

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“EL EFECTO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA EN ALEMANIA Y ESTADOS UNIDOS DURANTE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL”

Autor: Fernández Sánchez Angélica

Tesis presentada para obtener el título de:
Licenciada en Diseño Gráfico

Nombre del asesor:
González Díaz Jairo Ramiro

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





**UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA, A.C.
FACULTAD DE DISEÑO GRÁFICO**

TESIS

**EL EFECTO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA EN ALEMANIA Y ESTADOS
UNIDOS DURANTE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL**

PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO

PRESENTA

Angélica Fernández Sánchez

ASESOR

Mtro. Jairo Ramiro González Díaz

CLAVE: 16PSU0010U

ACUERDO: LIC100842

Morelia, Michoacán.

Enero 2026

A mi familia que me ha apoyado todos estos años.

A mis padres que siempre han estado presentes.

A Jairo mi asesor que a pesar del tiempo que me tardé haciendo la tesis jamás se rindió conmigo.

Y a mis sobrinos, que sepan que hay muchas historias que escuchar y mucho más por aprender y descubrir en este mundo.

Gracias

Resumen

El presente trabajo de investigación de tesis analiza el impacto que tuvo la comunicación gráfica en Alemania y Estados Unidos durante la Segunda Guerra Mundial, a lo largo de los diferentes capítulos se abordan temas como la política y la comunicación, con la finalidad de comprender en una primera instancia cómo son gestionadas y la manera en cómo son percibidas por el público; así también, comprender desde su origen la historia misma de la Segunda Guerra Mundial, además de su énfasis en la propaganda, comunicación gráfica y visuales como herramientas estratégicas para influir en la opinión pública; usando el método cualitativo y comparativo en donde se analizan los elementos visuales usados por ambos países, en los cuales sobresalen sus objetivos políticos durante la Segunda Guerra Mundial.

El tema que se aborda es sobre la importancia y uso de los elementos visuales e iconográficos que fueron usados en la propaganda de Estados Unidos y Alemania, los cuales causaron un efecto considerable a nivel social desde una perspectiva global, ocasionando al mismo tiempo una empatía orientada a un mismo objetivo. Al observar detenidamente los carteles seleccionados como ejemplo, se podrá observar a detalle una serie de elementos específicos, desglosados para una mayor comprensión y su atribución en el resultado como imagen final. Los mensajes que se enviaron por medio de la propaganda formaron nuevas ideologías en comunidades y aportaron nuevos estilos gráficos y artísticos al mundo del diseño que son usados actualmente.

Índice

- 3. Agradecimiento
- 5. Resumen
- 11. Justificación
- 13. Planteamiento del problema
- 16. Pregunta General
- 17. Objetivos de investigación
- 18. Hipótesis
- 19. Metodología
- 152. Conclusiones
- 159. Bibliografías
- 176. Imágenes

01

23. Comunicación y Política.

- 25. Comunicación y Política
- 27. Concepto de comunicación.
- 31. Teorías críticas de la comunicación.
- 35. Las 7 tradiciones de la teoría de la comunicación de Craig con la Tipología de Burrell y Morgan.
- 39. La comunicación en masas.
- 43. Concepto de Política.
- 47. Cultura Política.
- 54. El desarrollo de la política.
- 55. Control de medios.
- 56. Relación de Medios-Gobierno.

02

- 59. Contexto y análisis de la Segunda Guerra Mundial y su propaganda.**
- 61. Contexto y análisis de la Segunda Guerra Mundial y su propaganda.
- 63. Contexto de la Segunda Guerra Mundial, casos específicos: Estados Unidos y Alemania.
- 65. Historia de la Segunda Guerra Mundial.
- 85. Contexto social y de pensamiento en la Segunda Guerra Mundial.
- 97. Antecedentes de la propaganda en Estados Unidos y Alemania.
- 101. Visión y análisis de la propaganda durante la Segunda Guerra Mundial.
- 109. Cambios aplicados a la propaganda durante la Segunda Guerra Mundial.

03

- 119. Análisis y efectos de la comunicación gráfica aplicados en la propaganda durante la Segunda Guerra Mundial**
- 121. Análisis y efectos de la comunicación gráfica aplicados en la propaganda durante la Segunda Guerra Mundial.
- 122. La comunicación gráfica en la propaganda en Estados Unidos.
- 124. Propaganda política.
- 128. Propaganda comercial y/o publicitaria.
- 132. Propaganda ideológica.
- 136. La comunicación gráfica en la propaganda en Alemania.
- 138. Propaganda política.
- 142. Propaganda comercial y/o publicitaria.
- 146. Propaganda ideológica.

Justificación

La presente investigación está dirigida a personas con gran interés en la historia, mayormente en la Segunda Guerra Mundial y la manera en cómo se manejaron los mensajes visuales y de comunicación, específicamente hablando de los carteles y propaganda de guerra, sacando a la luz información sobre aspectos que pudieran parecer irrelevantes en primera instancia, pero tuvieron una influencia sumamente importante en el resultado de la guerra. Algunos de esos aspectos desconocidos, fueron la comunicación visual y el diseño gráfico; se profundiza poco sobre estos temas y es por ello que esta investigación se enfoca en resaltarlos.

La Segunda Guerra Mundial (por sus siglas SGM) fue el detonante de grandes ideas e inventos en diferentes áreas y la comunicación gráfica no fue la excepción; debemos entender que los seres humanos somos sumamente visuales, es por ello que la propaganda fue una herramienta clave durante los años de guerra y se hacía uso de ella por medio de carteles, películas, radio, entre otros.

Los aspectos generales de la SGM son renombrados; pero la historia de dicha guerra es conocida por casi todo el mundo, se sabe cómo comenzó, porqué, dónde sucedió, qué avances tecnológicos dejó, porqué la fundación de Las Naciones Unidas (ONU), además de la importancia de las mujeres en esta guerra; sin lugar a duda lo que se pretende destacar en esta investigación es la manera en que la comunicación gráfica logró ser parte importante y esencial durante la Segunda Guerra Mundial; al igual que los carteles, la publicidad resultó ser primordial en ambos bandos durante la guerra con fines políticos, de distracción o esperanza.

En el desarrollo de esta investigación se parte de la resolución de algunas incógnitas sobre la comunicación gráfica durante tiempos de guerra en Alemania y Estados Unidos; siendo países de potencia mundial; así con el propósito de identificar los materiales gráficos, la publicidad, la propaganda Nazi, buscar información sobre aquellas personas que fueron las encargadas de la creación de diseños y difusión de mensajes por medio de la propaganda; para ello es necesario identificar las estrategias de comunicación que fueron parte importante y provocaron un gran impacto en la sociedad, elevando en muchos casos el patriotismo.

Como fue mencionado anteriormente, el conocimiento sobre este tema es mínimo y por ello es importante que se haga notorio dicho proceso comunicativo y sobre todo gráfico; por ello es importante hacer notar el cómo de esta manera la comunicación grá-

fica durante el proceso histórico antes mencionado, marcó la sociedad y los futuros sistemas de comunicación desde diferentes perspectivas; por todo lo anteriormente dicho, es importante hacer una investigación que profundice en esta área y con ello marcar un punto sobre los nuevos procesos de comunicación gráfica.

Planteamiento del problema

Para poder comenzar a hacer un análisis sobre el tema, tenemos que profundizar la historia que va de la mano en este proceso, es por ello que debemos hablar sobre la Segunda Guerra Mundial, que fue un conflicto militar, que se desarrolló entre 1939 a 1945 con la invasión de Alemania a Polonia, donde se vieron involucradas las potencias más poderosas del mundo, quienes unieron fuerzas con diferentes países, lo que ocasionó la formación de dos grupos muy fuertes los Aliados y las Potencias del Eje.

Este hecho histórico marcó de manera muy fuerte la sociedad de la época, con ello la propaganda política comienza a difundir ideas con la intención de influir en las personas, manipulando por medio de una manera psicológica a los sectores considerados clave para aumentar las fuerzas del ejército y patriotismo, debemos tomar en cuenta que Alemania y Estados Unidos fueron potencias importantes durante la Segunda Guerra Mundial; donde ambos difunden sus ideologías y miedo sobre sus adversarios. Con los carteles y la propaganda se tenía la intención de promover la guerra, informar y dar información para la sociedad, de manera importante debemos recordar que gran parte de la población que permanecía en sus casas eran mujeres y niños.

Para esta investigación, el diseño en la comunicación política es un punto esencial ya que fue de las más importantes durante la guerra apoyándose en el área cinematográfica, representando el conflicto que surgía en el extranjero o mostrando lo que los países querían que la gente pensara de esta manera; la propaganda estuvo enfocada en influir y convencer al pueblo de que la guerra era una solución correcta para el problema mundial que se presentaba.

En Alemania, el ejército nazi, bajo el cargo del Ministro de Propaganda Joseph Goebbels, realizó un estudio y planeación para el uso de la propaganda ante millones de alemanes, para de esta manera provocar una empatía y apoyo a la causa; las principales temáticas eran los conflictos presentes y la idea de los antisemitas; actos ya familiarizados en Alemania cabe mencionar, puesto que las propagandas que llegaban a utilizar eran variadas, como las impresiones de tiras cómicas en los periódicos, donde las caricaturas incitaban en la población el odio racial ante los judíos.

Los mensajes alemanes eran comunicados por medio de prensa, radio, el arte, la cinematografía entre otros, lo que permitía una mayor difusión de los mismos; dentro de esta línea de comunicación aparece Joseph Goebbels quien es conocido como el padre de la propaganda nazi y el responsable del Ministerio de Educación Popular y Pro-

paganda, teniendo como sobrenombre la “*encarnación del mal*” ya que sus trabajos de propaganda para el nazismo eran considerados cínicos y manipuladores; el principal aporte de Goebbels en el proceso de guerra fueron Los 11 principios de la propaganda nazi.

A diferencia de Alemania, en Estados Unidos el objetivo de su propaganda era cubrir las necesidades sociales, entre éstas poder obtener la empatía del pueblo americano en varios sectores y al mismo tiempo obtener un incremento en el reclutamiento militar; además se puede observar cómo las mujeres fueron reclutadas para ocupar los lugares de mayor importancia en empresas esenciales para la guerra, tales como ensambladoras de armas, tanques y coches de guerra, al igual que en las construcciones, puestos anteriormente ocupados por los hombres que ahora se encontraban en el frente; así mismo la propaganda Norteamericana realizó cambios en las películas y animaciones volviéndose una parte clave para la propaganda durante la guerra. Un dato interesante sobre los carteles en Estados Unidos es que posterior al ataque de Japón a Pearl Harbor, reaparecieron los carteles del “Tío Sam”, que habían sido usados durante la Primera Guerra Mundial.

