a Alemania.

En la primera escena se puede ver un cielo cubierto de nubes, vistas desde la ventana de un avión. A medida que avanza, al compás de una versión de “Horst Wessel”, se empieza a vislumbrar la Alemania de Hitler. Con un plano picado se observa una multitud de gente desfilando por las calles de la ciudad. Esta escena tal vez sea la más reconocida del documental y tiene un fuerte contenido simbólico.

No es azarosa la llegada del salvador de Alemania en avión, desde las alturas, siempre velando por el bienestar del pueblo alemán. Esta idea también se relaciona con la asociación de Hitler con el águila imperial, “*Hitler sobre Alemania*”; inclusive en una de las secuencias se observa la sombra del avión sobre Alemania y el reflejo es similar a un águila. En muchas escenas del documental se connota la idea de Hitler como un Dios sobre la tierra.



Reflejo de avión similar a la del águila imperial. Hitler sobre Alemania.

La cámara se acerca a las masas. Soldados alemanes, uniformados y formados en fila esperan la llegada del avión. La multitud mira expectante hacia el cielo, saludando al avión que desciende en suelo alemán. Las sonrisas se dibujan en los rostros de niños y mujeres perfectos, que son recorridos por el lente de la cámara. Un griterío se extiende acompañado de miles de manos elevadas al cielo al grito de ¡Heil Hitler! Las puertas del avión se abren y finalmente hace su entrada triunfal el líder de Alemania, Adolf Hitler.



Segunda escena – Exterior. Desfile de Hitler.

En la segunda escena, los líderes del partido inician su desfile en medio de la multitud a bordo de autos descapotables. Hitler encabeza la procesión, de pie en el auto saludando a sus fieles seguidores que lo reciben ansiosos. La escena transmite la fascinación y euforia que genera en el pueblo.



Se alternan los planos cortos y planos detalle, entre los cuales destaca el de la palma de la mano de Hitler iluminada por un rayo de sol, reforzando la idea del mesías salvador. El

coche se detiene para que el Fuhrer reciba de manos de una niña rubia, digno ejemplar ario, un ramo de flores.



El líder es seguido por las cámaras hasta su ingreso al hotel, donde también es recibido por una multitud.

Tercera escena – Exterior, noche.

Miles de personas se congregan fuera del hotel de Hitler con antorchas y una orquesta en vivo que aclama su presencia. El fuego tiene un valor sagrado y ancestral, era muy utilizado en los desfiles nazis.



Cuarta escena- Amanecer, tranquilidad.

Esta escena refleja el despertar de Alemania. El amanecer de un nuevo día del Congreso de Nuremberg. La música acompaña ese momento de tranquilidad en el que la cámara recorre los techos de la ciudad, se abre una ventana que muestra banderas nazis, chimeneas humeantes que anuncian el comienzo del día.

Luego, vemos un plano picado, tomado desde las alturas en el que se funde la imagen de una torre con un campamento, el de las juventudes hitlerianas y tropas que asisten al congreso, que se anuncia con el sonido de trompetas que indican el comienzo de la actividad en el campo. La transición entre una música y otra es muy sutil y armoniosa.



Quinta escena – Exterior, día. Juventudes hitlerianas.

Esta escena representa a las juventudes hitlerianas comenzando un día de actividad. Los vemos felices, fuertes, aseándose y peinándose como Hitler. Esta escena podría interpretarse como una analogía de lo que representa el judío. Hitler siempre se refería a los judíos como seres similares a los piojos, portadores de enfermedades y pestes. En cambio los jóvenes arios tienen cuerpos perfectos que utilizan como máquinas para producir y servir a Alemania.

Hay muchos planos generales donde se muestra a los jóvenes trabajando, realizando diversas tareas, siempre con una sonrisa en el rostro, y se intercalan con primeros planos de niños sonriendo felizmente.



Sexta escena – Exterior, día – Desfile con trajes típicos.

En esta escena continúan los desfiles, en este caso, vemos hombres y mujeres desfilando con trajes típicos de Alemania. La procesión se dirige hacia el hotel donde se encuentra Hitler. Se percibe en el ambiente la intriga y ansiedad por ver salir al Führer. Un niño se para en la ventana de una casa, desde las alturas para intentar ver a Hitler entre la multitud. El líder sale a recibirlos y saluda personalmente a los privilegiados que pueden acercarse a él.

A continuación cambia la música festiva por sonidos que remiten al ejército. Jóvenes uniformados, formados en fila, con rostros serios y seguros esperan la aprobación de Hitler que los recorre con la mirada saludándolos y reafirmandolos.



Séptima escena- Noche, exterior.

Ya es de noche, el águila imperial aparece entre la oscuridad. Una gran cantidad de miembros del partido permanecen sentados a la espera de un discurso. La cámara capta los planos generales de los afiliados desde arriba, con una visión panorámica de lo que sucede. No faltan los símbolos y banderas del partido que acompañan cada celebración o evento del régimen.

Luego, Rudolph Hess, aparece en escena dando el discurso inaugural para saludar a los presentes y agradecer al Führer en todo momento. Hace mención al fallecimiento del presidente Von Hindenburg. La multitud se enciende cada vez que nombra o agradece a Hitler por el bien que hace a Alemania. Todas las veces que la cámara enfoca a Hitler, lo hace mediante el uso de un plano contrapicado, a través del cual genera el efecto de grandeza y superioridad. Nunca veremos una imagen suya enfocada de otro plano que no sea el contrapicado.

Se suceden los discursos de Dietrich, Todt, Reinhard, Darré, Goebbels donde cada uno anuncia los avances y novedades del área que dirige.

Octava escena- Exterior, día. Hombres de trabajo.

Hitler sube al estrado para dar su discurso frente a los hombres del Servicio de Trabajo. La cámara sigue el discurso de Hitler desde un riel en forma de semicírculo que hizo instalar la directora, siempre visto a través de un plano contrapicado que resalta la imagen magnífica del líder.

Los hombres uniformados, con sus herramientas de trabajo escuchan atentos a su líder. Cantan canciones y se presentan ofreciendo su lealtad a la patria y a Hitler.



Novena escena- Exterior, noche.

Otra vez escenas nocturnas donde miles de personas se reúnen para celebrar el Congreso. Destacan el fuego, las antorchas, el contraste de luces y sombras y fuegos artificiales que resplandecen en el cielo de Nuremberg.



Decima escena – Exterior, día.

Hiler se dirige a un estadio repleto de jóvenes y niños. El discurso se centra en la importancia de la juventud para sostener el régimen. Son los que lucharán para defender Alemania y alzarán la bandera del nacionalsocialismo. “Nosotros somos efímeros pero en ustedes Alemania va a seguir existiendo y cuando un día no quede ninguno de nosotros debéis ustedes coger en sus manos la bandera que antaño nosotros izamos desde la nada”, Adolf Hitler.



Decima primera escena – Exterior, noche.

200.000 hombres desfilan con antorchas y banderas tras el discurso de Hitler. Otra vez el fuego juega un papel importante así como las insignias y símbolos nazis. El águila imperial

detrás de Hitler en el escenario es imponente y abrumadora. Nuevamente el líder es captado a través de un contrapicado. En su discurso evoca la miseria de años anteriores a la que reconoce como uno de los temas que unió al país así como también la lealtad que ahora hace más fuerte el vínculo.

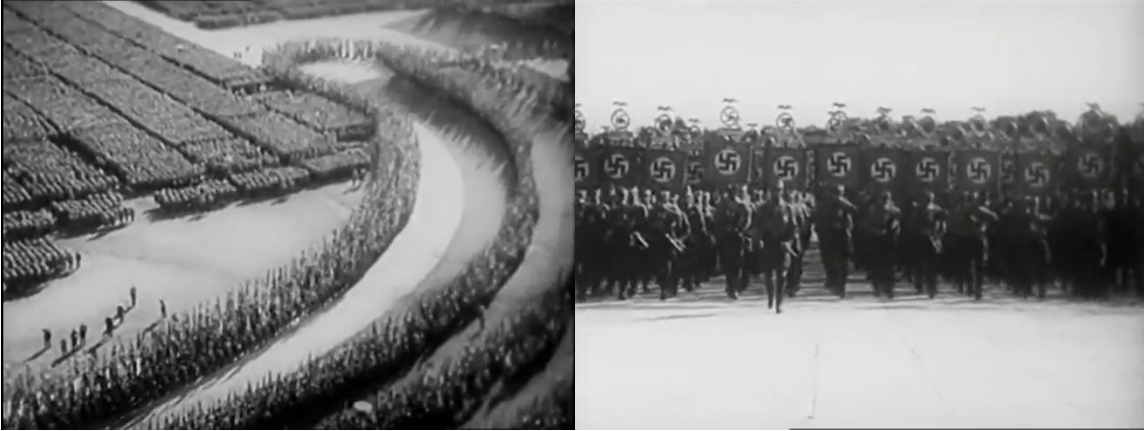


Décimo segunda escena – Exterior, día.

