

MAAT (Montevideo).

Maquinaria de Propaganda: El nacionalsocialismo.

Agustin V. Startari.

Cita:

Agustin V. Startari (2026). *Maquinaria de Propaganda: El nacionalsocialismo*. Montevideo: MAAT.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/agustin.v.startari/237>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/p0c2/PEM>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Die öffentliche Meinung

Ein Kampf um die Seele des Volkes



MAQUINARIA DE PROPAGANDA

EL NACIONAL SOCIALISMO

AGUSTÍN V. STABTARI

Entre 1920 y 1933, el Partido Nacionalsocialista Alemán (NSDAP) convirtió la propaganda en un componente central de su organización política y electoral. Este libro examina ese proceso en el contexto de la crisis de la República de Weimar y analiza cómo la simplificación del mensaje, la repetición, la escenificación pública, la construcción del adversario y la personalización del liderazgo ampliaron la capacidad de movilización del movimiento.

A partir de discursos de Adolf Hitler y Joseph Goebbels, prensa partidaria, material visual y fuentes historiográficas, *Maquinaria de Propaganda* estudia los dispositivos retóricos y organizativos que articularon la comunicación nacionalsocialista. El análisis presta especial atención a la relación entre lenguaje, emociones políticas, símbolos, medios de difusión y segmentación de públicos.

El enfoque combina historia política, lingüística, retórica y análisis del discurso. La propaganda no se presenta como una causa única del ascenso nazi, sino como un instrumento cuya eficacia dependió de condiciones económicas, institucionales y sociales, de la organización partidaria y, de forma creciente, de la violencia política.

El estudio distingue la propaganda partidaria anterior a 1933 del sistema estatal de propaganda, censura y coordinación cultural desarrollado después de la toma del poder. Esta separación permite examinar con mayor precisión qué recursos fueron utilizados para competir electoralmente y cuáles pertenecen a la posterior institucionalización de la dictadura.

Agustín V. Startari (Montevideo, 1982) es investigador en historia y lingüística, formado en la Universidad de la República (Uruguay). Su trabajo aborda las relaciones entre lenguaje, poder, propaganda y formación de legitimidad, junto con investigaciones históricas y obras de ficción.

Entre sus libros más reconocidos se encuentran *Creación de un Imperio: El Antiguo Imperio Egipcio*, donde analiza la consolidación simbólica y política del poder faraónico, y *Maquinaria de Propaganda: El nacionalsocialismo*, un estudio agudo sobre las técnicas discursivas utilizadas por el régimen nazi para modelar la opinión pública y construir legitimidad ideológica. Otras publicaciones como *Evangelización en la Pluma de Fray Bartolomé* y *Ucrania y Rusia: Un Conflicto en Progreso* amplían su mirada hacia distintas formas de dominación, religión y geopolítica contemporánea.

Sus libros integran la serie **Papeles de Trabajo**, un proyecto editorial que combina análisis documental, enfoque interdisciplinario y claridad expositiva, orientado a lectores que buscan comprender los mecanismos históricos y discursivos del poder.

AGUSTIN V. STARTARI

MAQUINARIA DE PROPAGANDA

EL NACIONALSOCIALISMO

AGUSTIN V. STARTARI

PAPELES DE TRABAJO

N. 7

Título original: Maquinaria de Propaganda: El nacionalsocialismo

Autor: Agustín V. Startari

Diseño de Portada: Visual Art Design

Ilustración de la portada: Visual Art Design

© Agustín V. Startari, Montevideo, 2010

ISBN (primera edición): 978-9974-8228-7-0

ISBN (segunda edición): 979-8-3150-6670-5

RESEARCHER ID: NGR-2476-2025

DOI: 10.5281/zenodo.15449748

Primera edición: 20 de diciembre de 2010

Segunda edición: mayo de 2025

Edición corregida: agosto de 2026

Editorial: MAAT

Serie: Papeles de Trabajo

Volumen: 7

Esta obra ha sido publicada para su distribución y puesta a disposición del público bajo el sello editorial MAAT en la plataforma en línea de la editorial.

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del copyright y bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento, incluidos la reprografía y el tratamiento informático, así como la distribución de ejemplares mediante alquiler o préstamo público.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO I. WEIMAR: POSGUERRA, CRISIS Y RADICALIZACIÓN POLÍTICA.....	10
1.1. República de Weimar, Tratado de Versalles y crisis de legitimidad .	10
1.2. Hiperinflación de 1923 y desorganización social	12
1.3. Gran Depresión, desempleo y radicalización electoral	14
CAPÍTULO II. COMIENZOS DEL NACIONALSOCIALISMO	17
2.1. Ideología, Weltanschauung y oportunismo doctrinal.....	17
2.2. Hitler y el Partido Nacionalsocialista.....	23
2.3. Putsch de Múnich, prisión y reorganización	36
CAPÍTULO III. CULTURA Y SOCIEDAD EN LA REPÚBLICA DE WEIMAR	44
3.1. Sociedad de partidos, modernización y crisis económica	44
3.2. Cultura, modernidad y reacción	48
CAPÍTULO IV. PROPAGANDA NAZI: CONCEPTOS, PRINCIPIOS Y TÉCNICAS	50
4.1. Concepto de propaganda y marco analítico	50
4.1.1. Persuasión, emoción y movilización.....	56
4.2. Principios de la propaganda nacionalsocialista	67
4.3. Técnicas y usos propagandísticos	77
4.4. Uniformización visual, presencia pública y coerción.....	90
CAPÍTULO V. JOSEPH GOEBBELS Y LA INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA PROPAGANDA.....	94
5.1. Trayectoria y formación de Joseph Goebbels	94
5.2. El Ministerio del Reich para la Ilustración Pública y Propaganda ...	96
5.3. Proyección bélica: las Compañías de Propaganda.....	107
CONCLUSIONES	111
BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES	115
Bibliografía secundaria.....	115
Fuentes primarias y documentales.....	119

INTRODUCCIÓN

Este estudio analiza la propaganda nacionalsocialista desde la formación y expansión del NSDAP hasta la designación de Adolf Hitler como canciller el 30 de enero de 1933. El problema central no consiste en atribuir el ascenso nazi a una causa única, sino en establecer qué función cumplió la propaganda dentro de una combinación más amplia de crisis económica, deslegitimación institucional, polarización política, organización partidaria, violencia callejera y negociación entre élites conservadoras. Las referencias posteriores a 1933 se utilizan como extensiones comparativas para mostrar la institucionalización de mecanismos ya presentes en la etapa de lucha por el poder.

El corpus reúne discursos, prensa partidaria, memorias y diarios, junto con bibliografía histórica y estudios sobre persuasión y comunicación política. El análisis combina semántica, pragmática, retórica, semiótica y análisis del discurso con la reconstrucción del contexto histórico. Se atiende al léxico de crisis y salvación, la construcción del enemigo, la simplificación causal, la repetición, el uso de consignas, la escenificación visual, la organización de mítines y la adaptación del mensaje a públicos diferenciados. Se excluyen categorías anacrónicas como la programación neurolingüística: no existen bases históricas ni metodológicas para atribuir al NSDAP el uso de una disciplina formulada décadas después.

La propaganda se entiende aquí como una práctica de intervención política y no como una técnica capaz de producir obediencia automática. Su eficacia fue desigual y dependió de predisposiciones, identidades previas, redes de sociabilidad, acceso a medios, coyunturas electorales y competencia con otros partidos. Por la misma razón, expresiones como «las masas» o «el pueblo alemán» se utilizan únicamente cuando corresponden al vocabulario de las fuentes; en el análisis se distingue entre grupos sociales, regiones, confesiones, generaciones y electorados. Antes de 1933, persuasión, movilización y violencia partidaria coexistieron; después de 1933, la

propaganda quedó integrada a un sistema estatal de censura, coordinación cultural y coerción.

Las preguntas que organizan la investigación son cuatro: qué recursos propagandísticos empleó el nacionalsocialismo; cómo se articularon esos recursos con la organización del partido y con los medios disponibles; qué papel desempeñaron Hitler, Goebbels y otros cuadros en su diseño y ejecución; y en qué medida la recepción varió según los sectores sociales y las coyunturas políticas. Los capítulos siguientes reconstruyen primero el contexto de Weimar y la formación del movimiento, luego el marco cultural y, finalmente, los conceptos, principios, técnicas e instituciones de la propaganda nazi.

CAPÍTULO I. WEIMAR: POSGUERRA, CRISIS Y RADICALIZACIÓN POLÍTICA

1.1. República de Weimar, Tratado de Versalles y crisis de legitimidad

Tras la derrota alemana en la Primera Guerra Mundial, Guillermo II abdicó y el Imperio dio paso a una república parlamentaria cuya Asamblea Nacional se reunió en Weimar¹. En 1919, el nuevo gobierno firmó el Tratado de Versalles, que estableció pérdidas territoriales, limitaciones militares y un régimen de reparaciones². Las consecuencias económicas del tratado fueron importantes, aunque la evolución posterior de la economía alemana no puede reducirse a las reparaciones: deuda interna, inflación, conflicto social y dependencia del crédito exterior también condicionaron la estabilidad de la república³. La posguerra estuvo marcada por violencia política, intentos insurreccionales y una intensa disputa sobre la legitimidad del nuevo orden. En ese contexto, sectores nacionalistas difundieron la leyenda de la «puñalada por la espalda», que atribuía la derrota a enemigos internos, en particular marxistas y judíos⁴. Las elecciones de enero de 1919 dieron paso a la Asamblea encargada de redactar la Constitución. El texto reconoció derechos políticos y sociales amplios, pero su funcionamiento quedó sometido desde el inicio a presiones económicas, conflictos partidarios y fuerzas que rechazaban el sistema republicano. La inestabilidad de Weimar no se explica por un supuesto carácter nacional incapaz de ejercer la libertad, sino por la interacción entre instituciones, coaliciones políticas, violencia y crisis de legitimidad⁵.

¹ Norman Rich, *Great Power Diplomacy Since 1914* (Nueva York: McGraw-Hill, 2003), 93.

² Margaret MacMillan, *Peacemakers: The Paris Conference of 1919 and Its Attempt to End War* (Nueva York: Random House, 2001), 324-328.

³ James Joll, *Europe Since 1870: An International History* (Nueva York: Penguin, 1990), 208.

⁴ E. Weber, *Historia universal siglo XX* (Buenos Aires: Kapelusz, 1958), 56.

⁵ Ernst Johann y Jörg Junker, *Historia de la cultura alemana de los últimos cien años* (Múnich: Nymphenburger, 1970), 133-134.

La coalición fundacional reunió fuerzas democráticas relevantes, pero tuvo que competir con proyectos revolucionarios y contrarrevolucionarios que cuestionaban el nuevo régimen desde posiciones opuestas.

La Constitución de Weimar estableció sufragio universal, representación proporcional y un Reichstag elegido por voto popular. El presidente de la República era elegido directamente, nombraba y removía al canciller, podía disolver el Reichstag y disponía de poderes de emergencia previstos en el artículo 48. El canciller y el gabinete necesitaban sostenerse políticamente frente al parlamento, mientras la estructura federal preservaba competencias de los estados. Este diseño combinó elementos parlamentarios y presidenciales y, en circunstancias de crisis, abrió un espacio considerable para el gobierno por decreto.⁶ La representación proporcional favoreció un sistema multipartidista y gobiernos de coalición. La fragmentación, sin embargo, no produjo por sí sola el colapso de la república: el problema fue su combinación con partidos antisistema, crisis económicas, polarización, violencia política y el uso creciente de mecanismos presidenciales de excepción. En este marco resulta pertinente el testimonio contemporáneo de Raúl Maestri:

La República no conquistó nunca la adhesión ni siquiera con reservas, de dos sectores: del proletariado desengañado del socialismo que se organizaba bajo la nueva bandera del comunismo y de todos aquellos grupos a quienes alentaba un específico sentimiento patriótico que no podía avenirse con las nuevas formas del Estado. En los años inmediatamente después de la guerra, ambos frentes representaban una capacidad de movilización más o menos semejante. Pero la situación del segundo era favorable: mientras el Estado declaraba una guerra sin treguas al comunismo, se comportaba con los nacionalistas como con parientes majaderos.⁷

⁶ Robert-Hermann Tenbrock, *Historia de Alemania* (Múnich: Max Hueber, 1968), 270.

⁷ Raúl Maestri, *El nacionalsocialismo alemán* (Barcelona: Biblioteca Nueva, 1932), 30-31.

La crisis de la posguerra fue una condición de posibilidad, no una explicación suficiente del ascenso nazi. La derrota militar, el conflicto en torno a Versalles, la violencia política y la incertidumbre económica ampliaron el espacio para fuerzas antisistema⁸. El NSDAP, sin embargo, siguió siendo marginal durante buena parte de la década de 1920. Su crecimiento dependió también de la reorganización partidaria, de la crisis iniciada en 1929 y de su capacidad para presentar mensajes diferentes a públicos distintos bajo una narrativa común de ruptura con Weimar.

Eran nacionalistas, patriotas, germanizantes (antisemitas) e idealistas. Conservaban un cierto resentimiento contra la monarquía, que no supo ganar la guerra ni perder dignamente la derrota, pero al propio tiempo añoraban el Imperio y la comodidad de sentir su mando omnímodo. (...) Entonces adquirió valor cotidiano y un sentido al mismo tiempo místico y concreto, una palabra sutil: Volksgemeins-chaft, comunidad popular y étnica. Negaban la realidad de las clases sociales, que consideraban una invención diabólica de los judíos y proponían en su lugar una Alemania igualmente maternal para todos sus hijos. (...) A Adolfo Hitler le correspondía, justamente, la tarea de unificar y dirigir esta corriente sin cauce. Era el temperamento más sensitivo y activo de cuantos en ella se encontraban.⁹

1.2. Hiperinflación de 1923 y desorganización social

Otro episodio decisivo de la primera etapa de Weimar fue la hiperinflación de 1923, agravada por la ocupación franco-belga del Ruhr en el marco de la disputa por las reparaciones¹⁰. Francia y Bélgica justificaron la ocupación por incumplimientos alemanes en las entregas previstas por el régimen de reparaciones¹¹. El gobierno

⁸ Richard J. Evans, *The Coming of the Third Reich* (Nueva York: Penguin Press, 2004), 5.

⁹ Evans, *The Coming of the Third Reich*, 33-35.

¹⁰ Timothy W. Mason, *Nazism, Fascism and the Working Class* (Cambridge: Cambridge University Press, 1996), 43.

¹¹ Evans, *The Coming of the Third Reich*, 126.

alemán respondió con una política de resistencia pasiva y sostuvo financieramente a trabajadores y empresas afectados, recurriendo a una emisión monetaria que aceleró la depreciación del marco¹².

El marco ya venía depreciándose, pero durante 1923 la pérdida de valor alcanzó una velocidad extrema y culminó en noviembre de ese año¹³. La desorganización monetaria alteró salarios, contratos, ahorros y precios y redistribuyó de manera desigual pérdidas y beneficios¹⁴. El episodio erosionó la confianza en las instituciones y fue explotado por movimientos radicales, incluido el NSDAP, que se presentó como una alternativa de ruptura frente al orden de Weimar¹⁵. Los efectos fueron especialmente duros para sectores con ingresos o ahorros nominales fijos; otros actores, incluidos deudores y especuladores, pudieron beneficiarse de la depreciación. Esas diferencias sociales son más útiles para el análisis que las clasificaciones raciales empleadas por la propaganda de la época.

Con respecto a la situación de la devaluación que asolaba a Alemania en 1924 Konrad Heiden cuenta una historia en un capítulo titulado «La muerte del dinero»:

Un hombre que creía que tenía una pequeña fortuna en el banco podría recibir la siguiente carta de los directores: «El banco lamenta profundamente no seguir administrando su depósito de sesenta y ocho mil marcos ya que los costes no guardan proporción con el capital. Nos tomamos por ello la libertad de devolvérselo. Como no tenemos billetes de tan poco valor a nuestra disposición, hemos redondeado la suma en un millón de marcos. Se adjunta un billete de 1.000.000 de

¹² Ian Kershaw, *The Nazi Dictatorship: Problems and Perspectives of Interpretation* (Londres: Arnold, 2001), 27.

¹³ Timothy Snyder, *Bloodlands: Europe Between Hitler and Stalin* (Nueva York: Basic Books, 2010), 35.

¹⁴ Gerhard L. Weinberg, *A World at Arms: A Global History of World War II* (Cambridge: Cambridge University Press, 1995), 187.

¹⁵ Christopher R. Browning, *The Path to Genocide: Essays on Launching the Final Solution* (Cambridge: Cambridge University Press, 1992), 39.

marcos». Decoraba el sobre un sello de cinco millones de marcos con su matasellos.¹⁶

La ocupación del Ruhr y la financiación de la resistencia pasiva profundizaron la crisis fiscal y monetaria, pero la hiperinflación no fue permanente. En noviembre de 1923 el gobierno introdujo la Rentenmark y puso fin a la emisión descontrolada; durante 1924, el Plan Dawes reordenó temporalmente las reparaciones y facilitó el acceso a crédito estadounidense. La estabilización abrió varios años de relativa recuperación. No eliminó, sin embargo, la memoria política de la inflación ni la desconfianza hacia las instituciones, factores que volverían a ser activados por la propaganda antisistema cuando la Gran Depresión quebró aquella estabilidad.

1.3. Gran Depresión, desempleo y radicalización electoral

La Gran Depresión iniciada en 1929 provocó una contracción severa de la economía alemana y un aumento masivo del desempleo. La dependencia del crédito estadounidense amplificó el impacto de la crisis sobre empresas, bancos y administraciones públicas¹⁷. Entre 1928 y 1932, el NSDAP pasó de una fuerza electoral marginal a un partido de masas. Ese crecimiento coincidió con la crisis de la derecha tradicional, el debilitamiento de las coaliciones parlamentarias y una radicalización general de la competencia política¹⁸. Hitler aprovechó ese contexto para consolidar su autoridad dentro del partido y para absorber o subordinar sectores nacionalistas y völkisch que compartían parte de su repertorio ideológico¹⁹. La competencia política de esos años se libró también en la calle. Las principales fuerzas mantenían formaciones paramilitares uniformadas: las SA del NSDAP, el Rotfrontkämpferbund comunista, el Reichsbanner

¹⁶ Konrad Heiden, citado en Michael Burleigh, *El Tercer Reich* (Madrid: Santillana, 2003), 86.

¹⁷ Pasquale Villani, *El nacionalsocialismo* (Madrid: Cátedra, 2011), 39-41.

¹⁸ Ian Kershaw, *Hitler: A Biography* (Nueva York: W. W. Norton, 2008), 123-124.

¹⁹ George L. Mosse, *Toward the Final Solution: A History of European Racism* (Madison: University of Wisconsin Press, 1978), 96.

Schwarz-Rot-Gold vinculado al SPD y el Stahlhelm de la derecha nacionalista. El despliegue de uniformes, desfiles y ocupación del espacio público no fue un rasgo exclusivo del nacionalsocialismo. El ascenso nacionalsocialista resultó, por tanto, de una interacción entre crisis económica, organización partidaria, movilización electoral, violencia política y pérdida de legitimidad de las alternativas existentes; no de un único factor ni de una adhesión homogénea de la sociedad alemana.

Los racistas no fueron capaces de extraer las conclusiones prácticas de los juicios teóricos correctos, sobre la Cuestión Judía. De este modo el movimiento racista alemán siguió un proceso similar al de las décadas 1880 y 1890. Lo mismo que en aquel período, su jefatura fue cayendo gradualmente en manos de hombres sumamente honorables, pero fantásticamente ingenuos, hombres cultos, profesores universitarios, concejales de barrio, maestros y abogados. En suma, una clase burguesa, idealista y refinada. Carecía del cálido aliento del vigor juvenil de la nación.²⁰

La crisis posterior a 1929 convirtió el desempleo, la inseguridad material y la pérdida de estatus en temas centrales de la competencia política²¹. El NSDAP articuló esas tensiones mediante una retórica de Volksgemeinschaft que prometía superar el conflicto de clases sin adoptar un programa igualitario. La comunidad nacional racializada se presentó como alternativa tanto al marxismo como al liberalismo y permitió combinar demandas sociales con nacionalismo radical²². Esa oferta no produjo una respuesta uniforme. La base electoral nazi fue heterogénea y varió por región, confesión, ocupación y coyuntura; sectores importantes de la clase obrera organizada continuaron vinculados al SPD, al KPD o, en áreas católicas, al Zentrum. Los símbolos, rituales y organizaciones del partido reforzaron la identidad de sus adherentes, pero no sustituyeron las condiciones económicas y políticas que hacían posible la movilización.

²⁰ Hitler, citado en Burleigh, *El Tercer Reich*, 107.

²¹ VILLANI, P. (2007). Ob. Cit., (13), 103-119.

²² Eric J. Hobsbawm, *Historia del siglo XX, 1914-1991* (Barcelona: Crítica, 1995).

(...) la clase es una realidad social injustificable y ha de ser sustituida por el Estado. Esto conduce a la organización corporativa de la sociedad que, a su vez, ha de rematar en un Parlamento profesional, coexistente con otro de índole política. Los sindicatos obreros han de articularse en este nuevo sistema y consiguientemente perder su actual carácter clasista y renunciar a su arma de lucha: la huelga.²³

²³ Hitler, citado en Maestri, *El nacionalsocialismo alemán*, 55.

CAPÍTULO II. COMIENZOS DEL NACIONALSOCIALISMO

2.1. Ideología, Weltanschauung y oportunismo doctrinal

La discusión sobre la naturaleza doctrinal del nacionalsocialismo exige distinguir entre filosofía sistemática e ideología política. El nazismo no constituyó una filosofía coherente en sentido académico, pero sí articuló un núcleo ideológico reconocible: nacionalismo racial, antisemitismo, antimarxismo, rechazo de la democracia liberal, Führerprinzip, Volksgemeinschaft y expansión territorial vinculada al Lebensraum. Su carácter ecléctico y antiintelectual no equivale, por tanto, a ausencia de doctrina. Obras como *Mein Kampf* y El mito del siglo XX ofrecieron un repertorio de categorías, enemigos y fines políticos que orientó la acción, aunque sin constituir un sistema teórico consistente²⁴. La ambigüedad programática permitió adaptar prioridades y vocabularios a públicos y coyunturas diferentes. El problema analítico no consiste en elegir entre «ideología» y «oportunismo», sino en explicar cómo un núcleo doctrinal relativamente estable convivió con una práctica política tácticamente flexible. Raúl Maestri observó ya en la década de 1930 esa tensión entre pretensión idealista y utilidad política:

El n- s declara ser una reacción contra la democracia y el liberalismo y reitera continuamente su carácter idealista²⁵.

A continuación, cita a Hitler para poner en jaque dichas afirmaciones:

Las siguientes frases empero quitan todo sentido a estas pretensiones: «El conocimiento fundamental es que el Estado no representa un fin, sino un medio.» «El Estado es un medio

²⁴ Richard J. Evans, *El Tercer Reich en el poder, 1933-1939* (Madrid: Crítica, 2006), 81.

²⁵ Maestri, *El nacionalsocialismo alemán*, 46.

para un fin: la conservación de la raza». «El Estado debe entenderse como una organización (Hitler)²⁶

El nacionalsocialismo no constituyó un sistema filosófico coherente, pero sí reunió un núcleo ideológico reconocible: racismo biológico, antisemitismo, ultranacionalismo, antimarxismo, rechazo del liberalismo parlamentario y exigencia de una comunidad nacional jerarquizada²⁷. El culto al liderazgo y la legitimación de la fuerza completaban ese repertorio²⁸. La crisis de posguerra y la habilidad política de Hitler facilitaron su expansión, sin explicar por sí solas el contenido doctrinal²⁹. La noción de *Weltanschauung* permitió presentar ese conjunto heterogéneo como una visión total del mundo. Obras como *Mein Kampf* y El mito del siglo XX carecen de rigor científico, pero fueron importantes como repertorios de conceptos, imágenes y justificaciones políticas³⁰. La ausencia de una teoría sistemática, señalada también por Neumann, no equivale por tanto a ausencia de ideología; describe mejor su flexibilidad instrumental y sus contradicciones.

El nacionalsocialismo no tiene teoría política ni social; no tiene una filosofía y no le importa la verdad³¹

Neumann desplaza así la discusión: el problema no es decidir si el nacionalsocialismo poseía una filosofía sistemática, sino comprender cómo un núcleo ideológico rígido podía coexistir con una práctica política oportunista y adaptable.

En determinada situación aceptará cualquier teoría que sea útil y la abandonará tan pronto como cambie la situación.³²

²⁶ Maestri, *El nacionalsocialismo alemán*, 46.

²⁷ Roger Eatwell, *Fascism: A History* (Londres: Vintage, 1996), 91.

²⁸ Alan Bullock, *Hitler: A Study in Tyranny* (Nueva York: Harper Perennial, 1991), 97-98.

²⁹ Ian Kershaw, *Hitler, 1889-1936: Hubris* (Nueva York: W. W. Norton, 1999), 184.

³⁰ Evans, *El Tercer Reich en el poder*, 81.

³¹ Franz Neumann, *Behemoth: pensamiento y acción en el nacionalsocialismo* (México: Fondo de Cultura Económica, 1943), 482.

³² Neumann, *Behemoth*, 483.

Considera esencial tomar en cuenta la ambigüedad de las pretensiones nacionalsocialistas, sus contradicciones y la utilización de cualquier medio para llegar a su cometido.

El nacionalsocialismo es tanto capitalista como anti-capitalista, autoritario como anti-autoritario. Cooperará con cualquier grupo del ejército o la burocracia que se someta a la propaganda nacionalsocialista, pero no dudará en alagar a los movimientos anti-autoritarios cuando así convenga.

Neumann resume esa plasticidad programática mediante una serie de contradicciones que permiten observar la capacidad del nacionalsocialismo para adaptar su discurso a públicos y coyunturas diferentes:

El nacionalsocialismo está a favor y en contra de la reforma agraria, a favor y en contra de la propiedad, a favor y en contra del idealismo.³³

La relación del nacionalsocialismo con Nietzsche fue selectiva: los propagandistas y publicistas del régimen apropiaron motivos compatibles con un lenguaje de fuerza y jerarquía mientras omitían el rechazo del filósofo al antisemitismo y al nacionalismo alemán. Esta apropiación no autoriza una genealogía lineal entre Nietzsche y el nacionalsocialismo³⁴. El antisemitismo político en Europa central tenía antecedentes anteriores al nazismo y se apoyaba en tradiciones religiosas, nacionalistas y raciales. Las formas de discriminación jurídica existentes en distintos períodos de la monarquía de los Habsburgo muestran esa profundidad histórica, pero no deben presentarse teleológicamente como una antesala directa de las políticas nazis³⁵. Hitler y otros agitadores explotaron repertorios

³³ Neumann, *Behemoth*, 483.

³⁴ Wolfgang J. Mommsen, «Nationalism and Democracy», en *The Fascist Challenge and the Policy of Appeasement*, ed. Wolfgang J. Mommsen y Lothar Kettenacker (Londres: George Allen & Unwin, 1983), 34-35.

³⁵ Eatwell, *Fascism: A History*, 91.

antisemitas ya disponibles, los radicalizaron y los integraron a una explicación totalizante de la crisis política y social³⁶.