Al comienzo de la guerra, algunos países como Alemania, Italia, Reino Unido y la Unión Soviética tenían diferentes objetivos que querían alcanzar, por lo que, por medio de la propaganda expusieron sus puntos claves en los que estaban enfocados, que se pueden resumir en la motivación a sus ejércitos y trabajadores y causar temor a sus enemigos, logrando que la propaganda política afectará a los países de diversas maneras, creando un resentimiento y odio racial conforme iban pasando los días y los años; llegando así al punto de obligar a gran parte de los países a elegir un bando ya fueran Capitalistas o Socialistas, Aliados o Potencias del Eje.

Entre los años 1939-1945, la propaganda y los carteles fueron encargados por los mismos gobiernos a diseñadores jóvenes quienes tenían una visión más moderna en esa época, dando como resultado un mensaje fuerte, directo y eficaz, favoreciendo así la situación bélica del momento; aunque los carteles de la SGM era similares a los de la Primera Guerra Mundial (PGM), estos jóvenes diseñadores lograron reflejar en ellos el mensaje que el gobierno pretendía, creando diseños polémicos, creativos y únicos.

Al inicio de la guerra, la comunidad cinematográfica de Hollywood se encontraba en un punto neutro ante la situación que se desarrollaba en Europa, pero al integrarse EUA en 1941, comenzaron a intervenir en la opinión pública con la aplicación de la propaganda de guerra, de manera ingeniosa por medio de carteles y medios de comunicación existentes, sobre todo cuando aparece la Oficina de Información de Guerra. Otra forma

de intervenir era a través del cine bélico, debido a que este mostraba el heroísmo por medio de epopeyas colectivas que proporcionaban una justificación de los hechos de la guerra, ejemplo de ello fueron Walt Disney quien produjo una cantidad de cortos en donde le mostraban a la gente los males del nazismo; Charles Chaplin no se quedó atrás, pues con su obra *El Gran Dictador* logró difundir odio hacia las fuerzas del Eje.

Alemania por su lado tenía también su propaganda cinematográfica nazi encabezada por Leni Riefenstahl; considerada como una genio del cine mundial; reclutada en 1933 por el Ministro de Propaganda después de cautivar con su talento a Hitler, realizó varios documentales donde mostraba el lado político y comercial de Alemania, realizando un sin número de filmaciones, como el documental *El triunfo de la voluntad* de 1935, al que Hitler consideró como arte, ya que en él se mostraba el evento de propaganda más grande en su momento: *El congreso de Núremberg*. Como resultado, fue vista en gran parte del mundo causando incertidumbre.

Fritz Hippler fue un cineasta Alemán y Director del departamento de cine en el Ministerio de Propaganda de la Alemania nazi, siendo Goebbels su jefe, dirigió *El eterno judío* (1940) en Versovia; donde se mostraba que el defenderse agresivamente de los judíos estaba bien, Javier Bilbao (2013) cita en su artículo *La propaganda de Goebbels durante la Segunda Guerra Mundial* “...en los inicios de la guerra que vivimos, el pueblo judío no calculó bien las fuerzas de las que disponía y ahora sufre un proceso de exterminación gradual que iba dirigido a nosotros...” de esta manera podemos ver el repudio que se tenía hacia ellos, ya que se les veía como enemigos. No dejemos de lado la música que fue clave para los actos propagandísticos alemanes como fondo sonoro, las melodías de Bruckner o Wagner fueron usadas sabiamente para engrandecer a su séquito.

Goebbels decía “Una mentira repetida mil veces se transformaba en una verdad”, que en otras palabras se podría comprender como la idea que Hitler y el gobierno nazi crearon sobre el empoderamiento de naciones y el control de las razas alemanas puras, repitiéndolo una y otra vez ante un pueblo cuya realidad, sin importar que el mundo fuera de lo considerara un acto inhumano, esta acción era la solución adecuada, puesto que lo consideraban su verdad absoluta, conocer acerca de la influencia de la Segunda Guerra Mundial en la comunicación gráfica actual es de gran valor puesto que así podemos comprender con mayor exactitud de dónde proviene todo aquello que hoy en día sabemos y usamos los diseñadores en el ámbito laboral.

Pregunta General

¿Cuáles fueron los efectos de la comunicación gráfica en Alemania y Estados Unidos durante la Segunda Guerra Mundial?

Preguntas Específicas

¿Qué es la política y la comunicación y a partir de cuándo se remontan estos conceptos?

¿Qué tipo de comunicación gráfica era usada en Alemania y Estados Unidos durante la segunda guerra mundial?

¿Cuáles son los elementos comunes en las publicidades?

¿Cuál fue el desarrollo de propaganda y sus principales exponentes?

¿En qué estilo artístico se basaban los diseñadores?

¿Cómo influyó la comunicación gráfica desde la post-guerra hasta la actualidad?

Objetivos de investigación

General

Exponer y analizar los efectos de la comunicación gráfica durante la Segunda Guerra Mundial en Alemania y Estados Unidos y las repercusiones posteriores de su uso.

Objetivos Específicos

1. *Investigar y analizar sobre dos conceptos primordiales en la investigación, la política y la comunicación, partiendo desde una perspectiva histórica.*
2. *Analizar el contexto del análisis de la Segunda Guerra Mundial y el tipo de comunicación gráfica que era usado en Estados Unidos y Alemania, como casos específicos.*
3. *Analizar comparativamente los elementos usados en las propagandas de Estados Unidos y Alemania.*
4. *Analizar los cambios en la comunicación gráfica durante la Segunda Guerra Mundial y mostrar el trabajo de sus principales exponentes en Estados Unidos y Alemania.*
5. *Indagar sobre los estilos artísticos usados en la comunicación gráfica durante la Segunda Guerra Mundial para su estudio.*
6. *Realizar un análisis sobre la influencia de la comunicación gráfica desde la post-guerra hasta la actualidad.*

Hipótesis

La comunicación gráfica durante la Segunda Guerra Mundial desempeñó un papel fundamental en el aumento del patriotismo y en la consolidación de valores nacionales, mientras fomentaba actitudes de odio racial hacia los adversarios.

El diseño y los mensajes de los carteles propagandísticos influyeron directamente en la percepción de la población hacia el enemigo, generando estereotipos negativos y promoviendo el odio racial. Además de que el uso de elementos conceptuales comunes en la propaganda gráfica de los países participantes permitió establecer una narrativa visual que facilitó la movilización social y la aceptación de políticas bélicas.

La innovación en las técnicas gráficas y los mensajes propagandísticos marcó un precedente para el desarrollo futuro de la comunicación visual en contextos de conflicto. No debemos perder de vista que las diferencias en los estilos gráficos y narrativos de cada país reflejan las particularidades culturales y políticas de cada nación, adaptando la comunicación gráfica a sus propios objetivos bélicos.

La eficacia de la propaganda gráfica en aumentar el patriotismo fue mayor en países con una fuerte tradición visual y artística, en comparación con aquellos que dependían más de mensajes verbales o escritos, además de que la repetición de mensajes visuales en medios propagandísticos contribuyó más al impacto emocional que al racional en las audiencias. El impacto de la propaganda gráfica no fue homogéneo en todas las regiones, sino que varió dependiendo del nivel de alfabetización visual de la población.

Metodología

Investigación cualitativa

La investigación cualitativa recopila y analiza datos no numéricos para comprender conceptos, opiniones o experiencias, así como experiencias vividas; por esta razón los resultados se expresan en palabras. Es una técnica que se emplea en áreas antropológicas, sociológicas o históricas; ayudando a obtener una mejor comprensión, así mismo es útil para explorar hechos ocurridos en el pasado, comprendiendo el cómo y el porqué de los sucesos y cómo interpretarlos.

El enfoque de la investigación se compone a partir del método cualitativo es aquel que revela cuáles son las propiedades y características específicas de algo, así como su valor distintivo. Es un tipo de procedimiento donde se recopila información en el área de ciencias sociales. Recoge discurso o técnicas distintas como la encuesta, entrevistas o técnicas de observación sobre un tema específico; para luego enfocarse en los aspectos culturales de los resultados. Como Taylor y Bogdan (1984) dijo ... *el método plantea comprender lo que la gente piensa y dice...* . Con ello se entiende que el método es la manera en la que se realiza un proceso, por lo que se tiene como objetivo encontrar una manera de percibir la forma de pensar de la sociedad. De todas las herramientas y técnicas cualitativas que nos ofrecen, las que se estarán usando dentro de esta investigación son las siguientes:

Observación: El investigador toma notas acerca del comportamiento o actividades de los individuos, es por ello que hacemos uso de este método para conocer los contextos de cada uno de los involucrados (Santander Universidades, 2021).

Análisis de documentos: Suelen utilizarse fotografías, arte, videos, páginas web para su análisis o comparación. También se consultan documentos públicos como periódicos, reportes oficiales o documentos privados. En el caso de esta investigación son parte fundamental por ello es que se hace uso de esta herramienta metodológica (Santander Universidades, 2021).

El **método Histórico comparativo** consiste en establecer la semejanza de dichos fenómenos y su parentesco u origen en común. Se toma como punto la comparación de elementos antiquísimos y la partida del restablecimiento, en este método los historiadores usan fuentes primarias y otras pruebas históricas para su investigación (Rossental. Iudin. 1965), se va de lo particular a lo general enfatizando en la cronología.

Bibliográfico: El método bibliográfico es una técnica útil para la búsqueda, localización y obtención de información útil para el contenido pertinente a la investigación. El método bibliográfico tiene dos alternativas. 1. Inmediata, misma que cuenta con a). La simple que consiste en la búsqueda de información específica la cual con una búsqueda concreta en cualquier fuente de información bibliográfica y se puede resolver. Y b). La Compleja que se necesita buscar información en específico y tiene que hacerse consulta en más de una fuente para obtener una respuesta. 2. Amplia, de carácter general. a). Con fines de investigación general, ayuda a obtener el material necesario para poder realizar una investigación más amplia sobre algún tema. b). Para bibliografías: Esta investigación es utilizada para elaborar un listado de obras o material de aspectos variados.

Analítico: Este método se encarga de dividir o separar en varias partes aquello que se está estudiando para así poder observar causas y efectos de manera individual. José Ferrater Mora menciona en su Diccionario de Filosofía que la separación puede ser real o conceptual (o con subconceptual). El método consiste en observar y analizar un objeto o hecho en específico para conocer su esencia, comprender el comportamiento y poder así establecer nuevas teorías.

Comparativo: por medio de este método se puede desarrollar la clasificación de diversas sociedades u otros objetos. El método comparativo identifica dos o más fenómenos de estudio similar; con el fin de estudiar sus vínculos, semejanzas o diferencias para así plantear respuestas o soluciones.