La escena se inicia con la imagen del águila. Se observan bloques de gente muy ordenados, vistos desde arriba, con una cámara que hizo colocar en uno de los mástiles, en forma de ascensor. Es la conmemoración de los caídos en la Guerra. Hitler y su comitiva se dirigen hacia una especie de altar con flores y antorchas con fuego para formar parte del ritual, que es acompañado por una música melancólica. No faltan las banderas enormes con la esvástica en los mástiles del escenario.

Es sorprendente la organización de los soldados y la sincronización para moverse al compás de la música. Visto desde las alturas son destacables los movimientos que realizan, perfectos y diagramados; hacen del documental una verdadera obra de arte.

Luego, Hitler baja del estrado para estrechar su mano con los soldados de las SS y SA, al mismo tiempo que suenan los cañones disparados por los soldados.



Décimo tercera escena – Exterior, día.

Otro desfile imponente por la ciudad. El líder los ve pasar, de pie en un costado, con el brazo extendido recibéndolos. Soldados uniformados y diferentes miembros del partido continúan el desfile que se muestra de principio a fin con una gran variedad de planos pero no se interrumpen. Es una de las escenas más largas del documental donde se muestra un extenso desfile de soldados y una multitud de gente observando desde los balcones, palcos y en la calle. Hitler es captado por la cámara en todo momento así como también el resto de los miembros del partido.



Décimo cuarta escena- Interior, noche.

El final del documental cierra con un discurso del Führer frente a los miembros del partido que lo celebran. Banderas con la esvástica y el águila imperial, los líderes del nacionalsocialismo en primer plano aplaudiendo a Hitler y él, más eufórico que nunca

demostrando sus habilidades retóricas y persuasivas. Deja bien en claro algunas cuestiones como la importancia y superioridad de la raza aria y el objetivo del partido de crear una ideología y un único y exclusivo poder en Alemania.



De esta manera concluye el documental de Riefenstahl ante una multitud que presencia el último discurso del Führer, con gritos y aplausos eufóricos de la masa.

“El partido es Hitler. Hitler, sin embargo es Alemania, como Alemania es Hitler”

Componentes cinematográficos

Se hará hincapié en el análisis de códigos filmicos propuestos por Casetti y di Chio. Un código puede ser definido como el conjunto de unidades de toda lengua que se combina de manera que haya equivalencias y cada uno de los elementos del mensaje tenga un dato correspondiente. Si bien en el lenguaje cinematográfico es más difícil establecer unos códigos que tengan la fuerza de una lengua natural, por ejemplo, existen en el cine conjuntos de posibilidades bien estructurados y a los que se pueden hacer referencias comunes.

El cine es un lenguaje que combina diversos tipos de significantes (imágenes, música, ruidos, palabras y textos) y diversos tipos de signos (índices, íconos y símbolos). Frente a la amplitud del film y la heterogeneidad de componentes, se distinguen códigos meramente cinematográficos y códigos filmicos que si bien no están relacionados con el cine en cuanto tal y pueden manifestarse en su exterior, un film nace del entrecruzamiento de ambos. Los códigos filmicos tienen que ver por ejemplo con un mensaje político, la caracterización que

se hace de un personaje. Esta distinción fue planteada por Metz en el año 1971 (Casetti y di Chio, 1991)

Códigos de composición fotográfica

Son códigos que regulan la imagen como fruto de una duplicación mecánica. Indican principalmente lo que es propio del lenguaje cinematográfico. “Lo que distingue al cine de todos los demás medios de expresión es la fuerza excepcional que posee por el hecho de que su lenguaje funciona a partir de la reproducción fotográfica de la realidad. Con él, los seres y las cosas mismas que aparecen y hablan, se dirigen a los sentidos y hablan a la imaginación: a primera vista parece que cualquier representación (significante) coincide de manera exacta y unívoca con la información conceptual que vehicula (significado)”. (Metz en Martin, 2002)

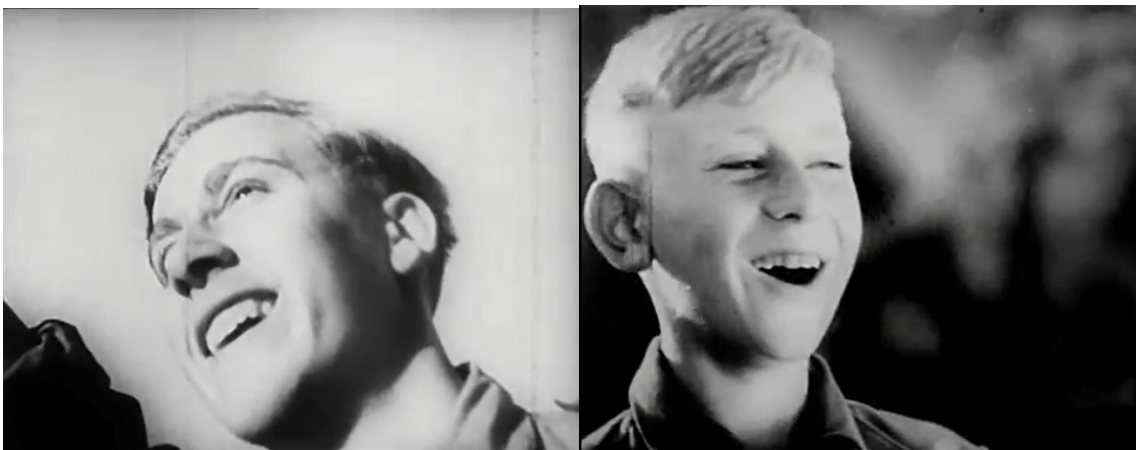
Estos códigos de composición tienen que ver con la perspectiva, el encuadre, los planos y movimientos de cámara. El Triunfo de la Voluntad es un documental que presenta un gran trabajo en lo que refiere a planificación y elección de recursos cinematográficos. Como se mencionó en los capítulos anteriores, al ser un documental de propaganda, Riefenstahl utiliza sólo los elementos que son útiles a su objetivo para construir un mensaje claro y contundente. El encuadre tiene que ver con la elección de un objeto para destacarlo del todo del que forma parte y también está relacionado con la intención de dirigir la mirada del objeto; decidir desde qué punto mirarlo y hacerlo mirar. Estas decisiones no son ingenuas, tienen un significado y traen consecuencias que afectan al objeto encuadrado.

Análisis de planos

Como se expuso en el análisis descriptivo de El Triunfo de la Voluntad, vemos que una gran parte del documental se compone de largos y numerosos desfiles de miembros del partido, soldados, juventudes hitlerianas y adeptos al régimen. Este tipo de escenas fueron filmadas con planos generales o conjunto, que generan una sensación de multitud y masas conglomeradas que parecen no tener fin. A eso la directora le contrapone la figura de Hitler, en primeros planos o planos medio que ayudan a marcar esa diferencia y generan el impacto visual de tener grandes concentraciones de personas y la grandeza de un solo individuo.



La elección de los planos significa. Leni Riefenstahl da una clase magistral del valor simbólico de cada plano. El primer plano tiene una carga emocional muy fuerte, se corresponde con una distancia íntima que genera una sensación de confidencialidad y cercanía con el sujeto. En el documental se muestran rostros de niños y mujeres sonrientes, alegres, obnubilados por su líder. La directora utiliza mucho este plano, relacionado al terreno de lo afectivo, para resaltar de la multitud los mejores ejemplares de la raza aria y centrar la atención en aquello que busca destacar.



Muchos de los planos que se observan en el documental son los planos detalle. Insignias nazis como la esvástica, el águila imperial, símbolos en los uniformes de los soldados, son muy comunes en el film y buscan reforzar una idea destacando ciertos elementos del plano general. En el documental mayormente son utilizados para abrir escenas y marcar la transición de una a otra. Suelen verse iluminados de manera especial, destacando aún más sobre el fondo. Fundido a negro o blanco, utilizados como signos que marcan el comienzo o el fin de una escena. Además de tener esa función, hacen énfasis en los símbolos nazi.



Insignias nazis presentes en las transiciones.



Esvástica nazi, utilizada en numerosos elementos.

Otros planos detalle son de las manos de los trabajadores sosteniendo sus herramientas de trabajo o botas de soldados como los SA que tanto miedo generaron en la población, sostenes del régimen. Hitler siempre se identificó con los trabajadores ya que sus comienzos fueron en el Partido Obrero y para él un pilar fundamental. Riefenstahl tenía bien en claro lo importante a destacar entre la multitud y los contrastes en sus discursos.



Entre los variados planos detalle se destaca el que realiza la directora en una de las primeras escenas en las que Hitler desfila en su coche descapotable y apunta con una de sus palmas al sol, saludando a la multitud, y la cámara enfoca la palma de la mano iluminada por el sol, de tal manera que hace parecer al líder como poseedor de una fuerza superior y mística. Muchas de las escenas del documental tienen un contenido simbólico relacionado a lo esotérico y religioso, temas de interés para Hitler.