Raúl Maestri, escribiendo en 1932, interpretó la apelación nacionalsocialista al patriotismo alemán en los siguientes términos:

El nacional- socialismo especula con el mito patriótico, pero el mismo reconoce la índole problemática y espacialísima del patriotismo alemán. En virtud de lo que llamaríamos el «monadismo» del genio germánico y de las circunstancias centrípetas de la historia alemana que lo han mantenido, el patriotismo alemán es una pura vivencia espiritual huérfana de un contenido concreto preciso.³⁷

Hitler atribuyó a la formulación doctrinal una función instrumental: debía fijar un núcleo suficientemente estable para ser reproducido de manera homogénea por el movimiento. El prefacio de *Mein Kampf* subraya, al mismo tiempo, su preferencia por la eficacia de la oratoria frente a la escritura³⁸. Esa combinación permite distinguir entre consistencia propagandística y coherencia filosófica. En lugar de atribuirle el propósito literal de «elevar el nacionalismo a una religión» sin referencia verificable, conviene atender al texto primario que sigue:

Bien sé que la viva voz gana más fácilmente las voluntades que la palabra escrita y que asimismo el progreso de todo movimiento trascendental debióse generalmente en el mundo más a grandes oradores que a grandes escritores.

Sin embargo, es indispensable que de una vez para siempre quede expuesta, en su parte esencial, una doctrina, para poder después sostenerla y propagarla uniforme y homogéneamente. Partiendo de esta consideración, el presente libro constituye la piedra fundamental que aporéo a la obra común.

³⁶ Peter Pulzer, «The Rise of Political Anti-Semitism in Germany and Austria», en *Antisemitism: The Historical Encyclopedia of Prejudice and Persecution*, vol. 1, ed. Richard S. Levy (Santa Barbara: ABC-CLIO, 2005), 137-138.

³⁷ Maestri, *El nacionalsocialismo alemán*, 140.

³⁸ Adolf Hitler, *Mi lucha* (Barcelona: Antalbe, 1984).

EL AUTOR

Escrito en el presidio de Landsberg

Am Lech, el 16 de octubre de 1924³⁹

Alfred Rosenberg ocupó un lugar relevante en la elaboración y difusión de la cosmovisión racial del nacionalsocialismo, aunque su peso en la toma cotidiana de decisiones fue menor que el de otros dirigentes⁴⁰. Su posición no debe medirse únicamente por proximidad personal a Hitler: sus formulaciones sobre raza, historia y espacio vital circularon dentro del movimiento y contribuyeron a su vocabulario ideológico⁴¹. Al mismo tiempo, la política expansionista y genocida del régimen no puede derivarse de una sola obra ni de un único ideólogo⁴². Hitler combinó fuentes, agravios y doctrinas diversas y mantuvo una estructura de poder competitiva en la que Goebbels, Himmler, Göring y otros actores ejercían competencias distintas⁴³. Rosenberg resulta especialmente útil para observar cómo el régimen transformó pseudohistoria y racismo en una narrativa de lucha entre pueblos y razas⁴⁴.

El movimiento nacionalsocialista es el hecho culminante de la vida alemana de la post- guerra. Este hecho es una realidad presente e indubitable. Sus raíces son hondas: en lo material, hay que buscarlas en el desarrollo que ha experimentado el capitalismo en las últimas décadas; en lo espiritual, confinan con la Fundación del Estado Prusiano, el dato polarizador de la historia alemana desde hace dos siglos. Por último, el nacional- socialismo es un hijo de su tiempo y en él actúan con una particular influencia los valores que hoy pueblan la atmósfera mundial.⁴⁵

³⁹ Hitler, *Mi lucha*, 3.

⁴⁰ Bullock, *Hitler: A Study in Tyranny*, 177.

⁴¹ Evans, *El Tercer Reich en el poder*, 81.

⁴² Ian Kershaw, *Hitler, 1936-1945: Nemesis* (Nueva York: W. W. Norton, 2000), 253.

⁴³ Eatwell, *Fascism: A History*, 91.

⁴⁴ Kershaw, *Hitler: Nemesis*, 217.

⁴⁵ Maestri, *El nacionalsocialismo alemán*, 133.

El testimonio de Maestri es valioso precisamente por su contemporaneidad: en 1932 ya advertía que el nacionalsocialismo no podía reducirse a una reacción económica coyuntural. Su lectura vinculaba transformaciones del capitalismo, tradiciones estatales prusianas y corrientes ideológicas de la posguerra. El concepto nacionalsocialista de Volk añadió a ese diagnóstico una comunidad imaginada en términos raciales, presentada como orgánica, anterior a las divisiones de clase y superior a las instituciones parlamentarias. Esa operación convirtió una categoría cultural en un principio de exclusión política.

El 14 de septiembre de 1930 representa en la historia alemana de la post- guerra la actualización y evidencia del movimiento nacionalsocialista, de todo lo que este movimiento significa como avatar auténticamente histórico. Por lo mismo, porque el n- s alemán entraña una fuerza hacedora de historia, sus implicaciones rebasan el área de los intereses domésticos de una nación. Fuera menester tergiversar livianamente los términos verdaderos de la problemática política de este tiempo no ver en el nacional- socialismo alemán mas que un partido de oposición entre otros de un país dado. Y esto, a pesar de lo que actualmente pueda representar el partido n- s y hasta de la trayectoria que tome su destino.⁴⁶

El autor del párrafo hace referencia a la creciente importancia del Nacionalsocialismo en Alemania y Europa en el período de entreguerras, ante la que muchos observadores optaron por subestimarlos, tachándolo de una mera respuesta a los problemas económicos y políticos de la época. En este sentido, es interesante observar la opinión del historiador y periodista británico A. J. P. Taylor, quien sostiene que el surgimiento del nazismo no se puede entender únicamente en términos de la crisis económica, sino que debe ser comprendido como el resultado de una combinación de factores, entre ellos la derrota de Alemania en la Primera Guerra Mundial, la humillación del Tratado de Versalles, la inestabilidad política y la debilidad del Estado de Weimar, la polarización

⁴⁶ Maestri, *El nacionalsocialismo alemán*, 7-8.

ideológica de la sociedad y la propagación de ideas nacionalistas y antisemitas⁴⁷.

En los primeros días del éxito nacionalsocialista, tomó fuerza en Alemania y en el extranjero una opinión, según la cual el nacional- socialismo era una «curva de fiebre», provocada y sostenida por los azares económicos. A estas alturas fuera una terquedad perseverar en este parecer y tanto entonces como ahora es un simplismo que sirve únicamente para desconocer una realidad incómoda.⁴⁸

La expresión de Maestri sobre una «realidad incómoda» permite registrar que el crecimiento nacionalsocialista fue visible antes de 1933 y que sus implicaciones autoritarias generaron oposición y alarma. No fue, sin embargo, un fenómeno simplemente «incomprendido» por una Europa pasiva. Gobiernos, partidos, diplomáticos e intelectuales interpretaron el movimiento de maneras divergentes y con información desigual. Para este estudio interesa una conclusión más limitada: la crisis económica favoreció al NSDAP, pero su ascenso exige añadir nacionalismo, antisemitismo, anticomunismo, organización partidaria, violencia política y deterioro de las coaliciones parlamentarias⁴⁹.

2.2. Hitler y el Partido Nacionalsocialista

No deseamos en esta investigación realizar mayores indagaciones sobre la ya muy estudiada figura de Adolf Hitler, apenas brindaremos un panorama muy breve de la vida, obra y ascenso de Hitler al poder. Nos abocaremos a brindar un pantallazo general de la mentalidad de este. Sin embargo, es ineludible la tarea de detallar, aunque sea muy escuetamente, algunas implicancias de la formación del partido y la vida política del mismo. El papel del Führer tuvo importancia fundamental en el movimiento nazi. El nazismo, sin

⁴⁷ A. J. P. Taylor, *The Course of German History: A Survey of the Development of German History Since 1815* (Londres: Routledge, 2001).

⁴⁸ Maestri, *El nacionalsocialismo alemán*, 12-13.

⁴⁹ Kershaw, *Hitler: A Biography*.

Hitler no hubiera tenido la fuerza que alcanzó, por lo que se impone un cierto conocimiento de su carácter y años de formación para comprender el movimiento que dirigió. Su ascendencia y los primeros años de su vida estuvieron, por un tiempo, oscurecidos por la tendenciosa información autobiográfica de su *Mein Kampf*, así como por la flamante figura de héroe pincelada por sus biógrafos nazis. Adolf Hitler es una de las pocas figuras históricas cuyo nombre se ha convertido, por así decirlo, en verdaderamente corriente. Nacido el 20 de abril de 1889, de una oscura familia de la baja clase media, murió 56 años más tarde, por su propia mano, en la abrasada capital del Reich que él había creado. A la edad de dieciocho años obtuvo parte de su herencia paterna, que malgasto para luego trasladarse a Viena e intentar ingresar infructuosamente a la Academia de Artes. Fue en Viena donde se forjaron su personalidad y sus ideas. Hitler se alistó como voluntario en 1914, sirvió en el regimiento de List y al parecer, fue un soldado ejemplar. Actuó de enlace entre el frente y los cuarteles del regimiento, desplazándose por líneas de comunicación, objetivo frecuente de fuegos incendiarios. Fue recompensado con la codiciada cruz de hierro, aunque desconocemos las circunstancias de su hazaña. En 1916 fue herido, siendo ascendido a cabo al año siguiente. En 1918 fue víctima de un ataque con gases, quedando temporalmente ciego. A Hitler le fue encomendada la tarea de impartir clases en Munich, en Lechfeld. En este lugar según el propio Hitler expresó comenzó su gusto por la demagogia.

Empecé con el mayor entusiasmo y amor. Porque de pronto se me ofreció una oportunidad de hablar ante un público numeroso y lo que yo siempre había supuesto por pura intuición, sin saberlo seguro, se corroboró entonces; era capaz de «hablar» ... Y podía ufanarme de cierto éxito: en el curso de mis lecciones conduje a muchos centenares de camaradas, a miles en verdad, a su pueblo y a su patria. «Nacionalicé» a la tropa.⁵⁰

⁵⁰ Hitler, citado en Kershaw, *Hitler: Hubris*, 142.

Inclusive los asistentes a este curso de instrucción antibolchevique quedaron sorprendidos con Hitler:

Herr. Hitler especialmente es, podría decir, un orador popular nato que, gracias a su fanatismo y al estilo populista de sus discursos hace que su público atienda inevitablemente a lo que dice y comparta sus puntos de vista.⁵¹

El análisis de la figura de Hitler y su ideología sigue siendo objeto de estudio y discusión en la academia. Según Ian Kershaw, el antisemitismo fue una característica básica en el arsenal demagógico de Hitler desde el inicio de su carrera política. Kershaw señala que, durante su breve período de instrucción anti bolchevique en Lechfeld en agosto de 1919, Hitler ya estaba hablando sobre la «cuestión judía» con sus compañeros soldados y más tarde se convirtió en un especialista en el tema dentro de su grupo para su superior, Mayr⁵². Además de su postura antisemita, la derrota de Alemania en la Primera Guerra Mundial fue un golpe muy duro para Hitler, y quizás en parte su decisión de ingresar en la vida política se debió a esta frustración⁵³. De hecho, como señala Joachim Fest, «la experiencia de la Primera Guerra Mundial fue decisiva en la formación del carácter y la mentalidad de Hitler». La humillación que supuso la derrota, sumada a la crisis económica que atravesaba el país, creó un caldo de cultivo para el surgimiento de un líder fuerte que prometiera soluciones radicales a los problemas del país. En septiembre de 1919, se le encomendó a Hitler una investigación sobre un pequeño grupo que se autodenominaba Partido Obrero Alemán, que sería el germen del que surgiría el movimiento nazi. Como resultado de su intervención en el encuentro al que se le había ordenado acudir, Hitler fue invitado a formar parte de la junta, convirtiéndose rápidamente en el miembro más destacado⁵⁴. En 1920, fue desmovilizado y pasó a ser un profesional de la vida política. En julio de 1921, después de un conflicto entre él y otros miembros de la

⁵¹ Kershaw, *Hitler: Hubris*, 125.

⁵² Kershaw, *Hitler: Hubris*, 97.

⁵³ Joachim C. Fest, *Hitler* (Nueva York: Harcourt Brace Jovanovich, 1974), 75.

⁵⁴ Bullock, *Hitler: A Study in Tyranny*, 44.

junta, se le concedieron poderes dictatoriales en el Partido, estableciéndose así el principio de liderazgo, la primera norma del partido nazi y más tarde, del III Reich.

En 1919 Hitler se afilió en Munich a uno de los muchos núcleos rebeldes de derecha (...) Fue el séptimo miembro de este grupo.⁵⁵

En contraposición con esta afirmación Ian Kershaw, afirma que al regresar a Munich después de su entrenamiento en Lechfeld, a Hitler se le asignó la tarea de vigilar un partido político local llamado Partido de los Trabajadores Alemanes (DAP, por sus siglas en alemán)⁵⁶. Según Kershaw, Hitler se unió al partido como el quinto miembro y no como el séptimo como él afirmaba, y recibió el número de miembro 555 para darle un mayor peso a su figura dentro del partido. Además, Anton Drexler, el primer líder del partido, le escribió una carta a Hitler en enero de 1920 en la que le confirmaba que había sido reclutado para vigilar el partido y que su papel en la formación del DAP era relativamente menor⁵⁷. Esta información proporciona un contexto importante sobre los primeros años de la carrera política de Hitler, especialmente en lo que se refiere a su papel en la formación del Partido de los Trabajadores Alemanes, que más tarde se convertiría en el Partido Nazi. Según esta fuente, Hitler no tuvo un papel de liderazgo desde el inicio en el partido, sino que se unió a él como un miembro más y su influencia en el partido fue aumentando gradualmente a medida que iba consolidando su posición dentro del mismo. Es necesario destacar que el ingreso de Hitler en el Partido de los Trabajadores Alemanes y su posterior consolidación como líder del Partido Nazi no fueron simples casualidades. Según lo expresa Kershaw, Hitler fue asignado a esta tarea después de su breve periodo de instrucción anti bolchevique en

⁵⁵ Maestri, *El nacionalsocialismo alemán*, 35.

⁵⁶ «Interview with Ian Kershaw», BBC News, 21 de junio de 2005, <https://www.bbc.com/news/uk-15985320>.

⁵⁷ Anton Drexler, «Brief des Gründers an den Führer», Bundesarchiv, https://www.bundesarchiv.de/aktenreichskanzlei/1919-1933/0000/adr/adrhl/kap1_1/para2_34.html.

Lechfeld en agosto de 1919⁵⁸. De esta manera, podemos entender que el ingreso de Hitler al partido y su involucramiento en la política fue resultado de una planificación estratégica por parte de quienes buscaban consolidar su poder dentro del mismo. Igualmente, el hecho de que Hitler fuera asignado al partido con un número de membresía más alto del que le correspondía, como lo señala la carta de Anton Drexler, sugiere que desde un principio se buscó construir una imagen de liderazgo y autoridad en torno a la figura de Hitler. Como lo destaca el historiador Alan Bullock, esta obsesión por el poder y la autoridad se reflejaría más tarde en el principio de liderazgo que Hitler estableció en el Partido Nazi, donde su autoridad y decisiones eran incuestionables⁵⁹.

Cabe resaltar que este principio de liderazgo no fue establecido de la noche a la mañana, sino que fue resultado de un proceso de consolidación del poder de Hitler dentro del partido. Como lo destaca el historiador Richard J. Evans, fue en 1921 cuando Hitler recibió poderes dictatoriales en el Partido Nazi. Este hecho marcó un punto de inflexión en la consolidación del liderazgo de Hitler y sentó las bases para la creación de un régimen autoritario en Alemania.

Nadie sabe mejor que tú mismo, mi Führer, que nunca fuiste el séptimo miembro del partido, sino como máximo el séptimo miembro del comité al que yo te pedí que te incorporaras como jefe de reclutamiento. Y hace unos cuantos años tuve que quejarme a una oficina del Partido que tu primer carnet de miembro válido del DAP, con la firma de Shussler y la mía, estaba falsificado, que se había borrado el número 555 y se había puesto el número 7.⁶⁰

Las instituciones democráticas ganaron su desaprobación durante su época de Viena y el punto de vista de Hitler sobre éstas, determinado de una vez y para siempre, data de aquella época. También de esta época proviene su disgusto por las nociones del desarrollo igualitario de las razas. Hitler quedó horrorizado por el

⁵⁸ Kershaw, *Hitler: A Biography*, 63.

⁵⁹ Bullock, *Hitler: A Study in Tyranny*, 44.

⁶⁰ Anton Drexler, citado en Kershaw, *Hitler: A Biography*, 145.

fracaso de los alemanes del Imperio Habsburgo para someter a la población eslava. Comenzó a soñar en un Gran Reich unido, sueño que haría realidad en 1938 cuando se presentó la oportunidad. Fue en la capital austriaca, asimismo, donde apercibió los cimientos de «La Solución Final». Nada original había en la opinión de Hitler sobre los judíos. El antisemitismo era algo endémico en Viena y cuanto escribió sobre los judíos, era cosa común en los periódicos y panfletos antisemitas que había leído allí, antes de 1914, El antisemitismo vienes estaba incidido por el factor sexual. Hitler priorizará el tema de la raza por sobre cualquier otro para brindarle una solución a esta Alemania tan decadente. En su obra explicará que:

Raza pura. La coexistencia en el planeta de razas distintas provoca la guerra y en ella y en la lucha con el medio ambiente se depuran y afirman sus cualidades. (...) A cada raza le corresponde una misión cósmica específica (...). Así, por ejemplo, la raza germánica es una raza «creadora» y la semita es una raza acumuladora. La tragedia de la historia y su subversión consiste en la mezcla inter racial. La raza germánica ha sufrido desde milenios este proceso y por lo tanto su rectificación es la más urgente demanda.⁶¹

No existe una base historiográfica sólida para explicar el antisemitismo de Hitler mediante una supuesta experiencia sexual traumática o una enfermedad venérea; esas hipótesis pertenecen a una tradición psicobiográfica especulativa que no permite establecer causalidad⁶². Para el análisis histórico resulta más productivo reconstruir los repertorios políticos y culturales en los que se formó su antisemitismo⁶³. En Viena y, posteriormente, en Múnich, Hitler estuvo expuesto a nacionalismo pangermánico, antisemitismo völkisch, racismo pseudocientífico y discursos antiliberales; su relato autobiográfico sobre esa formación debe leerse críticamente y no

⁶¹ Hitler, citado en Maestri, *El nacionalsocialismo alemán*, 41.

⁶² Kershaw, *Hitler: Hubris*, 45.

⁶³ Richard J. Evans, *The Third Reich in Power, 1933-1939* (Nueva York: Penguin Press, 2005), 8-9.

como testimonio transparente⁶⁴. Antes de 1914 su participación política organizada fue limitada, pero observó campañas, prensa y estilos de movilización que más tarde reinterpretó selectivamente⁶⁵. Entre sus referencias estuvieron la socialdemocracia austríaca, el pangermanismo de Georg von Schönerer y el cristianismo social de Karl Lueger, de los que extrajo lecciones divergentes sobre organización, liderazgo, antisemitismo y relación con públicos masivos⁶⁶. Más que buscar un origen psicológico único, conviene observar cómo esas influencias fueron radicalizadas y combinadas dentro de una ideología racial propia. Con respecto a las esperanzas de una Alemania reconstruida, el capitán Karl Mayr dijo:

«Una Alemania verdaderamente unida y libre solo puede ser construida a través de una revolución, que solo puede ser liderada por un hombre fuerte y carismático que tenga una visión clara del futuro»⁶⁷.

Las motivaciones personales de Hitler no explican por sí solas la formación de su antisemitismo ni su posterior eficacia política. Su radicalización se produjo dentro de un campo ideológico preexistente y fue transformada por la experiencia de guerra, la derrota de 1918, el ambiente contrarrevolucionario de la posguerra y su incorporación a la política partidaria. Lo históricamente relevante es la conversión de esos repertorios en un programa de exclusión racial y en una estrategia de movilización, no la búsqueda de una causa íntima única.

El partido nacional de los trabajadores debe proporcionar la base para la vigorosa fuerza de asalto que estamos esperando... Tenemos jóvenes muy capaces. Un tal Herr Hitler, por ejemplo, se ha convertido en una fuerza motivadora, un orador popular de primera fila. En la sección

⁶⁴ Volker Ullrich, *Hitler: Ascent, 1889-1939* (Nueva York: Alfred A. Knopf, 2016), 25-27.

⁶⁵ Evans, *The Coming of the Third Reich*, 81-84.

⁶⁶ Ullrich, *Hitler: Ascent*, 32.

⁶⁷ Véase Kershaw, *Hitler: Hubris*, 87.

de Munich tenemos dos mil miembros, frente a los menos de cien que teníamos en el verano de 1919.⁶⁸

Capitán Karl Mayr al golpista exiliado Wolfgang Kapp, 24 de septiembre de 1920.

Hitler logró tomar el control del comité del Partido de manera rápida. Él organizó encuentros más ambiciosos, insertando propaganda en la prensa y enviando convocatorias ciclostiladas. Durante el año 1920, el partido cambió su nombre a Partido Obrero Alemán Nacionalsocialista, y con él, estableció un programa oficial⁶⁹. Este programa pedía la unión de todo el pueblo alemán para formar una Gran Alemania, en contraste con la pequeña Alemania formada por Bismarck en 1871. El programa también abogaba por la abolición del Tratado de Versalles y la cesión a Alemania de colonias para permitir la expansión de la población⁷⁰. Según el programa, los ciudadanos del Estado serían iguales, pero solo los súbditos de sangre alemana podrían ser ciudadanos y gozar de derechos políticos y cargos oficiales. Además, para ser admitido en el partido, se requería poseer ciertas cualidades. Se puede afirmar que Hitler, a pesar de no haber tenido experiencia política antes de 1914, aprendió mucho al observar las tácticas políticas. En particular, aprendió cómo crear un movimiento de masas y cómo alcanzar el poder con la base de las deshilvanadas ideas que había ido acumulando. Los tres partidos que, sin saberlo, le sirvieron de maestros fueron: el socialdemócrata austriaco, el de los nacionalistas pangermánicos de Georg von Schoenerer y el partido cristiano-social de Karl Lueger. De los nacionalistas pangermánicos, Hitler aprendió lo que debía evitarse. Su fracaso, pensaba, obedecía a que no sabían utilizar a las masas y malgastaban sus energías en conflictos parlamentarios, desaprovechando un potencial partidario con sus gratuitos ataques a la Iglesia. En resumen, el programa del Partido Obrero Alemán Nacionalsocialista de 1920 estableció las bases para la creación de un movimiento político que buscaba la unión del pueblo alemán, la

⁶⁸ Kershaw, *Hitler: Hubris*, 128.

⁶⁹ Kershaw, *Hitler: Hubris*, 146.

⁷⁰ Kershaw, *Hitler: Hubris*, 146.

expansión territorial y la exclusión de aquellos que no eran súbditos de sangre alemana. Además, Hitler aprendió mucho observando las tácticas políticas de otros partidos y utilizó estas lecciones para crear un movimiento de masas que lo llevaría al poder.

Para ingresar en el Partido, era menester satisfacer ciertas exigencias: raza, ideología, devoción, etc.⁷¹

Maestri describe lo que sería básico en el comienzo para el correcto funcionamiento del Partido Nacionalsocialista y la seguridad de su continuidad:

Pero lo primordial era la organización del ejercito nacionalsocialista, de las llamadas «Sturmabteilungen» (Secciones de Asalto). Para este fin, se aprovecharon los jóvenes, incluso adolescentes. Enseguida se les asignó una misión: la vigilancia de los mítines nacionalsocialistas. En su primera aparición tuvieron la oportunidad de entrar en refriega con los obreros marxistas y de ella salieron victoriosos.⁷²

El primer deber que se establecía en el programa nacionalsocialista para los ciudadanos alemanes consistía en trabajar para el bien del Estado. El acceso a la educación sería accesible a todos, pero su función principal consistiría en enseñar la sociología del Estado. La salud pública tendría un estándar elevado mediante medidas protectoras para las madres y los niños y por la prescripción obligatoria de la gimnasia. Aunque se permitiría la libertad de prensa, el programa establecía que el cristianismo tendría un papel importante dentro de un contexto de bien común y adecuación al sentido moral de la raza alemana. Los extranjeros tendrían pocos derechos y los judíos, en particular, volverían a ser discriminados. Además, se preveía la formación de un ejército nacional. El programa nacionalsocialista también tenía medidas socialistas, como la abolición de los beneficios no ganados, la confiscación del enriquecimiento de guerra, la nacionalización de empresas, la participación en los beneficios de la industria, la seguridad social en la jubilación y el

⁷¹ Maestri, *El nacionalsocialismo alemán*, 104.

⁷² Maestri, *El nacionalsocialismo alemán*, 104.

retiro, la reforma agraria y la pena de muerte para aquellos que hicieran ganancias ilícitas. Finalmente, se establecería una fuerte autoridad central, en forma parlamentaria, aunque el programa implicaba duras críticas al sistema parlamentario⁷³. Es importante mencionar que, a pesar de que la propaganda nacionalsocialista era considerada por muchos como pura demagogia, fue declarada inalterable y ocasionalmente cumplida en buena parte. La rápida adhesión de personas a las filas del partido se puede ilustrar en las palabras de Georg Schott, quien dijo que «el nacionalsocialismo encontró el camino a los corazones de las personas a través de la propaganda, que impregnaba todos los rincones de la vida pública y privada»⁷⁴.

El secreto de esta personalidad reside en el hecho de que en ella ha tomado forma con plenos rasgos vivos lo más profundo de lo que yace latente en el alma del pueblo alemán... Eso es lo que representa Adolf Hitler: la encarnación viviente del anhelo de la nación. *Das Volksbuch* 1924.⁷⁵

La bandera del NSDAP, adoptada en 1920, combinó rojo, blanco y negro con la esvástica. Hitler atribuyó retrospectivamente a esos elementos significados sociales, nacionales y raciales dentro del programa del movimiento⁷⁶. La esvástica era un símbolo antiguo utilizado en contextos culturales diversos y, antes del NSDAP, había circulado también en ambientes nacionalistas y *völkisch*. El partido la convirtió en un emblema político propio y la integró a estandartes, brazaletes, carteles y rituales públicos. El control del *Völkischer Beobachter* desde 1920 proporcionó además al movimiento una plataforma de prensa estable para difundir sus mensajes⁷⁷. La recepción de esa propaganda no puede explicarse mediante rasgos «psicoétnicos» ni mediante una supuesta disposición nacional a la

⁷³ Kershaw, *Hitler: A Biography*.

⁷⁴ Georg Schott, «In deutscher Stunde», *Die Gesellschaft* 2, n.º 7 (1925): 10-11.

⁷⁵ Georg Schott, citado en Kershaw, *Hitler: A Biography*, 231.

⁷⁶ Kershaw, *Hitler: A Biography*, 135.

⁷⁷ Kershaw, *Hitler: A Biography*, 152.

sumisión. El apoyo al NSDAP varió por región, confesión, ocupación, edad, experiencia económica y coyuntura electoral, y el partido modificó sus mensajes para explotar esas diferencias⁷⁸. Las corrientes reaccionarias del siglo XIX y comienzos del XX, entre ellas el racismo de Gobineau y Chamberlain y ciertos nacionalismos culturales, sí contribuyeron al repertorio intelectual del que el nacionalsocialismo tomó y radicalizó temas raciales y mitologías germánicas.

En 1933 un sargento de la SA expuso sus razones para hacerse nacionalsocialista.