Este método utiliza los siguientes pasos:

- Investigación de semejanzas y diferencias de un objeto de estudio.
- Observación de regularidades
- Interpretación de la diversidad, a través de la comprobación de hipótesis
- Explicación de las relaciones causales que permiten la generación de teorías, o bien brinda elementos para refutarlas.

Estos métodos nos ayudan a crear una base clara de lo que se necesita para poder proceder a realizar la investigación correspondiente y concisa.

Capítulo . 1



COMUNICACIÓN Y POLÍTICA

“Tonto el que cree que haciendo la misma acción una y otra vez obtendrá un resultado diferente”

1. COMUNICACIÓN Y POLITICA

En este capítulo nos centraremos en comprender el término de comunicación en sus diversas interpretaciones para poder entender los mensajes, sus elementos y la estructura de un mensaje; además, analizaremos algunas teorías sobre la comunicación; la manera en cómo fue implementada para las masas en diferentes procesos históricos. De igual manera conoceremos el concepto de política, qué hace referencia la cultura política, cómo se maneja la política en los países de relevancia para la investigación y su correlación con la sociedad.

Con ello pretendemos hacer una investigación y análisis del origen de ambas ideas, nos permitirá conocer con mayor amplitud los puntos claves para poder conseguir un mensaje en masa útil y con resultados favorables.

1.1 Concepto de Comunicación

La comunicación se puede definir como la acción consciente del intercambio de información entre dos o más individuos u organizaciones mediante el uso de señas, símbolos o reglas previamente establecidas (Lasswell, 1985), también se puede conceptualizar como un proceso activo que genera un cambio progresivo en la existencia y los comportamientos de un sistema (Lasswell, 1985).

La comunicación es estudiada de una manera más sistemática como parte de la teoría de la comunicación en la cual, se reconoce como el objetivo principal. (Martín, 2008). Como seres humanos es esencial comunicarnos; tanto comunicar como ser comunicados; en general, la comunicación es un proceso llevado a cabo entre dos partes: un emisor y un receptor. El principal objetivo al comunicarnos es transmitir un mensaje específico, el cual es enviado por el emisor a través de algún canal de comunicación, para después ser analizado por el receptor e interpretar su significado adecuadamente.

En mayor medida, la comunicación está determinada por los significados o interpretaciones que les damos a los mensajes quienes los recibimos, haciendo un gran énfasis en el uso del lenguaje por medio de estos significados (Mora, 1999, p.14). El entorno cultural es imprescindible para la comunicación ya que nos permite identificar las costumbres, tradiciones, bienes materiales e inmateriales, costumbres generacionales y la relación que se tiene con la educación, todos estos elementos toman sentido con las acciones del pasado y/o presente que constituyen al hombre. Cuando se establece el entorno cultural es posible emitir un mensaje para persuadir, convencer o educar al receptor.

Existen dos tipos de características inherentes en un entorno cultural (Yáñez, 2013):

1. De las masas, que son todos aquellos que reciben el mismo mensaje, sus ideas o gustos son iguales a gran escala.
2. De la élite, que es la minoría de individuos que coinciden en no coincidir con otros; sus gustos son muy específicos.

Ahora, para entender con más detalle la comunicación, necesitamos explorar algunos de los elementos más importantes que permiten que esta exista o sea adecuada, sin embargo, nos enfocaremos en aquéllos que son usados en este trabajo. Describiremos dichos elementos siguiendo la base de la comunicación establecida por Aristóteles, los cuales son los siguientes:

Contexto	Medio en el que se entiende el mensaje.
Situación	La circunstancia que rodea el mensaje.
Fuente	Es el origen de donde surge la información.
Emisor	Es quien divulga el mensaje.
Canal	Por donde viaja el mensaje.
Medio	<i>Instrumento que se utiliza para transmitir.</i>
Ruido	Interfiere en las señales del proceso.
Receptor	Traduce las señales emitidas.
Destinatario	La persona que recibe el mensaje.
Referente	Sobre lo que trata el mensaje.
Codificación	El emisor formaliza el mensaje de tal forma que se entienda.
Decodificación	Las personas (destinatario) interpretan personalmente el mensaje.
Código	Signo y regla que compone el mensaje.
Mensaje	Es todo el conjunto de los puntos anteriores.

Tabla 1. Elaboración propia de Yáñez (2013). "Elementos de la comunicación".

Cada uno de estos elementos son parte fundamental para la creación de la conversación, sin ellos no se podría formar los enlaces que nos ayudan. Para una interacción entre personas el lenguaje es una pieza clave ya que sin él es difícil si no imposible tal interacción (Yáñez, 2013). Existen diferentes tipos de lenguajes clasificados principalmente en los siguientes grupos:

El lenguaje gráfico, en el cual se plasman signos en un espacio visual como carteles, fotografía, etc.

El lenguaje fónico que es la creación de sonidos como lo es la música.

El lenguaje cinético se basa en el comportamiento o movimiento corporal, este se aprecia en el teatro, documentales, etc.

Todos los signos tienen una interpretación visual. Citando a Aristóteles “el signo es algo que representa a otra cosa”, Estos signos se distinguen de acuerdo a las siguientes características:

- **Señales/indicios:** Siempre tiene un significado detrás para ser comprendido.
- **Iconos:** Representan algo de manera figurativa.
- **Símbolos:** Palabras o trazos interpretados de acuerdo a la semántica del lenguaje.

El idioma es un sistema de signos utilizado tanto en comunidades como globalmente con sus respectivas reglas. Se puede categorizar en dos niveles (Yáñez, 2013), el nivel lengua que es dado por la gramática del idioma y el nivel habla que es la ejecución del mismo. En la comunicación se necesita de ciertas funciones lingüísticas, clasificadas por Roman Jakobson y citadas por Yáñez (2013) como:

- **Referencial:** Es medible la información que se envía y recibe; a esta se le puede asignar un sentido.
- **Emotiva:** Existe una relación entre el emisor y el mensaje; ya que este lo que transmite es una emoción con un grado de manipulación.
- **Apelativa o persuasiva:** El mensaje contiene información para tener una respuesta en particular del receptor.
- **Metalingüística:** El mensaje comunica al mismo tiempo sirve de objeto de estudio.
- **Función fática:** Inicia, mantiene o finaliza una conversación. No hay información.
- **Poética:** Embellece los mensajes de una forma literaria o retórica.

Finalmente, existen dos tipos de comunicaciones: verbales y no verbales. Cada una cuenta sus respectivas divisiones. La comunicación **verbal** puede ser persuasiva, académica, masiva u organizacional.

1. **Persuasiva:** se enfoca en persuadir, como lo dice su nombre, a las personas por medio de propagandas y publicidades.
2. **Académica/pedagógica:** transmite y enseña información con conocimiento.
3. **Masiva:** se envía un mensaje a un amplio número de personas como el diseño comunicacional.
4. **Organizacional:** los mensajes están en un sistema, son creativos, divulgan y evalúan los mensajes.

Yañaz menciona que en la comunicación **no verbal** Paul Ekman y Wallace Friesen lo describen como el mensaje que es enviado por medio del lenguaje corporal ya que influye directamente en las acciones que se realizan en el día a día de las personas por lo que lo clasifican en cinco partes (en Yañaz, 2008, p. 29).

1. **Emblemas:** se pueden traducir en una palabra o frase, dependiendo la cultura o puede ser universal.
2. **Ilustradores:** son movimientos realizados con los brazos y/o manos. Hay movimientos diferentes con significados diferentes.
3. **Reguladores:** estos indican cuando se habla o escucha de una persona.
4. **Adaptadores:** los sentimientos y necesidades se relacionan para controlar las emociones.
5. **Afecto:** se muestran en las expresiones faciales y corporales para expresar algo.

La comunicación necesita cada uno de estos elementos para formar lo que hoy en día conocemos y usamos cotidianamente, en consecuencia siendo uno de los métodos más usados por los emisores, en este caso vendría siendo las marcas, personajes, comunidades, asociaciones, entre otros los que mandan el mensaje al destinatario así como lo son las publicidades, promociones, carteles, películas, etc; cada uno de estos mensajes son, lo que se le quiere mostrar al público pudiendo comenzar a segmentar las masas que se crean a partir de los efectos de estos; punto que luego en otro momento.

1.2 Teorías críticas de comunicación.

Podemos encontrar que la Teoría Crítica se encuentra dividida en dos partes; un significado general y uno específico; esto comprende los procesos de investigación de la comunicación. Carrasco (2015) menciona que “el papel fundamental de la teoría crítica en el origen de la investigación comunicativa es el lugar común reconocido por la comunidad de la investigación” (p. 2590). En mayor medida este es el enlace conceptual capaz de interpretar la totalidad que se representa en la realidad social definiéndose como el concepto existente en la realidad social sin ser está limitada en un hecho.

La Teoría Crítica sostiene una posición a la par con la filosofía; aquí ambas son principios dominantes en las corrientes del positivismo y el neopositivismo como lo es también en las ciencias naturales como lo puede ser la sociología. Estas corrientes juntas crean la base para el dominio de la comunicación. Podemos encontrar a continuación citas de autores de donde su definición y análisis acerca de la Teoría Crítica nos comienzan a entablar un camino con criterio. (Fuchs, 2009). Citando a Karl Marx *“la teoría es capaz de coincidir las masas en cuanto muestre ad hominem; y esté tan pronto como se convierte en radical [...]”* (Brighton, 2023). El *ad hominem* se refiere al razonamiento de opiniones o actos de una persona a otra con la intención de convencer.

Rainer Forst nos define la Teoría Crítica *“como teoría de los factores, la Teoría Crítica argumenta en favor de la cohesividad de una esfera de integración comunicativa, así como a favor de la realización de la posibilidad de un discurso social y político [...]”*. Por otra parte Lazarsfeld a partir de las metodologías que existen en el grupo de la comunicación; crea una distinción entre lo que es la Teoría Crítica y la administrativa. Así mismo Fred Rush analiza la Teoría Crítica como “el análisis de la dominación e inequidad para favorecer el cambio social” (Rush, 2004). En cambio David Held sostiene que *“los teóricos pretenden establecer una sociedad libre y hacer patentes los obstáculos para su desarrollo”*, pero también podemos encontrar que *“la Teoría Crítica está determinada por la investigación multidisciplinaria combinada con el intento de construir una teoría social”* descrito por Douglas Kellner (1989).

Por último mencionaremos que Alvesson y Deetz describen la teoría como “los estudios críticos como la ruptura con la dominación que a la vez impulsa a liberarse de ella; interrumpe la realidad social [...]”. (Fuchs, 2009). Ahora con toda la amplia definición acerca de lo que es la Teoría Crítica, podremos manejar un criterio amplio y con una mayor comprensión los puntos ya vistos de tal manera que podemos determinar a la Teoría Crítica como el razonamiento de una persona al ser crítico ante una acción comu-

nicativa opinando ampliamente en una sociedad.