Plano detalle de la mano iluminada por el sol. Hitler como un Dios.

Angulaciones de cámara

El documental al ser de tipo propagandístico y tener como un objetivo mostrar la adhesión de las masas al régimen, se vale de las diferentes angulaciones de cámara para hacer énfasis en la jerarquización de los elementos. En todo el film no veremos una escena en la que Hitler sea enfocado en un plano que no sea el contrapicado. Esta técnica se utiliza para

hacer parecer a una figura o sujeto más grande que el resto de lo que está encuadrado. Realza a la persona, la engrandece y otorga un aire de superioridad. “El encuadre desde abajo, más o menos acentuado, puede contribuir a poner de relieve la majestuosidad de un personaje o su soberbia, según que la figura engrandecida manifieste sobre el espectador un dominio marcado positiva o negativamente”. (Casetti y Di Chio, 1991)



En cambio, el plano picado o cenital se utiliza para masificar, subrayar su debilidad, impotencia y carácter de inferioridad con respecto al resto. En el documental, las grandes concentraciones de individuos se enfocan de esta manera para reflejar la sumisión de Alemania a su líder. Para la época fueron innovadoras las técnicas y recursos que usó la directora para lograr las mejores tomas, con gran nivel artístico. Es evidente la colaboración del régimen para la realización del documental y la disponibilidad de recursos a la hora de planificar cómo filmar. La llegada en avión de Hitler, ascensores colocados en mástiles, vías que rodean al líder en sus discursos, todo pensado en función de lograr las mejores escenas y un producto de altísima calidad para la época.



“Los códigos no sirven sólo para constituir al film como objeto de lenguajes, sino también para definir su forma y sus efectos”.

Movimientos de cámara

La movilidad distingue al cine de todos los lenguajes de imágenes fijas. El cine reproduce el movimiento, o bien registrando aquello que se mueve dentro del cuadro o bien moviendo el aparato de registro.

Observar desde un punto de vista fijo cualquier cosa que se mueva implica un distanciamiento de lo real, una mirada objetiva, mientras que adoptar un punto de vista móvil sobre los objetos provoca una sensación de intensa participación y subjetividad.

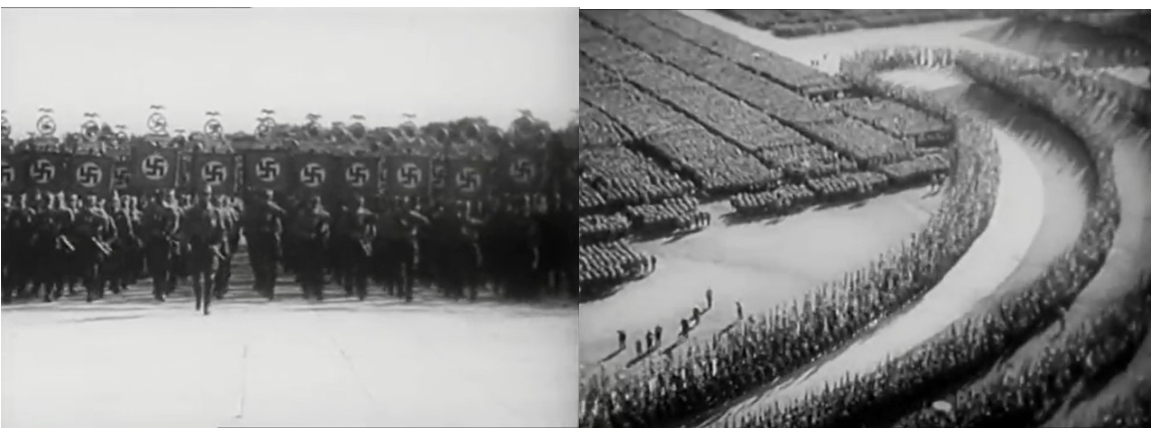
En el documental hay un despliegue de técnicas que lo hace atractivo para el ojo que observa. El travelling es recurrente en las escenas, utilizado de diferentes formas. La directora hizo colocar rieles alrededor de Hitler para conseguir tomas desde diferentes puntos de vista. Fueron colocados en forma de semicírculo y la cámara se desplaza continuamente mientras el líder habla. En los extensos desfiles se montaron cámaras en autos descapotables que acompañan el recorrido con un ritmo ágil y fluido, mostrando a los espectadores.

Se utilizaron varios planos aéreos de la ciudad y panorámicas de las grandes concentraciones de masas. Además del dinamismo que aportan los movimientos de cámara, pueden ser utilizados con fines descriptivos, recorriendo un escenario, pasando revista a los objetos y personas (panorámica) o acentuando con un carácter más subjetivo aquello que se quiere resaltar, acompañando el movimiento de un personaje, el ritmo de un gesto o la intensidad de una acción (travelling).



Toma captada desde el ascensor instalado en el mástil del escenario.

Hay otros ejemplos interesantes de uso de cámara fija y cámara en movimiento. Una de las últimas escenas, la conmemoración de los caídos en la Guerra es particular por el uso de este recurso. En un momento la cámara está situada en un punto fijo y los soldados se van acercando hacia ella de manera diagramada hasta pasarle por delante y dividirse para la izquierda unos y hacia la derecha otros. Luego la cámara acompaña esos movimientos para ambos lados, con una perfección y orden característicos del régimen. Si algo se puede destacar del nazismo es la organización. Supieron controlar a grandes concentraciones de personas.



La iluminación

El cine es luz. Casetti y di Chio hablan de dos tipos de iluminación; una luz que haga ver sin dejarse ver y otra que no se limite a iluminar, sino que se muestre en cuanto luz. En el

caso del documental, se emplea mucho la segunda idea, la de una iluminación subrayada, que destaque y se haga notar como luz propiamente dicha. Se busca alterar los contornos de los objetos encuadrados y lograr un efecto antinaturalista.

Muchos de los símbolos del nazismo como la esvástica o el águila imperial son enfocados de esta manera, generando un relieve que hace parecer que los objetos tienen cuerpo y crea un efecto de artificiosidad.

A la hora de enfocar a Hitler, la directora elige hacerlo en planos contrapicados y busca generar un contraste con el fondo, mayormente el cielo, que aporta ese aura de superioridad y misticismo. Juega con las sombras, contrastes. Los primeros planos de rostros de niños suelen ser con una luz marcada, frontal, que los muestra de manera angelada, puros e inocentes. Los contrastes no son tan duros como en el caso del Führer.

Códigos gráficos

Los indicios gráficos son todos los géneros de escritura que están presentes en el film. En este caso se utilizan los títulos para presentar el film, los datos de producción, casting, etc. Introducen lo que se verá más adelante en el documental; están empleados a modo informativo.

Elaborada por encargo del Führer y adaptada por Leni Riefenstahl.

20 años después de la Primera Guerra Mundial.

16 años después del comienzo del sufrimiento alemán.

19 meses después del comienzo del rendimiento de Alemania

La tipografía es Gótica. Fue utilizada durante la mayor parte del régimen por decisión de Hitler. Muchos de los carteles de propaganda llevan la letra gótica Fraktur. Una versión cuenta que se había establecido esta tipografía como la oficial (1934-1940) hasta que Hitler descubrió el parecido entre la letra gótica y la hebrea, por lo que decidió prohibirla y reemplazarla por la letra Antiqua. Además, otras versiones refieren que Hitler pensaba en Alemania como un país potencia, que impondría el idioma en el mundo y los textos con letra Fraktur eran muy difíciles de leer.



Propaganda Nazi con letra fraktur.

En el transcurso del film no se utilizan los títulos, excepto placas con los nombres de los miembros del partido que dan sus discursos.

Códigos sonoros

Un film está constituido por tres tipos de hechos: las voces, los ruidos y los sonidos musicales. Tanto Martin (2002) como Casetti y di Chio (1991) lo plantean en sus textos en los que retoman a Metz. Además, todo sonido cinematográfico puede ser diegético, si la fuente está presente en el espacio representado, o no diegético si el origen no tiene nada que ver con el espacio de la historia.

En el documental se emplea la *voz in*, procedente de un hablante que está encuadrado. Los discursos de Hitler y los miembros del partido son un reflejo de este ejemplo, en el que las voces son captadas en tiempo real, con la presencia en cuadro del orador que las emite. En otras escenas se utiliza la voz en off, tal como la definen Casetti y di Chio, como “aquella que proviene de una fuente sonora excluida de manera temporal por un movimiento de cámara que la excluye”. En la presentación de las juventudes ante Hitler, el comandante que las anuncia queda fuera de cámara mientras ésta recorre los rostros de los soldados. El uso de la voz in logra una sensación de proximidad y realidad de lo que se muestra. En este caso, al ser un documental propagandístico cobra mucha importancia lo que dicen Hitler y los miembros del partido en sus discursos. En otras producciones audiovisuales de este

género, suele emplearse la voz over, que es aquella que proviene de una fuente excluida, perteneciente a otro orden de la realidad.