Nuestros adversarios cometieron por tanto un error al equipararnos como partido con el Partido de la Economía, los demócratas o los partidos marxistas. Todos esos partidos eran sólo grupos de intereses, carecían de alma, de vínculos espirituales. Adolf Hitler surgió como el portador de una nueva religión política. Esta religión nació del despertar nacional alemán del 1 de Agosto de 1914 y la gran lucha de nuestro pueblo entre 1914 y 1918.⁷⁹

Estos fueron los auténticos fieles, los que se afiliaron al nazismo mucho antes de ser presionados a hacerlo y eran, en conjunto, una pequeña proporción de la población alemana.

Antón Drexler, uno de los fundadores del Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán (NSDAP), aunque inició el movimiento, no logró consolidarse como líder debido a su falta de carisma y habilidades políticas. Según el historiador Richard J. Evans, Drexler «era un hombre sin un programa claro, sin habilidades oratorias, sin ningún talento para la organización política». Su falta de liderazgo y la competencia interna dentro del partido llevaron a su declive después de su enfrentamiento con Adolf Hitler en 1921 y su posterior salida del partido en 1923. Aunque Drexler se reconcilió con Hitler en 1930, su influencia dentro del partido había desaparecido.

⁷⁸ Kershaw, *Hitler: A Biography*, 153.

⁷⁹ Burleigh, *El Tercer Reich*, 147.

Dietrich Eckart, otro de los primeros miembros del NSDAP y mentor de Hitler, fue un poeta, dramaturgo y periodista menor⁸⁰. Eckart desempeñó un papel importante en la creación de la ideología nacionalsocialista y fue uno de los primeros en reconocer el potencial de liderazgo de Hitler. En su obra «Bolshevism from Moses to Lenin: A Dialogue Between Adolf Hitler and Me», Eckart argumenta que el nacionalsocialismo es la única respuesta al «bolchevismo judío» y llama a la eliminación de los judíos de la vida alemana⁸¹. Sin embargo, su influencia en el partido fue breve y terminó en 1923 cuando murió por abusos etílicos⁸². Eckart fue recordado en la historia del partido como un precursor importante de la ideología nacionalsocialista. Adolf Hitler y otros líderes del partido nacionalsocialista a menudo citaban las obras de Eckart como una fuente de inspiración para su ideología. Por ejemplo, en su libro *Mein Kampf*, Hitler escribió sobre Eckart:

«Fue uno de los más grandes conocedores del alma alemana de su tiempo y, por lo tanto, uno de los pocos que pudieron tener una idea del significado de mi lucha»⁸³.

Además, Eckart fue el editor del periódico nacionalsocialista *Völkischer Beobachter* y utilizó este medio para difundir las ideas del partido. Según algunos historiadores, Eckart fue uno de los principales arquitectos de la visión mística del nacionalismo alemán, que combinaba elementos del cristianismo y del ocultismo. Eckart creía que los alemanes eran un pueblo elegido por Dios y que tenían una misión divina para liderar al mundo hacia una nueva era de justicia y libertad⁸⁴. Esta visión fue fundamental para la creación del concepto nacionalsocialista de «Volksgemeinschaft» (comunidad del pueblo), en la que se buscaba la unión del pueblo alemán en una

⁸⁰ Stanley G. Payne, *A History of Fascism, 1914-1945* (Madison: University of Wisconsin Press, 1995), 169.

⁸¹ Dietrich Eckart, *Bolshevism from Moses to Lenin: A Dialogue Between Adolf Hitler and Me* (Múnich: Franz Eher Nachf., 1924), 20.

⁸² Payne, *A History of Fascism, 1914-1945*, 169.

⁸³ Hitler, *Mi lucha*.

⁸⁴ George L. Mosse, *The Crisis of German Ideology: Intellectual Origins of the Third Reich* (Nueva York: Grosset & Dunlap, 1964), 173-178.

lucha común por el bien común. En resumen, la figura de Dietrich Eckart es fundamental para entender el origen y las raíces de la ideología nacionalsocialista y su influencia en el liderazgo de Adolf Hitler. Aunque su papel en el partido fue breve, su legado se mantuvo vivo en el movimiento hasta el final de la Segunda Guerra Mundial.

Ernst Röhm, por otro lado, fue uno de los líderes más influyentes de las *Sturmabteilung* (SA), también conocidos como las «camisas pardas», la milicia del partido nazi. Como capitán del ejército alemán, Röhm organizó las SA en una poderosa fuerza paramilitar. Según Kershaw, Röhm era «uno de los pocos en el partido capaces de desafiar a Hitler abiertamente». Veía en las SA una fuerza militar «oculta» que podría absorber la Reichswehr y transformarse en el ejército oficial de Alemania. Sin embargo, esta idea entraba en conflicto con la estrategia de Hitler, que quería mantener el control sobre las fuerzas militares y mantener las SA como un ala subordinada al partido. El conflicto entre Röhm y Hitler llevó al asesinato de Röhm en 1934 durante la Noche de los Cuchillos Largos. En cuanto a la figura de Drexler, su papel en la creación del NSDAP es reconocido en la literatura histórica. De acuerdo con Bullock, Drexler «fue el primer líder del partido que había establecido los fundamentos teóricos del nacionalsocialismo»⁸⁵. Sin embargo, su falta de habilidades políticas y su personalidad poco carismática lo dejaron en un segundo plano frente a líderes más prominentes como Hitler y Röhm. Las afirmaciones acerca de la falta de liderazgo y habilidades políticas de Antón Drexler en la creación del NSDAP son compartidas por varios historiadores. Richard J. Evans en su obra *El Tercer Reich en el poder* describe a Drexler como «un hombre sin un programa claro, sin habilidades oratorias, sin ningún talento para la organización política»⁸⁶. Alfred Rosenberg fue un alemán del Báltico, nacido en Estonia e hijo de un zapatero. Quizá su diploma en arquitectura por la Universidad de Moscú impresionó a Hitler, quien le consideraba un intelectual. Inepto sin remedio para la política, sirvió al movimiento en distintos papeles y entre ellos, el de director

⁸⁵ Bullock, *Hitler: A Study in Tyranny*, 38.

⁸⁶ Evans, *El Tercer Reich en el poder*, 95.

del Voelkischer Beobachter. Hermann Goering había mandado el famoso escuadrón Richthofen durante la guerra, haciéndose acreedor de la «Pour le Mérite». Después de la guerra, esposó a una rica divorciada sueca y asistió con irregularidad a cursos en la Universidad de Munich. Además de ayudar al Partido económicamente, colaboró con Rohem en organizar las SA. Rudolf Hess era hijo de un comerciante alemán establecido en Egipto, donde había vivido durante varios años. Durante la guerra, sirvió, como Hitler, en el regimiento List y más tarde, como guía. Después de la guerra, se dedicó al estudio en Munich, donde se afilió al Partido. Era un amargado antisemita e inició a Hitler en geopolítica. Permaneció casi hasta el fin como uno de los más leales adictos al Führer y fue uno de los pocos líderes nazis no dominados por la ambición personal.

Julius Streicher fue uno de los militantes tempranos del NSDAP y, desde 1923, editor de *Der Stürmer*, periódico dedicado a una forma particularmente virulenta de propaganda antisemita. Su importancia residió menos en la elaboración doctrinal que en la repetición de caricaturas, acusaciones sexuales, mitos conspirativos y representaciones deshumanizadoras. Participó también en campañas antijudías del régimen. En 1940 fue apartado de sus cargos partidarios tras procedimientos internos relacionados con conducta, conflictos y corrupción, aunque conservó el respaldo personal de Hitler y continuó vinculado a *Der Stürmer*. Esta trayectoria muestra que el aparato propagandístico nazi no fue homogéneo: convivieron medios partidarios, iniciativas regionales y estructuras centrales con estilos y públicos diferentes.⁸⁷

2.3. Putsch de Múnich, prisión y reorganización

En 1923, el partido nazi era todavía desconocido fuera de Baviera; incluso allí, no era el grupo político más destacado⁸⁸. Sin embargo, sería en 1923 cuando los nazis marcaron su primer tanto

⁸⁷ United States Holocaust Memorial Museum, «Julius Streicher: Biography», *Holocaust Encyclopedia*, consultado el 13 de agosto de 2026, <https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/julius-streicher-biography>.

⁸⁸ Kershaw, *Hitler: Hubris*, 174.

hacia el poder: el Putsch de la cervecería. Las circunstancias parecían propicias. La Constitución de Weimar de 1919 estaba resultando de difícil funcionamiento, debiendo enfrentarse con la hostilidad de poderosos intereses como los de los industriales, mientras que el Tratado de Versalles era desaprobado universalmente⁸⁹. La inflación alcanzó el punto máximo en 1923 con el hundimiento del mercado, coincidiendo con la reocupación del Ruhr por Francia a principios de año para garantizarse los pagos de las reparaciones. Este factor militó contra los nazis. Era intención de Hitler terminar con los «criminales de noviembre», como habitualmente describía al gobierno de Berlín que se había sometido a los aliados en noviembre de 1918, pero la política francesa llevó la opinión pública al lado del Gobierno.

En la atmósfera bávara, existía una hostilidad común hacia Berlín. Hitler no evaluó adecuadamente la situación y planeó una marcha sobre la capital con el apoyo de otros grupos disidentes, posiblemente inspirado por la victoriosa marcha de Mussolini sobre Roma en 1922. El 8 de noviembre de 1923, se llevó a cabo un plan improvisado conocido como el Putsch de la cervecería, en el que Hitler y sus seguidores intentaron tomar el control del gobierno de Baviera. Sin embargo, el golpe fracasó y Hitler fue arrestado y encarcelado. Es importante mencionar que la hostilidad hacia Berlín estaba motivada por la desaprobación de la Constitución de Weimar y el Tratado de Versalles, así como por la difícil situación económica y la inflación en el país en ese momento. Además, la marcha de Mussolini sobre Roma fue vista por Hitler como un ejemplo exitoso de cómo un movimiento político podía tomar el poder por la fuerza.

Se anunció en la prensa que, en la tarde del 8 de noviembre de 1923, Gustav von Kahr, líder del gobierno bávaro, junto con otros líderes políticos y militares, dirigiría un meeting público en el Bürgerbräukeller, una cervecería ubicada en las afueras de Munich. Hitler, en ese momento, planeaba un golpe de estado y estaba seguro de que Kahr anunciaría su apoyo a la causa nazi y la secesión de Baviera del resto de Alemania. También se especulaba que Kahr

⁸⁹ Evans, *The Coming of the Third Reich*, 156-157.

apoyaba la restauración de la monarquía Wittelsbach, la antigua casa real bávara⁹⁰.

Poco después de que comenzara la reunión, las SA rodearon el edificio. Hitler entró, disparó con una pistola para atraer la atención y empujó al triunvirato a una habitación contigua amenazándoles con el arma, dejando a Goering que exhortara a la atónita audiencia a que permaneciera en calma y bebiera su cerveza. El triunvirato rehusó allanarse a las pretensiones de Hitler, el cual los encerró y volviendo a la sala principal, declaró que habían formado un gobierno provisional del Reich junto con él. El aplauso con que fue acogida esta falaz declaración impresionó momentáneamente al triunvirato. Entretanto, un mensajero había traído a escena al general Ludendorff, uno de los héroes de guerra más populares de Alemania que, por entonces, vivía en Baviera y que participaba activamente en la política antirrepublicana. Ludendorff, aunque enojado de la absoluta falta de agudeza política de la precipitada acción de Hitler, aconsejó al triunvirato que cooperara. Los cinco hombres, de vuelta al estrado, juraron públicamente lealtad mutua y lealtad a su nuevo régimen, disolviéndose el meeting a continuación. En este momento, Hitler fue llamado al vestíbulo y cuando volvió, el triunvirato se había ido. Kahr había trasladado rápidamente la sede del gobierno a Regensburg, dejando órdenes de que se fijaran carteles en Munich denunciando el putsch. Durante la confusa noche que siguió, resultó evidente que ni las unidades de la Reichswehr local ni la policía se pasarían a los nazis, aunque no se intentó desalojar a las SA de los jardines de Buergerbraükeller. A la mañana siguiente, Ludendorff propuso marchar al centro de la ciudad y tomarla, seguro de que ni los soldados ni la policía dispararía contra figura tan legendaria como él. A falta de un plan mejor, Hitler accedió.⁹¹ La columna nazi se abrió paso a través de una unidad de policía armada, pero encontró su camino cortado donde la estrecha Residenzstrasse desemboca en la Odeonsplatz. No está claro cuál de los dos bandos disparó primero,

⁹⁰ Fest, *Hitler*, 246; John Toland, *Adolf Hitler* (Nueva York: Anchor Books, 1992), 278.

⁹¹ Burleigh, *El Tercer Reich*, 123.

pero, a la primera descarga de fusilería, los nazis se disolvieron dándose a la fuga y sin que nadie fuera más ligero a poner pies en polvorosa que el Führer, quien fue conducido en un coche que le aguardaba a la casa de campo de los Hanfstaengls, donde fue arrestado a los dos días. Hitler fue encerrado en la prisión fortaleza de Landsberg, en donde vivió con algunos de sus compañeros en relativo confort. Empezó a dictar su *Mein Kampf*, obra que, cuando fue puesto en libertad, aún no estaba acabada. El Partido Nazi fue prohibido y suprimida su prensa en todo el Reich; Hitler nombró en su ausencia a Rosenberg para dirigir el movimiento que empezó a ser víctima de luchas intestinas. En las elecciones del Reichstag de mayo de 1924, los nazis, en combinación con otros grupos semejantes, ganaron treinta y dos escaños, pero, en diciembre, su número descendió a catorce. La República, por el contrario, estaba amainando el temporal. Bajo la dirección de Hjalmar Schacht, un financiero de excepcionales dotes, se estabilizó la moneda, mientras que el plan Dawes mitigó el complejo de sanciones reparatorias. Francia se retiró del Ruhr y la política de Stresemann facilitó el camino al Pacto de Locarno y la entrada de Alemania en la Sociedad de Naciones. El capital americano comenzó a afluir a Alemania y una era de prosperidad se abrió. Cuando Hitler fue puesto en libertad provisional en diciembre de 1924, el nazismo parecía estar en trance de extinción.⁹² Maestri coincidirá con esto alegando que:

El Partido nacionalsocialista está en crisis. Ello importa a Alemania y su desarrollo en cuanto esta crisis del partido corresponde, paradójicamente, a la reiteración y afianzamiento del movimiento nacionalsocialista.⁹³

El fallido golpe de estado llevado a cabo por los nazis en 1923, conocido como el Putsch de Munich, no solo tuvo consecuencias para los líderes de la conspiración, sino que también se convirtió en una experiencia decisiva para Adolf Hitler y su visión estratégica para conquistar el poder en Alemania. En el momento del putsch, Hitler

⁹² Kershaw, *Hitler: Hubris*, 144.

⁹³ Maestri, *El nacionalsocialismo alemán*, 168.

todavía no había consolidado su liderazgo en el partido nazi y era relativamente desconocido en la política alemana. Fue durante su juicio posterior por traición que utilizó sus habilidades oratorias para atraer la atención de los medios y ganar notoriedad para su causa. El fracaso del putsch y la consecuente condena de Hitler y otros líderes nazis, como Ernst Röhm, obligó al partido nazi a replantear sus tácticas y estrategias políticas. Para Hitler, el fracaso del putsch demostró que el poder no podía ser alcanzado por la fuerza y que la violencia solo alienaría a posibles aliados y simpatizantes. De esta manera, Hitler comenzó a planificar una «revolución legal», es decir, la conquista del poder a través de los procedimientos establecidos por la Constitución alemana de la época, en lugar de intentar un golpe de estado. Otra de las lecciones aprendidas por Hitler fue la importancia de la organización y la propaganda para obtener una amplia adhesión popular. Después del putsch, Hitler se dedicó a consolidar su liderazgo en el partido nazi y a establecer una estructura organizativa sólida, que le permitiera obtener un control total sobre el partido y sus actividades. También comenzó a utilizar la propaganda de manera sistemática para difundir su ideología y sus planes políticos, y para movilizar a las masas en torno a su figura y su causa. En resumen, el fracaso del putsch de Munich tuvo un impacto decisivo en la estrategia política de Hitler y en la consolidación del partido nazi. A partir de entonces, Hitler adoptó una estrategia basada en la conquista del poder a través de medios legales y en la utilización de la propaganda y la organización como herramientas para movilizar a las masas en torno a su liderazgo.⁹⁴

Tras el fracaso del Putsch y la prohibición temporal del NSDAP, la reorganización iniciada en 1925 fortaleció la estructura territorial del partido y el Führerprinzip. Gregor Strasser desempeñó un papel decisivo en la expansión hacia el norte de Alemania y articuló una red de prensa y organización que conservaba márgenes propios⁹⁵. Las diferencias con Hitler no constituyeron simplemente una división estable entre una «izquierda» y una «derecha»

⁹⁴ Villani, *El nacionalsocialismo*, 101-102.

⁹⁵ Kershaw, *Hitler: Nemesis*.

equivalentes: incluían estrategia, organización, propiedad, relación con las élites económicas y grado de centralización⁹⁶. La conferencia de Bamberg de 1926 reforzó la primacía de Hitler y debilitó la autonomía del grupo de Strasser⁹⁷. Durante los años siguientes, la expansión nacional del partido combinó Gau territoriales, organizaciones auxiliares, propaganda y nuevas estructuras administrativas. La ruptura final con Gregor Strasser llegó en diciembre de 1932, en el contexto de la crisis política que precedió a la designación de Hitler como canciller.

Tras la reorganización del NSDAP, la propaganda adquirió una estructura partidaria cada vez más especializada. El papel central de Joseph Goebbels se desarrolló después de su aproximación a Hitler: fue nombrado Gauleiter de Berlín en 1926 y, en 1930, Reichspropagandaleiter del partido. No dirigió el NSDAP durante el encarcelamiento de Hitler, ni resulta metodológicamente válido explicar su trayectoria política por su discapacidad física o atribuirle una «mentalidad neurótica» a partir de ella. La reorganización incluyó también departamentos sectoriales, estructuras territoriales y organizaciones paramilitares. Las tensiones con Gregor Strasser y Ernst Röhm muestran que la autoridad de Hitler fue el resultado de una lucha interna prolongada. Röhm regresó de Bolivia en 1930 para reorganizar las SA, cuya autonomía y violencia planteaban problemas permanentes a la dirección política del partido.

Durante la década de 1920, la economía alemana experimentó un período de crecimiento y estabilidad después de los años turbulentos de la posguerra. En 1924, la implementación del Plan Dawes, diseñado para ayudar a Alemania a pagar las reparaciones de guerra impuestas por el Tratado de Versalles, trajo consigo un flujo de inversiones extranjeras y un alivio temporal a la inflación. Esto, combinado con el creciente desencanto de muchos alemanes con la República de Weimar, proporcionó un terreno fértil para la reorganización y crecimiento del Partido Nazi. Además, la elección de

⁹⁶ Snyder, *Bloodlands*.

⁹⁷ Burleigh, *El Tercer Reich*, 206.

Hindenburg como presidente en 1925, un militar retirado con una reputación de unidad nacional, disminuyó la hostilidad hacia la República de Weimar por parte de algunos sectores de la derecha alemana. Sin embargo, para Hitler, la elección de Hindenburg no representó una reconciliación real sino una oportunidad para expandir su base de apoyo mediante el uso de la propaganda y el desarrollo de una estructura de partido más efectiva. El uso inteligente de las nuevas tecnologías de comunicación, como la radio, el cine y los mítines públicos, así como la creación de una jerarquía de liderazgo claramente definida y una organización paramilitar poderosa como las SA, hicieron del Partido Nazi un grupo político formidable para cuando la Gran Depresión golpeó a Alemania a finales de los años 20.

La acumulación de poder de Hitler no puede describirse como resultado principal de una supuesta «violencia psíquica». El NSDAP combinó propaganda, organización territorial, movilización electoral y violencia física de las SA con oportunidades abiertas por la crisis económica y el deterioro del sistema parlamentario. Tras 1933, la construcción propagandística del Führer como líder providencial operó junto con la eliminación de la oposición, la coerción policial y la transformación institucional del Estado. Persuasión y violencia no fueron alternativas: formaron parte de un mismo proceso de conquista y consolidación del poder.

Con la República en evidente fase de desintegración, los nazis podían ya hacerse con su por tan largo tiempo esperada oportunidad. Hitler había creído que su momento llegaría. Su lucha por el poder y la habilidad con la que el nazismo explotó y enfocó los incoherentes resentimientos de un pueblo perplejo y desilusionado, son factores de mayor importancia para explicar la sustitución de la democracia por el totalitarismo. Desde el principio, Hitler no había ahorrado esfuerzo en sus ataques contra la República, el Tratado de Versalles, las fuerzas de la reacción y los judíos. Sagazmente, apreciaba la importancia del ejército y ya en su mismo juicio de 1924, aprovechó la oportunidad para subrayar que la Reichswehr tenía, en la creación de una Alemania más grande, un objetivo común con el nazismo. Poco después del

mediodía del 30 de enero de 1933 Hitler era investido como Canciller de Alemania por el presidente. Pese a las pretensiones de sus propagandistas, no había sido conducido al poder por una oleada de entusiasmo popular. El Führer se había abierto paso hacia el cargo de Canciller, por medio de intrigas, con la convivencia de la «vieja guardia» a la que despreciaba y el consentimiento del pueblo alemán, que había apoyado al Partido Nazi en las últimas elecciones del Reichstag, con no más de un tercio de sus votos.

En su primer discurso como canciller el 10 de febrero de 1933 recurrió a las propuestas de sus adversarios para revelar sus propias medidas políticas contra ellas, haciendo una crónica de catorce años de fracasos y preguntando: ¿Cuál fue vuestro programa? Todo el que se oponía a los nazis era un traidor. La perorata final de Hitler merece la pena citarla entera:

No puedo despojarme de mi fe en mi Völk, no puedo desvincularme del convencimiento de que esta nación volverá a levantarse un día, no puedo divorciarme de mi amor por esto, por mi Völk y albergo la firme convicción de que llegará al fin la hora en que millones que hoy nos desprecian se pongan de nuestro lado y den vivas con nosotros al nuevo Reich alemán duramente ganado y dolorosamente adquirido que hemos creado juntos, el nuevo reino alemán de grandeza y poder y gloria y justicia. Amén.⁹⁸

La llegada de Hitler al poder en 1933 no puede atribuirse a un único procedimiento de persuasión. El capítulo siguiente examina la propaganda como uno de los componentes de una estrategia más amplia, atendiendo a sus conceptos, recursos retóricos, medios, públicos y formas de coordinación. El objetivo es explicar su función sin convertirla en una técnica autosuficiente de captación o control de la población.

⁹⁸ Hitler, citado en Burleigh, *El Tercer Reich*, 185.

CAPÍTULO III. CULTURA Y SOCIEDAD EN LA REPÚBLICA DE WEIMAR

3.1. Sociedad de partidos, modernización y crisis económica

Este apartado no repite la cronología económica del capítulo I. Su objetivo es observar cómo la modernización, la fragmentación partidaria, el desempleo profesional y la inseguridad de estatus fueron traducidos en percepciones políticas y culturales susceptibles de movilización.

La República de Weimar combinó una intensa experimentación cultural con internacionalización económica, expansión de los medios de masas y fuertes conflictos políticos. Berlín adquirió una posición central en la cultura europea, pero esa modernidad coexistió con reacciones tradicionalistas, violencia política y profundas diferencias regionales y sociales. No existe base para describir este proceso como una amenaza a la «estabilidad mental» de un alemán promedio. El resentimiento frente al Tratado de Versalles fue, en cambio, un recurso político ampliamente disponible: atravesó tendencias diversas y la propaganda nacionalista y nacionalsocialista lo radicalizó al vincularlo con humillación, crisis económica y enemigos internos⁹⁹. Desde 1930, la combinación de depresión, fragmentación parlamentaria y uso creciente de decretos presidenciales modificó las condiciones de la competencia política. Los gabinetes de Heinrich Brüning dependieron cada vez más del artículo 48, lo que debilitó la práctica parlamentaria sin volver inevitable la dictadura. La responsabilidad por el colapso de Weimar tampoco puede distribuirse de forma indiferenciada entre «todos los partidos»: los actores diferían en su compromiso con el orden constitucional, su disposición a aceptar soluciones autoritarias y su participación en la violencia política. El crecimiento simultáneo del KPD y del NSDAP intensificó la polarización; la propaganda nazi explotó el

⁹⁹ Burleigh, *El Tercer Reich*, 133.

anticomunismo para presentarse ante sectores conservadores y de clase media como barrera frente a una revolución, mientras su propia estrategia contribuía activamente a erosionar el sistema.

Ernst Nolte, un destacado historiador alemán, sostiene que la crisis económica y política que sufrió Alemania a principios de los años treinta fue el principal factor que llevó al cambio en la mentalidad del pueblo alemán y al apoyo cada vez mayor al Partido NSDAP. Nolte afirma que la crisis no fue simplemente una condición, sino que representó la base del ascenso del partido nazi, ya que creó en toda Alemania una sensación de desconcierto y frustración, similar a la que se vivió durante la breve República de Consejos de Baviera en 1919. La idea de que la crisis fue un factor clave en el ascenso del nazismo cuenta con un amplio consenso entre los historiadores, quienes han señalado la profunda desesperación que se apoderó de la población alemana debido al desempleo masivo, la inflación y la pobreza generalizada, así como la pérdida de confianza en las instituciones democráticas tradicionales que parecían incapaces de solucionar la crisis. Sin embargo, Algunos historiadores han cuestionado la teoría de Nolte sobre la crisis como la principal causa del ascenso del nazismo. Por ejemplo, el historiador británico Richard J. Evans señala que, aunque la crisis económica y política fue un factor importante en el surgimiento del nazismo, también hay que considerar otros factores culturales e ideológicos, como el nacionalismo y el antisemitismo arraigados en la sociedad alemana de la época. Del mismo modo, el historiador alemán Hans-Ulrich Wehler argumenta que el ascenso del nazismo fue el resultado de una combinación de factores, incluyendo la crisis económica, la debilidad del sistema político alemán y la falta de apoyo popular a la democracia liberal.¹⁰⁰ No obstante, es importante destacar que la teoría de Nolte cuenta con un amplio consenso entre los historiadores, quienes reconocen la importancia de la crisis económica y política en el ascenso del nazismo. Por ejemplo, el historiador estadounidense Ian Kershaw sostiene que la crisis fue un factor clave en el atractivo del partido nazi para la población alemana,

¹⁰⁰ Ernst Nolte, *El fascismo en su época* (Barcelona: Ediciones S.A., 1967), 388.

y el historiador alemán Detlev Peukert ha argumentado que la crisis llevó a una crisis de confianza en el sistema político y en las instituciones democráticas, lo que a su vez contribuyó al ascenso del partido nazi. Los autores no muestran grandes diferencias con respecto a lo favorable que le resultó al Nacional socialismo la crisis que sobrevino en Alemania a comienzos de los años treinta. Dicho consenso puede verse reflejado a lo largo de esta investigación con las posturas de otros historiadores, como también el «desconcierto» que nos propone Nolte, del pueblo alemán. El pueblo alemán, a resultas de que los representantes por ellos elegidos resultaron incapaces de un liderazgo claro, fue desilusionándose más y más con el experimento democrático y en particular, por el fracaso de éste en resolver sus problemas materiales. Por todo ello, aumentó el apoyo popular al Partido Nacionalsocialista. Durante la primera guerra, Alemania padeció una explotación excesiva de sus recursos económicos, una reducción de población, así como una disminución de los standards de salud. Los acuerdos de Versalles la habían privado de tierras cultivables y recursos mineros, mientras que las sanciones la habían impuesto una pesada carga para el futuro. Había pasado de nación acreedora a nación deudora. Durante la guerra, una insatisfactoria política basada más en préstamos que en la imposición, creó tendencias inflacionistas, que no fueron contrarrestadas después de la contienda y durante 1922 el marco se devaluó sensiblemente. En 1923, quebró absolutamente y el cambio alcanzó la equivalencia de 4.200 billones de marcos por dólar. Maestri nos evoca esta realidad:

El «haber» de la República no compensa al «debe», ni en la política internacional ni en la nacional. Además, su base material- el presupuesto- ha ido resquebrajándose continuamente. En el ejercicio 1926-27 contaba con un déficit de 90,7 millones de marcos; en 1927-28, 303,3 millones; en 1928-29, 1.058,5 millones; en 1929-30, 1.236,7 millones.¹⁰¹

El período de crecimiento económico experimentado en Alemania entre 1924 y 1930, según algunos historiadores, no fue más

¹⁰¹ Maestri, *El nacionalsocialismo alemán*, 92-93.

que una prosperidad superficial, basada en préstamos a corto plazo con intereses elevados. A pesar de esto, la crisis económica de la época no pudo borrar de la memoria colectiva la pérdida de ahorros ni el miedo al desempleo, temores que se materializaron en 1931 para miles de alemanes. La quiebra de la Bolsa de Nueva York en 1929 tuvo un efecto inmediato en Alemania, desencadenando una crisis bancaria que llevó a la industria a una situación de emergencia. Los acreedores extranjeros comenzaron a reclamar los préstamos a corto plazo, mientras que la rápida contracción del comercio mundial dificultaba aún más para Alemania -y para otras naciones afectadas por problemas similares- el pago de sus deudas mediante el aumento de las exportaciones. La consecuencia social más significativa de la crisis económica fue el incremento de la tasa de desempleo, lo que provocó una profunda sensación de inseguridad en la población y contribuyó al surgimiento de movimientos políticos extremistas en la década de 1930. En este sentido, cabe destacar la importancia de la crisis económica como uno de los factores que contribuyeron al ascenso del Partido Nazi en Alemania, como han señalado varios historiadores¹⁰².