De igual manera encontraremos una variación de teorías, cada una con su explicación:

Teoría Clásica: Es piramidal unidireccional, ya que tiene poco interés en la retroalimentación. Esta surge de la influencia de la teoría matemática de Shannon y Weaver (Yáñez, 2013).

Enfocándose en la estructura y el buen funcionamiento de una organización haciéndolo más eficiente.

Teoría Humanista: Su comunicación es horizontal, tiene un enfoque social interpersonal basándose en el intercambio que existe en una comunicación abierta permitiendo el flujo de la información en una variación de canales.

Teoría de Sistemas: Se enfoca en ambas perspectivas, en la clásica y la humanista, es decir, en la funcionalidad eficiente que existe en una organización como en el flujo de mensajes comunicacionales que tiene la estructural. Ambos se juntan para crear un orden.

Teoría Contingente: Cuando la empresa tiene algún tipo de crisis, puede afectar el entorno y al público externo o puede pasar al contrario, es decir, como puede ser la una posibilidad o un riesgo ante el suceso de una cosa; se encuentra en un movimiento constante con modificaciones. Esta fue realizada por Burns y Stalker (1961), luego analizada por Woodward (1965) y finaliza con Lawrence y Lorsch (1967).

Teoría Hipodérmica: Tiene la capacidad de intervenir o manipular a las personas por medio de los medios, es básicamente metafórico e impresionista. Por consiguiente, esta teoría nos demuestra que se enfoca en favorecer los aspectos envolventes en la sociedad.

De modo similar Max Horkheimer sostiene que la Teoría Crítica es una mejora para la sociedad mencionando que *“En el interés de una sociedad futura organizada racionalmente”* (Kaos, 2012, p.11). En 1937 lo nombra Teoría Crítica donde sujeta que es un elemento subvertido del mismo proceso; igualmente lo describe como *“la tematización de un contexto amplio o mejor descrito como el presupuesto general de una teoría”* representando el interés de la sociedad existente. Así mismo Horkheimer señala una serie de características donde analiza e identifica a la teoría:

Totalidad: Lo describe como *“la tematización de un contexto amplio o mejor descrito como el presupuesto general de una teoría”* (Horkheimer, 1937 p.258). Esta une y representa aquel interés de las imágenes de una sociedad existente.

Dialéctica: Es el método que permite describir la realidad de una idea de la sociedad “racional” como pensamiento materialista. No tienen una identidad entre sujeto y objeto siendo así una crítica.

Materialismo: Se entiende que tiene su origen en la materia y posiblemente en los elementos que conforman la estructura social la cual está conformada por elementos que conocemos como filosofía, moral, entre otros. Sin embargo Horkheimer también se enfrenta al materialismo ilustrado y el marxista rechazando el optimismo de ambos.

Conocimiento e interés: Este es mencionado como un juego de dirección y sin reflexión ya que el sujeto llega a partir de la realidad histórico-social. No obstante Kant y Hegel hacen el intento de unir al sujeto con el objetivo de interesar con algo en particular.

Crítica de la ilustración: Como un ilustrado, Horkheimer pretendía introducir la razón en la historia y en la sociedad; donde, citando a Bretones, menciona **Es el alegato en favor de la función manipulativa de los medios**” (Sánchez, 2008).

Por consiguiente, cada una de estas características ya mencionadas compone a la persona, como pieza de rompecabezas; la conducta, razonamiento, interés, verdad, historia, racionalidad y el formar parte de una sociedad. La historia y la sociedad tendrían que ser comprendidas como el interés que logra mover a las personas y por consiguiente la ciencia, haciéndolas un total de todo. Por esta razón es que la Teoría Crítica es considerada un tipo de filosofía social porque engloba a todo ser humano existente pero igualmente construye una sociedad racional.

1.2.1 Las 7 tradiciones de la comunicación de Craig con la tipología de Burrell y Morgan.

En el desarrollo de este punto conoceremos a los autores que dieron pie a una de las teorías en la comunicación junto con sus contribuciones y acto seguido analizaremos su teoría, para comenzar podemos nombrar a Robert T. Craig (nacido en 1947, NY) que es un especialista en teorías y filosofía de la comunicación, es un académico notable de la Asociación Nacional de la Comunicación y de la Comunicación Internacional Asociación (ICA) por sus siglas en inglés. Ha realizado publicaciones en revistas y libros académicos (University of Colorado Boulder). Gibson Burrell (nacido en 1948, UK) es un sociólogo y teórico británico; profesor de teoría en la Universidad de Leicester. Ganador del premio bienal Joanne Martin “Traiblazer” de la división OMT de la Academia Estadunidense de Administración 2014 por su contribución en el área. (University of Leicester).

Gareth Morgan (nacido en 1943, UK) es un teórico organizacional británico/canadiense, profesor en la Universidad de York en Toronto. Morgan fue el creador de la metáfora organizacional; Burrell y Morgan, co-crearon el libro “Sociological Paradigms and Organizational Analysis” en 1979 Craig, citado por Algarra, (2008), señala siete tradiciones que encuentra en la Teoría Crítica de la comunicación, las cuales mencionaremos a continuación:

1. **Retórica:** Es la práctica del discurso en la comunicación.
2. **Semiótica:** Se ocupa de la transferencia de significados a signos en la comunicación.
3. **Fenomenología:** Tiene una relación con el diálogo junto con la experiencia de la alteridad.
4. **Cibernética:** Es la forma en la que se procesa la información obtenida en la comunicación y la investigación. También es flexible y versátil.
5. **Socio-psicológica:** Es la parte que estudia la comunicación y los efectos psicológicos sociales teniendo una aproximación certera a la realidad.
6. **Sociocultural:** Centrado en los efectos de la comunicación sobre todo en los que se encuentran en la comunicación en masas.
7. **Crítica:** Tiene una relación con la sociocultural, ambos alcanzan la verdad por medio de preguntas las cuales crean una reflexión crítica.

Del mismo modo Burrell y Morgan (Fuchs. 2009) hacen una distinción entre lo que es el sujeto y objeto así mismo con la diferencia de continuidad y discontinuidad.

Humanismo Radical: subjetivo/cambio radical.

Estructuralismo Radical: objetivo/cambio radical.

Sociología Interpretativa: subjetiva/continuista.

Funcionalismo: objetivo/continuista.

Para poder comprender la teoría de Burrell y Morgan podemos referirnos al *Objetivo* como aquello donde el propio objeto obtiene una opinión individual siendo comparada con otro. Así mismo el Subjetivo se enfoca en el sujeto el cual ha de depender de algún otro complemento creándose así un valor.

Estos 4 diferentes puntos son un tipo de diferenciador ante las clasificaciones que conforman la teoría social también; siendo así las tipologías mencionadas. En la tabla 2 Fuchs (2009) nos muestra el resultado de la fusión de ambas teorías y su relación.

TIPO DE PLANTEAMIENTO (TEORÍA DE CRAIG)	CONCEPTO ESTABLECIDO	SUBJETIVO/OBJETIVO (TEORÍA DE BURRELL Y MORGAN)
Retórico	El parte práctico del discurso	Subjetivo
Semiótico	Medición intersubjetiva mediante signos	Objetivo
Fenomenológico	Experiencia de la alteridad; diálogo	Subjetivo
Cibernético	Procesamiento de información	Objetivo
Socio-psicológico	Expresión, interacción, conducta en situaciones de comunicación	Subjetivo

TIPO DE PLANTEAMIENTO (TEORÍA DE CRAIG)	CONCEPTO ESTABLECIDO	SUBJETIVO/OBJETIVO (TEORÍA DE BURRELL Y MORGAN)
Socio-cultural	Proceso simbólico que reproduce patrones socioculturales compartidos	Objetivo
Crítico	Reflexión discursiva	Subjetivo/Objetivo

Tabla 2. Elaboración personal retomada de Fuchs (2009). "Tabla comparativa de Burrell y Morgan",

Se puede observar como el análisis de ambas teorías crea un cambio significativo pero incluso se puede encontrar una comunicación adecuada para la respectiva sociedad. Ambas son usadas internamente para el estudio de la sociedad y así poder comenzar a crear herramientas de comunicación, a partir de estas se elaboran los mensajes diseñados específicamente para un grupo de masas en específico logrando así una respuesta positiva. Podremos encontrar algunos otros teóricos como Anthony Giddens que encuentra una dificultad en lo que es el objetivismo y subjetivismo como problema central de la teoría social. (Fuchs, 2008).

1.2.2 La comunicación en masas.

Lazarsfeld (1997) nos dice que los medios masivos de comunicación (o de masas como también se le conoce) tienen la función social de ser la base de interés y/o poder. Estos grupos no solo están encargados de controlar sino también de manipular al público mediante el uso de propaganda en lugar de solo usar las alternativas directas y controladas, más aún este es un punto que tocaré en un capítulo más adelante y a detalle.

Los medios de comunicación en masas llegan a una cantidad aproximada de 70 millones de espectadores en un día y eso puede ser solo por un medio, como el cine o la radio u otros. En mayor medida Lasswell (1985), explica que para que una persona pueda formar parte de un grupo en masa lo único que se necesita es tener una referencia en común así como puede ser que una persona que ya forme parte de alguna masa puede ser un público de algo más reducido. Lasswell (1985, p.2) categoriza en tres especialidades los procesos para examinar los procesos que se manejan en la comunidad.

- **Especialización 1:** Grupo que vigila un entorno político como un todo, refiriéndose a la existencia de los medios en la sociedad.
- **Especialización 2:** Enlaza las respuestas del entorno al espacio para así considerar los aspectos problemáticos que pueden surgir.
- **Especialización 3:** Transmite ciertas normas de las respuestas de viejos a jóvenes.

Resumiendo un poco, el 1 se encarga de analizar al público, sus gustos, todo lo que lo conforma a través de los medios para así saber hacia que reaccionan. El 2, una vez que tiene ya determinado los resultados puede considerar tomar en cuenta que problemas pueden aparecer y poder controlarlos. El punto 3 determina por medio de análisis los diferentes resultados que se pueden obtener de cualquiera que sea el público siendo así este el proceso que se lleva a cabo para el estudio de las posibles personas.

Conforme uno se va involucrando más en los medios masivos se comienza a detectar los pros y contras, los gustos estéticos de estos mismos pueden temer que la comunicación proporcione algún gusto vulgarizado y se cree un daño. Sin embargo estos pueden ir atrayendo del público a considerar cuando se comienza a obtener el efecto en la cultura popular social deseada.