Mayormente predomina el sonido diegético. Bandas y orquestas en vivo musicalizan gran parte del documental, haciéndolo aún más característico. La música empleada sirve como entonación y acompañamiento para destacar imágenes, símbolos o transiciones de una escena a otra. La directora logró crear un clima acorde a lo representado con las elecciones sonoras.

Códigos sintácticos

Los códigos sintácticos son aquellos que regulan la asociación de los signos y su organización. Comúnmente conocido como montaje, el fundamento más específico del lenguaje cinematográfico. En el Triunfo de la Voluntad podríamos hablar de un montaje expresivo (Martin, 2002) basado en la yuxtaposición de planos que buscan causar un efecto directo en el espectador; se propone expresar por sí mismo un sentimiento o una idea. Deja de ser un medio para convertirse en un fin.

Uno de los tipos de montaje que describe Martin en su libro se ajusta perfectamente al caso estudiado. “El montaje de atracciones (...) su objetivo es una puesta en escena activa en lugar del reflejo estático de un acontecimiento, y la educación del espectador en el sentido deseado a través de una serie de presiones calculadas sobre su psiquismo” (Martin, 2002). El montaje no es solamente un procedimiento fundamental y técnico sino que presenta una forma de construir una percepción, idea o realidad.

Para finalizar cito frases que mencionó Leni Riefenstahl en el documental sobre su vida:

“Un discurso solo necesita un principio y un final y dos o tres oraciones importantes en el medio, todo lo demás debe salir. En el medio debe haber algo que emocione a las personas. Cualquier editor puede hacerlo no hace falta saber de política...”

“Esto debía ser filmado por un artista no por un político, Hitler no quería un filme de corte político. Quizá el artista se debería preguntar cuál es la finalidad de su creación pero si un artista se dedica a su trabajo por completo no puede pensar a nivel político”.

“El Triunfo de la Voluntad tiene algún mensaje. Es obvio que yo no pensaba en nada específico pero cuando lo editaba descubrí cierto mensaje, usted puede encontrarlo, primero la creación de empleo a través del esquema de trabajo y servicio... En aquel entonces el mensaje era de paz, otros motivos políticos no se mencionan no hay antisemitismo o la teoría de las razas, trabajo y paz son el único mensaje en El Triunfo de la Voluntad”.

5. El Judío Suss – Veit Harlan

Título original: Jud Süß

Año: 1940

Duración: 98 min.

País  Alemania

Dirección: Veit Harlan

Guion: Veit Harlan, Eberhard Wolfgang Möller, Ludwig Metzger (Novela: Lion Feuchtwanger)

Música: Wolfgang Zeller

Fotografía: Bruno Mondi (B&W)

Reparto: Ferdinand Marian, Werner Krauss, Heinrich George, Kristina Söderbaum, Eugen Klöpfer, Hilde von Stolz, Malte Jäger, Albert Florath, Theodor Loos, Walter Werner, Charlotte Schultz, Anny Seitz, Erna Morena, Jakob Tiedtke, Else Elster

Productora: Terra-Filmkunst

Género: Drama | Histórico. Siglo XVIII. Remake. Propaganda

Sinopsis:

Durante el Siglo XVIII, Joseph Süß Oppenheimer, un siniestro y avaro judío promueve la inmigración judía en la ciudad de Württemberg. Es una de las más importantes películas de propaganda antisemita del III Reich. Extras judíos fueron "contratados" en Praga y las escenas que muestran la entrada de los judíos en Württemberg y el culto en una sinagoga fueron filmadas ahí. La película muestra a los judíos desde una óptica antisemita, representándolos como seres físicamente poco agraciados, manipuladores, materialistas, inmorales y taimados.

A diferencia del documental analizado anteriormente, El judío Süß se estrenó en el año 1940, con la ideología del nazismo consolidada y ya instalada en la mente de los alemanes. Su objetivo es bien distinto del de Riefenstahl, ya no se busca hacer una alusión directa a lo

que significa y representa el nacionalsocialismo, sus insignias y fortalezas, sino que es exclusivamente un film antisemita. El género al que pertenece es un drama de ficción, novelado, con un guión pensado para introducir ciertas ideas sobre los judíos y su comunidad.

El antisemitismo que profesó el nazismo es uno de los temas de mayor interés y que aún hoy sigue siendo tema de debate, de publicaciones, de libros y películas por la crueldad con la que se intentó exterminar a una comunidad. Es uno de los casos de totalitarismo del siglo XX de mayor magnitud.

Como se viene mencionando en los capítulos anteriores, Goebbels intentó introducir al pueblo germano en la burbuja que estaba confeccionando, creando una industria ideológica que transfigurara la realidad y la pusiera al servicio de la causa alemana. La opinión pública desapareció, la crítica cinematográfica fue prohibida y reemplazada por una verdad oficial que se impuso como dogma irrefutable. Hannah Arendt lo expresa de la siguiente manera:

“La razón fundamental de la superioridad de la propaganda totalitaria sobre la propaganda de los otros partidos y movimientos es que su contenido, en cualquier caso para los miembros del movimiento, ya no es un tema objetivo sobre el que la gente puede formular opiniones, sino que se ha convertido dentro de sus vidas en un elemento tan real e intocable como las reglas de la aritmética” (Arendt, 2006)

El cine entraba dentro de esa burbuja por lo que no podía escapar de los lineamientos impuestos. El judío no solamente debía ser presentado como infrahumano sino serlo realmente. No bastaba con mentir, sino que era necesario transformar sus mentiras en realidad. Se habla de una mentira performativa del nazismo ya que las falsedades y aseveraciones se repetían incansablemente, de manera incesante hasta lograr que pareciera real. De hecho, el principio de orquestación de Goebbels consiste en esto, la repetición de un pequeño número de ideas constantemente. El fin de la propaganda nazi, según Arendt (2006), no era la persuasión sino la organización. No se proporcionaban buenos argumentos o análisis, se entregaba un imaginario compacto donde todo cuadraba.

Dentro de las producciones cinematográficas del Tercer Reich, los films de carácter antisemita no tuvieron tanto lugar en el cine ni el recibimiento que se esperaba. Sin embargo, El judío Süß fue el único éxito que trascendió y recibió el reconocimiento en

Alemania y Europa. El mérito se lo lleva Goebbels, quien intentó disimular el tono de la película, exponiéndola como un simple reflejo de la realidad y no como una producción destinada a despotricar contra el pueblo judío. Se le atribuye la siguiente frase al Ministro de propaganda:

“Realmente el gran arte reside en educar sin revelar el propósito de la educación, de modo que se cumple la función educativa sin que el sujeto de tal educación se dé cuenta de que está siendo educado, lo que constituye en verdad la finalidad real de la propaganda”(en Gubern, 2004).

Hitler y su Ministro intentaron dar su versión sobre la historia de Joseph Süß Oppenheimer, judío de Württemberg que logró trascender las limitaciones propias de su pueblo y alcanzar la posición de asesor financiero del duque Karl Alexander, posición desde la que emprendió acciones que afectaron a la población y le hicieron ganar una mala reputación. El duque falleció en 1737 y el banquero judío fue detenido y condenado a muerte. El propósito del film era mostrar que una relación pacífica y productiva entre el pueblo judío y el alemán era imposible ya que los judíos por mucho que se esforzaran en parecer nobles, no podían desligarse de su condición de infrahombre. “El antípoda del ario es el judío” (Hitler, 2016). Hitler siempre asoció al judío con un parásito que infectaba la pureza y fortaleza del pueblo alemán.

El Judío Süß forma parte de una seguidilla de películas que tenían como objetivo desenmascarar ante el espectador tanto al enemigo ideológico como al enemigo racial. Desde los comienzos, el nacionalsocialismo empleaba la canción “Despierta, Alemania” como himno de referencia. En las estrofas de dicha canción se hace un llamamiento a la solidaridad nacional, resalta el patriotismo y ensalza al líder del rebaño; pero además, responsabiliza de los males y problemas que atraviesa Alemania al principal enemigo de la raza aria: el judío. “No des espacio al judío extranjero en tu Imperio”, “A todos esos hipócritas los expulsaremos”.

El personaje de Süß representaba lo que Hannah Arendt definió como “banqueros palaciegos”. Estos judíos que poseían un nivel de vida muy superior al resto de sus compañeros de religión, a los que incluso llegaban a despreciar, tuvieron una enorme

influencia en las monarquías y ducados europeos del siglo XVII y XVIII. El objetivo maquiavélico de Süß en el film era conseguir más dinero y poder.