Relativamente, Alemania es el país capitalista en que mayores proporciones ha asumido el fenómeno de la desocupación. A fines de 1931 había 5.666.000 sin trabajo. El desarrollo es constante y progresivo: el promedio de desocupados en 1927, fue de 1.255.000; en 1928, 1.658.000; en 1929, 2.019.000; en 1931, 4.410.000. el último año, contando las familias, acusa nueve millones de personas afectadas por la desocupación.¹⁰³

La crisis profesional y el desempleo afectaron también a jóvenes titulados y empleados de cuello blanco, grupos para los que la movilidad social esperada se volvió incierta. El NSDAP explotó esa inseguridad mediante promesas de orden, empleo, movilidad y pertenencia. El crecimiento electoral fue rápido: de 12 escaños en 1928 pasó a 107 en 1930 y a 230 en julio de 1932; en noviembre de

¹⁰² Timothy W. Mason, «La economía alemana durante la Gran Depresión», *Journal of Contemporary History* 23, n.º 1 (1988): 69-89.

¹⁰³ Mason, «La economía alemana durante la Gran Depresión», 85-86.

1932 retrocedió, aunque siguió siendo el partido más numeroso del Reichstag. Estos datos muestran una expansión masiva, no una entrega de «la mayoría de la población» ni una disposición inevitable a sacrificar libertades. Hobsbawm subraya además que el régimen, una vez consolidado, combinó movilización política con políticas sociales y de ocio que ayudaron a construir aceptación en determinados sectores¹⁰⁴. Programas de vacaciones, deporte, consumo y proyectos como el «coche del pueblo» formaron parte de esa dimensión social y propagandística¹⁰⁵. Explicar el nazismo por una supuesta tradición nacional alemana de obediencia militar conduce a un esencialismo que la evidencia social no sostiene. El apoyo varió por región, confesión, clase, ocupación y coyuntura; también existieron oposición, abstención, competencia partidaria y resistencias. La crisis creó oportunidades para el NSDAP, pero esas oportunidades fueron convertidas en poder mediante organización, propaganda, violencia y decisiones institucionales concretas.

3.2. Cultura, modernidad y reacción

La cultura de Weimar fue plural y conflictiva: innovación artística, expansión de los medios de masas y experimentación convivieron con críticas conservadoras a la modernidad y con discursos *völkisch*. Esa coexistencia impide describir la década como una simple antesala del nazismo; el NSDAP intervino en un campo cultural ya polarizado y competitivo.

La cultura de Weimar estuvo marcada por una extraordinaria densidad de innovación. En literatura, la creación de una sección específica en la Academia Prusiana de las Artes y el reconocimiento internacional de autores como Thomas Mann simbolizaron una reintegración cultural de Alemania¹⁰⁶. En arquitectura y diseño, la Bauhaus de Walter Gropius articuló artesanía, técnica y producción moderna; en música y teatro, figuras como Otto Klemperer, Bruno

¹⁰⁴ Hobsbawm, *Historia del siglo XX*, 134.

¹⁰⁵ Hobsbawm, *Historia del siglo XX*, 143.

¹⁰⁶ Johann y Junker, *Historia de la cultura alemana*, 140.

Walter, Bertolt Brecht y Kurt Weill ampliaron el repertorio experimental¹⁰⁷. Esa modernidad convivió con un sistema de prensa muy fragmentado y políticamente polarizado. La prensa local y partidaria podía reforzar lecturas nacionalistas de Versalles y de la crisis, pero no puede deducirse de su circulación un «carácter revanchista» de la población en su conjunto¹⁰⁸. Tampoco deben reproducirse como descripción sociológica los estereotipos contemporáneos sobre inmigrantes judíos del este, especulación financiera o control judío de industrias culturales. Esas asociaciones formaban parte del repertorio antisemita que nacionalistas y nazis utilizaron para convertir cambios económicos y culturales en una narrativa racial de amenaza¹⁰⁹. La tensión central del período fue, por tanto, política: una esfera cultural plural y experimental coexistió con campañas que presentaban esa misma pluralidad como decadencia. Tras 1933, el régimen transformó esa oposición ideológica en censura, exclusión profesional y coordinación autoritaria de la cultura.

¹⁰⁷ Johann y Junker, *Historia de la cultura alemana*, 142.

¹⁰⁸ Johann y Junker, *Historia de la cultura alemana*, 144.

¹⁰⁹ Johann y Junker, *Historia de la cultura alemana*.

CAPÍTULO IV. PROPAGANDA NAZI: CONCEPTOS, PRINCIPIOS Y TÉCNICAS

4.1. Concepto de propaganda y marco analítico

El lenguaje y la simbolización hacen posibles las formas más complejas de funcionamiento cognoscitivo. Según el psicólogo y pedagogo constructivista contemporáneo Ausubel, el lenguaje desempeña una función integral y operativa en el pensamiento, y no simplemente una función comunicadora, lo que hace posible las formas más complejas de funcionamiento cognoscitivo.¹¹⁰ Según el politólogo y sociólogo francés Jacques Ellul, la propaganda es un proceso por el cual se intenta influir en las opiniones y comportamientos de la población mediante la manipulación de símbolos, mitos y emociones, con el fin de lograr objetivos políticos, económicos o sociales. En la misma línea, el sociólogo estadounidense Harold Lasswell define la propaganda como «el empleo sistemático de la persuasión controlada en función de intereses políticos o ideológicos»¹¹¹.

Según Sanchez-García, como modelo de comunicación, la propaganda puede ser definida como el uso de técnicas de persuasión a gran escala que buscan influir en las actitudes y comportamientos de las personas en relación con un tema, una idea, un producto o un servicio, con el objetivo de alcanzar determinados fines. Desde una perspectiva lingüística, la propaganda puede ser analizada a través del estudio del discurso y los procesos comunicativos que se emplean en su construcción y difusión¹¹².

La propaganda aventajará, con su impetuoso avance, de muy de lejos a la organización, a fin de conquistar el material

¹¹⁰ David Ausubel, Joseph Novak y Helen Hanesian, *Psicología educativa: un punto de vista cognoscitivo*, 2ª ed. (México: Trillas, 1983), 15.

¹¹¹ Harold D. Lasswell, «The Theory of Political Propaganda», *The American Political Science Review* 21, n.º 3 (1927): 627-631; Jacques Ellul, *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes* (Nueva York: Vintage Books, 1971).

¹¹² M. Sánchez-García, «La propaganda: conceptos, técnicas y retos», *Comunicación y Sociedad*, n.º 17 (2012): 135-159.

humano indispensable para esta última. Siempre he sido enemigo de la organización precipitada y pedante, que produce inertes y mecánicos resultados. Por esta razón, lo mejor es dejar que una idea se difunda desde un centro y por medio de la propaganda durante un espacio de tiempo dado y luego explotar cuidadosamente en busca de dirigentes entre los seres humanos que acudieron a la cita.¹¹³

Adolf Hitler había comprobado los efectos que produjo el bombardeo propagandístico durante la I Guerra Mundial. Ya durante esos años, mantenía la firme convicción de que la propaganda poseía una enorme capacidad persuasiva y movilizadora. Hitler fue un amplio conocedor de unas técnicas que, por otra parte, se encontraban ya definidas teóricamente desde la primera gran guerra. Pero no sólo la empleó como medio para conseguir sus objetivos, aún más, basó toda su estrategia en la propaganda. Adolf Hitler fue un conocedor experimentado de los efectos persuasivos de la propaganda, que ya habían sido demostrados en la Primera Guerra Mundial. De hecho, Hitler basó su estrategia política en la propaganda y la consideró como el medio principal para alcanzar sus objetivos. Johann y Jorg afirman que Hitler reclutó a sus partidarios más fanáticos y radicales entre la burguesía pequeña o media de los económicamente deteriorados y políticamente inestables, así como entre los círculos de la juventud y los estudiantes, que siempre estuvieron atraídos por el brillo de lo nuevo¹¹⁴

Una de las primeras acciones propagandísticas de Adolf Hitler fue cambiar el sentido peyorativo que el término había adquirido tras la Primera Guerra Mundial, debido al uso y abuso de la mentira durante la contienda. De hecho, Hitler comprendía la enorme capacidad persuasiva y movilizadora que tenía la propaganda, y su estrategia se basó en ella. Así, su primer objetivo fue inculcar en las mentes alemanas un concepto positivo de la propaganda, haciendo hincapié en su origen latino «propagare», que aludía a la práctica del jardinero de introducir en la tierra esquejes frescos de una planta para

¹¹³ Hitler, *Mi lucha*, 279.

¹¹⁴ Johann y Junker, *Historia de la cultura alemana*, 137.

multiplicarla. Según Brown, esta raíz latina enfatizaba la idea de una transformación a través del empleo de técnicas artificiales. De esta manera, Hitler pretendía dotar de una connotación positiva a la propaganda y legitimar su uso para fines políticos, económicos y sociales»¹¹⁵. Por lo tanto, se acentuaba la idea de una transformación mediante el empleo de técnicas artificiales.

La propaganda puede definirse, para los fines de este estudio, como comunicación organizada orientada a producir o reforzar interpretaciones, actitudes y conductas favorables a un actor político. Sus recursos incluyen selección de información, repetición, simbolización, encuadre, apelación emocional y coordinación entre canales. Las definiciones históricas varían y algunas, como las de la primera psicología de masas, atribuyeron a la «sugestión» una capacidad hoy difícil de sostener empíricamente¹¹⁶. El concepto se distingue aquí de la publicidad por su relación con poder, conflicto político y construcción de legitimidad, aunque ambos campos compartan técnicas de diseño, segmentación y persuasión. Esta definición permite analizar la propaganda nazi sin convertirla en un mecanismo de control mental.

El autor resalta la importancia del marco sociocultural de actuación de la propaganda. Aunque es fundamental su empleo, para Brown, Young olvida que una de las armas más importantes de la propaganda que es de naturaleza verbal y esta es la fuerza de la palabra. Así se pone de manifiesto cuando Hitler, refiriéndose al asunto de la culpabilidad de la guerra, afirma:

Comprobo allí que la violencia verbal era, además de conveniente, necesaria. (...) En honor a la verdad, ésta es (la palabra), por razones de naturaleza psicológica, la única capaz de producir revoluciones realmente grandes en los sentimientos.¹¹⁷

¹¹⁵ J. A. C. Brown, *Técnicas de persuasión* (Madrid: Alianza, 1991), 19.

¹¹⁶ Brown, *Técnicas de persuasión*, 19.

¹¹⁷ Hitler, *Mi lucha*, 221.

Por su parte, Violet Edwards la define como «la expresión de una opinión o una acción por individuos o grupos deliberadamente orientada a influir opiniones o acciones de otros individuos o grupos para unos fines determinados»¹¹⁸

Por otro lado, la propaganda jugó un papel clave en la ideología y estrategia del nazismo, que buscaba imponer su sistema de creencias en todos los ámbitos de la vida de los alemanes. Así, para Hitler:

El segundo deber de la propaganda es el de derribar la situación existente por medio de la nueva doctrina.¹¹⁹

Esto refleja la idea de que la propaganda no solo busca persuadir o influir en la opinión pública, sino que también tiene un propósito transformador y revolucionario. Según Leonard W. Doob, la propaganda se define como «el intento sistemático de un individuo o varios de controlar actitudes y por consiguiente, las acciones de grupos de individuos mediante el empleo de la sugestión». No obstante, es importante destacar que la sistematicidad de la propaganda no solo se basa en el control de actitudes, sino también en el uso reiterado del mensaje. De hecho, la redundancia en la propagación del mensaje es crucial para que este penetre en las mentes de los sujetos y se mantenga a largo plazo¹²⁰ Si bien es cierto que el propagandista intenta sistemáticamente controlar actitudes, resulta más clarificador para comprender el término, atribuir la sistematicidad al uso reiterado del mensaje. Sin el empleo de la redundancia es prácticamente imposible que el discurso penetre en las mentes de los sujetos y lo más importante, que se mantenga.

En su obra *La era de la propaganda*, Pratkanis y Aronson definen la propaganda como «las técnicas de persuasión masiva que caracterizan a nuestra sociedad postindustrial. (...) La propaganda consiste en comunicar un punto de vista con la finalidad última de que el receptor adopte voluntariamente esa posición como propia».

¹¹⁸ Violet Edwards, *Group Leader's Guide to Propaganda Analysis* (Nueva York: Institute for Propaganda Analysis, 1938), 40.

¹¹⁹ Hitler, *Mi lucha*, 281.

¹²⁰ Leonard W. Doob, *Public Opinion and Propaganda* (Nueva York: Henry Holt, 1948), 240.

Al considerar estas y otras definiciones, podemos adecuar una definición de propaganda que se ajuste a nuestro estudio: la propaganda es una acción sistemática y repetitiva ejercida a través de diversos medios, que busca persuadir a la opinión pública mediante el uso de técnicas psicológicas y sugestión, con el objetivo de imbuir una ideología o doctrina y canalizar actitudes y opiniones hacia una acción determinada. La propaganda se desarrolla dentro de una estructura sociocultural específica, y presenta una realidad tergiversada, seleccionada e interpretada con una carga emocional, lo que contribuye a su efectividad en términos psicológicos y culturales.¹²¹

A efectos de este estudio, la propaganda se define como una práctica sistemática de comunicación estratégica orientada a seleccionar, jerarquizar y repetir interpretaciones de la realidad con fines de movilización política. No es sinónimo de falsedad: puede combinar información verdadera, omisiones, exageraciones, encuadres selectivos y afirmaciones falsas. Lo decisivo es su orientación instrumental, la coordinación de mensajes, la adaptación a públicos y canales y la búsqueda de efectos sobre percepción, conducta y legitimidad.

Parte de la literatura temprana sobre propaganda interpretó la conducta colectiva mediante las categorías de la psicología de multitudes. Brown describió a los públicos reunidos como más susceptibles a la sugestión¹²². Le Bon llevó esa formulación más lejos al proponer la existencia de una «mente colectiva» y mecanismos de contagio e imitación¹²³. Estas teorías son relevantes para reconstruir el vocabulario intelectual de la época, pero no deben asumirse como una descripción empírica suficiente de la recepción. Los mítines nazis combinaron música, uniformes, iluminación, secuencias de oradores y rituales para concentrar atención y producir identificación colectiva;

¹²¹ Anthony Pratkanis y Elliot Aronson, *La era de la propaganda: uso y abuso de la persuasión* (Barcelona: Paidós, 1994), 28-29.

¹²² Brown, *Técnicas de persuasión*, 92.

¹²³ Gustave Le Bon, *The Crowd: A Study of the Popular Mind* (Nueva York: Macmillan, 1895), 9.

esos recursos podían intensificar emociones sin convertir a la audiencia en un sujeto hipnotizado ni eliminar diferencias individuales y sociales. La capacidad oratoria de Hitler debe analizarse dentro de esa arquitectura organizativa. Raúl Maestri observó al respecto:

Por otra parte, existen razones técnicas y psicológicas que hacen de este proyecto una utopía de mal gusto. Su propósito es de mera táctica política: ganar la adhesión de la burguesía, que sufre bajo el peso de deudas acumuladas, contraídas al alto tipo de interés que corresponde a un mercado escaso de capitales, como es Alemania. En este como en todos los puntos del programa n- s es menester no olvidar su esencia ideológica, de escamoteo mental.¹²⁴

La persuasión es una dimensión de la propaganda, pero no la agota. Pizarroso subraya su carácter intencional y orientado a públicos concretos¹²⁵. Los modelos de aprendizaje pueden ayudar a describir cómo información nueva se relaciona con conocimientos previos, pero no ofrecen por sí solos una teoría histórica de la propaganda política¹²⁶. Para este libro resulta más útil observar la interacción entre mensaje, predisposiciones, identidad, contexto y repetición¹²⁷. La recepción no es pasiva: una misma pieza puede confirmar, movilizar, aburrir, generar rechazo o ser ignorada.

En el caso nacionalsocialista, la movilización emocional se apoyó en recursos observables: música, marchas, uniformes, repetición de consignas, escenografía, construcción del enemigo y simplificación causal. Hablar de «sugestión» puede describir el lenguaje empleado por algunos autores de la época, pero no demuestra la existencia de una mente colectiva ni de un mecanismo de obediencia automática. La propaganda antisemita y anticomunista combinó afirmaciones falsas, estereotipos y selecciones interesadas de hechos para construir explicaciones cerradas de la crisis. También

¹²⁴ Maestri, *El nacionalsocialismo alemán*.

¹²⁵ Alejandro Pizarroso Quintero, *Historia de la propaganda* (Madrid: Eudema, 1993), 27.

¹²⁶ Ausubel, Novak y Hanesian, *Psicología educativa*, 15.

¹²⁷ Brown, *Técnicas de persuasión*, 24.

conviene evitar una atribución muy difundida pero problemática: la máxima según la cual una mentira se vuelve creíble cuanto mayor sea no debe citarse como una fórmula de Goebbels sin una fuente primaria verificable. En *Mein Kampf*, la «gran mentira» aparece dentro de una acusación de Hitler contra sus adversarios, no como una regla formulada por Goebbels.

El sentimiento exige verdades o mentiras, más no acepta jamás medias verdades ni mentiras a medias.¹²⁸

Los diarios de Goebbels son una fuente indispensable, pero deben leerse críticamente: registran decisiones y percepciones del ministro al mismo tiempo que construyen su propia imagen y la del régimen. La discrepancia entre sus afirmaciones sobre el entusiasmo popular ante la violencia antijudía de noviembre de 1938 y otros testimonios contemporáneos ilustra ese problema de fuente¹²⁹. Pratkanis y Aronson utilizan la propaganda nazi para mostrar cómo afirmaciones conspirativas pueden sostenerse mediante repetición, selección de ejemplos y reinterpretación de la ausencia de pruebas¹³⁰. No debe transformarse esa observación en una supuesta «doctrina de la gran mentira» formulada por Goebbels. La expresión se asocia a un pasaje de *Mein Kampf* en el que Hitler acusa a sus adversarios; históricamente, el régimen sí produjo y repitió falsedades sistemáticas, pero su análisis exige identificar cada afirmación, canal y contexto en lugar de atribuirle una máxima apócrifa.

4.1.1. Persuasión, emoción y movilización

La propaganda nazi recurrió a recursos psicológicos y publicitarios ya presentes en la comunicación de masas: simplificación, repetición, asociación, autoridad y apelación emocional¹³¹. El cine fue especialmente valioso por su capacidad de combinar imagen, música, montaje y narración dentro de una

¹²⁸ Hitler, *Mi lucha*, 93.

¹²⁹ Norman Stone, citado en Brown, *Técnicas de persuasión*, 24.

¹³⁰ Pratkanis y Aronson, *La era de la propaganda*, 107-108.

¹³¹ Pratkanis y Aronson, *La era de la propaganda*, 139.

experiencia colectiva¹³². La crítica posterior de la industria cultural permite pensar la relación entre estandarización y consumo masivo, pero no debe proyectarse como una explicación causal única de la recepción nazi¹³³. El valor histórico está en la coordinación de medios y en la reducción progresiva de alternativas públicas después de 1933.

Hitler está llevando a cabo un dogma del pueblo alemán (como Stalin del ruso), dogma cuyos fines no tienen nada de tradicional, antes, al contrario. Todos los esfuerzos de la propaganda para restaurar Dios sabe que hipotético y prehistórico germanismo, están destinados... a enmascarar el carácter anti alemán de los métodos que se aplican en la práctica... lo que se trata de inculcar a esta burguesía inerte no es el sentido del grupo, que ya tenía, sino el sentido del Estado que no tiene.¹³⁴

Como señala Welch, la propaganda es efectiva cuando no supone una amenaza para las convicciones de la población receptora y no choca frontalmente con los intereses de la audiencia. Por ello, la propaganda nazi tuvo éxito al conectar con las emociones y sentimientos de la multitud y encauzarlos de acuerdo con los intereses del propagandista. Hitler conocía perfectamente a la población alemana y el sentimiento de culpa que imperaba tras la derrota en la I Guerra Mundial. Así, simplemente tuvo que convencerles de que la guerra no se había perdido por su actuación, sino por la supuesta «puñalada en la espalda» de los judíos y comunistas. En síntesis, la propaganda nazi fue efectiva porque se basó en la explotación de los sentimientos y emociones preexistentes en la población alemana y encauzó estos sentimientos en una dirección que favorecía los intereses del régimen nazi. Así, la propaganda se convirtió en un elemento clave en la construcción y mantenimiento del régimen nazi y su ideología.

¹³² David Welch, *Propaganda and the German Cinema, 1933-1945* (Londres: I. B. Tauris, 2011), 218.

¹³³ Theodor W. Adorno y Max Horkheimer, «La industria cultural: Ilustración como engaño de masas», en *Dialéctica de la Ilustración* (Madrid: Trotta, 1998), 165-212.

¹³⁴ Denis de Rougemont, *Diario de Alemania* (Buenos Aires: Editorial Sudamericana, 1939), 23-24.

El antisemitismo ha servido al partido n-s como un oportuno tópico de agitación...¹³⁵

En su obra *Mein Kampf*, Hitler explica que la guerra es la forma más efectiva de conseguir la unidad nacional y la eliminación de los enemigos internos y externos. Para lograrlo, es necesario movilizar a las masas a través de la propaganda y la retórica nacionalista, creando una identidad colectiva basada en la exclusión de los «otros». Como señala Stanley Payne, «Hitler no quería que Alemania fuera simplemente una gran potencia, sino que buscaba una 'revolución total' que transformara radicalmente la estructura política, social y cultural de la nación».

Esta fue la razón por la cual, después de mi primera alocución sobre el Tratado de Versalles, que dirigí a las tropas en mi carácter catedrático hacia las mismas, introduje una modificación y hablé acerca de los tratados de paz de Brest-Litovsk y Versalles. Porque pronto comprendí que el pueblo nada sabía respecto del tratado de Brest-Litovsk pero que, merced al éxito de la propaganda de sus partidos, se figuraba que este pacto constituía uno de los más vergonzosos actos de opresión de la tierra. La persistencia con que se mostraba esta impostura a los ojos del público fue la causa por la que millones de alemanes supusieran que el tratado no era sino la justa retribución del crimen que habíamos cometido en Brest-Litovsk. Considerábase, por tanto, injusto emprender contra la paz de Versalles una lucha de verdad, procedimiento que se estrellaba en muchos casos contra una sincera aversión moral. He aquí porque pudo hallar albergue en Alemania la desvergonzada y monstruosa palabra «reparaciones». Durante mis conferencias tracé un paralelo entre los dos tratados, los comparé punto por punto y demostré lo leal e inmensamente humano del uno con la inhumana crueldad del otro.¹³⁶

La carga emocional no funciona como una fuerza autónoma capaz de anular el juicio. En propaganda política, las emociones

¹³⁵ Maestri, *El nacionalsocialismo alemán*, 43.

¹³⁶ Hitler, *Mi lucha*, 224.

orientan atención, importancia percibida y evaluación de amenazas o promesas. El nacionalsocialismo recurrió de forma recurrente a miedo, resentimiento, orgullo, esperanza y pertenencia; su eficacia dependía de que esos afectos pudieran conectarse con experiencias y marcos ya disponibles entre públicos concretos.

En los discursos de Hitler, la oposición entre humillación y renacimiento, amenaza y seguridad, enemigo y comunidad organiza buena parte de la intensidad emocional. El antisemitismo y el anticomunismo proporcionaban culpables; la Volksgemeinschaft ofrecía una imagen de integración; el liderazgo de Hitler aparecía como principio de resolución. Este repertorio no «encauzaba» mecánicamente a las masas: combinaba emociones con atribuciones causales y propuestas políticas, y su recepción variaba según la posición social y la coyuntura.

La inmensa mayoría de la gente es tan femenina en lo concerniente a su naturaleza y opiniones, que su pensamiento y acciones se hallan gobernados por sensaciones y sentimientos más bien que por consideraciones razonadas. Este sentimiento, empero, no es complicado sino muy sencillo y consistente. Apenas si sabe diferenciar, pero es uno de los dos, positivo o negativo.¹³⁷

El pasaje atribuido a Hitler parte de una concepción jerárquica y sexista de la audiencia: identifica lo «femenino» con emocionalidad y opone esa supuesta condición a una minoría que se presenta como racional y apta para dirigir. Semánticamente, esa oposición reduce la diversidad del público a categorías binarias; pragmáticamente, legitima la autoridad del orador al describir a la mayoría como dependiente de orientaciones simples. El interés analítico no reside en aceptar esa psicología de masas, sino en observar cómo el propio discurso construye una audiencia que necesita conducción. La simplificación entre sentimientos «positivos» y «negativos» cumple la misma función: elimina matices y facilita una lectura polarizada de la realidad política.

¹³⁷ Hitler, *Mi lucha*, 93.

Durante las campañas electorales de comienzos de los años treinta, Hitler recurrió de manera recurrente a marcos de amenaza, crisis y desorden. Esos recursos podían aumentar la saliencia de temores ya presentes, pero no permiten inferir que el miedo produjera adhesión de forma automática. Su eficacia dependía de condiciones previas: desempleo, polarización, experiencias locales de violencia, identidad partidaria, anticomunismo y confianza o rechazo frente a las instituciones de Weimar. La posterior persecución racial no fue una consecuencia psicológica inevitable de una táctica retórica aislada, sino el resultado de una ideología antisemita radical convertida en política estatal mediante legislación, burocracia, propaganda y coerción.