La comunicación masiva tiene un emisor, sin embargo, su receptor puede ser hasta más de 8 veces el doble de lo que sería si solo fuera mandado a uno, es por esto que se denomina masivo; por la cantidad excedente de receptores al que se puede llegar. Si bien estos son enviados por medios públicos. Martínez (2009) requiere que Robert Merton afirma que toda actividad es realizada con el propósito de alcanzar un objetivo a los cuales determina como consecuencias ya sean positivas, funcionales o negativas (Martínez, 2009). Luego de que Harold Lasswell y Charles Wright en sus respectivos años analizaron la teoría que tenía Merton, llegaron a la conclusión de que existían 4 objetivos importantes a considerar (Martínez, 2009):

1. La **manipulación de la información:** enfocado en la información recolectada de los sucesos.
2. **Conformidad de las respuestas de la sociedad con el ambiente**
3. **Transmisión de la herencia sociocultural:** este tiene como encargo que los valores, normas sociales y culturales sean llegadas a través de los medios.
4. **Entretenimiento:** son aquellas interacciones que las personas realizan como diversión donde podemos encontrar el teatro, cine, juegos, etc.

A todo esto Lazarsfeld (1977), analiza las funciones sociales que existen en los medios:

- **Función Conferidora de Status:** Los medios adjudican status a personas, movimientos, sociales, algún suceso público, individuos o grupos, ya sea por experiencia o simplemente por un acontecimiento. Esto es común que pase en la prensa, radio, revistas, televisión, redes sociales.

No se es lo bastante importante como para haber sido distinguido entre las vastas masas anónimas. – Lazarsfeld, 1977.

- **Imposición de Normas Sociales:** Los medios incentivan a la sociedad con situaciones que contradicen la moralidad pública con el objetivo principal de conocer la amplitud de desviarse a que la publicidad cause una presión moral.
- **Función Narcotizante:** Tiene varias formas de ser aplicada; teniendo el poder de ser utilizados en intereses especiales o en generales, en cierto modo es la parte disfuncional de los medios, como ejemplo lo podemos ver en Estados Unidos cuando la gente que le dedica más tiempo a los productos que aparecen en los medios masivos.

Comenzamos a comprender que los medios masivos son una herramienta para hacer llegar a públicos enormes una información, pero determinar el número exacto de la can-

tividad de personas a las que la información fue transmitida, está muy por debajo de ser preciso, sin embargo, su función social de transmitir es espectacular (Lazarsfeld. 1977).

Citando a Bretones (2008, p.4), *Los medios son efectivos en las comunicaciones en masas y sus efectos que producen socialmente*. En este orden de ideas podemos comenzar a comprender sobre el manejo de la comunicación en masas, las teorías que forman la base psicológica y la gran capacidad que tiene la comunicación para dar a conocer información de sus diversos medios con un resultado predeterminado ya esperado. En la actualidad, hoy siglo XXI los seres humanos nos enteramos de cualquier acontecimiento sucedido en alguna parte del mundo gracias a los mensajes enviados por los medios de comunicación los cuales nos informan; si no fuera por estos la comunicación masiva no obtendría su nombre.

1.3 Concepto de Política

Hablar de política desde una perspectiva general, es establecer un diálogo controversial como puede ser la situación política de un país o de varios a nivel mundial, como la problemática de los inmigrantes buscando refugio en otro país o el tráfico de armas e incluso la trata de blancas. Existen en muchas ocasiones problemas políticos que conllevan al punto de un enfrentamiento entre naciones o al grado de una guerra mundial. La política es la herramienta que marca una diferencia entre países y los sistemas administrativos de estos mismos, logrando así, establecer la relación entre personas y sus líderes, basada en sus acciones, como lo pueden ser protestas, contacto con las autoridades, activismo humanitario o participación electoral, pretendiendo así poder influir en decisiones, que orienten la economía para generar dinero e impuestos, sistemas de salud que proporcionen tratamientos y servicios garantizado las necesidades de la población dentro su sociedad.

Es importante tener una definición clara de lo que es la política, para ello, es preciso citar a varios autores. Por una parte, Fragoso (2006) que nos menciona que la palabra política es una polisémica, es decir, que tiene varios significados; podríamos abordarlo desde la perspectiva de La Real Academia Española que menciona que el término política viene del latín *politicus*, donde *poli* = ciudad; y del griego *politikós* (πολιτικός)=social. Otro concepto de Política, podría referirse a un conjunto de normas establecidas desde un contexto laboral, hasta un contexto nacional; para ejemplificar esta concepción podríamos marcar los siguientes casos:

- a) Queda prohibida la entrada al establecimiento si no se posee la vestimenta correspondiente.
- b) Queda prohibido la portación de sustancias ilícitas.

Haciendo una revisión en el contenido de la Enciclopedia Práctica Planeta (1993) nos hace mención de la palabra política como *f. Conjunto de prácticas, hechos, instituciones y determinaciones del gobierno de un Estado o una sociedad. Modo de ejercer la autoridad en un Estado o una sociedad; dicho de otra manera es la práctica de un grupo de personas en busca de una mejora del Estado para los ciudadanos.* Almond y Verba crean una idea por medio de su trabajo sosteniendo que, la política está directamente relacionada con los procesos de cambio a nivel mundial por consecuencia de la Segunda Guerra Mundial; esto se refleja en la política de cada uno de los países a revisar, donde los dirigentes tenían diferentes maneras de percibir lo que es la política; de forma democrática o en caso contrario la dictadura; “*Es el arte de negociación para conciliar intereses*” (Significados.com, s.f.).

Podemos concluir en términos generales que, política es una actividad que realiza un grupo de personas a favor de los asuntos del Estado, y con un interés en la economía pública donde se toman decisiones que pueden conducir al restablecimiento del orden social en su comunidad cumpliendo los derechos económicos, culturales y sociales los cuales abarcan la seguridad social, sistemas de salud así como la participación en el medio y el trabajo; cumpliendo los deberes políticos el cual cumple con la participación por medio del voto; y los deberes ciudadanos, los cuales son todo acto que cualquier ciudadano activo en la sociedad debe cumplir, como el inscribirse en el Registro Nacional.

ORIGEN DE LA POLÍTICA

Hablar sobre la historia de la política y su concepto es remontarnos al origen, tiene su origen en la misma humanidad, el cual se retoma desde finales del siglo VII y a inicios del siglo VI a.C. en la antigua Grecia, donde se enfrentaban las ideas de los grupos pro-régimen aristocrático contra sector pro-régimen democrático; dicho de otra manera, la idea de dejar que los aristocráticos o personas de alto mando tomarán las decisiones a su conveniencia o dejar que el pueblo pudiese tomar parte de las decisiones convenientes para todos con un líder al frente (Díaz, 2008).

Otra variante dentro del surgimiento de la política se puede ver reflejada en la antigüedad de los grupos sociales, conocidos como tribus, en donde seleccionan a una persona que fuera portador de ciertas características como la sabiduría o fuerza para elegir como su líder. Al paso de los años las tribus débiles se incorporan a las fuertes para así poder sobrevivir, duplicando o triplicando la cantidad de miembros; pero esto, a la muerte del líder provocaba una riña para seleccionar al nuevo sucesor.

Posteriormente con el paso de los años, derivado del aumento de la población y la creación de las primeras ciudades, fueron surgiendo las dinastías y los linajes; la monarquía vio su surgimiento apareciendo como una figura de gran importancia donde el monarca era quien gobernaba.



Figura 1. *Representación del grupo político en asamblea.*
Inteligencia Artificial, (2024)

Desde tiempos pasados siempre han existido dominantes y subordinados; pero también surgieron los super-jefes y los super subordinados, también conocidos como esclavos, lo cuales es de nuestro conocimiento que su trabajo fue extremo (Díaz, 2008). Todo esto dio paso a lo que hoy en día conocemos como Sistema Político, el cual comprende las instituciones políticas que gobiernan una nación donde actualmente la Monarquía y la República son sistemas tradicionales. Elorrieta y Artaza (1916) estiman que la Monarquía es un sistema en el que hay un Jefe de Poder vitalicio y hereditario a cargo sin un tiempo determinado; como lo es el Rey de España o la Reina de Inglaterra; y en el caso de la República es un sistema donde el citado es temporal y electivo.

1.4 Cultura Política

Con el paso de los años, el concepto de cultura política ha sido tema central de investigación y comprensión en las diversas ramas que conforman las Ciencias Sociales, como lo son: las mismas Ciencias Políticas, Sociología, Economía, Historia, entre otras; esta se considera una área interdisciplinaria ya que pueden trabajar en conjunto con una misma finalidad; dicho concepto estudia la expansión de la democracia exponiendo el crecimiento de la población en una región; generando una demanda de recursos para así comprender las conductas en los procesos políticos (Vanegas, 2010).

Para poder hacer un análisis sobre el concepto de cultura política, es necesario hacer un estudio sobre el concepto de Cultura; ya que tiene una variedad de definiciones; partiendo por su origen etimológico, en latín Cultus=cultivo en donde a partir del siglo XVIII hace referencia al saber, es decir, que alguien tiene un amplio conocimiento en las artes, en los buenos modales y en las costumbres. (Imaginario, 2019). En la época del renacimiento decir que alguien era “cultivado”, aludía a que tenía conocimiento en las artes o literaturas; Jorge (2010), establece dos definiciones que son válidas; la primera refiriéndose a Kluckhohn en donde menciona la manera total de vivir de un pueblo, lo que hoy en día conocemos como las costumbres que rigen una sociedad; y la segunda definición en donde menciona a Linton quien dice que, es la suma de las ideas, conductas, pautas, emociones que tiene el humano en la mente; todo esto conforma la cultura de una persona para así poder tener un criterio en su comunidad.

Actualmente el término culto/cultura hace referencia al conocimiento que tiene la humanidad, las costumbres y modales que ejerce; el concepto de Cultura Política no se estableció oficialmente, hasta después de la Segunda Guerra Mundial, dado que después de 1945 nuevas naciones se formaron, ocasionando cambios políticos e inquietudes como las regulaciones económicas; la Cultura Política estudia y analiza los objetivos políticos como los valores, creencias y patrones de conducta atribuidos a los miembros de una nación, importantes en el proceso político; refiriéndose a las instituciones políticas, roles de género, normas de cooperación, etc. (Jorge, 2010).

Dentro de este concepto de cultura política tenemos a dos autores que destacan por su importancia en su estudio; Gabriel Abraham Almond (12 de enero de 1911, Illinois – 25 de diciembre 2002, California), politólogo estadounidense, que fue destacado por sus estudios comparativos de los sistemas y análisis en el desarrollo político. Enseñó de 1939 a 1946 en Brooklyn College, pero de 1942-1945 sirvió en la Oficina de Información de Guerra de los Estados Unidos; autor de una gran variedad de artículos y libros, pero destaca por el titulado La cultura cívica de 1963.