Hannah Arendt destacaba la diferencia existente en los regímenes totalitarios entre el sospechoso y el enemigo objetivo. Este último, aunque no tuviera intención de poner en peligro a la comunidad racial, llevaba incorporado en su ADN genético e ideológico el germen contaminador que lo convertía a ojos de la política del gobierno autoritario en un hombre al que había que eliminar. A este grupo pertenecían la mayoría de los enemigos del Reich alemán. El enemigo contrario a los intereses comunes de la población aria carecería de los derechos inalienables del ser humano. El sospechoso, por el contrario, abarcaba a toda la población en potencia. Esto generaba un clima de histeria colectiva en el cual el vecino se transformaba en un agente confidente de la represión policial al delatar a todo aquel que ejercía su derecho a pensar y a expresarse libremente.

El Judío Süß es una pieza clave para entender el proceso de construcción del enemigo por parte del nazismo. Carl Schmitt fue un filósofo jurídico alemán, partidario del nazismo, que militó en el régimen pero luego se alejó por las amenazas de las SS. Su manera de pensar y de concebir al Estado refleja la mentalidad y política del Nacionalsocialismo. El texto del autor, "Concepto de la política" presenta algunas definiciones que resultan útiles a este trabajo. El autor plantea que la distinción propiamente política es la distinción entre el amigo y el enemigo, que da a los actos y a los motivos humanos sentido político. El concepto de enemigo implica la posibilidad real de una guerra, es decir una contienda armada entre unidades políticas organizadas.

"(...)Tales guerras son por fuerza singularmente crueles e inhumanas, ya que, rebasando el plano político tienen necesidad de rebajar al enemigo al mismo tiempo desde el punto de vista moral y según otras categorías y de convertirle en un monstruo inhumano que no sólo debe ser combatido, sino definitivamente aniquilado" (Schmitt, 2005:68). Esta definición se ajusta perfectamente a la concepción que tenían los nazis sobre el exterminio de los judíos, ese "enemigo" que había que combatir hasta las últimas consecuencias.

Schmitt expone que el concepto de Estado implica lo político y para llegar a una definición de lo político se requiere el descubrimiento y la fijación de una distinción específica a la cual sea posible referir las acciones y los motivos políticos. Esa distinción es la distinción

de «amigo y enemigo», la cual determina la esencia de lo político, y desde este criterio se puede determinar lo político y lo apolítico. Así, la esencia de las relaciones políticas es el antagonismo concreto originado a partir de la posibilidad efectiva de lucha. Lo político es, entonces, una conducta determinada por la posibilidad real de lucha; es también la comprensión de esa posibilidad concreta y la correcta distinción entre amigos y enemigos. El medio político es, por ende, un medio de combates concretos. *“El concepto del amigo, del enemigo y de la guerra adquieren su acepción real cuando se refieren a la posibilidad real de matar físicamente y la mantienen”*. (Schmitt, 2005: 66)

Sin embargo, Schmitt plantea que el enemigo en sentido político no tiene por qué ser odiado en la esfera privada y personal. Durante el nazismo no se permitía a los alemanes juntarse ni mezclar su raza con un judío, ni siquiera en la vida privada. Todo aquel que mantuviera relaciones en su vida personal con el enemigo era considerado un traidor. En el film se puede observar este odio y la negativa a juntarla raza aria con la judía en la relación entre Süss y su enamorada. Se opone la vileza y avaricia del judío contra la pureza de la joven alemana. Este aspecto en el nazismo no era negociable. El enemigo lo era en todos los aspectos y ámbitos de la vida.

La razón de ser del nazismo era la propia existencia de ese combate a muerte por el dominio del mundo entre dos cosmogonías radicalmente opuestas tanto a nivel corporal como espiritual. Los judíos no cumplían las mínimas exigencias estéticas, genéticas y sanitarias. Además, los valores del materialismo, la mentira, el parasitismo y el egoísmo que desprendían no podían permanecer en una sociedad donde el hombre de la nueva Alemania era idealista, trabajador, solidario, sincero, noble, valiente y con una gran capacidad para crear arte y belleza. Goebbels resumía en sus artículos de “Der Angriff” los motivos por los cuales un nacionalsocialista era radicalmente antijudío (Da Costa, 2014: 180). Muchos de estos aspectos ideológicos se verán luego reflejados en la construcción del personaje del judío en los filmes antisemitas.

1. Uno no puede luchar contra el judío de una manera positiva. Es negativo y su negatividad debe ser borrada del sistema alemán, si no lo corromperá para siempre.
2. Uno no puede discutir con los judíos sobre la cuestión judía. Cuesta probar ante alguien que tenemos el deber de hacerlo inofensivo.

3. Uno no puede dar al judío los mismos medios que se darían a un oponente honesto porque él no es un oponente honesto. Él será generoso y noble para atrapar a su enemigo.
4. El judío no tiene nada que decir sobre los asuntos alemanes. Es un extranjero, un extraño que solo disfruta de sus derechos de huésped de los cuales normalmente abusa.
5. La llamada moral religiosa de los judíos no es moral en ningún caso, es antes que nada una forma de traicionar. Por esta razón no tienen derecho a ser protegidos por el Estado.
6. El judío no es más inteligente que otros sino más astuto y cauteloso. Su sistema no puede ser derrotado económicamente sino políticamente.
7. Un judío no puede insultar a un alemán. Sus difamaciones no son más que insignias honoríficas para el alemán que se opone a ellos.
8. Cuanto más se opone un alemán o un movimiento alemán a los judíos, más se les valorará. Si alguien es atacado por el judío, será con seguridad una señal de virtud. El que no es perseguido o es adulado por los judíos, es peligroso y un inútil.
9. Los judíos evalúan las cuestiones alemanas desde un punto de vista judío. Como resultado, debe ser verdad todo lo contrario de lo que él dice.
10. Uno debe apoyar o rechazar el antisemitismo. Quien defiende a los judíos está atacando a su propio pueblo. Solo se puede ser lacayo o enemigo de los judíos. Oponerse a los judíos es una cuestión de higiene personal.

5.1 La trilogía antisemita

Como ya era habitual desde 1933, el Reichstag había convocado su sesión el 30 de enero de 1939 para celebrar la toma de poder de Adolf Hitler. El discurso mantenía los mismos ejes de siempre hasta que empezó a despotricar contra los poderes judíos que estaban detrás de todas las decisiones de los dirigentes democráticos. La crítica al judaísmo internacional tenía las mismas intenciones que años anteriores, con la excepción de que alcanzó el éxtasis de su discurso amenazando con la exterminación del pueblo judío:

“Hoy quiero una vez más ser profeta: si el judaísmo internacional de Europa consigue precipitar otra vez a los pueblos a una guerra mundial, el resultado de esta guerra no será la bolchevización del orbe y por consiguiente el triunfo de la raza judía, sino el aniquilamiento de esta raza en Europa” (Hitler en Discursos, 1999b: 40)

Desde la llegada al poder del Nacionalsocialismo no se había abordado el antisemitismo en el cine hasta que Hitler pronunció estas palabras. Generalmente se ofrecían películas documentales, dramas, bélicas o musicales pero siempre dejando de lado al judío. Es más, era un personaje casi desaparecido en la cinematografía, no así en las calles de Alemania donde se los señalaba con escritos en las paredes, afiches y panfletos que orientaban el punto de vista del ciudadano. A partir de este momento, Hitler le dio vía libre al Ministerio de Propaganda para abordar el problema judío y producir filmes con el enemigo principal del Tercer Reich como protagonista.

Como consecuencia de este llamamiento por parte de Hitler se lanzó al mundo cinematográfico la Trilogía Antisemita. Desde el Ministerio de Propaganda se produjeron tres filmes de carácter antisemita que tenían por objetivo la difamación del judío, el refuerzo de la idea ya establecida sobre esta raza y la insensibilización del pueblo para la colaboración pasiva en las medidas por el Tercer Reich. Hablamos de *Los Rothschild*, *El judío eterno* y la más polémica y con mejor recibimiento *El Judío Süß*.

Desglose por escenas

La apertura del film muestra un altar con la estrella de David, símbolo judío por excelencia, sostenido por dos estatuas en forma de león, un candelabro con velas encendidas y la música de fondo que evoca a la cultura judía. Los títulos del film y datos de producción se

presentan al comienzo en una letra estilo hebrea que, nuevamente, remite al imaginario sobre lo que conocemos, o creemos conocer, de la comunidad.

La película está basada en hechos históricos. El duque fallece y la ciudad de Württemberg queda en manos de su hijo Karl Alexander. Trompetas y vítores dan paso a la escena siguiente en la que el nuevo duque pasea por la ciudad en su coche, al estilo de Hitler en el congreso de Nuremberg, en un carruaje abierto.

Se presentan los personajes principales brevemente. El presidente del Concejo Asesor del Duque, la hija y su enamorado, y el mismísimo Duque a quien finalmente le vemos el rostro completo en la celebración por su ascenso. Su aspecto es el de un hombre con una buena posición económica, vestido elegante con los trajes de la época y de acuerdo a su cargo político.