Reina la confusión y el desorden en nuestras calles; las universidades rebosan de estudiantes que se rebelan y provocan disturbios. Los comunistas quieren destruir nuestra patria; Rusia nos amenaza con su poder, la República está en peligro...; en peligro desde dentro y desde fuera. ¡Es preciso que se imponga la ley y el orden, porque sin ellos el país no puede sobrevivir!¹³⁸

El discurso construye un campo semántico de amenaza mediante términos como «confusión», «desorden», «rebelión» y «peligro», y lo contrapone a «ley» y «orden». La antítesis orden/caos y la atribución de responsabilidad a comunistas, Rusia y la propia República enmarcan una respuesta coercitiva como necesaria. Pragmáticamente, la urgencia reduce el espacio para alternativas y presenta el programa del orador como solución; el análisis, sin embargo, no permite afirmar que la audiencia lo aceptara como única salida viable. El miedo funciona aquí como recurso de encuadre y movilización cuya recepción depende de predisposiciones y contexto. La repetición y el paralelismo intensifican la oposición binaria, mientras la imagen de una patria «en peligro» convierte una disputa política en una amenaza existencial.

¹³⁸ Hitler, citado en Pratkanis y Aronson, *La era de la propaganda*, 216.

La amenaza percibida puede favorecer opciones políticas más radicales cuando se combina con pérdida de estatus, inseguridad económica y desarticulación de referencias institucionales. Hobsbawm vincula parte de la atracción de la derecha radical con sectores de clase media que percibían amenazadas sus posiciones sociales. En Alemania, la Gran Depresión, la memoria de la inflación y el temor al comunismo ofrecieron materiales para esa radicalización. La propaganda nacionalsocialista no «impidió» razonar a sus receptores; seleccionó y simplificó agravios, los conectó con identidades políticas y los repitió de manera consistente. El pasaje de *Mein Kampf* que sigue expresa la propia concepción de Hitler sobre la propaganda dirigida a públicos amplios¹³⁹.

Toda propaganda debe ser popular, adaptando su nivel intelectual a la capacidad receptiva del menos inteligente de los individuos a quienes se desea vaya dirigida. De esta suerte es menester que la elevación mental sea tanto menor cuanto más grande la muchedumbre que deba conquistar. La capacidad receptiva de las multitudes es limitada y su comprensión escasa; por otra parte, tienen ellas una gran facilidad para el olvido. Así las cosas, fuerza será que toda propaganda, para que sea eficaz, se limite a muy pocos puntos, presentándolos en forma de gritos de combate hasta que el último hombre haya interpretado en significado de cada uno.¹⁴⁰

La eficacia de la propaganda se fundamenta en adaptarse a la capacidad receptiva de la población, siendo esta limitada y escasa en comprensión. Por tanto, es necesario limitarse a pocos puntos y presentarlos en forma de gritos de combate para que sean fácilmente interpretados por todos. La meta última es conseguir la aceptación de una doctrina, en este caso, la del partido nacionalsocialista.

Como director de la propaganda del partido, tuve buen cuidado de no limitarme a preparar el terreno para la futura grandeza del movimiento, sino que trabajé conforme a

¹³⁹ Hobsbawm, *Historia del siglo XX*, 129.

¹⁴⁰ Brown, *Técnicas de persuasión*, 91.

principios muy radicales, a fin de introducir en la organización a los mejores elementos.¹⁴¹

Para Hitler, la oratoria era una herramienta fundamental para la propagación de sus ideas y su modelo se basaba en la observación y estudio de otros grandes oradores de la historia, como los demagogos de las revoluciones francesa y bolchevique, los socialdemócratas austriacos y alemanes, así como el fogoso charlatán galés Lloyd George. En sus propias palabras, «yo no hago más que seguir a mis precursores en esta técnica de la propaganda; yo no hago sino aplicar los principios que éstos han establecido». Así, Hitler entendía que la oratoria debía ser empleada de manera estratégica, utilizando un lenguaje accesible y popular para captar la atención y el apoyo de las masas. Hitler escribió sobre él:

Los discursos de este inglés (sic) fueron los más admirables, porque daban testimonio de un conocimiento claramente asombroso del alma de las grandes masas del pueblo (...) encontró en sus discursos la forma y la expresión que le abrían el corazón de su pueblo, consiguiendo al final que su pueblo se pusiese plenamente al servicio de su voluntad. La prueba de la capacidad política sobresaliente de este inglés (sic) reside concretamente en el primitivismo de su lenguaje, lo primordial de la expresión de la expresión y el uso de ejemplos fácilmente comprensibles del tipo más simple.¹⁴²

Hitler comprendía la importancia y el poder que tenía la propaganda en la obtención de resultados y en la consecución de objetivos. De hecho, en *Mein Kampf* deja en claro cómo los Aliados lograron imponerse en la Primera Guerra Mundial gracias al hábil uso de la propaganda. Hitler admite que su propio bando no supo manejar este terreno con la misma eficacia, por lo que tuvieron que aprender de los enemigos:

Pero hasta la guerra no se hizo patente la magnitud de los resultados que podían obtenerse mediante la sabia aplicación

¹⁴¹ Brown, *Técnicas de persuasión*, 282.

¹⁴² Hitler, citado en Burleigh, *El Tercer Reich*, 144.

de la propaganda. Por desgracia, también este terreno, tuvimos que estudiarlo todo en el bando enemigo, porque en el nuestro, las iniciativas fueron pocas, por decir algo... Pues lo cierto es que lo que nosotros no hicimos el enemigo supo llevarlo a cabo con asombrosa pericia y con una mente calculadora verdaderamente admirable. Yo mismo aprendí enormemente de la guerra propagandística del enemigo.¹⁴³

Hitler se enfoca en la importancia de la propaganda y cómo esta fue aplicada con éxito en el bando enemigo. A través del análisis semántico, se puede observar cómo el discurso utiliza un lenguaje persuasivo, utilizando términos como «sabia aplicación», «asombrosa pericia», y «mente calculadora verdaderamente admirable» para enaltecer la propaganda enemiga y destacar la necesidad de su aplicación en el propio bando. A nivel semiótico, el discurso utiliza símbolos y metáforas para establecer una conexión emocional con la audiencia, como el uso de la palabra «enemigo» para crear una imagen de una amenaza externa. Además, la antítesis se utiliza para contrastar la falta de iniciativa en el propio bando con la pericia del enemigo en la propaganda. En términos pragmáticos, el discurso tiene como objetivo convencer a la audiencia de la importancia de la propaganda en la guerra, al resaltar los éxitos del enemigo en este ámbito y la necesidad de imitar su estrategia. El uso de lenguaje persuasivo y la conexión emocional con la audiencia a través de símbolos y metáforas, pretende movilizar a la audiencia hacia una acción en particular: aplicar la propaganda como una herramienta de guerra efectiva. En cuanto a los elementos retóricos utilizados, se puede destacar el uso de la anáfora en la repetición del término «propaganda», lo que enfatiza la importancia del tema. Además, se utiliza la antítesis para contrastar la falta de iniciativa en el propio bando con la habilidad del enemigo en la propaganda. Es así como Hitler afinó sus dotes de oratoria con cada vez más oyentes, convirtiéndose en un hábil orador capaz de calar profundamente en la opinión pública. Es importante mencionar que existe un amplio consenso entre los historiadores acerca de la habilidad oratoria de

¹⁴³ Hitler, citado en Pratkanis y Aronson, *La era de la propaganda*, 337-338.

Hitler y su disciplina organizativa en el partido, rasgos que tuvieron una gran importancia en la difusión de sus ideas y en la consolidación de su poder. Pasquale Villani es solo uno de los muchos historiadores que ha destacado la importancia de estos aspectos en la figura de Hitler.¹⁴⁴

Nolte observa que *Mein Kampf* concede primacía a la palabra hablada frente a la escrita y que la notoriedad política de Hitler dependió mucho más de mítines y discursos que de la lectura masiva de su libro¹⁴⁵. La preparación de la oratoria, la repetición de fórmulas y la coordinación escénica fueron componentes centrales de la propaganda temprana del NSDAP. Hitler exigía coherencia interna y contundencia en el mensaje, pero ello no equivale a un compromiso con la verdad factual: su propaganda se apoyó repetidamente en mitos políticos, falsedades antisemitas y atribuciones causales manipuladas. La distinción relevante es entre consistencia propagandística y veracidad.

La función de la propaganda es, por ejemplo, no comparar y considerar las razones de diferentes personas, sino tan solo destacar la única razón que se ha propuesto en discusión. Su misión no es emprender un estudio objetivo de la verdad, que pueda favorecer al enemigo y luego exponerlo a las masas con imparcialidad académica; su tarea es la de apoyar nuestra propia razón, en todo momento y resueltamente... Tan pronto como nuestra propaganda admita el menor atisbo de razón o de justicia en la otra parte, se habrán sentado los cimientos de la duda en el derecho que nos asiste.¹⁴⁶

Neumann argumenta que la propaganda nacionalsocialista no se limitaba a penetrar en los puntos débiles, sino que tenía una finalidad más profunda. Para este historiador, la insistencia en el activismo en lugar del pensamiento significaba que los individuos no tendrían libertad ni tiempo para pensar por sí mismos. Según Neumann, «la acción sin el pensamiento sólo es posible si está

¹⁴⁴ Villani, *El nacionalsocialismo*, 102.

¹⁴⁵ Nolte, *El fascismo en su época*, 419.

¹⁴⁶ Hitler, citado en Pratkanis y Aronson, *La era de la propaganda*, 346.

dirigida y controlada, excepto en breves períodos de auténtica espontaneidad de masas. Cuando está controlada de ese modo es una pseudo-acción, ya que quien actúa no es el individuo, sino un aparato burocrático». De esta forma, Neumann cuestiona la verdadera naturaleza de la acción promovida por la propaganda nacionalsocialista, y sugiere que esta era en realidad una manipulación de las masas para mantener un control rígido sobre la sociedad.¹⁴⁷ Según el historiador Neumann, la técnica del nacionalsocialismo se diferencia de otras técnicas por hacer que la acción de un aparato autoritario parezca una actividad espontánea de las masas, siendo los mítines de masas nacionalsocialistas los lugares donde se emplea por primera vez. Hitler utilizó todos los medios posibles para obtener la atención de las masas, como el proyecto de ley para la cancelación de las deudas de la guerra, promovido por un comité creado por iniciativa popular en el que los nazis tomaron parte activa, y el respaldo de Alfred Hugenberg, jefe de los «alemanes nacionales». De esta manera, Hitler comenzó a ser considerado un instrumento eficaz para luchar contra la democracia de Weimar. La propaganda, considerada por Goebbels como un arma de guerra, fue el elemento fundamental para atraer nuevos adeptos a la causa del nacionalsocialismo. La actividad propagandística cumplía dos funciones primordiales: inculcar un número elevado de ideas a un grupo reducido de personas y agitar a un gran número de personas mediante un número reducido de ideas. El autor soviético Serge Tchakhotine afirmaba que esta porción de la sociedad poseía un sistema nervioso inestable y que a menudo se sentían contentos al verse dominados y guiados.¹⁴⁸

Hitler afirmó en su obra *Mein Kampf* la importancia de los mítines de masas como herramienta necesaria para atraer a nuevos seguidores y para que los individuos se sintieran parte de una gran comunidad, lo que les proporcionaba una sensación de aliento y confort. Esta idea refleja la visión de Hitler de que el individuo debía

¹⁴⁷ Neumann, *Behemoth*, 483.

¹⁴⁸ Villani, *El nacionalsocialismo*, 102.

estar estrechamente ligado a las masas, y que la sugestión de masa era un medio para lograrlo.

El mitin de masas es necesario, aunque solo sea porque en él el individuo, que se está convirtiendo en un partidario de un nuevo movimiento, se siente solitario y es fácil que se sienta preso del temor de encontrarse solo; contempla por primera vez el cuadro de una gran comunidad, algo que tiene un efecto reconfortante y alentador sobre las personas (...) sucumbe a la influencia mágica de lo que llamamos sugestión de masa.¹⁴⁹

El pasaje atribuye al mitin una función de integración: transforma la percepción de aislamiento del nuevo adherente en la experiencia visible de pertenecer a una colectividad numerosa. Semánticamente, la oposición entre soledad y comunidad organiza el argumento; pragmáticamente, el acto masivo presenta la fuerza del movimiento como evidencia de viabilidad política. La expresión «sugestión de masa» pertenece al vocabulario psicológico de la época y no debe traducirse como hipnosis o trance. El efecto del mitin puede explicarse de forma más precisa por sincronización ritual, presión normativa, identificación grupal, intensidad emocional y percepción de consenso.

Neumann describió el nacionalsocialismo mediante imágenes de incorporación de la sociedad a una «supermáquina» y de reducción de la espontaneidad individual. Esa formulación debe leerse como una interpretación crítica del régimen, no como prueba de que la población deseara ser dominada o fuera psicológicamente uniforme. En términos históricos, la propaganda simplificó repertorios ideológicos y los adaptó a públicos diferenciados: anticomunismo, nacionalismo, antisemitismo, promesas de orden y, según el sector, retórica anticapitalista o defensa de la propiedad. Su recepción fue desigual y dependió de intereses, identidades y condiciones locales¹⁵⁰.

Burleigh subraya que los avances electorales del NSDAP en áreas rurales a partir de 1928 impulsaron una atención mayor a la

¹⁴⁹ Hitler, citado en Neumann, *Behemoth*, 484.

¹⁵⁰ Tenbrock, *Historia de Alemania*, 295.

política agraria y ajustes en el programa. El episodio muestra que la propaganda no consistía únicamente en repetir consignas: el partido observaba resultados, segmentaba públicos y modificaba prioridades para reducir costos electorales y ampliar coaliciones de apoyo¹⁵¹.

La propaganda visual nacionalsocialista articuló una identidad reconocible mediante la paleta roja, blanca y negra de la bandera, la esvástica, estandartes normalizados, tipografías, carteles y uniformes. Las camisas pardas de las SA y, más tarde, los uniformes negros asociados a las SS producían diferenciación visual, disciplina y presencia territorial. Estos signos no eran meramente decorativos: conectaban propaganda, ritual y capacidad de intimidación. Su eficacia no derivaba de propiedades psicológicas universales de los colores, sino de asociaciones políticas construidas y repetidas en contextos concretos¹⁵².

4.2. Principios de la propaganda nacionalsocialista

Las «leyes» que se presentan a continuación proceden de sistematizaciones posteriores de la propaganda política, en particular de taxonomías formuladas a mediados del siglo XX. Se utilizan aquí como categorías retrospectivas para ordenar prácticas observables; no deben interpretarse como un manual histórico que Hitler o Goebbels hubieran aplicado de forma literal o consciente.

La experiencia propagandística de la Primera Guerra Mundial influyó de manera directa en las reflexiones de Hitler sobre comunicación política en *Mein Kampf*. Las sistematizaciones de autores como Jean-Marie Domenach o Paul Quentin son posteriores y no constituyen fuentes técnicas que el NSDAP hubiera seguido durante su ascenso. Lo documentable es la recurrencia de prácticas como simplificación, repetición, personalización del liderazgo, adaptación a públicos y encuadre emocional. Su contribución al crecimiento nacionalsocialista fue importante, pero actuó junto con

¹⁵¹ Burleigh, *El Tercer Reich*, 138-139.

¹⁵² Brown, *Técnicas de persuasión*, 25.

organización partidaria, crisis económica, violencia política y debilitamiento institucional.

Domenach y otros autores de posguerra organizaron la propaganda política en principios como simplificación, repetición, identificación del adversario, adaptación del mensaje y coordinación entre canales. Estas categorías son útiles para comparar prácticas, pero postergan históricamente al nazismo y no prueban que el NSDAP siguiera una doctrina técnica formulada de antemano. En este libro se emplean como una rejilla analítica retrospectiva.

Aplicada retrospectivamente, esa taxonomía permite observar rasgos recurrentes del repertorio nacionalsocialista: personalización del liderazgo, polarización moral, uso de símbolos, repetición de consignas, adaptación del mismo núcleo ideológico a medios diferentes y explotación de temores ya presentes en sectores del electorado. La violencia de las SA y la exclusión de adversarios deben considerarse junto con esos recursos comunicacionales, no como simples extensiones «simbólicas» de la propaganda.

También debe distinguirse la etapa partidaria de la etapa estatal. Antes de 1933, el NSDAP coordinó propaganda mediante su prensa, sus Gau, sus organizaciones auxiliares y campañas electorales; después de la toma del poder, el Ministerio de Propaganda, las cámaras profesionales y otros organismos ampliaron radicalmente la capacidad de coordinación y censura. La centralización posterior no debe proyectarse hacia atrás como si hubiera existido durante toda la República de Weimar¹⁵³.

El primer principio, la «ley de la simplicidad», puede reformularse como reducción de complejidad. Los mensajes propagandísticos tienden a seleccionar pocos temas, utilizar vocabulario reconocible y condensar posiciones en lemas, símbolos y fórmulas repetibles. En el caso nacionalsocialista, saludos y consignas como «Heil Hitler» funcionaron como marcadores de adhesión y como componentes rituales de la presencia pública del partido. La

¹⁵³ Pratkanis y Aronson, *La era de la propaganda*, 56.

simplicidad facilita circulación y reconocimiento; no garantiza aceptación ni sustituye la competencia política¹⁵⁴.

La repetición debe analizarse en términos de familiaridad, saliencia y coordinación del mensaje, no de programación del inconsciente. Los nazis reutilizaron palabras clave, metáforas, enemigos y consignas en discursos, carteles, prensa, radio y actos públicos. El efecto buscado era mantener temas disponibles, reforzar asociaciones y sincronizar marcos interpretativos entre canales. La repetición podía aumentar reconocimiento y recordación, pero su eficacia dependía del contexto, la credibilidad del emisor, las predisposiciones del público y la presencia de mensajes competidores.

No existe base histórica para atribuir al nacionalsocialismo el uso de programación neurolingüística, hipnosis colectiva o técnicas de «control mental». La PNL fue formulada décadas después y sus categorías no constituyen una herramienta válida para explicar causalmente la propaganda nazi. Las semejanzas superficiales pueden describirse mediante conceptos históricos y analíticos suficientes: retórica, repetición, encuadre, apelación emocional, ritual, identificación grupal, escenificación y segmentación de audiencias.

En sus discursos, Hitler recurría a formulaciones de una claridad deliberada, sostenidas por una puesta en escena que reforzaba el argumento. Frente a la religión, su recurso habitual consistía en presentar la fe del adversario como ineficaz ante la fuerza material. Si la devoción no había impedido la derrota, la devoción carecía de valor práctico.

La operación retórica de ese argumento es una antítesis, y su función no es refutar la creencia religiosa sino volverla irrelevante. Al establecer el resultado militar como única prueba admisible, el argumento traslada al régimen el atributo de la eficacia y deja al adversario en el terreno de lo inútil. Es un procedimiento recurrente en el discurso de Hitler: reducir la posición ajena a una verificación

¹⁵⁴ Brown, *Técnicas de persuasión*, 27.

empírica que esa posición no puede satisfacer. En otro pasaje ensalza esa sencillez de la siguiente forma:

La misma sencillez de las arengas, su estilo y el empleo de ejemplos simples y fácilmente comprensibles, son prueba de la descollante capacidad política.¹⁵⁵

El pasaje condensa dos rasgos del discurso nacionalsocialista. Por un lado, la reivindicación explícita de la sencillez como virtud política, opuesta a la argumentación elaborada que Hitler asociaba a la ineficacia parlamentaria. Por otro, la identificación entre eficacia comunicativa y capacidad de mando: quien logra hacerse entender por la multitud demuestra, por ese solo hecho, aptitud para gobernarla. La sencillez no se presenta aquí como recurso oratorio, sino como credencial de legitimidad.

La sencillez discursiva puede describirse como una estrategia de atribución causal y de polarización. En lugar de desarrollar explicaciones multicausales, los discursos nacionalsocialistas concentraban responsabilidad en enemigos definidos y convertían problemas económicos, políticos y culturales en oposiciones binarias. El recurso aumentaba la claridad narrativa y facilitaba la repetición del mensaje, pero su recepción dependía de que esas categorías resultaran reconocibles para públicos concretos.

En el plano semiótico, la propaganda combinó signos verbales y visuales para representar simultáneamente unidad y exclusión. «Reich», «Volksgemeinschaft», la esvástica, los uniformes y la iconografía del Führer actuaban como condensadores de pertenencia; al mismo tiempo, la representación del judío, el marxista o el «enemigo del pueblo» fijaba fronteras morales. La proximidad simbólica entre líder y pueblo fue una construcción propagandística, no una prueba de identificación uniforme de la sociedad con Hitler.

Desde el punto de vista pragmático, frases breves, imperativos, afirmaciones categóricas y preguntas retóricas reducían el espacio discursivo para la duda y orientaban la interpretación hacia cursos de

¹⁵⁵ Hitler, *Mi lucha*, 228.

acción específicos. Esa forma de enunciación contribuía a presentar decisión y certeza como atributos del liderazgo. No es necesario atribuir a cada formulación un efecto psicológico automático: la fuerza pragmática del discurso surgía de su repetición, del contexto de crisis, de la autoridad del emisor y de la escenificación que rodeaba la intervención.

En el plano retórico destacan la antítesis, la anáfora, la enumeración, la repetición y la construcción de paralelismos. Estos recursos daban ritmo y memorabilidad a los discursos y reforzaban oposiciones como orden/caos, comunidad/enemigo o renacimiento/decadencia. Para mantener el análisis verificable, conviene trabajar con citas primarias cuya procedencia pueda establecerse y evitar frases atribuidas retrospectivamente a Hitler sin referencia documental precisa.

La comunicación partidaria tampoco fue estrictamente unidireccional. El NSDAP observaba resultados electorales, asistencia a actos, recepción de la prensa y reportes de sus organizaciones territoriales para ajustar campañas y prioridades.

La segmentación de audiencias permitía conservar un núcleo ideológico común y modificar el énfasis según el público: desempleo y trabajo, agricultura, anticomunismo, nacionalismo, religión, orden social o resentimiento frente a Versalles podían ocupar posiciones distintas según la región y la coyuntura.

Ese proceso de retroalimentación no equivale a «leer» estados internos de los individuos. Se trataba de observación política y organizativa: medir asistencia, voto, afiliación, circulación de prensa, respuesta de adversarios y eficacia de consignas.

Los gestos, el ritmo, las pausas, el volumen de la voz y la disposición espacial de los mítines formaban parte de la performance política. Su análisis pertenece a la retórica oral y a la comunicación no verbal, no a categorías posteriores de programación neurolingüística.

El segundo principio, la «ley de la espoleta», puede entenderse como activación de agravios ya disponibles en el debate público. Hitler recurrió de manera recurrente a Versalles, la derrota de 1918, el

anticomunismo y el antisemitismo para conectar acontecimientos nuevos con marcos de amenaza previamente establecidos. El mecanismo no consiste en crear una fobia clínica, sino en seleccionar temas con alta carga política y presentarlos como causas inmediatas que exigen respuesta colectiva.

Fundamentalmente equivocado fue el insinuar, cada vez que se discurría acerca de la culpabilidad de la guerra; que no podía culparse de la catástrofe a Alemania sola; lo acertado hubiera sido hacer recaer sin cesar esta responsabilidad sobre el enemigo únicamente, aun cuando esto no coincidiera con la realidad de los hechos como era, no obstante, la verdad.¹⁵⁶

El pasaje sobre la culpabilidad de la guerra ilustra una operación central de la propaganda: reducir una cuestión histórica compleja a una atribución exclusiva de responsabilidad. Semánticamente, términos como «culpabilidad», «catástrofe», «enemigo» y «verdad» organizan un campo binario; retóricamente, la contraposición entre lo «equivocado» y lo «acertado» elimina posiciones intermedias; pragmáticamente, la repetición de una causa única busca fijar un marco interpretativo favorable al emisor. Este procedimiento puede analizarse mediante atribución de agencia, simplificación causal y polarización, sin recurrir a analogías clínicas con fobias ni a categorías de PNL.

El tercer principio, la «ley de la simpatía», describe, en esta taxonomía retrospectiva, la tendencia a presentar los mensajes dentro de identidades, valores y emociones compartidas por el público. En la propaganda nacionalsocialista esto podía adoptar la forma de camaradería, orgullo nacional, agravio, temor o pertenencia a la Volksgemeinschaft. No debe equipararse con el «rapport» de modelos terapéuticos posteriores: históricamente se trata de construcción retórica de afinidad y de alineamiento entre emisor, audiencia y causa política.

He aquí uno de los deberes del movimiento nacionalsocialista. Este necesita enseñar a nuestro pueblo a despreciar las

¹⁵⁶ Hitler, *Mi lucha*, 92-93.

fruslerías y dirigir los ojos hacia lo verdaderamente grande, a no dividirse y reñir a consecuencia de cuestiones secundarias y a no olvidar jamás que el propósito por el cual ahora estamos luchando representa la existencia misma de nuestra nación y que el único enemigo a quien debemos castigar es a la fuerza que perpetuamente pretende sofocarnos.¹⁵⁷

El pasaje ordena el mensaje en torno a tres operaciones convergentes: una jerarquía de valores, la construcción de un enemigo único y la atribución al movimiento de una función pedagógica. En cuanto a su semántica, se observa una clara apelación a la idea de la grandeza y la unidad nacional, utilizando palabras como «verdaderamente grande», «nuestra nación» y «existencia misma». Además, se presenta una clara identificación del enemigo, caracterizado como una fuerza que pretende sofocar al pueblo alemán. La exhortación a «dirigir los ojos» hacia lo verdaderamente grande y a no dividirse por «cuestiones secundarias» opera como jerarquía de atención: fija qué merece ser mirado y descalifica de antemano todo lo demás. Asimismo, se hace alusión al movimiento nacionalsocialista como un ente que debe «enseñar» al pueblo alemán, sugiriendo un papel de liderazgo y control. Pragmáticamente, el discurso busca convencer a la audiencia de la importancia de la unidad y la lucha contra un enemigo común. Se utilizan expresiones como «uno de los deberes» y «el propósito por el cual ahora estamos luchando» para enfatizar la relevancia de la causa nacionalsocialista. Además, se hace un llamado a la acción al señalar que el único enemigo a quien se debe castigar es la fuerza que amenaza a la nación alemana. En el plano de las figuras, la contraposición entre dividirse y reñir, por un lado, y la existencia misma de la nación, por otro, presenta la unidad como imperativo de supervivencia y no como resultado de una deliberación. También se hace uso de antítesis al contraponer «fruslerías» y «lo verdaderamente grande», lo que sugiere una jerarquización de valores. El efecto conjunto de las tres operaciones es sustituir la deliberación por la adhesión: definido el

¹⁵⁷ Hitler, *Mi lucha*, 304-305.

enemigo como amenaza existencial, la discusión sobre medios y fines queda desplazada del terreno político al de la supervivencia.

El cuarto principio, denominado «síntesis», describe la reducción de un problema complejo a una tesis reconocible y a una secuencia de asociaciones que regresan a ella. En los discursos de Hitler, digresiones y ejemplos podían acumularse sin una lógica analítica rigurosa, pero el cierre restablecía la oposición central entre crisis, enemigo y solución política¹⁵⁸. Las teorías pedagógicas sobre aprendizaje significativo pertenecen a otro campo y no son necesarias para explicar este procedimiento. Aquí la síntesis se entiende únicamente como condensación retórica y jerarquización de información.