Por otra parte se encuentra Sidney Verba (26 de mayo de 1932 – 4 de marzo de 2019, Massachusetts), quien es un reconocido politólogo estadounidense, es un galardonado por sus más de 20 libros, como “*Small Groups and Political Behavior: A Study of Leaderships*” de 1961, pero ha de destacar por colaboración con Gabriel Almond. Verba era el asistente en investigación de Almond, cuando contribuyó con la elaboración del libro, por lo cual fue reconocido como coautor en *La Cultura Cívica*. Almond y Verba enfocaron su estudio sobre la Cultura Política en la Democracia, y como es enfocada psicológicamente por la sociedad definiendo la cultura política como El conjunto de orientaciones políticas y actitudes o posturas de las personas hacia un sistema político; a lo que se puede definir como la percepción de una persona ante el sistema político determinando así su predilección ante ella (Eufrazio y Federico. 2017).

Ellos hacen diferencias en las culturas políticas, donde los ciudadanos participaban o no en asuntos cívicos, al igual que sus actitudes ante estos sistemas; sosteniendo que cerca del 70% de los países, la estructura y la cultura política deben de coincidir para que todo tenga una relación estable entre el gobierno y su ciudadanía. Jaramillo (2017) comenta que para Almond y Verbal, hablar de cultura política es separar y diferenciar este tipo de actividades, para así poder vincular los patrones existentes de una sociedad cuando se presentan ante una situación que requiera un análisis estricto respecto a este término. Según el texto de Jaramillo (2017) en donde cita a estos autores, presentan tres maneras en la que la sociedad percibe el sistema político:

1. **Cognitiva:** El conocimiento y creencia que tienen los ciudadanos ante el sistema político. Cognitivo se refiere al proceso de conocer o adquirir información por medio del entorno o ambiente; refiriéndose así, a la idea que crea el ciudadano sobre el sistema político por la información que recibe en su entorno social.
2. **Afectiva:** Que sentimientos existen hacia el sistema. Afectiva o afecto es toda aquella relación con los sentimientos, los cuales nos generan la sensación interna de aceptar o rechazar una persona o circunstancia; planteándose desde el enfoque de estos dos autores, afectiva se refiere a la relación del ciudadano con y hacia el sistema político, si confía en él o simplemente es de su inconformidad.
3. **Evaluación:** Las opiniones que el pueblo puede tener ante los objetos políticos. Este término se refiere a la capacidad de evaluar o prestar atención a los procesos políticos, teniendo presente el contenido para así poder valorarlo de alguna manera; estas evaluaciones al sistema y sus objetivos son realizadas de acuerdo a su ética, sus valores o su forma de ver la situación.

Esta es una demostración de cómo la sociedad percibe a la cultura política y a la misma política hoy en día, explicando los fenómenos sociopolíticos, teniendo en cuenta la participación de la sociedad dentro de la misma y haciendo énfasis en la democracia, tema que se expondrá posteriormente a este, para así poder profundizar a detalle con la intención de tener un una idea más clara sobre el tema.

DEMOCRACIA

Heródoto (VII 1010) *“Sois libres; pero no lo sois completamente porque tenéis un dueño que es vuestro nómos, vuestra ley”*; esta frase nos hace referencia a que uno como persona es tan libre como quiera para tomar sus decisiones y hacer lo que desee, hasta el punto de vista que la ley lo permita, teniendo como objetivo mantener el orden. En la actualidad es frecuente escuchar y hacer uso de la palabra democracia, sin embargo, su significado puede ser variable para cada una de las personas en la sociedad. Tiene varios significados y dimensiones: como ideal, valores, vida o sistema político; pero esto no disminuye la importancia de su papel ante los ciudadanos para participar políticamente.

La democracia tiene su origen en la Grecia antigua, fue una transformación de la forma del gobierno, la cual desempeña el poder político del y para el pueblo; en el cual los miembros de una sociedad pueden tomar decisiones con respecto a su comunidad, respetando y teniendo en consideración los derechos del hombre. En un inicio en Grecia (510-507 a.C.) surge el demos que se traduce como pueblo; tiempo después de luchas entre tiranías y el régimen oligárquico en Atenas se decreta la democracia como nuevo gobierno reconociendo a Clístenes como creador (Varo, 2020). Clístenes fue un político ateniense, lideró una rebelión en donde derrotó a Hippias hijo de Pisístrato, con el objetivo de implementar nuevas reformas políticas a favor del pueblo concluyendo el con el poder de la aristocracia; a la cual no se le conocía como democracia sino como isonomía. (Asst, 2015).

Varo (2020), en su frase, *Una verdadera sociedad democrática es aquella que puede influir en la forma como el gobierno actúa...* nos invita a analizar que la libertad se puede expresar en un país y va de acuerdo con un gobierno, el cual le da poder al pueblo; lo contrario a los países que son socialistas o comunistas, que tiene como objetivo el poder del país a costa del pueblo. Por lo que podemos determinar que, la democracia es la aspiración de poder tomar decisiones entre los miembros de una comunidad.

Noam Chomsky (2004) muestra dos conceptos de democracia; por un lado menciona que *...la democracia afirma que, en una sociedad democrática, la gente participa de manera significativa en asuntos particulares* (Chomsky, 2004, p.4). Con este primer concepto nos trata de decir que la ciudadanía está involucrada en cualquier toma de decisiones, porque les da un sentido de pertenencia. Un segundo concepto es que *“Los medios de información son libres e imparciales”* (Chomsky, 2004, p. 4), con esta frase nos da por entendido que no hay una limitación de contenido; los medios son completamente libres de difundir información que deseen, siendo neutrales ante una situación.

A lo largo de la historia se puede observar el cambio constante en la política provocando cambios en las naciones como los cambios sociales, revoluciones, guerras, crisis, etc, analizando estos factores podemos encontrar que Estados Unidos y Alemania no están exentos de ella.

ESTADOS UNIDOS Y SU POLÍTICA.

Desde el año de 1790 Estados Unidos se caracteriza por su división política en el gobierno, Thomas Jefferson creó el partido Demócrata-Republicano y Alexander Hamilton el Partido Federalista, ambos en 1790; Andrew Jackson creó el partido Jacksoniano en 1829, pero no fue hasta 1834 cuando se estableció oficialmente como el Partido Demócrata; Henry Clay y Jonh Quincy crearon el partido Whing en 1834; con la desintegración del partido Whing en 1854, este se transformó en el Partido Republicano (mayormente conformado por miembros del partido Whing) en honor a Thomas Jefferson en el mismo año (1854); en la actualidad existen dos partidos: Demócratas y Republicanos (Suarez, 2021).

En el año de 1940 se llevaron a cabo las elecciones presidenciales a la sombra de la Segunda Guerra Mundial en Europa, (puesto que Estados Unidos iba saliendo de la Gran Depresión), dando como resultado al demócrata Franklin D. Roosevelt, como el 32° Presidente de los Estados Unidos por 4° mandato consecutivo de 1932 a 1945, rompiendo así la tradición establecida por Washington de no ejercer más de dos mandatos. En 1947 el congreso aprobó la vigesimosegunda enmienda que limita a dos mandatos por Presidente, en caso de una reelección (Suarez, 2021).

Franklin D. Roosevelt (Nueva York, 30 de enero de 1882-Warm Spring, Georgia, 12 de abril de 1945); estudió en Harvard y en la Universidad de Columbia, también fue subsecretario de la Marina de 1913-1920, podía hablar alemán y francés gracias a los viajes a Europa. En algún momento ejerció la abogacía, pero lo abandonó para unirse a

la política; alineándose al partido Demócrata. Fue senador en 1911 y Gobernador de Nueva York en 1928. Roosevelt implementó un programa político conocido como “New Deal” dándole frente a la Gran Depresión de 1929. Después de la llegada de Hitler en 1933, Roosevelt le hizo frente al Congreso; reformó y alineó a Estados Unidos con el lado de los Aliados.

Debido a lo anterior surgen varias leyes como: Ley de Crédito y Arriendo (la cual autorizó al Presidente de ayudar a países cuya defensa fuese útil para el país a cambio de cualquier tipo de pago satisfactorio. Con esta Ley Estados Unidos ayudó con armamento a Gran Bretaña en su lucha con Alemania) y la Carta Atlántica (esta es una declaración conjunta entre Roosevelt y Churchill firmada en el océano Atlántico, donde se concretaron 8 puntos que expresan la esperanza de ambos para el futuro del mundo; hoy incorporada en la política nacional), ambas aprobadas en 1941. A tan solo 4 meses de la rendición de Japón ante los Aliados (EE.UU., Gran Bretaña, República China y URSS), Roosevelt muere de una hemorragia cerebral en abril de 1945, con tan solo tres meses en su cuarto mandato como presidente; tomando el cargo su vicepresidente Harry Truman. Durante todos estos años de guerra, Estados Unidos se mantuvo en alto gracias a su sistema político, presente en todo momento (Fernandez. Borque 2013).

A partir de la proclamación de la Constitución en 1789, el sistema político de los Estados Unidos se conforma de varios niveles (Siebert, 2004) los cuales se mencionan a continuación:

PODER EJECUTIVO: Está formado por el Presidente, Vicepresidente, 15 secretarios de departamento que forman el Gabinete del Presidente, la Oficina del Presidente y las agencias de gobierno CIA, FBI, FDA. Todas cuentan con un papel primordial para la seguridad y control de la Nación.

PODER JUDICIAL: Constituido por la Corte Suprema, tribunales de apelación, juzgados federales y tribunales especiales.

PODER LEGISLATIVO: Conformado por la Cámara de Representantes y el Senado; juntos forman el Congreso de los Estados Unidos y son los únicos con el poder de promulgar leyes y declarar la guerra.

SENADO: Integrado por 100 senadores, 2 por cada estado, los cuales tienen un mandato de seis años.

CÁMARA DE REPRESENTANTES: En él se encuentran 435 representantes, los cuales son designados por su población. Los cinco territorios de EEUU tienen su representación en la cámara pero no pueden votar (Siebert, 2004).

Cada país tiene sus propias leyes, reglas y políticas, en este apartado se han analizado a Estados Unidos de América, es por ello que Alemania, también debe ser analizada.

ALEMANIA Y SU POLÍTICA.