Es en la escena número seis donde conocemos al maléfico personaje que otorga sentido al film: Süß Oppenheimer. La escena comienza con el recorrido de la cámara por un letrero con tipografía hebrea que reza “Oro y joyas”. El barrio está colmado de personas caracterizadas como judíos con largas túnicas, barbas interminables, cejas tupidas y narices prominentes, tal como eran descritos por los nazis. La cámara encuadra a unos sujetos que conversan sobre dinero. Una de las frases que resuena es: “Él se lo dará así nosotros podemos tomar, tomar, tomar”.

Dentro de una de las viviendas se encuentra un representante del Duque que ha acudido a nuestro maléfico judío Süß para comprar joyas. Se descubre al personaje, caracterizado como un ser vil, sediento de poder, poseedor de una gran dote de joyas y alhajas pero deseando más y más riqueza. Las joyas que el judío ofrece tienen un precio superior a lo que el Duque podría pagar, por lo que le propone un trato al representante. Como ningún judío tenía acceso a la ciudad, Süß le propone entregarle la joya que desea a cambio de levantar esta restricción y permitir el acceso a los judíos para realizar sus negocios.

La construcción del relato desde el comienzo plantea una caracterización del judío tan absurda y grotesca que es imposible no advertirlo y, a la vez, no dejarse llevar por esa manipulación durante la película. El judío no tiene moral. Es como un parásito, capaz de camuflarse en una sociedad que no le pertenece.

Por otro lado, la caracterización del Duque es la de un mujeriego, borracho y un títere en manos de su banquero y asesor personal, Süß Oppenheimer. Si bien el duque es alemán, nadie que pacte con un judío puede ser bien visto por la sociedad ni ser un ciudadano puro. A estos personajes se les oponen los verdaderos ciudadanos alemanes, la imagen que los nazis querían reflejar: la bella e ingenua Dorothea y su padre Sturm, el presidente del Concejo asesor del duque, y el novio de la joven, un músico y artista con principios inquebrantables.

Los principales argumentos de propaganda que destacan en el film tienen por objetivo mostrar la “verdadera” esencia del judío: explotador, internacionalista y corruptor de la moral. A través del diálogo y de las acciones de Süß se van manifestando e intensificando a medida que pasan los minutos.

El judío logra convencer al duque de que lo convierta en su asesor financiero ya que podrá aumentar su riqueza y será capaz de camuflarse en la ciudad sin que nadie lo perciba. Luego de un inconveniente con su carruaje camino a la ciudad, Süß logra que Dorothea lo lleve hasta Württemberg. En el diálogo que mantienen, la joven le pregunta qué parte del mundo conocía y en cuál se sintió como en casa, a lo que el judío responde que no puede elegir una ciudad ya que se siente cómodo y a gusto en cualquier parte del mundo. Los nazis sostenían que el judío no tiene patria, es capaz de camuflarse y adaptarse en cualquier parte como un parásito. De hecho, en la película se manifiesta en primer lugar con esta escena de la llegada de Süß al pueblo y luego cuando el duque, influenciado por su asesor, levanta la prohibición para que los judíos puedan ingresar a la ciudad.

Tras su llegada, Süß logra hacerse con el derecho a administrar y explotar económicamente los puentes y peajes del camino. Entre las decisiones que toma no tiene ningún reparo en destruir la casa de un herrero que se interponía en sus intereses. Incluso, terminan colgando al herrero por orden de Oppenheimer. Cualquier persona que insultara al asesor del duque estaba cometiendo un delito que podía implicar serias condenas.

Las consecuencias que acarrea la infiltración de esta raza en los alemanes es la degeneración física y moral que traía consigo el judío. La escena de la fiesta organizada en honor al duque es la que mejor define el apelativo nazi del judío como corruptor de las virtudes arias. Vemos a varias jóvenes, algunas menores de dieciocho años, que son

ofrecidas al duque por orden de Süß para mostrar sus encantos y dejarse manosear contra su voluntad. En esa fiesta comienza el deseo del judío de poseer a Dorothea. A medida que transcurre la película y Oppenheimer va consiguiendo cada vez más influencia sobre el duque, pide la mano de la joven a su padre Sturm, quien se niega rotundamente y deja en claro la postura del Tercer Reich:

-“Mi hija nunca tendrá hijos de un judío”.

Las Leyes de Núremberg ya estaban establecidas. Estaba prohibida la unión de un judío con un alemán. A raíz de la petición del judío, la boda entre Dorothea y Faber, secretario del Concejo, se acelera. La ira de Süß aumenta al enterarse la noticia y como venganza, característica que también le atribuían los nazis a la raza, hace encarcelar al padre de la joven por acusarlo de traición al duque.

El momento álgido de la película llega cuando Dorothea, tras la ausencia de su padre y su novio, quien también había sido encarcelado y torturado por Süß, acude al judío para implorarle que los libere. Finalmente sucede lo que termina de condenar al judío como un ser desagradable y cruel: la violación de la casta e inmaculada Dorothea que luego termina suicidándose por no poder soportar haber sido ultrajada por un ser racialmente impuro.

La escena final está teñida de dramatismo. Las barcas de los habitantes del pueblo navegan el lago en penumbras buscando el cuerpo de la joven mientras que en el palacio, el duque borracho y a punto de morir de un ataque al corazón, lo incita a su asesor financiero a quitarse la máscara:

Duque: Quítese la máscara, amigo mío.

Judío Süß: ¿Qué máscara?

Duque: La última. Me pregunto cómo se verá usted.

La máscara era un término muy utilizado en el Tercer Reich para hacer referencia a los judíos o los comunistas. El objetivo era hacer visible a plena luz del día lo que se escondía tras esas cosmovisiones. En el caso del judío Süß hay claros indicios de la facilidad que manejaba el protagonista para colocarse la máscara y adaptarse tal y como la situación lo requiriera. Oppenheimer no tenía ningún inconveniente en afeitarse la barba, cortarse el

pelo y vestir un traje al mejor estilo europeo para ingresar en la ciudad y pasar desapercibido entre la multitud.

El desenlace se compone de la escena en la que Süß es condenado a la horca, ya sin la máscara que lo protege. Despojado de la ropa elegante, con barba y aspecto desaliñado, es condenado por chantaje, especulación, corrupción, sexo ilícito, proxenetismo y alta traición contra el pueblo alemán. El presidente del Concejo leía, en nombre del pueblo de Wurttemberg, el decreto por el cual los judíos debían abandonar en tres días el reino y cito: *“que nuestros descendientes se adhieran a este decreto y así eviten el sufrimiento por su propio bienestar y por la seguridad de sus hijos y los hijos de sus hijos”*. La película volvía a legitimar las leyes raciales y códigos penales nazis y justificaba la persecución pasada y presente contra los judíos y la política de exterminio que vendría.

5.2 Análisis de códigos cinematográficos.

El judío Suss es un drama de ficción, si bien al principio se nos anticipa que está basada en hechos reales, sabemos que fue manipulada y dirigida de acuerdo a los intereses del nacionalsocialismo.

Es muy diferente un film de otro, por un lado tenemos un documental que busca una estética, una creación artística donde cada plano y angulación de cámara están perfectamente diagramados y realizados, se resaltan los valores del nazismo y es más importante lo que se muestra y cómo se lo muestra que lo que puedan decir los protagonistas en discursos o diálogos. Por el otro lado, vemos una película que no destaca por estar bien lograda estéticamente, ni atrae por su calidad artística o recursos utilizados pero sí impacta por lo que dice. El mensaje es simple, llega a cualquiera que vea el film, la historia está bien contada y logra el objetivo que es generar el odio hacia los judíos. En este caso importa más el contenido que la forma, el director no busca embellecer lo que se dice para distraer al público, ni agrega escenas que no hagan al relato; todo es funcional al mensaje principal. La significación emocional o intelectual más bien surge de la creación de relaciones significantes que de la presentación de cosas intrínsecamente significantes.

Análisis de planos y angulaciones de cámara

Como veíamos en el caso documental, cada elección significa. Un plano u otro hacen cambiar la visión que se tiene de un objeto, desde qué punto mirarlo o hacerlo mirar.

En El judío Süß no hay una gran variedad de planos utilizados. Son muy frecuentes los primerísimos primeros planos del rostro y miradas de Oppenheimer, sonrisas viles o gestos que manifiestan las características y actitudes que los nazis le atribuyen a la raza. Generalmente estos planos se emplean para mostrar a los judíos del barrio, al protagonista o al rabino. Estos planos dejan al descubierto a los personajes, abiertos ante el espectador que puede examinarlos y penetrar en la conciencia de ellos. Martín (2002) habla del primer plano como aquel que sugiere una fuerte tensión mental en el personaje. De hecho, en muchas escenas se utiliza luego de alguna discusión del protagonista con el duque o manipulación por parte del judío, momentos de tensión que influyen en el curso de la historia.