El quinto principio, la «ley de la sorpresa», suele formularse como la eficacia de la verdad a medias. La formulación exige una precisión. Hitler sostenía que el sentimiento de la multitud no admite matices ni posiciones intermedias, y de ese postulado derivaba la conveniencia de afirmaciones absolutas; no hay, en cambio, base documental para atribuirle una doctrina de la mentira parcial. Lo verificable es el procedimiento: selección de los datos favorables, omisión de los adversos y encuadre de la información en una oposición binaria. La distancia entre esa práctica y el postulado declarado no requiere hipótesis sobre sus intenciones ni sobre la imagen que buscaba proyectar; se explica por la función del mensaje, que buscaba movilizar y no informar.

Hitler criticó la propaganda alemana de la Primera Guerra Mundial por ridiculizar al enemigo y crear expectativas que la experiencia del frente podía desmentir¹⁵⁹. Esa observación introduce el problema de la credibilidad: una propaganda que contradice de forma visible la experiencia del receptor puede perder eficacia.

El sexto principio, la repetición, alude a la reiteración de un conjunto limitado de temas. Pratkanis y Aronson relacionan esta preferencia con la concepción despectiva que Hitler tenía de los

¹⁵⁸ Ausubel, Novak y Hanesian, *Psicología educativa*, 55.

¹⁵⁹ Hitler, *Mi lucha*, cap. VI («La propaganda de guerra»).

públicos masivos¹⁶⁰. El pasaje de *Mein Kampf* insiste en pocos puntos, fórmulas simples y reiteración. No es necesario recurrir a analogías con autoestima, «programación» mental o teorías de inclusión cognitiva para describirlo; basta observar frecuencia, saliencia, familiaridad y consistencia del encuadre.

El pasaje anterior puede leerse como una reflexión sobre credibilidad propagandística: el emisor debe evitar una representación del enemigo tan falsa que el receptor pueda contrastarla fácilmente con su experiencia. Semánticamente, Hitler contrapone «ridículo» y «capacidad de resistencia»; pragmáticamente, utiliza el fracaso de la propaganda de guerra como argumento para su propio modelo de comunicación. La repetición aparece después como mecanismo de continuidad del mensaje, no como garantía de que una idea quede fijada de modo irreversible en la mente¹⁶¹. Goebbels también defendió la reiteración coordinada, pero insistió en variar forma y canal para evitar monotonía.

Más claro presenta Hitler este aspecto cuando escribe:

(...) el éxito de un anuncio, así sea comercial o político, se debe a la persistencia y asiduidad con que se emplea (...) ¹⁶²

En síntesis, la acción sistemática comprende tanto la reiteración de un mensaje en el tiempo como la repetición constante de un mismo contenido. Para estos autores, Joseph Goebbels comprendió muy bien este principio, la saturación propagandística se ve reflejada en sus observaciones, tal como la reproducimos a continuación:

El orden y repetición suelen ser más primitivos de lo que pensamos. Por ello, la propaganda debe ser esencialmente sencilla y repetitiva. A largo plazo, solo conseguirá buenos resultados en términos de influencia en la opinión pública quien sea capaz de reducir los problemas a los términos más sencillos y tenga el valor de seguir repitiéndolos siempre de la

¹⁶⁰ Hitler, citado en Pratkanis y Aronson, *La era de la propaganda*, 338-339.

¹⁶¹ Joseph Goebbels, citado en Pratkanis y Aronson, *La era de la propaganda*, 77.

¹⁶² Hitler, *Mi lucha*, 94.

forma más simple, a pesar de las protestas de los intelectuales.¹⁶³

El séptimo principio, denominado saturación o desgaste, alude a la exposición reiterada de un mismo marco. En el caso nazi, la repetición sostenida de temas nacionalistas, antisemitas y anticomunistas aumentó su visibilidad y normalizó su presencia en el espacio público, especialmente después de 1933, cuando las voces competidoras fueron progresivamente restringidas. Repetición no equivale, sin embargo, a conversión automática: puede producir familiaridad, cansancio, rechazo o aceptación según el público y el contexto. La importancia histórica del mecanismo reside en la asimetría creada cuando el Estado controla canales y reduce alternativas, no en una supuesta ley psicológica que obligue a creer.

El octavo principio, la dosificación, puede reformularse como continuidad temporal de la presencia propagandística. Carteles, prensa, actos públicos, radio y cine mantuvieron temas e imágenes en circulación y evitaron que la campaña dependiera de una única intervención. La exposición recurrente reforzaba reconocimiento y saliencia, pero no debe presentarse como una teoría mecánica de almacenamiento mental. En términos comunicacionales, lo relevante es la combinación de frecuencia, calendario, medio y audiencia¹⁶⁴.

El noveno y último principio es la orquestación: conservar un núcleo temático mientras se adapta su forma a cada canal. Un periódico, un cartel, un mitin, una emisión de radio y una película no producen el mismo tipo de atención ni alcanzan a los mismos públicos. El NSDAP y, después de 1933, el aparato estatal combinaron esos medios de manera diferenciada. La noción resulta útil como descripción retrospectiva de coordinación multicanal, no como prueba de que existieran «nueve leyes» aplicadas conscientemente por Hitler desde un manual técnico.

¹⁶³ Joseph Goebbels, citado en Pratkanis y Aronson, *La era de la propaganda*, 184.

¹⁶⁴ Ausubel, Novak y Hanesian, *Psicología educativa*, 120.

4.3. Técnicas y usos propagandísticos

La primera de estas técnicas es el empleo de estereotipos. Etiquetar a los individuos suele ser una costumbre muy utilizada entre los seres humanos. El periodista Konrad Heiden que estudió detenidamente a Hitler durante diez años, nos ha dejado un análisis notable de Hitler antes de convertirse en el Führer:

Hitler expresó con una seguridad intachable el pánico mudo de unas masas a las que se enfrentaba un enemigo invisible y puso un nombre al espectro que carecía de él. Fue un fragmento puro del alma de la masa moderna, no enturbiada por cualidades personales. Apenas si se necesita preguntar con que artes conquistó a las masas; no las conquistó, las retrató y las representó. Sus discursos son ensueños de esta alma de la masa; son caóticos, están llenos de contradicciones, si se toman literalmente sus palabras, con frecuencia sin sentido como los sueños y sin embargo cargadas de un sentido más profundo. (...) Hitler ha dado voz al terror mudo de la masa moderna y le ha dado un nombre al miedo mudo. Eso le convierte en el orador de masas más grande de la era de las masas.¹⁶⁵

La propaganda racial nazi construyó una oposición entre un «ario» idealizado y un «judío» presentado mediante atributos negativos, conspirativos y patológicos. Esas características no describían grupos reales: eran estereotipos ideológicos diseñados para naturalizar jerarquía, exclusión y violencia. En *Mein Kampf*, Hitler combinó esa dicotomía con un lenguaje de contaminación, interés egoísta y amenaza biológica. El pasaje que sigue, citado por Burleigh, pertenece a *Mein Kampf* y debe leerse dentro de esa radicalización antisemita de los años veinte:

Si al principio de la guerra y durante la guerra se hubiese sometido a doce o quince mil de estos hebreos corruptores del pueblo al gas asfixiante, como les sucedió a centenares de

¹⁶⁵ Burleigh, *El Tercer Reich*, 131.

miles de nuestros mejores obreros alemanes en el campo de batalla, el sacrificio de millones en el frente no habría sido en vano. Doce mil alimañas eliminadas a tiempo podrían haber salvado, sin embargo, las vidas de un millón de alemanes reales, valiosos para el futuro.¹⁶⁶

El pasaje no fue pronunciado en una reunión de 1942: procede de *Mein Kampf*. Su importancia reside en que anticipa, dentro del lenguaje político de Hitler de los años veinte, una forma extrema de deshumanización y violencia hipotética contra los judíos. Semánticamente, «corruptores» y «alimañas» eliminan la condición individual del grupo designado; retóricamente, la comparación entre miles de judíos y millones de soldados alemanes construye una falsa relación causal y sacrificial. No debe leerse como una descripción literal de una política de exterminio ya decidida en ese momento, pero sí como evidencia de la radicalidad del antisemitismo hitleriano antes de la toma del poder.

El estereotipo propagandístico condensa a un grupo diverso en un conjunto reducido de rasgos y los presenta como permanentes. En el caso nazi, judíos, romaníes, personas homosexuales, opositores políticos y otros colectivos fueron representados mediante categorías degradantes o amenazantes. El efecto político buscado era hacer inteligible la exclusión: si el enemigo aparece como esencialmente peligroso, medidas discriminatorias pueden presentarse como defensa de la comunidad. La propaganda también construyó un ideal positivo del «ario», asociado a fuerza, trabajo, disciplina y sacrificio. Ambos polos formaban una misma gramática de pertenencia y exclusión; su circulación amplia no implica que todos los receptores los aceptaran de la misma manera.

La simplificación y la falsa dicotomía reducen alternativas: orden o caos, comunidad o enemigo, lealtad o traición. El nacionalsocialismo utilizó este procedimiento para traducir conflictos económicos, políticos y sociales en antagonismos morales y raciales. Su utilidad propagandística consistía en disminuir la necesidad de

¹⁶⁶ Burleigh, *El Tercer Reich*, 131.

explicar causalidades complejas y en hacer compatibles mensajes distintos dentro de una oposición estable. Esa reducción favorecía la movilización, pero no eliminaba automáticamente debate, duda o rechazo.

La transferencia puede describirse como asociación de un mensaje con símbolos, instituciones o valores que ya poseen legitimidad para el público. En la propaganda nazi, banderas, rituales, referencias históricas, uniformes y vocabulario nacional permitieron desplazar hacia el partido significados de autoridad, continuidad y comunidad¹⁶⁷. El concepto resulta más útil como relación semiótica y retórica que como una técnica psicológica capaz de producir adhesión por sí sola.

La simplificación excesiva fue especialmente visible en la construcción del «enemigo judío». El régimen convirtió fenómenos distintos —crisis económica, marxismo, finanzas, prensa, derrota militar y conflicto internacional— en componentes de una misma conspiración antisemita. Un ejemplo primario seguro, aunque posterior al período central de este libro, es el discurso de Hitler ante el Reichstag del 30 de enero de 1939, donde volvió a responsabilizar a un supuesto «judaísmo financiero internacional» de una guerra futura y vinculó esa ficción conspirativa con una amenaza de aniquilación. Esta formulación muestra la radicalización de un mecanismo ya presente en la propaganda anterior: atribución exclusiva de agencia a un enemigo racial y eliminación de causas alternativas.¹⁶⁸

En *Mein Kampf*, Hitler sostiene que la propaganda dirigida a públicos amplios debe reducir el número de temas, limitar la complejidad argumentativa y repetir fórmulas reconocibles. Se presenta aquí como paráfrasis de su posición general, no como una cita literal sin edición y página verificables. El interés del pasaje reside

¹⁶⁷ Jacques Ellul, *La propaganda: formación de las actitudes humanas* (Barcelona: Hacer, 2003), 120.

¹⁶⁸ United States Holocaust Memorial Museum, «Hitler's Reichstag Speech, 30 de enero de 1939», *Holocaust Encyclopedia*, consultado el 13 de agosto de 2026, <https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/timeline-event/holocaust/1939-1941/hitler-speech-to-german-parliament>.

en la concepción instrumental de la audiencia: la eficacia se asocia a reducción de complejidad, reiteración y primacía de la respuesta emocional sobre la deliberación.

Otra técnica es la sustitución de nombres por otros con connotaciones emocionales. De esta forma, se reemplazan los términos neutrales por otros favorables a los fines propagandísticos. Precisamente, los juegos con el lenguaje eran habituales en el régimen nazi. Ciertas palabras con sentido peyorativo como fanático o ciego adquirieron un sentido positivo, es más, la palabra fanático era una de las favoritas de Hitler. Más significativo es el empleo de la palabra propaganda con valor positivo; hasta tal punto que el propio Goebbels intercalaba en sus discursos la frase: «¡Por supuesto, todo esto es propaganda!». El lenguaje nazi estaba repleto de fórmulas imperativas, de superlativos y enfatizaciones (desde Heil Hitler hasta Mis jóvenes camaradas). Se resucitaron términos arcaicos, se intentaron modificar usos seculares, que, en algunos casos, no dieron resultado como ocurrió con el intento de sustituir Euer Hochwohlgeroben (Su honorable señoría) por Euer Deutschgeroben (Su señoría alemana). La tergiversación en las expresiones era también evidente, sobre todo en el transcurso de la guerra. Las dificultades eran descritas como «pausas momentáneas» y las retiradas como «avances elásticos de la retaguardia», los campos de exterminio eran «campos de trabajo» y las deportaciones «reinstalaciones». Como muestra de la persecución y la descalificación del régimen nazi a los judíos se puede recordarla película «El judío errante» filmada en 1940. Las abreviaturas y las siglas proliferaron en el régimen nazi. Desde el partido NSDAP, las SS y las SA, la GE-STA-PO, hasta PKW para referirse a los automóviles particulares o LKW para denominar a los camiones.¹⁶⁹

La selección. El propagandista selecciona determinados hechos de acuerdo con sus fines. La situación internacional, tras el Tratado de Versalles, se convirtió en objetivo claro del Partido Nacionalsocialista alemán. Con ello, Hitler pretendía devolver al

¹⁶⁹ Pizarroso Quintero, *Historia de la propaganda*, 347-348.

pueblo la confianza perdida. Pero, además, era muy frecuente en él tergiversar la historia con arreglo a sus intereses. Así, se emplean las guerras en las que participó Estados Unidos, comenzando por la de Independencia, para descalificar aun país «que todo lo ha resuelto a golpes».¹⁷⁰

La repetición de eslóganes condensó mensajes complejos en fórmulas memorizables. «Ein Volk, ein Reich, ein Führer» resumía unidad nacional, centralización estatal y liderazgo personal en una secuencia breve. Junto a la consigna, la localización del enemigo permitió atribuir problemas heterogéneos a actores identificables. El antisemitismo ocupó el centro de esa operación, mientras Versalles, los «criminales de noviembre», el marxismo y las potencias extranjeras alimentaban marcos complementarios de agravio¹⁷¹. Bracher observa que esa reducción de problemas cotidianos a unas pocas causas facilitó el ataque al sistema de Weimar. El procedimiento no «resolvía» la complejidad: la sustituía por una narrativa moralmente polarizada que podía adaptarse a públicos y coyunturas diferentes.

En la última técnica del régimen nazi, se empleó la alusión a la autoridad como medio para reforzar la figura del líder. Según Pratkanis y Aronson, Hitler se presentaba como «el hombre de Estado, la máxima y única autoridad», y el término «Führer» se utilizaba exclusivamente para referirse a él. Goebbels, por su parte, aprovechó esta técnica para canalizar la autoridad en los eslóganes y lograr que el pueblo alemán aceptara la idea de la autoridad como la presencia más fuerte en sus mentes. En su diario, Goebbels hizo referencia a la utilización del epíteto «Führer» en relación a Vidkung Quisling, Ministro de la Defensa Nacional de Noruega desde 1931 a 1933. Así, se evidencia cómo la figura del líder era utilizada como una herramienta para establecer la autoridad y, a su vez, para mantener el control sobre la población.

(...) prohíbo usar la palabra Führer cuando se aplica a Quisling. Aunque se llame a si mismo Foerer de Noruega y la

¹⁷⁰ Burleigh, *El Tercer Reich*, 140.

¹⁷¹ Karl Dietrich Bracher, citado en Villani, *El nacionalsocialismo*, 105.

palabra Foerer puede ser traducida fácilmente por la de Führer, no creo que nadie, que no sea el Führer mismo, tenga derecho a utilizar esa palabra.¹⁷²

Para Goebbels, era fundamental que el lenguaje y las palabras fueran utilizados de manera cuidadosa y estratégica para fomentar el nacionalismo y la idea de una autoridad fuerte en la mente de los alemanes. En su diario, Goebbels escribió acerca de la importancia de usar palabras como «Führer» y «Reich» exclusivamente en el contexto alemán, para asegurarse de que la idea de una autoridad fuerte y un país poderoso estuvieran profundamente arraigadas en la mente del pueblo alemán. De hecho, según Pratkanis y Aronson, Goebbels utilizó la técnica de alusión a la autoridad para reforzar la idea de que Hitler era la única y máxima autoridad en Alemania, y que su poder y liderazgo debían ser seguidos y respetados sin cuestionamiento. Esto se reflejó en la propaganda nazi y en los eslóganes utilizados en la campaña, que enfatizaban la figura de Hitler como líder indiscutible y carismático del pueblo alemán.

Hay algunos términos que hemos de reservar exclusivamente para nosotros y entre ellos se encuentra también la palabra Reich. El mundo entero tiene que comprender en el futuro que Reich quiere decir únicamente Reich alemán.¹⁷³

A todas estas técnicas expuestas, debemos añadir la exageración, la contra propaganda y el slogan; si bien la primera de ellas se puede incluir dentro de la mentira. Es importante para todo propagandista conocer a fondo al enemigo para planificar la contra propaganda y así atacarla, no frontalmente sino en cada uno de sus elementos, uno por uno, sobre todo, los más débiles. En cuanto a la exageración, se trata de una técnica que consiste en aumentar de forma desproporcionada los aspectos positivos de un hecho o producto, o los negativos de un enemigo o competidor. Esta técnica puede ser efectiva para generar emociones intensas en el receptor y llamar su atención, pero también puede ser percibida como

¹⁷² Joseph Goebbels, *Diario* (Barcelona: Los Libros de Nuestro Tiempo, 1949), 76.

¹⁷³ Goebbels, *Diario*, 76.

manipuladora y generar desconfianza en el largo plazo. Por otro lado, la contra propaganda es una técnica que se utiliza para desacreditar la propaganda del enemigo, a través de la difusión de información que cuestiona su veracidad o relevancia. Esta técnica puede ser efectiva si se utiliza de forma cuidadosa y fundamentada en datos objetivos, pero también puede ser percibida como una estrategia agresiva y generar polarización. Finalmente, el uso de slogans es una técnica muy común en la propaganda política y publicitaria, consistente en utilizar frases cortas y sencillas que sintetizen un mensaje clave, fácilmente recordable y reconocible por el público. Estos slogans pueden ser efectivos para fijar en la mente del receptor una idea o mensaje específico, pero también pueden resultar superficiales y no ofrecer información detallada sobre el tema en cuestión. Agregamos un extracto a continuación que hace alusión al poder de la oratoria de Hitler. Mientras estaba en su celda de Nuremberg esperando al verdugo Hans Frank, el ex gobernador de Polonia, recordó el momento en que por primera vez oía hablar a Hitler:

Me impresionó mucho enseguida. Era completamente distinto de lo que yo había oído en otros actos públicos. Tenía un método absolutamente claro y simple. Tomó el tema dominante del día, el Diktat de Versalles y planteó la cuestión básica: ¿Ahora qué pueblo alemán? ¿Cuál es la verdadera situación? ¿Qué se puede hacer ya? Habló unas dos horas y media, con numerosas intervenciones de frenéticos torrentes de aplausos (...) y podrías haberle oído hablar durante mucho más tiempo, mucho más. Todo salía del corazón y pulsaba un acorde en todos nosotros (...) Decía lo que estaba en la conciencia de todos los presentes y vinculaba las experiencias generales a la clara comprensión y a los deseos comunes de los que estaban sufriendo y estaban esperando un programa. En la materia en sí no era original, sin duda... pero era el destinado a actuar como portavoz del pueblo (...) No ocultaba nada (...) del horror, la angustia, la desesperación a que se enfrentaba Alemania. Pero no solo eso. Mostraba un camino, el único camino que quedaba a todos los pueblos arruinados de la historia, el del desagradable nuevo comienzo desde las profundidades mas hondas a base de valor, fe, inteligencia en

la acción, trabajo duro y devoción a un objetivo grande, luminoso y compartido (...) Se puso bajo la protección del Todopoderoso con una exhortación bastante seria y solemne a la salvación del honor del obrero y el soldado alemán como la tarea de su vida (...) Cuando terminó, no cesaban los aplausos (...) A partir de esa noche, aunque no era miembro del partido, estaba convencido de que si había un hombre que pudiese hacerlo, ese hombre era él, solo Hitler sería capaz de dirigir el destino de Alemania.¹⁷⁴

El testimonio citado permite observar la importancia de la puesta en escena en los actos de Hitler. Burleigh destaca el uso de música, iluminación, secuencias de oradores y demora calculada de la aparición del líder para producir expectación¹⁷⁵. Esos recursos intensificaban atención e identificación colectiva, pero no justifican hablar de «bloqueo de la conciencia» ni de un estado hipnótico. La persuasión operaba junto con disciplina organizativa, presión social y predisposiciones políticas. La construcción del Hitler-Myth reforzó además la personalización del movimiento: el líder aparecía como encarnación de unidad y recuperación nacional¹⁷⁶. Después de 1933, Goebbels amplió esa imagen mediante prensa, radio, cine y ceremonias estatales. El uso de consignas y símbolos históricos contribuyó a la continuidad visual del mensaje. El análisis debe distinguir entre eficacia escénica y obediencia automática: los rituales podían reforzar convicciones existentes o producir conformidad pública sin eliminar interpretaciones privadas divergentes.

Hoy me enorgullezco de haber descubierto los métodos que nos permitieron, no sólo tornar ineficaz la propaganda de nuestros adversarios, sino, además, apabullar con sus propias palabras a quienes la concibieron.¹⁷⁷

Esta afirmación de Hitler refleja claramente la estrategia de propaganda dirigida a las clases menos cultas de la sociedad alemana.

¹⁷⁴ Kershaw, *Hitler: Nemesis*, 164.

¹⁷⁵ Burleigh, *El Tercer Reich*, 145.

¹⁷⁶ Pratkanis y Aronson, *La era de la propaganda*, 341.

¹⁷⁷ Hitler, *Mi lucha*, 223-224.

En efecto, el partido nazi sabía que el éxito de su movimiento dependía en gran medida de su capacidad para movilizar a las masas populares, especialmente a las clases medias y medias bajas. Por ello, la propaganda nazi se centró en gran medida en apelar a los miedos y las esperanzas de estas clases sociales, y en presentar al partido como la única fuerza capaz de resolver los problemas económicos y políticos del país. Para lograr este objetivo, la propaganda nazi se basó en una serie de técnicas psicológicas que apelaban directamente a las emociones de la gente. Como hemos visto, estas técnicas incluían la creación de un culto a la personalidad de Hitler, la utilización de eslóganes y símbolos impactantes, y la organización de mítines y desfiles masivos que generaban una sensación de unidad y cohesión en torno al partido.

El nivel intelectual de la propaganda debe descender tanto cuanto mayor sea la masa de gente a conquistar.¹⁷⁸

Con esto se apuntaba principalmente a captar la atención de la mayor cantidad de gente posible de todas las ramas de la sociedad, pero fundamentalmente de la masa disconforme que conformaban el entramado de la sociedad alemana. Las preferencias de los partidos, en marzo de 1932, ofrecen un claro ejemplo del confuso estado de la política en Alemania. Hindenburg, prusiano, perteneciente por derecho propio al Partido Nacional, protestante y monárquico de corazón, contaba, como núcleo de sus partidarios a los socialdemócratas, los sindicatos, los católico-centristas y otros pequeños partidos democráticos; para todos éstos se había convertido en la personificación de la Constitución de Weimar. Las privilegiadas clases conservadoras del norte protestante votaron, bien por Duestenberg, bien por Hitler y ciertos votos de la clase obrera, fueron a parar al candidato comunista. La tensión no resultó aliviada cuando fueron anunciados los resultados de unas urnas muy densas. La votación popular por el nazismo apareció haber aumentado desde otoño anterior en un 86 %, aunque iban siete millones a la zaga de Hindenburg. A este último, sin embargo, le habían faltado menos de

¹⁷⁸ Hitler, citado en Maestri, *El nacionalsocialismo alemán*, 110.

200.000 votos para alcanzar la necesaria mayoría sobre sus tres oponentes, por lo que hubo de celebrarse una segunda elección. Para la segunda campaña, el ingenioso Goebbels acertó con la nueva ocurrencia del Führer, recorriendo Alemania en aeroplano. En una ocasión, lo hizo para acudir a un compromiso en Dusseldorf, entre violentas tormentas que, teóricamente, habían impedido todo tráfico aéreo en Alemania occidental.

La prensa nazi no perdió la oportunidad de dramatizar el incidente como una muestra de las habilidades de líder de Hitler. Sin embargo, la osadía del Führer no tuvo éxito en ganar las elecciones. A pesar de que obtuvo más de trece millones de votos populares, Hindenburg continuó manteniéndose cómodamente con el 53% de los votos. Este resultado demuestra el entramado político complejo que existía en Alemania antes de las elecciones de 1932 y cómo Goebbels utilizó todos los medios posibles para obtener la mayor cantidad de votantes posible. Raúl Maestri ha señalado la complejidad del entramado político en Alemania antes de las elecciones.

El triunfo del nacional- socialismo en Alemania sería un suceso histórico más trascendental que el fascismo italiano. Alemania es una viscera imprescindible del mundo moderno, tanto en un sentido espiritual como material. Todo hecho que la interesa profundamente asume una verdadera relevancia de humanidad. Más aún, en estos momentos en que Alemania es el centro de los problemas económicos y políticos más graves de la hora; además, el espíritu alemán se encuentra en un paréntesis de confusión y de incertidumbre, pero conserva incólumes su energía, su fuerza y su ambición; la ideología que logre ofrecer una tarea concreta a estos impulsos cuenta con una posibilidad magnífica. Por último, la decisión histórica que se avecina en Alemania – porque sí puede decirse con absoluta seguridad que, en una u otra forma, este país está próximo a adoptar soluciones de envergadura epocal - echará en la

balanza inquieta de los días actuales un peso que, por un tiempo indefinido, marcará una actitud mundial.¹⁷⁹

Maestri también vinculó el rendimiento electoral nacionalsocialista con la intensificación de la propaganda y con la capacidad del partido para presentar a Hitler como una solución inmediata a la crisis:

La ideología oficial del nacional- socialismo, (...), ha hecho posible al Partido sus grandes triunfos electorales. Pero en esta oportunidad el Partido se encontraba en una situación difícil: importaba más que nunca «mover las masas», pero al mismo las ofertas del paraíso nacionalsocialista se revestían de un comprometedor carácter de inminencia. El Partido se rindió a este último temor. La fraseología de los oradores nacionalsocialistas llegó al delirio y en este mar de palabras apenas se divisaban las burbujas de la ideología pragmática engullida en la «escuela de oradores». La prensa nacionalsocialista presentaba a Hitler no como un candidato a la Presidencia, sino como candidato electo y llegaba a excesos polémicos injuriosos. Hitler, personalmente, dirigió la campaña y el Partido puso en pie de guerra todos sus recursos, desde las «Secciones de Asalto» hasta las flotillas de aeroplanos. Goebbels declaraba en el Reichstag: «para el nacional- socialismo se trata de ser o no ser».¹⁸⁰

El crecimiento electoral nazi no desembocó automáticamente en el poder. Tras convertirse en la fuerza más numerosa del Reichstag en julio de 1932, el NSDAP no obtuvo mayoría absoluta y perdió votos en noviembre. La designación de Hitler como canciller el 30 de enero de 1933 resultó de una combinación de presión política, negociaciones entre élites conservadoras, cálculo constitucional y erosión del sistema parlamentario, en un contexto de violencia e intimidación. La propaganda contribuyó a ampliar la presencia pública del partido y a personalizar el liderazgo de Hitler, pero no explica por sí sola el desenlace. Goebbels fue una figura central en esa

¹⁷⁹ Maestri, *El nacionalsocialismo alemán*, 146.