Adolfo Hitler (Braunau, Austria 1889 – Berlín 1945); a la edad de 19 años, Hitler viajó a Viena con la idea de estudiar pintura, fue rechazado por la escuela de Bellas Artes, por lo que tuvo que sobrevivir pintando tarjetas postales. En 1913 se mudó a Munich y al año se enlistó en el ejército alemán para combatir en la Primera Guerra Mundial; herido en combate en 1916 le otorgaron la Cruz de Hierro. Formó parte de Partido Nacionalista Alemán, para 1921 se convirtió en jefe. En 1925, durante sus 5 años en prisión escribió su libro *Mi lucha* donde expresa su odio hacia los judíos, la superioridad de las razas y el pangermanismo.

En 1933 disolvió el Parlamento, suprimió a las SA (del alemán: SturmAbteilung, traducido al español: División de Asalto) y se autoproclamó Presidente Comandante supremo de las Fuerzas Armadas y Führer del Tercer Reich (“rico o imperio”); mandó a construir campos de concentración y transformó a Alemania en el país más armado de Europa; tras el ataque a Polonia declaró la Segunda Guerra Mundial en 1939; en julio de 1944 fue levemente herido; además, se cree que se suicidó antes del término de la Segunda Guerra (Enciclopedia del Holocausto, 2022).

Cuando los nazis llegaron al poder, el gobierno de Hitler manejó una política exterior donde se señalaba la incorporación dentro del Reich, a todas aquellas personas de etnia alemana (Volksdeutsche) que se encontraban a las afueras de Alemania; entre los años de 1871 a 1945 Reich Alemán fue el nombre oficial del Estado (Enciclopedia del Holocausto, 2022). Konstantin von Neurath, antiguo militar y conservador diplomático, se desempeñó como ministro de Relaciones Exteriores de Alemania de 1932 a 1938, fue un político que buscó la destrucción de las restricciones impuestas por el Tratado de Versalles, para 1945 fue juzgado y declarado culpable por Crímenes de Guerra y Conspiración contra la Paz ante el Tribunal Militar Internacional de Nuremberg (Enciclopedia del Holocausto. 2022).

Cabe mencionar que un hecho histórico de gran importancia fue el firmado en 1919, a finales de la Primera Guerra, es un tratado de paz que oficialmente termina la guerra entre la Alemania del segundo Reich y los Aliados de la Primera Guerra Mundial (Francia y UK). Tiene establecido que se crea una Sociedad de Naciones (lo que en la actualidad conocemos como ONU); fue quebrantado años posteriores por Adolf Hitler (Enciclopedia del Holocausto. 2022). La República Federal de Alemania ahora Demócrata, se basa en valores con un panorama político multiforme. Bundestag es el Parlamento Federal o Dieta Federal, es ahí donde se elige directamente al Canciller Federal (Schayan, 2022).

Las elecciones presidenciales en Alemania no son como en Estados Unidos; aquí se vota por la formación del parlamento alemán, eso significa, que votan por un partido, no por un jefe. Un partido necesita un mínimo de 5% de los votos para entrar al Parlamento. Los partidos en Alemania son:

- Unión Cristianodemócrata (CDU): Está en el gobierno desde el 2005.
- Partido Socialdemócrata (SPD): Principal partido centro izquierda y socio minoritario de la coalición en el gobierno actual.
- Die Linke: Formado en 2007, izquierdista y radical. Popular en lo que antes fue la Alemania Oriental.
- Partido Liberal Democrático (FDP): Participó por un gran periodo en el gobierno alemán hasta que quedó fuera del Bundestag en 2013.
- Alternativa para Alemania (AfD): El nuevo partido anti euro, anti extranjeros, crítico de los inmigrantes e Islam y quiere la salida de Alemania del euro (Schayan, Janet. 2022).

Alemania está dividida en 299 distritos electorales y cada uno manda un representante al Bundestag, el parlamento teóricamente tiene 598 mandatos o mandatarios totales, pero si un partido consigue ganar más mandatarios en la primera votación, a los otros partidos se les asigna uno adicional para equilibrar; siendo este el caso, el Bundestag puede tener hasta 800 mandatos (Sánchez, 2017). Todos estos elementos y puntos mencionados son clave para tener un orden en la nación y el pueblo pueda elegir a su próximo líder limpiamente y con transparencia.

1.4.1 El desarrollo de la política

Política Pública es una expresión que en 1970 se introdujo en la jerga de las ciencias políticas en Europa. Según Edwin Sánchez (2018) citando a Bugallo (2015) dice que... *El conjunto de objetivos, decisiones y acciones que lleva a cabo un Gobierno para solucionar los problemas que en un momento determinado, los ciudadanos y su propio gobierno consideran prioritarios* (p. 57); se refiere a la existencia de un programa manejado por el gobierno con objetivos y estrategias, para poder lograr así un buen desarrollo en beneficio del pueblo de acuerdo a la necesidad del país.

Gustavo Hernández (1999) menciona que existen enfoques que pueden variar y mantenerse, pero ayudan a resolver dudas sobre la política pública; esto quiere decir que examina los puntos que se deben tomar en consideración ante las dudas que puedan surgir sobre la política ya que estas pueden ser diversas. Anteriormente mencionamos el origen de la política y la cultura política para tener un amplio concepto de la idea de porque ambos puntos son claves para poder comprender los enfoques que desarrollaremos a continuación.

Enfoque “Public Choice” (elección pública): Éste se enfoca en las acciones del pueblo y su interacción con la política, analiza la conducta y mejores opciones para el bienestar público. La gente necesita analizar, conocer a las personas que quieren tomar el cargo de poder, para así poder hacer una elección (Hernández, 1999).

Enfoque “Welfare Economics” (economía del bienestar): Éste reside en la aplicación de los postulados para mejorar la racionalidad y la eficacia de los procesos de producción de las políticas públicas. Con ambos enfoques el gobierno puede analizar las necesidades de la sociedad y buscar una solución del problema para poder generar una confianza, que, más adelante le pueda proporcionar al gobierno resultados a favor (Hernández, 1999), esto va muy de la mano con los medios y cómo se controlan.

1.4.2 Control en medios

Los medios de comunicación en la política, hoy en día nos cuestiona en qué tipo de democracia queremos para nuestra sociedad, ya que nos enseña lo que la política quiere que sepamos; y es que en los últimos 20 años los medios de comunicación ha tenido una transformación descomunal, desde la forma en la que la información se transmitía hasta la forma del entretenimiento; teniendo en la comunicación sólo tres puntos clave importantes:

La información: Todo aquel conjunto de datos que se encuentran en orden para una comprensión que proporciona conocimiento a una persona o grupo.

La comunicación publicitaria: Transmite información de una empresa o entidad a un receptor con el fin de ser recordados.

El entretenimiento: Es toda aquella actividad de ocio y diversión de una persona que mantiene su atención enfocada en un objetivo.

Ahora los principios de la comunicación publicitaria dan a conocer tres características básicas y simples: **ser veloz:** los medios de comunicación deben ser rápidos en comunicar una noticia antes de que la competencia lo haga primero, **abundante:** debe contener una amplia información para el conocimiento del pueblo ya sea correcta o errónea, y **ser una mercancía:** esta debe de tener entre sus características el ser atractiva para el público además de contar con una fácil adquisición para su consumo frecuente por las masas (Villafranco, 2005).

Como toda función, la comunicación, se encuentra dentro de los gobiernos respondiendo al mismo tiempo al mercado que recibe el mensaje; por ello se necesita encontrar un lugar en el que se equilibren la libertad de prensa y la libertad de información (Villafranco, 5005). La comunicación está en todas partes, nos rodea e informa los 365 días del año; estos mensajes tienen un equilibrio en lugares como televisión o radio donde pueden tener libertad para exponer información. Los medios de comunicación impactan con fuerza y son rígidamente controlados; aunque informan contenido cotidiano, transmiten mensajes sociales sensibilizados a la opinión pública para poder darles la opción de tomar decisiones o compartir ideas.

1.4.2.1 Relación Medios-Gobierno.

En el año 2017 Milenio publicó un artículo en donde comenta que “El gobierno es un fuerte anunciante en los medios de comunicación, los medios de comunicación son la vía de las publicidades y propagandas de partidos políticos en cada periodo electoral”, podemos ver la veracidad de esta información, ya que en cada periodo electoral los medios de comunicación de antena abierta, saturan a la sociedad con información política partidista, sin olvidar, que cada partido tiene un tiempo establecido para anunciarse en los medios, con el internet, esto no puede fallar, haciendo mucho más mediático este proceso político, sobre todo en las principales redes sociales (Julio, 2017).

Los medios de comunicación tienen como resultado dos clases de efectos; el primero es que pueden afectar al proceso de elección y a la toma de decisiones, debilitando la credibilidad o segundo es que tiene como consecuencia una durabilidad en el ejercicio de la democracia; la cual también tiene una base de 3 puntos claves en los medios de información; estos puntos que deben descansar de los medios de información en toda democracia son:

Conocimiento: Conocer y comprender la realidad por medio de la razón, refiriéndose a la información acumulada sobre algún tema o asunto.

Comunicación: Es el intercambio de mensaje entre dos personas, ya sea de manera verbal, no verbal, gestos, lenguaje corporal o signos no lingüísticos.

Transparencia: Es la manera en la que se facilita la observación de las acciones que se realizan en torno a la política.

Estos 3 puntos son la base para una buena comunicación en un gobierno democrático para así poder establecer una relación estable y pacífica con la sociedad (Meixueiro, 2016). Jorge (1997), menciona que el objetivo del poder político es el control de los medios de comunicación, ya que es el medio del cual da a conocer la información que quiere que escuches, y logra los siguientes puntos:

1. **Oculto toda información que no sea favorable:** Toda información que no le favorezca a su imagen no te la muestran al público.
2. **Favorece la manipulación emitida a beneficio propio, resaltando aspectos positivos, escondiendo los negativos:** Manipulan parte de la información a beneficio, muy parecido al punto anterior.
3. **Presionan a los medios para jerarquizar la noticia y sus acontecimientos de acuerdo a la valoración oficial:** El gobierno presiona a los medios para mo-

dificar los números existentes o detalles de un suceso; no muestran cifras totalmente reales y ciertas.

4. Favorecen la difusión de contenido o entretenimiento banal: A toda información, en ocasiones irrelevante, la favorecen como si fuese noticia importante y de interés nacional cuando obtienen una respuesta poco favorecedora.

Cada uno de estos puntos mencionados son parte fundamental para poder comprender qué información y la manera en cómo es transmitida por el gobierno.