El director juega mucho con planos de miradas y rostros expresivos que reflejan el estado emocional de los protagonistas. Mujeres perturbadas por el acoso del duque, ciudadanos enfadados por el comportamiento del judío, vileza y resentimiento por parte de éstos.

Con respecto a las angulaciones de cámara tampoco hay mucho por agregar, utiliza el recurso de contrapicado para los momentos de grandeza del duque, al comienzo de la película, cuando recién es coronado. Luego el plano contrapicado o levemente inclinado cuando el judío bien cerca del duque lo asesora al oído, diciéndole qué es lo mejor para él y para el reino. A través de los planos y angulaciones se va reflejando al transcurrir la historia, la debilidad del duque y la fortaleza que va logrando Oppenheimer.



Movimientos de cámara

Los movimientos de cámara tienen una función que se podría considerar de encantamiento. El ojo espectador se adapta a lo que el director quiere mostrar y se deja llevar. Aportan dinamismo y versatilidad a un film.

Tienen diferentes funciones como por ejemplo el acompañamiento de un personaje u objeto en movimiento, la creación de movimiento ilusorio en algo estático, descripción de un

objeto o acción, expresar la visión de un personaje o la tensión mental. Un ejemplo de esta tensión mental se sucede cuando se acerca un miembro del concejo del duque para advertirle que los judíos estaban ingresando a la ciudad con total impunidad y un travelling hacia adelante, directo al rostro del duque, revela la inquietud de éste.

También se utiliza el recurso del travelling subjetivo no realista (Martin, 2002) como en la continuidad de la escena mencionada anteriormente, donde el judío Süß y su compañero observan desde un punto en alto y oculto, por un orificio en la pared, cómo los asesores aconsejan al duque sobre lo que debería hacer con los judíos de la ciudad. La cámara se convierte en la mirada de los personajes, vemos la atención y tensión mental de nuestros protagonistas que observan algo que puede convertirse en una cuestión de vida o muerte. Si los asesores lograban convencer al duque se ponía en peligro la continuidad de Süß en Wurttemberg y el plan fracasaría.

Lo interesante de los movimientos de cámara es cuando están dotados de significado y se logra apreciar esta función creadora de la cámara. Es el reflejo de la evolución progresiva de la imagen, desde el estatismo hasta el dinamismo que, finalmente, concluye en el montaje.



Travelling subjetivo no realista

Códigos de iluminación

La iluminación en términos de Martin (2002) constituye un factor decisivo en la creación de la expresividad de la imagen. Contribuye en especial a crear la atmósfera. La iluminación sirve para definir y modelar las siluetas y los planos de los objetos, crear la

sensación de profundidad espacial y producir una atmósfera emocional y hasta algunos efectos dramáticos.

Como en el caso del documental analizado, la estrella de David, símbolo judío por excelencia, aparece resaltado con una luz artificial que la realza. Hace parecer al objeto como dotado de vida propia y lo despega del fondo. En El Judío Süß es difícil analizar la iluminación ya que es un film en blanco y negro, despojado de los matices de la luz y su calidez. Sin embargo, el uso de la luz puede significar la oscuridad de un período, la fascinación por la luz, un mundo cerrado y protector que conlleva a la hipnosis filmica.

Hay en el film un juego con las luces y sombras, especialmente los contrastes en escenas donde se percibe tensión en los personajes. En la sinagoga, cuando Süß visita al rabino se puede ver éste contraste. Ingresamos en un plano donde lo esotérico y religioso aparecen en escena, por lo que la iluminación se vuelve tenue, aportando misterio y secretismo. Luego, en el desenlace con la violación de la joven Dorothea y la escena donde se muestran varias barcas de los ciudadanos que navegan el río con antorchas en sus manos, cargando con el cuerpo de Dorothea quien ha decidido suicidarse tras ser manoseada por el judío. Durante la película aparece mucho el elemento fuego en velas, antorchas, candelabros y demás artefactos de la época que también hacen a la iluminación y al clima de la historia.





Códigos sonoros y gráficos

Se agrupan ambos códigos dentro de la categoría de análisis ya que dentro de la película se relacionan. Al comienzo se presentan los títulos con los nombres del elenco y los productores con una letra estilo gótico, como se había instalado en la Alemania nazi, con una música de fondo que recuerda a algo místico o religioso. De hecho, entre las placas donde se van mostrando los integrantes del film, vemos a un hombre que va vestido como un rabino, con una túnica blanca, cantando con una partitura en la mano.

Este comienzo es muy representativo, una música suena sobre un fondo negro que se convierte en la estrella de David y de repente reina el silencio. Contemplamos brevemente la imagen hasta que se retoma la música y comienzan los títulos. En la película hay muchos saltos de música, con diferentes intensidades y estilos que marcan la transición entre una escena y otra. Por ejemplo, en la escena donde el duque asume el poder y desfila por la ciudad en su carruaje, muy al estilo Hitler en El Triunfo de la Voluntad, con una banda sonora triunfante, imágenes de trompetas y soldados que simulan tocar en vivo, se convierte en una yuxtaposición de la imagen con letras hebreas y el sonido que emana de un barrio judío representado como algo oscuro, tenebroso. Pasamos de la grandeza del duque y su ciudad a la vida miserable de los judíos.



Códigos sintácticos o montaje

Como vimos, el montaje es el fundamento más específico del lenguaje cinematográfico. Consiste en la organización de los planos de un film en ciertas condiciones de orden y duración. Podemos diferenciar un montaje narrativo de uno expresivo. El primero consiste en reunir planos según una secuencia lógica o cronológica con el objetivo de narrar una historia y el segundo busca generar un efecto directo a través de la yuxtaposición de planos, el montaje deja de ser un medio para convertirse en un fin.

En el caso analizado podría decirse que hay una mezcla de ambos ya que si bien hay una linealidad en el tiempo y los hechos se suceden cronológicamente, también pretende causar un efecto psicológico en el espectador. Una de las escenas destacables tiene que ver con el momento en el que el judío luego de asumir su rol como asesor financiero complace el deseo del duque de tener su propio ballet, que desde el Concejo le negaban. El judío arroja sobre la mesa una gran cantidad de monedas que, a medida que van cayendo, se funden y se convierten en un ballet de bailarinas danzando bajo la mirada del duque y su asesor. La riqueza y manipulación del judío logran que el duque consiga lo que desea. Luego de esa escena queda al descubierto otra de las facetas del duque: su apetito sexual por las mujeres,

principalmente jóvenes menores de edad a las que Süß reúne en una sala aparte para que su señor escoja la que prefiera.



Palabras del rabino en escenas previas al desenlace.

“El montaje obedece con exactitud una ley de carácter dialéctico: cada toma debe incluir un elemento que halle su respuesta en la toma siguiente: la tensión psicológica creada en el espectador debe ser satisfecha por la continuidad de tomas. El relato cinematográfico aparece como una serie de síntesis parciales que se encadenan en una perpetua superación dialéctica”. (Martin, 2002)

6. Conclusiones finales

El cine documental es un instrumento de formación, es un proceso social y un constructor de la “realidad” desde distintos puntos de vista. Considerando a la realidad como una construcción particular a partir del lenguaje. El lenguaje crea mundos.

El documental parte de una búsqueda profunda de la realidad. Todo film documental es de relevancia social ya que remite en la mayoría de sus casos a transformaciones que se manifiestan en el seno de la sociedad. Cuenta hechos que han sucedido o que están sucediendo. Se manipula de alguna manera lo vivido; ya que se busca una historia determinada, una estructura y una mirada particular.

Metz (1972) postula que no hay algo así como una lengua en el cine. La riqueza perceptiva del cine permite distintos tipos de signos -imágenes, sonidos, palabras articuladas que se combinan en ausencia de la materialidad de lo representado. Para el autor, el cine no es una lengua sino un lenguaje; el cine se convirtió en un discurso al organizarse de forma narrativa y así produce un cuerpo de procedimientos significativos. Tanto el lenguaje como el cine producen discurso. El lenguaje selecciona y combina fonemas y morfemas y el lenguaje del cine selecciona y combina imágenes y sonidos. Metz se aproxima al objetivo de la semiótica: el estudio de los discursos, de los textos, más que al cine como institución.

De esta manera se pudo analizar los films a modo de textos, desglosándolos en unidades pequeñas para dar cuenta de los procesos de construcción de significados. Los códigos analizados en ambas producciones cinematográficas producen significado y fueron puestos al servicio de la transmisión de un mensaje: antisemitismo, adoración del líder, orden y disciplina de los soldados alemanes, raza aria, pureza, fuerza de los símbolos y eslóganes. El pueblo masificado apoya al Nacionalsocialismo que despierta un enorme fanatismo en los alemanes. La figura del líder, Adolf Hitler, quien se presenta como salvador de una nueva Alemania unificada bajo el régimen del Tercer Reich. El ejército perfectamente alineado y organizado que demarcan los conceptos de orden y liderazgo. El alemán es trabajador por naturaleza. La raza aria es el ideal del pueblo alemán. El judío es enemigo, incapaz de convivir en la Alemania de Hitler.