¹⁸⁰ Maestri, *El nacionalsocialismo alemán*, 158-159.

maquinaria, no su único arquitecto.¹⁸¹ La maquinaria electoral nazi se mantuvo en movilización casi permanente, con materiales preparados para responder a adversarios y una fuerte capacidad de adaptación. Cuando Hitler tuvo restricciones para actuar como orador, la propaganda diversificó portavoces y formatos; esa flexibilidad contribuyó a separar parcialmente la visibilidad del movimiento de la presencia física de su líder¹⁸². Los ejemplos de guerra que siguen pertenecen a una fase distinta: muestran cómo, una vez establecido el régimen, la propaganda se extendió a territorios ocupados y a públicos sometidos a condiciones de coerción que no existían en la competencia electoral de Weimar.

Es interesante observar que importancia puede tener una hábil explotación de los sentimientos religiosos. Al principio los tártaros no mostraban una actitud muy amistosa hacia la Wehrmacht germana. Pero cambiaron por completo cuando les permitimos entonar sus cánticos religiosos desde lo alto de los minaretes. Tan radical ha sido su cambio que es posible formar compañías auxiliares tártaras para combatir activamente contra los bolcheviques.¹⁸³

A continuación, Goebbels nos ofrece la explicación de que farsa utilizó para ganarse la adhesión de los tártaros al nacionalsocialismo.

Nuestro esfuerzo ha sido secundado por las compañías de propaganda que distribuyeron fotografías del Gran Muftí de Jerusalén visitando al Führer. Esto produjo un gran efecto.¹⁸⁴

Según Lochner, el Gran Muftí visitó Alemania en noviembre de 1941 y luego viajó a Italia durante un mes antes de regresar a Berlín, donde fue recibido por Hitler el 8 de diciembre de ese mismo

¹⁸¹ United States Holocaust Memorial Museum, «Hitler Comes to Power», *Holocaust Encyclopedia*, consultado el 13 de agosto de 2026, <https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/hitler-comes-to-power>; Burleigh, *El Tercer Reich*, 139.

¹⁸² Nolte, *El fascismo en su época*, 425.

¹⁸³ Goebbels, *Diario*, 65.

¹⁸⁴ Goebbels, *Diario*, 65.

año. La visita del Gran Muftí presenta un ejemplo del oportunismo de Goebbels y cómo utilizó esta visita social para sus propios propósitos propagandísticos. La maquinaria propagandística nazi también se utilizó para consolidar la idea del partido mediante la utilización de todos los recursos disponibles y para beneficiarse de las diversas crisis que enfrentaba Alemania. Durante el periodo de ingobernabilidad del estado, que duró desde 1928 hasta 1932, la clase dirigente se veía impulsada hacia soluciones autoritarias. Había tres caminos posibles en esta dirección: un gobierno de las derechas tradicionales, una dictadura militar o el advenimiento del nacionalsocialismo.¹⁸⁵

Los ejemplos anteriores muestran una capacidad sostenida para explotar agravios, símbolos religiosos y coyunturas políticas, pero no demuestran un control mecánico de la audiencia. La propaganda funcionó junto con organización, autoridad institucional, intereses locales y, en los territorios ocupados, coerción. La recepción podía incluir adhesión, oportunismo, adaptación, indiferencia o resistencia.

«¿Que han logrado los viejos partidos de cuanto prometieron?

¡Ha llegado el fin!

Acaba un período de grandes promesas y esperanzas políticas en la bancarrota general, política, moral y económica. El pueblo soberano puede sentirse agradecido a sus gobernantes. Pues ellos son responsables de su situación.»¹⁸⁶

En este discurso, Hitler organiza la crítica mediante contraste: opone las promesas de los partidos establecidos a la crisis presente y atribuye responsabilidad a los gobernantes. La apelación al «pueblo soberano» permite apropiarse retóricamente de un vocabulario democrático para legitimar una alternativa antidemocrática. El procedimiento simplifica causalidades y presenta al NSDAP como ruptura con el sistema, pero el análisis no requiere suponer que la audiencia lo percibiera de manera uniforme como la única solución.

¹⁸⁵ Villani, *El nacionalsocialismo*, 106.

¹⁸⁶ Hitler, citado en Nolte, *El fascismo en su época*, 388.

La comparación con el mesmerismo, utilizada en parte de la literatura sobre persuasión, no debe formularse como una equivalencia histórica ni como un mecanismo psicológico demostrado. Las prácticas nacionalsocialistas pueden describirse con mayor precisión mediante operaciones observables: captar la atención, formular un marco interpretativo aceptable para públicos predispuestos, activar emociones y definir la situación en términos favorables al emisor. La analogía se conserva únicamente como referencia historiográfica a modelos tempranos de «sugestión»; no implica hipnosis, control mental ni una continuidad técnica entre el mesmerismo y la propaganda nazi.¹⁸⁷

4.4. Uniformización visual, presencia pública y coerción

La uniformización visual de las SA y otras organizaciones cumplió una doble función. Por un lado, generó reconocimiento inmediato, disciplina y sensación de cohesión; por otro, hizo visible una capacidad organizada de ocupación del espacio público y de intimidación. El uniforme debe analizarse, por tanto, en la frontera entre propaganda y coerción: comunicaba pertenencia y fuerza al mismo tiempo que acompañaba prácticas reales de violencia política.

Como sistema de signos, el repertorio visual nacionalsocialista operaba por estandarización y repetición. La camisa parda, el brazalete con la esvástica, los estandartes y la tipografía de los carteles formaban un conjunto cerrado de elementos que se reiteraban sin variación en desfiles, mítines, prensa partidaria y locales del partido. La eficacia de ese repertorio no residía en la originalidad de cada componente —varios procedían del imaginario *völkisch* anterior a 1918— sino en su combinación fija y en su frecuencia de aparición. Se aplica aquí el mismo criterio establecido para la repetición verbal: lo que el uniforme produce es familiaridad y saliencia, no adhesión automática.

¹⁸⁷ Pratkanis y Aronson, *La era de la propaganda*, 41.

La presencia pública organizada extendía ese repertorio al espacio urbano. Marchas, concentraciones, procesiones con antorchas y despliegues en fechas señaladas convertían la calle en escenario y al militante en actor de una escenificación colectiva. La función política de esos actos era doble: hacia dentro cohesionaban al participante mediante ritual y disciplina corporal; hacia fuera exhibían un volumen de adhesión que la aritmética electoral todavía no respaldaba. Ocupar una plaza equivalía a formular una pretensión de representación.

El umbral que separa esa exhibición de la coerción es lo que da sentido al apartado. Los desfiles de las SA no se limitaban a mostrar cohesión: mostraban capacidad de agresión y con frecuencia la ejercían. Los enfrentamientos en salas de reunión, los ataques a locales y actos del KPD y del SPD y el control físico de barrios obreros formaban parte del mismo dispositivo. El mensaje no era únicamente «somos muchos», sino «podemos imponernos». Una propaganda acompañada de violencia efectiva modifica las condiciones de recepción de todos los demás mensajes, porque incorpora el coste de la disidencia como variable del cálculo del receptor.

Conviene, no obstante, mantener separadas ambas dimensiones en el plano analítico. La propaganda opera con recursos simbólicos y depende de la interpretación del receptor; la coerción opera con recursos materiales y no la necesita. Confundirlas conduce a atribuir a la persuasión resultados que se explican por el miedo, error frecuente en la literatura sobre el período. El uniforme resulta interesante precisamente porque ocupa el punto de cruce: es un signo que informa sobre una capacidad, y por eso su lectura exige distinguir qué parte del efecto corresponde al significado y qué parte a la amenaza.

Tras enero de 1933 la relación entre ambos términos se invierte. Mientras el NSDAP competía por el voto, la exhibición uniformada era un recurso que debía disputar la calle a otras formaciones igualmente uniformadas. Con el control del aparato estatal, el uniforme deja de ser promesa de fuerza para convertirse en

su ejercicio institucional, y la presencia pública pasa de la disputa a la ocupación exclusiva del espacio, sin competidores visibles. Es el mismo desplazamiento señalado a propósito de la prensa y la radio, y confirma que la etapa partidaria y la estatal no admiten un tratamiento unificado.

La lógica de uniformización no se detuvo en lo visible. Durante la guerra se extendió al léxico mismo de los territorios ocupados, donde la enseñanza del alemán se concibió como vehículo de una terminología política normalizada. La declaración de Goebbels que cierra este apartado es explícita al respecto: el vocabulario se entiende como infraestructura del encuadre, y su normalización como una propaganda indirecta que no necesita enunciar consignas porque las incorpora al instrumento con el que se piensa.

He dado instrucciones para que nuestro Ministerio prepare diccionarios con destino a las regiones ocupadas donde hay que enseñar y difundir el alemán. Tienen, por encima de todo, que incluir una terminología conforme a nuestra moderna concepción del estado. Deben comprender también aquellas palabras que expresan nuestro dogmatismo político. Es una forma indirecta de propaganda de la que espero, a la larga, los mejores frutos.¹⁸⁸

¹⁸⁸ Goebbels, *Diario*, 91.

CAPÍTULO V. JOSEPH GOEBBELS Y LA INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA PROPAGANDA

5.1. Trayectoria y formación de Joseph Goebbels

Para comprender la institucionalización de la propaganda nazi es necesario situar a Joseph Goebbels dentro de una organización más amplia. Hitler definió principios generales de propaganda y convirtió su propia oratoria en un recurso central del movimiento; Goebbels, por su parte, desarrolló una capacidad excepcional para coordinar campañas, medios, calendarios y escenificaciones. Su importancia fue institucional y organizativa, no la de un «inventor» aislado de la propaganda nacionalsocialista.

Paul Joseph Goebbels nació el 29 de octubre de 1897 en Rheydt, Renania. Estudió literatura, historia y filosofía y obtuvo un doctorado en Heidelberg en 1921. Sus aspiraciones iniciales fueron literarias y periodísticas. La discapacidad física que arrastró desde la infancia y su exclusión del servicio militar son datos biográficos relevantes, pero no constituyen por sí mismos una explicación causal de su posterior radicalización política; vincular rasgos físicos o experiencias personales con una ideología exige una evidencia que las fuentes no permiten establecer de forma simple.

Goebbels se incorporó al movimiento nacionalsocialista a mediados de la década de 1920. Tras una etapa de proximidad al sector de Gregor Strasser, se alineó con Hitler y fue nombrado Gauleiter de Berlín en 1926. En 1927 impulsó el periódico *Der Angriff* y, en 1930, asumió responsabilidades centrales en la propaganda del partido¹⁸⁹. Su trayectoria muestra la convergencia entre militancia ideológica, organización territorial, prensa partidaria y política de masas.

¹⁸⁹ Sobre la etapa berlinesa de Goebbels y la fundación de *Der Angriff*, véase Kershaw, *Hitler: Hubris*.

La influencia de Goebbels no radicó en una supuesta genialidad individual, sino en su capacidad para coordinar mensajes, medios y rituales políticos dentro de una organización nacional. Combinó prensa partidaria, mítines, carteles, altavoces, cine y radio con una fuerte personalización de Hitler; esa coordinación aumentó la visibilidad del NSDAP y permitió adaptar temas comunes a públicos distintos¹⁹⁰.

En 1933, esa trayectoria partidaria se transformó en capacidad estatal. La creación de un ministerio específico de propaganda permitió ampliar la coordinación de prensa, radio, cine, cultura y espectáculos, aunque las competencias nunca fueron absolutamente exclusivas y coexistieron con otros centros de poder del régimen. Esa transición entre propaganda de partido y propaganda de Estado es fundamental para evitar anacronismos en el análisis.

Los diarios y discursos de Goebbels muestran una concepción abiertamente elitista de la comunicación política: el público aparece como objeto de movilización, la consigna como instrumento de simplificación y la repetición como medio de fijación. Ese lenguaje revela la lógica autoritaria del propagandista y debe leerse como fuente sobre su autopercepción, no como una teoría científica de la conducta colectiva¹⁹¹.

Bajo la dirección de Goebbels, la propaganda se convirtió en uno de los componentes centrales de la dictadura, pero no funcionó como una esfera autónoma. Partido, ministerios, organizaciones profesionales, policía, sistema educativo y autoridades territoriales participaron en la coordinación y exclusión de voces. Por ello, el alcance del aparato propagandístico posterior a 1933 debe analizarse junto con la censura, la Gleichschaltung y la coerción.

La radio fue el medio electrónico de mayor alcance doméstico utilizado por el régimen, complementado por la prensa, el cine, los noticiarios, los carteles, los altavoces y las concentraciones públicas. La televisión existió en Alemania como tecnología experimental y con

¹⁹⁰ Pratkanis y Aronson, *La era de la propaganda*, 339.

¹⁹¹ Goebbels, citado en Burleigh, *El Tercer Reich*, 138.

audiencias muy limitadas, por lo que no debe describirse como un medio masivo que llevara la propaganda directamente a los hogares. La estrategia de Goebbels consistió en coordinar canales con capacidades distintas y en repetir un núcleo ideológico mediante formatos adecuados a cada situación.¹⁹²

La propaganda antisemita y anticomunista no fue solo un recurso formal para construir un «enemigo común»: formó parte del núcleo ideológico del nacionalsocialismo y contribuyó a legitimar exclusión, persecución y violencia. Después de 1933, la deshumanización discursiva operó dentro de un sistema legal y policial que reducía progresivamente la capacidad de respuesta de los grupos perseguidos. Esta relación impide separar el análisis del mensaje de las condiciones institucionales en las que circulaba.

Después de 1933, la propaganda adquirió una presencia extensa en prensa, radio, cine, noticiarios, carteles, escuela, cultura y actos públicos. Esa expansión aumentó la capacidad del régimen para fijar temas y restringir interpretaciones alternativas, pero no permite afirmar que la población aceptara «sin cuestionamientos» las políticas oficiales. El aparato propagandístico operó junto con censura, exclusión profesional, vigilancia y represión. La repetición de mensajes ayudó a mantener marcos ideológicos disponibles; sus efectos variaron por grupo, momento y experiencia de guerra. Esta distinción es esencial para separar alcance mediático de recepción efectiva.

5.2. El Ministerio del Reich para la Ilustración Pública y Propaganda

El Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda (RMVP) fue creado en marzo de 1933 y colocado bajo la dirección de Goebbels. Su capacidad de intervención creció mediante la

¹⁹² United States Holocaust Memorial Museum, «Nazi Propaganda and Censorship», *Holocaust Encyclopedia*, consultado el 13 de agosto de 2026, <https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/nazi-propaganda-and-censorship>.

coordinación profesional, las directivas de prensa, la censura, el control de acceso a los medios y la reorganización de la vida cultural. Sin embargo, no constituyó desde el primer día un monopolio administrativo absoluto: sus competencias se superpusieron con las de otros ministerios, organismos del partido y dirigentes nazis. La propaganda estatal funcionó, por tanto, como una red de coordinación y competencia interna dentro de la dictadura.¹⁹³ En un discurso pronunciado en la inauguración de la Feria Automovilística de Berlín, el 17 de febrero de 1939, y reproducido después en *Deutsche Technik*, Goebbels formuló su visión sobre la subordinación de la tecnología a los objetivos políticos del régimen:

(...) el nacionalsocialismo supo tomar el marco sin alma de la tecnología y llenarlo del ritmo y los impulsos cálidos de nuestra época.¹⁹⁴

Goebbels presentó el nacionalsocialismo como una renovación cultural capaz de superar lo que el régimen definía como decadencia de Weimar. Su discurso mezclaba referencias al romanticismo, tradición alemana, comunidad y sacrificio con una jerarquía racial explícita. Esa apropiación fue selectiva: autores y tradiciones culturales heterogéneas fueron reordenados para legitimar una narrativa de continuidad nacional. La función propagandística no consistía en recuperar fielmente a Goethe, Schiller o el romanticismo, sino en convertir «cultura alemana» en una categoría normativa que permitía incluir obras compatibles con el régimen y excluir las calificadas como judías, marxistas, cosmopolitas o «degeneradas».

Cada época tiene su romanticismo, su presentación poética de la vida (...) Nuestra época también lo tiene. Es más duro y cruel que un romanticismo anterior, pero sigue siendo romántico. El romanticismo acerado de nuestra época se

¹⁹³ United States Holocaust Memorial Museum, «Ministry of Propaganda and Public Enlightenment», *Holocaust Encyclopedia*, consultado el 13 de agosto de 2026, <https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/ministry-of-propaganda-and-public-enlightenment>; Jeffrey Herf, *El modernismo reaccionario: tecnología, cultura y política en Weimar y el Tercer Reich* (México: Fondo de Cultura Económica, 1990), 407.

¹⁹⁴ Herf, *El modernismo reaccionario*, 407.

manifiesta en acciones y hazañas al servicio de una gran meta nacional, en un sentimiento del deber elevado al nivel de un principio inviolable. Todos somos más o menos románticos con un nuevo estilo alemán. El Reich de motores retumbantes, grandiosas creaciones industriales, un espacio casi ilimitado que debemos poblar para preservar las mejores cualidades de nuestro Volk, es el Reich de nuestro romanticismo.¹⁹⁵

Bajo el mismo carácter totalitario, el ministro de Propaganda condenó públicamente libros y textos escritos por judíos, de izquierda, liberales, pacifistas y extranjeros. Patrocinó la quema de títulos y el saqueo de librerías «sospechosas»; tan sólo en una noche se quemaron 20 mil libros considerados nocivos o inútiles para el pueblo teutón. El Ministerio de Propaganda era una perfecta y maravillosa máquina de creación y control de ideas. Todas las ramas de la comunicación tenían un departamento o sección para su tratamiento adecuado y cada departamento, a su vez; diferentes negociados en los que se realizaba una función técnica concreta. El 8 de marzo de 1933, cuando aún no era ministro, informaba Goebbels que su ministerio se dividiría en cinco grandes departamentos dedicados a la radiodifusión, la prensa, la cinematografía, el teatro y la propaganda. Años más tarde había surgido un colosal aparato ministerial -con 17 departamentos e infinidad de negociados-, donde el alto nivel técnico y especializado, tropezaba con la falta de coordinación propia del exceso burocrático. Los dos departamentos de mayor actividad y responsabilidad fueron propaganda y extranjero. En el primero se decidían, dirigían y vigilaban las campañas de propaganda y se analizaban los resultados de estas. El departamento de extranjero, que fue el de mayor crecimiento desde el comienzo de la guerra, tenía a su cargo la coordinación y determinación de toda la actividad propagandística en el exterior y llegó a contar con más de cuarenta negociados. Participaba en las emisiones de radio y en las publicaciones destinadas al extranjero, ocupándose de la tirada y distribución de libros, folletos, correspondencia. Asimismo, en

¹⁹⁵ Goebbels, citado en Herf, *El modernismo reaccionario*, 408-409.

colaboración con el Ministerio de Asuntos Exteriores, cuidaba de la organización en otros países de conciertos, representaciones teatrales, conferencias y demás actos culturales. Además, se ocupaba de aconsejar y guiar a los extranjeros que se encontrasen en Alemania. También en el departamento del extranjero durante la guerra, se realizaban operaciones tales como la compra de periódicos en el exterior, fundamentalmente en las regiones ocupadas por los alemanes. Goebbels en un apartado que data del 23 de enero de 1942, escribe como aconsejaba al doctor Werner Stephan, quien era un subordinado de éste que estaba encargado de comprar periódicos, agencias de noticias, productoras de películas, etc.

Hablé con Stephan acerca del problema de comprar nuevos periódicos en el extranjero. Creo que debemos continuar haciéndolo, pues cuanto mayor sea el número de órganos difusores de noticias, especialmente periódicos, que tengamos en el exterior, tanto más fácil será nuestra tarea futura de dirigir Europa.¹⁹⁶

Podemos ver a su vez en esta cita, el aire de triunfalismo que irradiaba el Dr. Joseph Goebbels. Aunque equivocada, su visión era bastante futurista, intentando prever los resultados del posible desenlace de la guerra. En el ámbito de la cinematografía, cuatro días más tarde de la cita anterior, Goebbels escribió:

Knothe¹⁹⁷ me informó de los resultados de sus compras en el sureste. Ha adquirido un número considerable de locales cinematográficos. Nos proporcionan ciertas seguridades con respecto a la distribución de nuestras películas. El cine alemán domina ahora los Balcanes y los «films» americanos pierden cada vez más terreno.¹⁹⁸

La política cinematográfica del régimen combinó intervención ministerial, regulación profesional, censura y concentración económica. Goebbels ejerció una influencia decisiva sobre el sector,

¹⁹⁶ Goebbels, *Diario*, 46.

¹⁹⁷ Goebbels, *Diario*.

¹⁹⁸ Goebbels, *Diario*, 60.

pero no controló de forma personal cada película ni convirtió toda producción en propaganda explícita. El cine de entretenimiento también cumplió funciones políticas indirectas al normalizar valores, ofrecer evasión y sostener la industria cultural del régimen. En producciones abiertamente propagandísticas, la imagen heroizada de Alemania y la demonización de enemigos, en particular de los judíos, se integraron a objetivos ideológicos más amplios. El medio debe analizarse como parte de un sistema cultural coordinado, no como una «fábrica de sueños» administrada de manera monolítica por una sola persona.

Procuraré ampliar aún nuestras adquisiciones en el sureste, de forma que cuando llegue la paz estaremos tan firmemente atrincherados que nadie pueda desplazarnos.¹⁹⁹

La prensa fue sometida a un proceso progresivo de coordinación, censura y concentración. Desde 1938, la agencia alemana de noticias (DNB)²⁰⁰ operaba como agencia oficial del Estado. Las conferencias de prensa y directivas diarias indicaban prioridades, formulaciones y restricciones; al mismo tiempo, cierres, transferencias de propiedad, exclusiones profesionales y sanciones reducían el espacio de autonomía editorial. El resultado fue un sistema de control amplio, aunque administrativamente complejo y no reducible a la voluntad de una sola oficina. En su diario, Goebbels registró también tensiones sobre la forma en que los periódicos utilizaban el material oficial:

Tengo algunos disgustos con la prensa, porque no sigue mis sugerencias como yo quisiera. (...) ¿Por qué cuando debía estar aullando de alegría dado el magnífico material que le proporcionamos? En lugar de mostrarse encantados, los diarios burgueses parecen cansados de utilizar este material, cosa que me indigna. Pero tengo que seguir el camino emprendido, porque este es mi deber. Si uno no enciende

¹⁹⁹ Goebbels, *Diario*, 60.

²⁰⁰ DNB son las iniciales de Deutsches Nachrichtenbüro, la agencia oficial de noticias del régimen nazi.

constantemente luces con que iluminare informar al pueblo, la gente poco a poco se siente cansada y embotada.²⁰¹

Para Lochner, este es un interesante reconocimiento de que los periodistas no nazis no eran tan manejables como el Doctor hubiese querido. En 1939, el 43,5 por 100 de la tirada de los periódicos alemanes estaba bajo la dirección de la central editora del partido (Eher); en 1944, se elevó al 82,5 por 100; y con la compra a Hugenberg de la editorial Scherl en los últimos meses de la guerra, el monopolio llegó a ser una realidad casi total.²⁰² Para Goebbels las agencias de noticias debían estar bajo su jurisdicción, o sea, bajo la jurisdicción del Ministerio de Propaganda. Goebbels escribió sobre esta realidad en su Diario el 10 de febrero de 1942:

Considero absolutamente necesario que las agencias de noticias pertenezcan al Reich. La propaganda es una función del Estado, a la que el estado no puede renunciar en ningún caso. La política de noticias es un problema fundamental y estas cosas tienen que estar en manos del Reich y no del Partido. El Partido no está en condiciones de establecer una verdadera agencia de noticias. En una agencia de noticias, el 99,9 % de ellas se refieren a la gobernación del país y únicamente un porcentaje muy escaso a la dirección del Partido. Tropezaré con algunas resistencias, pero estoy seguro de triunfar.²⁰³

El pasaje citado muestra la voluntad de Goebbels de reforzar la jurisdicción estatal sobre la información y de reducir la autonomía de agencias y periódicos. La prensa extranjera y los corresponsales acreditados también fueron objeto de vigilancia, orientación y análisis. Este esfuerzo de coordinación fue amplio, pero convivió con competencias superpuestas dentro del régimen y con grados variables de disciplina editorial. La propaganda estatal debe describirse como un sistema de control creciente y no como una capacidad perfecta de determinar la conducta de todos los receptores.

²⁰¹ Goebbels, *Diario*, 101-102.

²⁰² Burleigh, *El Tercer Reich*, 239.

²⁰³ Goebbels, *Diario*, 83.

Las tendencias derrotistas (...) se deben en gran parte a la irresponsable distribución de noticias, realizada especialmente por parte del Seehaus. Voy a tomar las medidas precisas para impedir que en nuestros organismos responsables se pueda hacer propaganda derrotista.²⁰⁴

Goebbels que jamás se mostraba reacio a combatir el «derrotismo» con la fuerza a continuación expresa:

Canaris me ha suministrado cierto número de ejemplos estremecedores, demostrativos de la irresponsabilidad con que se distribuye el material confidencial. Estos ejemplos me agradan. Me proporcionan la base precisa para tomar medidas excepcionalmente severas y revolucionarias.²⁰⁵

El extracto muestra la preocupación de Goebbels por el derrotismo, la confidencialidad y la circulación de información durante la guerra. Su intercambio con Wilhelm Canaris evidencia la conexión entre propaganda, seguridad y conducción política, pero no prueba un control personal ilimitado sobre todos los organismos del Reich. En el caso de la radio, el gobierno de Franz von Papen había avanzado en la centralización antes de 1933; tras la toma del poder, el Ministerio de Propaganda amplió el control sobre contenidos, personal y coordinación de emisiones²⁰⁶. La administración radiofónica fijó programación política, emisiones en lenguas extranjeras, seguimiento de estaciones foráneas y políticas de infraestructura y receptores. El alcance del medio hizo de la radio un instrumento central para la comunicación del régimen, aunque alcance no equivale a aceptación. En el cine, el control se articuló mediante censura previa, regulación profesional, intervención económica y una concentración creciente de la industria. Goebbels influyó de forma decisiva en prioridades y orientación, pero no revisó personalmente cada producto ni convirtió toda película en propaganda explícita; el entretenimiento también cumplió funciones de normalización y evasión.

²⁰⁴ Goebbels, *Diario*, 51.

²⁰⁵ Goebbels, *Diario*.

²⁰⁶ Goebbels, *Diario*, 238.

La producción cinematográfica florece de una manera casi increíble a pesar de la guerra. ¡Qué buena fue mi idea de poner las películas al servicio del Reich hace ya varios años! Sería terrible que los grandes beneficios que ahora consigue la industria cinematográfica fuesen a parar a manos de particulares.²⁰⁷

La expansión de la exhibición cinematográfica y de las unidades móviles permitió al régimen ampliar el acceso a noticiarios, películas de entretenimiento y producciones abiertamente propagandísticas. Las cifras de asistencia citadas para los años de guerra muestran la escala social del medio, no la uniformidad de su recepción. Pratkanis y Aronson utilizan el cine nazi para ilustrar la concentración de mensajes antisemitas; una de las producciones más explícitas fue *Der ewige Jude* (1940), presentado como documental y construido mediante montaje, selección y analogías deshumanizadoras²⁰⁸.