Goebbels supo explotar al máximo y experimentar con el poder que las imágenes ejercen sobre el público. Descubrió la potencia y el encantamiento que puede provocar en las

masas el cine. El régimen soviético, por su parte, ya había iniciado un proceso similar que explotaba las técnicas novedosas de montaje inventadas por Sergei Eisenstein. El cine alemán, por orden de Goebbels, se dejó influir por la teoría del montaje del director, especialmente por la utilizada en *El acorazado Potemkin* (1925). No obstante, se debe señalar que en el realismo socialista el pueblo es el gran protagonista mientras que Goebbels impone la figura del líder como un Dios; es decir, la estética soviética es tomada como modelo de referencia pero los objetivos son radicalmente opuestos. El montaje resulta una herramienta de persuasión ideal, útil para modificar la realidad en una ficción y aun en el caso de los documentales.

Los medios de comunicación de masas al ser de interés público saben que tienen la capacidad de poder alterar la realidad, y la presentan de un modo a la audiencia para que, a su vez, ésta le tome más importancia a los medios que a la realidad misma; incluso el impacto que provocan los medios es más fuerte que el que pudiera darse si un individuo presenciara el acontecimiento.

Ortega y Gasset introducen en 1930 el concepto de “hombre-masa”, planteado en el capítulo “Masas y propaganda”, el cual es descrito como el resultado de la desintegración de la élite y como la antítesis de la figura del humanista culto. “La masa es el juicio de los incompetentes, es la representación de una especie que basa su valor en el saber técnico y científico, es todo lo que no se valora a sí mismo- ni en bien ni en mal- mediante razones especiales, pero que se siente “como todo el mundo” y sin embargo, no se angustia, es más, se siente a sus anchas al reconocerse idéntico a los demás” (Ortega y Gasset, 1930). Este hombre-masa fue el receptor de la propaganda nazi. “La propaganda es una verdadera ‘artillería psicológica’ en la que se emplea todo aquello que tenga valor de choque, y en la que, finalmente, con tal de que la palabra causa efecto, la idea ya no cuenta (...) Esta es la razón del éxito de la propaganda nazi en la masa alemana; el predominio de la imagen frente a la explicación, de lo sensible brutal frente a lo racional” (Domenach, 2009)

Siguiendo a Chajotin, (citado en Domenach, 2009): "Una vez liberado, el espíritu de lucha puede manifestarse de dos maneras antagónicas: una, negativa o pasiva, que se exterioriza por el miedo y las actitudes de depresión, de inhibición; otra positiva, que lleva a la exaltación, a un estado de excitación y de agresividad. La excitación puede llevar al éxtasis,

a un estado que, como su nombre lo indica, es una forma de escape de sí mismo". Y es precisamente ése el estado del alemán sometido a la propaganda hitleriana, preso, al mismo tiempo, de exaltación y de angustia, que muy bien pueden haber llegado al subconsciente. Impresiona ver el aspecto que adoptaban los individuos, como petrificados en actitud ausente y rígida como sonámbulos, durante los discursos de Hitler. Y fue así, en efecto, tocando sucesivamente los dos polos de la vida nerviosa, -el terror y la exaltación-, como los nazis terminaron por disponer del sistema nervioso de las grandes masas, tanto en Alemania como fuera de ella.

A mediados del siglo XX se empezó a hablar de una estetización de la política para caracterizar ciertos acontecimientos y efectos en la articulación de la política, la estética, la tecnología y los procesos de individuación. Walter Benjamin acuñó el término como una descripción crítica. Benjamin plantea a la propaganda nazi como poseedora de un papel fundamental en este proceso, además de que estimuló a la participación de la masa para determinados fines. El proceso de dominación y enajenación por parte de las campañas políticas del régimen nazi forma parte de este proceso. "El dominio del nacionalsocialismo se sustentaba en el éxtasis de los dominados" (Benjamin en Romero, 2004). Este éxtasis es lo que Benjamin creía iba a ser potenciado y multiplicado a través de los nuevos instrumentos de la era de la reproductibilidad técnica de los objetos estéticos, en especial del cine como herramienta al alcance de las masas, llegando a plantearse con angustia la posibilidad de que la nueva unión de belleza y violencia permitiese a esas masas hallar placer visual en su propia masacre (Romero, 2004).

De alguna manera, los films analizados reflejan esa estetización de la política, principalmente en los documentales de Riefenstahl, donde el arte era puesto al servicio de una ideología, se buscaba resaltar lo bello del régimen y la divinidad del Führer y las masas fanatizadas. En *El Judío Süss* el objetivo era distinto, más bien tendiente a generar odio en las masas e identificar al enemigo común. Los objetivos de propaganda eran diferentes pero el camino elegido fue el mismo y con igual resultado.

Luego del recorrido conceptual e histórico y el análisis de *El Triunfo de la Voluntad* y *El Judío Süss*, podemos llegar a la conclusión de que durante el período del gobierno de Adolf Hitler, el cine se utilizó como instrumento para vehicular la ideología del régimen y

“manipular” a las masas. Los directores del régimen se sirvieron de elementos y recursos del cine, que por su masividad y capacidad de crear sentido contribuyeron a la consolidación del totalitarismo. El contexto histórico, social, político y económico de Alemania posibilitó la emergencia y el ascenso de Hitler al poder. Las condiciones estaban dadas.

Por lo tanto, es posible afirmar que la efectividad de la propaganda nazi se produjo por dos aspectos; una compleja maquinaria propagandística que afectaba a todos los ámbitos de la vida de los alemanes; y las características de una sociedad sumida en la culpabilidad, desorientada y sin ilusión, que sucumbió ante un mensaje de esperanza que identificó enemigos en común, devolviendo la unidad nacional y garantizando poder y seguridad para los amigos; y terror y violencia para los enemigos.

Bibliografía

ADORNO, T. (2005) *Ensayos sobre la propaganda fascista: psicoanálisis del antisemitismo*, Buenos Aires, Paradiso.

ARENDT, H. (2006) *Los orígenes del totalitarismo*, Barcelona, Alianza.

BARSAM, R. (1975) *Triumph of the Will*, Bloomington, Indiana University Press.

CASETTI, F Y Di CHIO, F. (1991) *Cómo analizar un film*, Buenos Aires, Paidós.

DA COSTA, M. (2014) *Ideología y propaganda en el cine del Tercer Reich*, Salamanca, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

D´ADAMO, GARCÍA Y SLAVINSKY (2011) *Propaganda gubernamental: tácticas e iconografías del poder*, Buenos Aires, La Crujía.

DOMENACH, J. (2009) *La propaganda política*, Buenos Aires, Eudeba.

ELLUL, J. (1965) Propaganda: The formation of man's attitude, USA, Vintage Books.

FREUD, S. (2005) *Psicología de las masas y análisis del yo*, Madrid, Amorrortu.

GUBERN, R. (2004) *Patologías de la imagen*, Barcelona, Anagrama.

HEIDEN, H. (1939) *Historia del Nazismo: nacimiento del Tercer Reich*, Buenos Aires, Claridad.

HITLER, A. (1999) *Discursos- Tomo II*, Argentina, Sieghels.

HITLER, A. (2016) *Mi Lucha*, Argentina, Temas Contemporáneos.

KRACAUER, S. (1947) *De Caligari a Hitler: historia psicológica del cine alemán*, Buenos Aires, Paidós.

MARTIN, M. (2002) *El lenguaje del cine*, Barcelona, Gedisa.

METZ, C. (1972) *Ensayos sobre la significación en el cine Vol II*, Barcelona, Paidós.

ORTEGA Y GASSET, J. (1983) *La rebelión de las masas*, Barcelona, Orbis.

RIEFENSTAHL, L. (2013) *Memorias*, España, Lumen.

ROMERO, A. (2004) *Benjamin: estética y nazismo*,
<http://anibalromero.net/Walter.Benjamin.estetica.pdf>

SCHMITT, C. (2005) *El concepto de lo político*, Barcelona, Alianza.

THORNTON, M. (1967) *El nazismo*, Barcelona, Orbis.

WOLF, M. (1987) *La investigación de la comunicación de masas*, Barcelona, Paidós.

<https://www.filmaffinity.com/ar/film633318.html>

https://es.wikipedia.org/wiki/El_triunfo_de_la_voluntad

Filmografía:

HARLAN, Veit (1940) *El Judío Süß*.

MULLER, Ray (1993) *Die Macht der Bilder: Leni Riefenstahl (La maravillosa, horrible vida de Leni Riefenstahl)*.

RIEFENSTAHL, Leni (1935) *El Triunfo de la Voluntad*.