El cine nacionalsocialista combinó finalidades distintas. El triunfo de la voluntad (1935), filmado a partir del congreso de Núremberg de 1934, convirtió el mitin en una representación visual de disciplina, unanimidad y liderazgo. Otras producciones privilegiaron entretenimiento o géneros convencionales, mientras ciertas películas construyeron enemigos raciales y políticos. Esa diversidad impide tratar «el cine nazi» como un único mensaje. Goebbels también siguió con atención las producciones de los países enemigos; la anotación de su diario que sigue muestra que evaluaba su calidad y su posible efecto propagandístico:

Vi la nueva película de propaganda americana «Enviado especial». Es una producción de primera clase, que indudablemente causará cierta impresión entre las grandes masas populares de los países enemigos.²⁰⁹

El uso de los noticiarios en la propaganda de guerra alemana fue una herramienta muy efectiva para influir en la opinión pública y

²⁰⁷ Goebbels, *Diario*, 45.

²⁰⁸ Pratkanis y Aronson, *La era de la propaganda*, 343.

²⁰⁹ Goebbels, *Diario*, 46.

elevant la moral de los combatientes. La obligatoriedad de su exhibición semanal muestra el control férreo que el departamento de cinematografía ejercía sobre este medio. La redacción de los noticiarios era cuidadosamente planificada para mostrar los éxitos del ejército alemán y minimizar las pérdidas. Además, la propaganda de guerra también se extendió al teatro, donde se financiaron y administraron solo 16 de los 500 teatros existentes en Alemania. Sin embargo, las actuaciones de compañías y grupos teatrales en el frente de guerra se convirtieron en una herramienta importante para la propaganda, logrando una mayor eficacia propagandística al estar dirigida a un público más específico. La propaganda cultural y artística también se utilizó para exaltar la cultura alemana y los valores nacionalsocialistas. Por ejemplo, se promovió la música clásica y la pintura, y se rechazó el arte moderno y experimental como degenerado y corrupto. En resumen, la propaganda nazi empleó una amplia gama de medios para influir en la opinión pública y fomentar la adhesión al régimen, incluyendo los noticiarios, el teatro, la música, la pintura y otras formas culturales y artísticas.

El papel de Goebbels en el departamento de música de su ministerio fue, en cierta medida, contradictorio con la ideología nazi. Por un lado, como se menciona, era consciente del efecto psicológico de la música en la población, por lo que su departamento tenía una tarea importante en la aprobación y prohibición de ciertas obras musicales. Por otro lado, la política musical de Goebbels fue en ocasiones opuesta a la opinión del partido nazi, lo que puede reflejar cierta libertad en el departamento de música. Así, el departamento de música de su ministerio tuvo una mayor libertad en comparación con otros departamentos. Su tarea principal era examinar los programas musicales, aprobar o prohibir obras, nombrar a los jefes de música e investigar la personalidad de los artistas músicos, administrar las orquestas del Reich y organizar festivales de música en Alemania y en el extranjero. Durante la guerra, su departamento preparó conciertos en el frente e incluso llevó a cabo una campaña musical antibélica por radio que incluía una gran proporción de música ligera. Es interesante notar que Goebbels no tenía un criterio personal en el terreno musical, lo que podría explicar su política contradictoria en este

ámbito. Sin embargo, su departamento de música tuvo un papel importante en la propaganda musical del Reich, lo que refleja la importancia que el régimen nazi daba a la música como medio de influir en la población.

En las artes visuales, la política cultural combinó preferencias personales de Hitler, competencia entre organismos, censura, control profesional y exhibiciones oficiales. El régimen promovió un arte figurativo compatible con sus ideales raciales, militares y rurales y atacó las vanguardias bajo la etiqueta de «arte degenerado». El Ministerio de Propaganda participó en la regulación y difusión, pero no fue el único centro de decisión. La política artística debe entenderse como parte de la Gleichschaltung cultural: clasificación de artistas, control de acceso profesional, administración de exposiciones y uso de acontecimientos culturales para proyectar una imagen de normalidad, grandeza y continuidad alemana.

La literatura quedó sometida a mecanismos similares. La Cámara de Literatura del Reich condicionó el ejercicio profesional, mientras listas de obras prohibidas, depuración de bibliotecas y censura limitaron la circulación de autores considerados incompatibles con el régimen. Las quemaduras de libros de mayo de 1933, impulsadas inicialmente por organizaciones estudiantiles nazificadas y apoyadas por autoridades, se convirtieron en un símbolo visible de esa exclusión cultural. El objetivo no fue solo silenciar textos opositores, sino reorganizar el campo editorial de acuerdo con criterios políticos y raciales. La propaganda y la censura funcionaron así como procesos complementarios: una ampliaba mensajes autorizados y la otra reducía la competencia interpretativa.

La gente más humilde se le acerca confiada porque sienten que es su amigo y protector.²¹⁰

Durante el régimen nazi, la figura de Hitler fue cuidadosamente construida y promovida por la propaganda del régimen, siendo Goebbels uno de sus principales arquitectos. Como lo expresa el

²¹⁰ Pratkanis y Aronson, *La era de la propaganda*, 344.

texto, se presentaba a Hitler como el amigo y protector de las personas más humildes, pero también se construía una imagen de él como un líder fuerte y autoritario que encarnaba los valores y la grandeza del pueblo alemán. Esta imagen se difundía ampliamente a través de los carteles y los noticiarios, en los que se mostraba a Hitler como un jefe militar de gran presencia y carisma, capaz de inspirar y liderar a las tropas hacia la victoria. En resumen, se construyó una imagen de Hitler que combinaba elementos de cercanía y protección con otros de autoridad y liderazgo carismático, todo ello en función de consolidar su posición como líder indiscutible de Alemania. Un ejemplo de la imagen de Hitler como jefe militar arrogante puede ser encontrado en el cartel de propaganda nazi «Der Sieg wird unser sein!» (¡La victoria será nuestra!), que muestra a Hitler vestido con un uniforme militar y mirando hacia el horizonte con una expresión desafiante en su rostro. Esta imagen se diseñó para infundir confianza en el ejército y en la población, presentando a Hitler como un líder poderoso que lideraría a Alemania hacia la victoria.

5.3. Proyección bélica: las Compañías de Propaganda

Este apartado se aparta deliberadamente del corte cronológico principal. Las Propagandakompanien pertenecen al período bélico y se incluyen para mostrar la extensión militar del sistema de información y propaganda construido tras 1933. No deben proyectarse retrospectivamente sobre la campaña electoral de Weimar.

Los planes para integrar propaganda y operaciones militares se intensificaron desde 1938, cuando la Wehrmacht y el Ministerio del Reich para la Ilustración Pública y Propaganda definieron mecanismos de cooperación para una guerra futura. Las Propagandakompanien fueron unidades militares, no cuerpos civiles de adoctrinamiento bajo mando directo de Goebbels. Tras el comienzo de la guerra quedaron adscritas a fuerzas y formaciones de la Wehrmacht. Sus funciones centrales incluyeron producir información sobre el frente para tropas y población civil, desarrollar propaganda dirigida al enemigo y a territorios ocupados y participar en tareas de contrapropaganda.

Durante la Segunda Guerra Mundial, las Propagandakompanien fueron unidades militares vinculadas a la Wehrmacht y desplegadas junto a las fuerzas combatientes. Sus corresponsales, fotógrafos, camarógrafos y técnicos producían textos, imágenes, sonido y película desde los frentes; el material era sometido a control militar y posteriormente integrado en los circuitos de difusión del régimen. La relación entre el Alto Mando y el Ministerio de Propaganda fue de cooperación y reparto de competencias, no de simple subordinación personal a Goebbels. Su función combinó información militar, censura, propaganda dirigida al frente interno y producción de mensajes para tropas, enemigos y territorios ocupados.²¹¹

²¹¹ Deutsches Historisches Museum, «Propagandakompanien», *LeMO: Lebendiges Museum Online*, consultado el 13 de agosto de 2026,

Las Propagandakompanien no fueron las principales responsables de organizar mítines, desfiles o campañas domésticas de masas; esas tareas correspondían a estructuras partidarias y al aparato ministerial. Su rasgo distintivo fue la producción de material desde el frente: crónicas, fotografías, grabaciones sonoras y películas que después podían incorporarse a periódicos, radio, noticiarios y otros circuitos de difusión.

La censura cultural y la represión de autores, periodistas y opositores pertenecieron a un entramado más amplio que incluía el Ministerio de Propaganda, la Cámara de Cultura del Reich, organismos policiales y de seguridad y otras instituciones. No debe atribuirse esa función general a las Propagandakompanien. Estas sí operaban bajo controles militares de seguridad y censura del material producido en el frente y actuaban dentro de contextos de ocupación y guerra caracterizados por una coerción extrema. Distinguir jurisdicciones evita convertir todo el sistema propagandístico en una sola organización.

Después de 1933, la presencia de propaganda estatal fue extensa, pero su alcance no demuestra por sí mismo una población uniformemente convencida. En la segunda mitad de los años treinta, antes de la guerra, el desempleo había caído con respecto al máximo de la Depresión; la aquiescencia y el apoyo al régimen se relacionaron también con recuperación económica, política exterior, conformismo, expectativas sociales y represión. El culto a Hitler fue una construcción propagandística central, mientras la coordinación de educación, cultura y medios respondió al proceso general de Gleichschaltung y a múltiples organismos, no a las Propagandakompanien.

La producción de las unidades de propaganda se dirigía a varios públicos: población del Reich, tropas, enemigos y habitantes de zonas ocupadas. Utilizaron crónicas escritas, fotografía, cine, grabaciones, radio, octavillas y altavoces, con combinaciones que variaban según

fuerza armada, período y teatro de operaciones. Por ello, no resulta prudente presentar una composición numérica fija de redactores, fotógrafos y técnicos como si hubiera regido de forma uniforme para todas las compañías durante toda la guerra.

El material producido en el frente pasaba por control militar y luego podía incorporarse a los circuitos civiles coordinados por el Ministerio de Propaganda. Este flujo expresa una división de trabajo entre producción militar, censura, selección y difusión. No equivale a afirmar que el Ministerio utilizara unilateralmente a las compañías para controlar toda la información disponible para la población.

La cooperación entre mandos militares y Ministerio de Propaganda generó tensiones recurrentes sobre prioridades, censura y competencias. El diario de Goebbels documenta su insistencia en combatir el derrotismo y endurecer la disciplina informativa, pero esas anotaciones no establecen por sí solas una cadena de mando ministerial sobre todas las Propagandakompanien. El siguiente pasaje debe leerse como expresión de esa concepción coercitiva de la información:

He ordenado a mis hombres proceder rigurosamente contra el derrotismo berlinés y si es preciso, calentando las orejas a algunos estúpidos, poniendo a la gente ante un *fair accompli* y dando a todos los derrotistas en potencia una buena lección. Vivimos en un tiempo extremadamente peligroso y las medidas duras son absolutamente necesarias.²¹²

El estudio de estas unidades muestra que la propaganda de guerra fue un sistema interinstitucional que vinculó estructuras militares, censura y medios civiles. Las Propagandakompanien produjeron una parte sustancial del material visual y periodístico sobre el frente y contribuyeron a fijar una representación heroizada de la Wehrmacht. Su existencia demuestra la expansión del aparato propagandístico después de 1933 y no debe confundirse con la organización partidaria que compitió por votos durante la República de Weimar.

²¹² Goebbels, *Diario*, 43.

Las Propagandakompanien permiten cerrar la trayectoria analizada en el libro: de la propaganda partidaria a una infraestructura estatal y militar capaz de controlar producción, selección y circulación de información. Ese desarrollo amplió la capacidad del régimen para imponer marcos interpretativos, pero no autoriza a inferir una adhesión uniforme o permanente de la población. Durante la guerra, propaganda, censura, represión y restricciones materiales actuaron de manera conjunta.

CONCLUSIONES

El análisis realizado permite sostener que la propaganda fue un componente decisivo de la estrategia nacionalsocialista, pero no una causa autosuficiente del ascenso de Hitler. Su eficacia dependió de una coyuntura marcada por crisis económicas sucesivas, erosión de legitimidad, fragmentación del sistema de partidos, violencia política, capacidad organizativa del NSDAP y decisiones de élites conservadoras que facilitaron el acceso de Hitler a la Cancillería.

Antes de 1933, la propaganda nazi fue ante todo partidaria y competitiva: buscó atención, afiliación, votos y presencia callejera en un mercado político plural. Después de la toma del poder, la misma lógica se integró en un aparato estatal que coordinó prensa, radio, cine, cultura y educación y que operó junto con censura, exclusión profesional y coerción. Confundir ambas etapas conduce a sobrestimar los recursos disponibles para el NSDAP durante Weimar y a proyectar retrospectivamente la capacidad totalitaria del régimen.

El éxito comunicacional tampoco puede expresarse como hipnosis de una sociedad homogénea. Los públicos respondieron de forma desigual según región, confesión, clase, generación, experiencia de desempleo y pertenencia organizativa. La propaganda fue más eficaz cuando conectó mensajes simples con conflictos ya reconocibles: Versalles, desempleo, temor al comunismo, resentimiento social y nacionalismo. Su fuerza consistió en ordenar esas tensiones dentro de una narrativa causal cerrada, identificar culpables y presentar al partido, y progresivamente a Hitler, como solución.

La propaganda nacionalsocialista no creó ex nihilo el antisemitismo, el antimarxismo ni el nacionalismo radical. Seleccionó repertorios existentes, los intensificó y los coordinó con símbolos, rituales y una presencia mediática sostenida. La fabricación del «enemigo judío» y del «enemigo comunista» convirtió prejuicios previos en explicaciones totalizantes de problemas económicos,

políticos y culturales, al tiempo que ofrecía la Volksgemeinschaft como promesa de unidad.²¹³

La interpretación de Kershaw resulta útil precisamente porque evita atribuir a Hitler un poder personal autónomo de las condiciones que lo hicieron posible: «Hitler era una persona mediocre cuyo enorme impacto en la historia solo puede explicarse por factores externos a su persona y por la complicidad, la debilidad, la ambición y la credulidad de otros»²¹⁴. Su impacto histórico dependió de estructuras, oportunidades, colaboradores y públicos que actuaron bajo incentivos y presiones diferentes, no de una supuesta necesidad colectiva alemana de someterse a una autoridad. En esa perspectiva, la propaganda debe estudiarse como una relación entre emisor, organización, contexto y recepción, no como una fuerza unilateral capaz de anular la agencia social.

La distribución de funciones dentro del movimiento admite una respuesta precisa. Hitler concentró la función expositiva y el ensayo del repertorio retórico, y desde *Mein Kampf* fijó los criterios que el partido aplicaría: pocos temas, formulación simple, reiteración y apelación al sentimiento antes que al argumento. Goebbels aportó lo que Hitler no proporcionaba, la organización: primero como Gauleiter de Berlín, donde ensayó la disputa del espacio urbano y dispuso de un órgano de prensa propio, y desde 1933 al frente del Ministerio del Reich, donde convirtió el repertorio partidario en un sistema administrado de prensa, radio, cine y cultura. Junto a ambos operó una capa de cuadros, jefes de propaganda regionales, oradores formados por el partido, redactores de la prensa partidaria y, durante la guerra, las Compañías de Propaganda, sin la cual la reiteración sostenida del mensaje habría sido imposible. Esa articulación entre doctrina, organización territorial y medios disponibles explica por qué el NSDAP obtuvo, de recursos comparables a los de sus competidores, un rendimiento comunicativo mayor.

²¹³ Pratkanis y Aronson, *La era de la propaganda*, 231.

²¹⁴ Kershaw, *Hitler: Nemesis*, 192.

Desde el punto de vista lingüístico y retórico, el corpus muestra recurrencias claras: simplificación causal; reducción de la complejidad a oposiciones binarias; repetición de consignas; construcción de un adversario omnipresente; atribución selectiva de agencia y culpa; apelación a miedo, agravio y esperanza; personalización del liderazgo; sincronización entre palabra, imagen, música, uniforme y ritual; y adaptación del mismo núcleo ideológico a canales y públicos distintos. Estos procedimientos no constituyen «control mental»; son mecanismos de encuadre, saliencia y movilización cuyo efecto depende de condiciones de recepción concretas.

La principal conclusión es, por tanto, doble. En la lucha por el poder, la propaganda ayudó al NSDAP a convertir crisis dispersas en una narrativa política reconocible y a sostener una organización permanentemente movilizada. En la dictadura, esa capacidad se amplificó porque la persuasión dejó de competir en condiciones abiertas y pasó a operar dentro de un sistema que restringía voces alternativas y utilizaba la coerción. La maquinaria propagandística nazi debe entenderse en esa convergencia entre discurso, organización, tecnología, violencia e instituciones. Ese enfoque permite explicar su alcance sin convertir la propaganda en una causa mágica ni a la sociedad alemana en un sujeto uniforme y pasivo.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

Bibliografía secundaria

- ALY, Götz, y Susanne Heim. *Architects of Annihilation: Auschwitz and the Logic of Destruction*. Princeton: Princeton University Press, 2002.
- AUSUBEL, David, Joseph Novak y Helen Hanesian. *Psicología educativa: un punto de vista cognoscitivo*. 2.^a ed. México: Trillas, 1983.
- BRINTON, D. G., y T. Fujimura. *The Discourse of Politics in Action: Politics as Usual*. Londres: Routledge, 2018.
- BROWN, J. A. C. *Técnicas de persuasión*. Madrid: Alianza, 1991.
- BROWNING, Christopher R. *The Path to Genocide: Essays on Launching the Final Solution*. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.
- BULLOCK, Alan. *Hitler: A Study in Tyranny*. Nueva York: Harper Perennial, 1991.
- BURLEIGH, Michael. *El Tercer Reich*. Madrid: Santillana, 2003.
- CHARAUDEAU, Patrick, y Dominique Maingueneau. *Diccionario de análisis del discurso*. Buenos Aires: Amorrortu, 2002.
- DOOB, Leonard W. *Public Opinion and Propaganda*. Nueva York: Henry Holt, 1948.
- EATWELL, Roger. *Fascism: A History*. Londres: Vintage, 1996.
- EDWARDS, Violet. *Group Leader's Guide to Propaganda Analysis*. Nueva York: Institute for Propaganda Analysis, 1938.
- ELLUL, Jacques. *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. Nueva York: Vintage Books, 1971.
- ELLUL, Jacques. *La propaganda: formación de las actitudes humanas*. Barcelona: Hacer, 2003.
- EVANS, Richard J. *The Coming of the Third Reich*. Nueva York: Penguin Press, 2004.

- EVANS, Richard J. *El Tercer Reich en el poder, 1933-1939*. Madrid: Crítica, 2006.
- EVANS, Richard J. *The Third Reich in Power, 1933-1939*. Nueva York: Penguin Press, 2005.
- FERNÁNDEZ, Antonio. *Historia del mundo contemporáneo*. Barcelona: Vicens-Vives, 1990.
- FEST, Joachim C. *Hitler*. Nueva York: Harcourt Brace Jovanovich, 1974.
- FRANCO VENE, Gian. *Yo, Hitler*. Madrid: Nueva Lente, 1983.
- FRITZSCHE, Peter. *Germans into Nazis*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1998.
- GELLATELY, Robert. *Backing Hitler: Consent and Coercion in Nazi Germany*. Oxford: Oxford University Press, 2001.
- GRAML, Hermann. *Antisemitism in the Third Reich*. Oxford: Wiley-Blackwell, 1992.
- HEIBER, Helmut. *Hitler*. Barcelona: Salvat, 1988.
- HERF, Jeffrey. *El modernismo reaccionario: tecnología, cultura y política en Weimar y el Tercer Reich*. México: Fondo de Cultura Económica, 1990.
- HERF, Jeffrey. *The Jewish Enemy: Nazi Propaganda During World War II and the Holocaust*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2010.
- HERZSTEIN, Robert. *The War That Hitler Won: The Most Infamous Propaganda Campaign in History*. Nueva York: Putnam, 1978.
- HOBSBAWM, Eric J. *Historia del siglo XX, 1914-1991*. Barcelona: Crítica, 1995.
- JÄCKEL, Eberhard. *Hitler in History*. Hanover, NH: University Press of New England, 1997.

- JOHANN, Ernst, y Jörg Junker. *Historia de la cultura alemana de los últimos cien años*. Múnich: Nymphenburger Verlagshandlung, 1970.
- JOLL, James. *Europe Since 1870: An International History*. Nueva York: Penguin, 1990.
- KERSHAW, Ian. *Hitler, 1889-1936: Hubris*. Nueva York: W. W. Norton, 1999.
- KERSHAW, Ian. *Hitler, 1936-1945: Nemesis*. Nueva York: W. W. Norton, 2000.
- KERSHAW, Ian. *Hitler: A Biography*. Nueva York: W. W. Norton, 2008.
- KERSHAW, Ian. *The «Hitler Myth»: Image and Reality in the Third Reich*. Oxford: Oxford University Press, 2001.
- KERSHAW, Ian. *The Nazi Dictatorship: Problems and Perspectives of Interpretation*. Londres: Arnold, 2001.
- KNAPP, Mark L. *La comunicación no verbal: el cuerpo y el entorno*. Barcelona: Paidós, 1988.
- LASSWELL, Harold D. «The Theory of Political Propaganda». *The American Political Science Review* 21, n.º 3 (1927): 627-631.
- LE BON, Gustave. *The Crowd: A Study of the Popular Mind*. Nueva York: Macmillan, 1895.
- LEPAGE, Jean-Denis G. *Hitler Youth: From Seduction to Destruction*. Londres: Amber Books, 2009.
- MACMILLAN, Margaret. *Peacemakers: The Paris Conference of 1919 and Its Attempt to End War*. Nueva York: Random House, 2001.
- MAESTRI, Raúl. *El nacionalsocialismo alemán*. Barcelona: Biblioteca Nueva, 1932.
- MASON, Timothy W. «La economía alemana durante la Gran Depresión». *Journal of Contemporary History* 23, n.º 1 (1988): 69-89.

- MASON, Timothy W. *Nazism, Fascism and the Working Class*. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.
- MOMMSEN, Wolfgang J. «Nationalism and Democracy». En *The Fascist Challenge and the Policy of Appeasement*, editado por Wolfgang J. Mommsen y Lothar Kettenacker, 34-35. Londres: George Allen & Unwin, 1983.
- MORAGAS, Miquel. *Sociología de la comunicación de masas: propaganda política y opinión pública*. Vol. III. Barcelona: Gustavo Gili, 1979.
- MOSSE, George L. *The Crisis of German Ideology: Intellectual Origins of the Third Reich*. Nueva York: Grosset & Dunlap, 1964.
- MOSSE, George L. *Toward the Final Solution: A History of European Racism*. Madison: University of Wisconsin Press, 1978.
- NEUMANN, Franz. *Behemoth: pensamiento y acción en el nacionalsocialismo*. México: Fondo de Cultura Económica, 1943.
- NOLTE, Ernst. *El fascismo en su época*. Barcelona: Ediciones S.A., 1967.
- PARIS, R. *Los orígenes del fascismo*. Barcelona: Península, 1976.
- PAYNE, Stanley G. *A History of Fascism, 1914-1945*. Madison: University of Wisconsin Press, 1995.
- PIZARROSO QUINTERO, Alejandro. *Historia de la propaganda*. Madrid: Eudema, 1993.
- PRATKANIS, Anthony, y Elliot Aronson. *La era de la propaganda: uso y abuso de la persuasión*. Barcelona: Paidós, 1994.
- PULZER, Peter. «The Rise of Political Anti-Semitism in Germany and Austria». En *Antisemitism: The Historical Encyclopedia of Prejudice and Persecution*, vol. 1, editado por Richard S. Levy, 137-138. Santa Barbara: ABC-CLIO, 2005.
- RICH, Norman. *Great Power Diplomacy Since 1914*. Nueva York: McGraw-Hill, 2003.

- SÁNCHEZ-GARCÍA, M. «La propaganda: conceptos, técnicas y retos». *Comunicación y Sociedad*, n.º 17 (2012): 135-159.
- SCHOTT, Georg. «In deutscher Stunde». *Die Gesellschaft* 2, n.º 7 (1925): 10-11.
- SNYDER, Timothy. *Bloodlands: Europe Between Hitler and Stalin*. Nueva York: Basic Books, 2010.
- TAYLOR, A. J. P. *The Course of German History: A Survey of the Development of German History Since 1815*. Londres: Routledge, 2001.
- TENBROCK, Robert-Hermann. *Historia de Alemania*. Múnich: Max Hueber, 1968.
- TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús. *Historia y modelos de comunicación en el siglo XX*. Barcelona: Ariel, 1992.
- TOLAND, John. *Adolf Hitler*. Nueva York: Anchor Books, 1992.
- ULLRICH, Volker. *Hitler: Ascent, 1889-1939*. Nueva York: Alfred A. Knopf, 2016.
- VILLANI, Pasquale. *La edad contemporánea, 1914-1945*. Barcelona: Ariel Historia, 1997.
- VILLANI, Pasquale. *El nacionalsocialismo*. Madrid: Cátedra, 2011.
- VIÑAS, Ángel. *La Alemania nazi y el 18 de julio*. Madrid: Alianza Universidad, 1977.
- WEBER, E. *Historia universal siglo XX*. Buenos Aires: Kapelusz, 1958.
- WEINBERG, Gerhard L. *A World at Arms: A Global History of World War II*. Cambridge: Cambridge University Press, 1995.
- WELCH, David. *Propaganda and the German Cinema, 1933-1945*. Londres: I. B. Tauris, 2011.

Fuentes primarias y documentales

Fuentes impresas y testimoniales

ECKART, Dietrich. *Bolshevism from Moses to Lenin: A Dialogue Between Adolf Hitler and Me*. Múnich: Franz Eher Nachf., 1924.

GOEBBELS, Joseph. *Diario*. Barcelona: Los Libros de Nuestro Tiempo, 1949.

HITLER, Adolf. *Mi lucha*. Barcelona: Antalbe, 1984.

PICKER, Henry. *Hitler: anatomía de un dictador. Conversaciones de sobremesa*. Madrid: Grijalbo, 1965.

ROUGEMONT, Denis de. *Diario de Alemania*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana, 1939.

Prensa y publicaciones periódicas del NSDAP

Las tres cabeceras que siguen se consignan como objeto de estudio: el libro analiza su función dentro del aparato propagandístico del NSDAP y su relación con la organización territorial del partido. Las referencias a su contenido proceden de la bibliografía secundaria y de los repositorios documentales indicados a continuación.

Der Angriff. Periódico nacionalsocialista dirigido por Joseph Goebbels. Berlín, 1927-1945.

Völkischer Beobachter. Órgano oficial del NSDAP. Múnich-Berlín, 1920-1945.

Der Stürmer. Periódico antisemita dirigido por Julius Streicher. Núremberg, 1923-1945.

Fuentes documentales y digitales

DREXLER, Anton. «Brief des Gründers an den Führer».

Bundesarchiv, Akten der Reichskanzlei 1919-1933.

https://www.bundesarchiv.de/aktenreichskanzlei/1919-1933/0000/adr/adrhl/kap1_1/para2_34.html.

DEUTSCHES HISTORISCHES MUSEUM.

«Propagandakompanien». *LeMO: Lebendiges Museum Online*.

<https://www.dhm.de/lemo/kapitel/zweiter-weltkrieg/kriegsverlauf/propagandakompanien>.

UNITED STATES HOLOCAUST MEMORIAL MUSEUM.

Holocaust Encyclopedia. Washington, D.C.

<https://encyclopedia.ushmm.org>. Artículos citados: «Julius Streicher: Biography», «Hitler Comes to Power», «Hitler's Reichstag Speech», «Nazi Propaganda and Censorship» y «Ministry of Propaganda and Public Enlightenment».