El nuevo panorama político ofrece una oportunidad magnífica para erradicar las prácticas de oscurantismo y manipulación mediática. La nueva política no debe controlar la información y debe permitir que los profesionales del periodismo la ejerzan con libertad apoyando a sus empresas periodísticas con objetividad y transparencia, a lo que Samclemente (2015) hace referencia como la nueva perspectiva política que existe en la nueva actualidad; la cual maneja la información de manera adecuada, permitiendo la libertad de comunicar algo de manera parcial y sin manipulaciones de terceros. Hoy en día la información llega a la gente más fácil y rápido gracias a los medios de comunicación. Siempre se debe respetar la información, debe ser clara, no limitarla y dejar que los periodistas ejerzan su trabajo con libertad; en ocasiones la información que sale llega a ser modificada por el gobierno para su beneficio o beneficio de otros, pero en la actualidad la sociedad es libre de elegir sus creencias.

Capítulo . 2



CONTEXTO Y ANÁLISIS DE LA *Segunda Guerra* *Mundia* Y SU PROPAGANDA

“Si ganas la guerra, no necesitas dar explicaciones. Si pierdes, no deberías estar allí para explicar.”

- Adolf Hitler

2. CONTEXTO Y ANÁLISIS DE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL Y SU PROPAGANDA.

En este apartado desarrollaremos un análisis sobre el contexto que dió origen a los enfrentamientos de la Segunda Guerra Mundial, además de dar un breve vistazo a la historia que les antecede y profundizaremos de manera organizada y analítica en la propaganda con sus puntos clave.

De manera específica, analizaremos cómo se encontraban Estados Unidos y Alemania previos a la Segunda Guerra Mundial y que causó su ingreso a ella; de igual manera nos centraremos en el estudio de los hechos que anteceden y preceden a la Segunda Guerra Mundial, para con ello poder analizar visualizar y analizar la propaganda de los países antes mencionados.

2.1 Contexto de la Segunda Guerra Mundial, casos específicos: Estados Unidos y Alemania.

El término Guerra mundial se usa para nombrar un conflicto bélico donde participan todos o la mayoría de las principales naciones del mundo - editorial norteamericana Merriam-Webster (especializada en diccionarios). Su primer registro conocido haciendo mención del término fue en 1848 (Redacción National Geographic, 2022). Una guerra es el enfrentamiento directo hacia un objetivo determinado, normalmente violento y prolongado, también es una lucha continua entre dos personas. Su origen puede ser originado por problemas políticos, territoriales, recursos humanos o simplemente por la diferencia ideológica o religiosa.

Al hablar o hacer referencia sobre el concepto de contexto se podría decir que es un conjunto de acciones que rodean a una situación; podríamos decir que son como piezas de rompecabezas, sin una pieza no se podría comprender toda la situación por completo. En el caso de la Segunda Guerra Mundial es necesario saber cuál es su origen, es importante tomar como contexto la Primera Guerra Mundial, donde, con la derrota de Alemania surgió el nacimiento de la República de Weimar en 1918 (Paz, 2019), marcando un precedente. Otro hecho importante fué el asesinato del heredero a la corona austro-húngara, el archiduque Francisco Fernando y su esposa, la archiduquesa Sofía el 28 de junio de 1914 en Sarajevo, dando inicio a las hostilidades que dieron inicio en agosto de 1914 y continuaron los siguientes cuatro años.

Fechas y operaciones claves para apropiarse de Europa y el petróleo de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (por sus siglas URSS), así como para dinamitar al ejército del Eje durante la Segunda Guerra Mundial se convirtieron en puntos claves que marcaron el futuro como lo conocemos. En los siguientes apartados se mencionará como la Segunda Guerra Mundial impactó a través de los medios de comunicación a la sociedad y cómo éstas mismas cambiaron por completo una nación. De igual manera, se abordará el antes, durante y después de la Segunda Guerra Mundial tomando en cuenta sus momentos claves y sus líderes; analizando algunos de los sucesos relacionados directamente con la Segunda Guerra Mundial; adentrándonos a su descripción y análisis.

2.1.1 Historia de la Segunda Guerra Mundial

Antes de la guerra.

Hay varios puntos que son de gran importancia, desde diferentes contextos, que dieron como resultado la SGM, entre ellos podemos hacer mención de los siguientes:

Para comprender los ¿por qué? que dieron inicio a la Segunda Guerra Mundial, hay que retroceder y analizar algunos sucesos 25 años atrás antes del inicio de la misma; a los orígenes de la Primera Guerra Mundial la cuál dió inicio el 28 de junio de 1914 y finalizó el 11 de noviembre de 1918, su causa inmediata fué el asesinato del archiduque Francisco Fernando Carlos Luis José María de Austria o de Habsburgo-este o mejor conocido como Francisco Fernando y su esposa Sofia Chotek von Chotkowa, duquesa de Hohenberg en junio de 1914.

El imperio Austro-Húngaro fue una de las potencias más extensas y poderosas del mundo por más de 50 años, teniendo en su poder una zona muy grande alrededor de Austria (países que hoy en día conocemos como Europa del Este). Durante este tiempo ya había algunos que querían independizarse del Imperio y ser países autónomos, principalmente en la provincia de Bosnia.



Figura 2. Rubén Garcia (20 minutos Cinemania).
Retrato del Archiduque Francisco Fernando y de la Duquesa de Hohenberg (2020).

El 28 de junio de 1914 el archiduque y su esposa Sofia Chotek von Chotkowa, duquesa de Hohenberg viajan a Bosnia, en específico a Sarajevo por una visita estatal de rutina, empezando su viaje desde el ayuntamiento acompañados del Gobernador de la provincia de Bosnia y Herzegovina Oskar Potiorek. Durante su caravana un objeto (bomba) es lanzado desde la multitud hacia el auto del archiduque pero esta rebota y queda debajo del auto que venía atrás; el auto explota dejando heridos pero al archiduque y su esposa ilesos; furioso el archiduque, exige una parada al hospital para ver a las víctimas del ataque después de aceptar continuar con el tour. Nadie le avisa al chofer de Francisco Fernando sobre el cambio de ruta y al poco rato el anfitrión (el gobernador Oskar Potiorek) nota que se movilizaban por las mismas calles que habían

transitado durante el ataque; el chofer se detiene tras escuchar la orden de dar la vuelta; a pocos segundos se escuchan dos disparos; el archiduque y la duquesa ya se encontraban sin vida; el asesino fué Gavrilo Princip (19 años) un joven que formaba parte de una sociedad secreta llamada Mano Negra que su meta era independizarse, era 1 de 7 asesinos que se dispersaron a lo largo de la ruta.

El hecho repercutió por todo el imperio Astro-Húngaro y Austria le declara la guerra a Serbia, Serbia le pidió ayuda a Rusia (su aliada) y Alemania crea una alianza con Austria, lo que ocasiona un movimiento radical en Europa y en solo 20 días el continente estaría fragmentado e inmerso en lo que se conocería como la Primera Guerra Mundial (PGM). El Imperio austrohúngaro se extendía por terrenos que actualmente pertenecen a 13 países europeos; la totalidad de Austria, Hungría, República Checa, Eslovaquia, Eslovenia, Croacia, Bosnia y Herzegovina, Vojvodina y el Banato Occidental en Serbia.

Los tratados elaborados en París a finales de la PGM no fueron del agrado de todos, en especial de Alemania y el ejército del Eje con la Conferencia de Paz; pero estos sucesos no fueron los únicos que intervinieron en el inicio de un evento bélico que afectó de manera importante al mundo, la Segunda Guerra Mundial; otro de los sucesos relevantes es el Tratado de Versalles, también conocido como Treaty of Peace, es un acuerdo de paz que se firmó a finales de la Primera Guerra Mundial por más de 50 países que dio fin al estado de guerra entre Alemania del primer Reich y los Aliados de la PGM (Blakemore, 2019). Firmado el 28 de junio de 1919, exactamente cinco años después del atentado contra el archiduque Francisco Fernando que le costó la vida, en Sarajevo en la Galería de los Espejos del Palacio de Versalles en Francia (Cabrera, 2019).

Dentro del documento se estipulaba que Alemania entregaría el 13% de su territorio y una décima parte de su población; el ejército alemán quedó reducido a 100,000 hombres y se le prohibió reclutar soldados, se les confiscó gran parte de su armamento, además, se le obligó a Alemania a someter a juicio a su emperador Guillermo II por crímenes de guerra, pero él huyó hacia Holanda en diciembre del mismo año en donde obtuvo refugio y protección para no ser extraditado y juzgado (Blackmore, 2023); tiempo después, Hitler socavó, rompió y violó repetidamente el tratado y sus puntos a lo largo de los años 30.

DATO CURIOSO:

Guillermo II de
Alemania Falleció
en junio de 1941
en Países Bajos

DATO CURIOSO:

Aunque Alemania logró liquidar el pago de las reparaciones de guerra en 1983, fue hasta 2010, cuando Alemania acabó de pagar el último plazo de su deuda de guerra la cual era un total de 125 millones de euros (ya contando sus intereses) después de 99 años estando en vigor el Tratado de Versalles.

Otro de los acuerdos que se habían establecido en el año de 1921, es que Alemania debía hacer un pago por los daños causados en la PGM, donde se establecía que debía pagar 269,000 millones de marcos de oro (moneda del Imperio alemán), que era equivalente a 33,000 millones de euros (Blakemore, 2023), siendo por completo excesiva, para evitarlo en 1923 el gobierno Alemán destruyó intencionalmente el valor de su moneda a través de la inflación obteniendo como resultado, un escaso pago por parte de Alemania, pago que los vencedores tuvieron que aceptar y asumir los costos de la reestructuración lo que en consecuencia los debilitó todavía más (Weinberg, 2016).

Debemos tomar en cuenta que, antes Alemania era conocida como República de Weimar, pero después de la Primera Guerra Mundial el Emperador Guillermo II renuncia a su cargo político dando como resultado el inicio del Partido Nacionalista Socialista de los Trabajadores Alemanes (NSDAP) en el año de 1920, el cual se caracterizó por ser un partido nacionalista extremo y antisemitas, a partir de este año queda en el poder Friedrich Elbert (de 1919-1945) y posteriormente pasa al Presidente de Estado Von Hindenburg, quien el 30 de enero de 1933 nombra canciller a Adolf Hitler; que aunque no fue elegido por el pueblo alemán, llegó de manera legítima; rápidamente fue obteniendo más poder debido a que comenzó a prohibir los partidos comunistas, ocasionando que los políticos y funcionarios judíos fueran despedidos.

En marzo, Hitler dio su discurso donde les menciona directamente en **elegir entre la Guerra o la Paz**, intimidando, indirectamente amenazando, a los votantes; con 444 votos a favor y 94 en contra, el Parlamento aprobó la Ley del Poder, la cual hasta 1945 fue la base de la dictadura nazi; los judíos alemanes comenzaron a ser víctimas de acoso y opresión, pero el 1° de abril de 1933 el gobierno inició una campaña oficial en contra de los judíos (Anne Frank House, s/f).

La Alemania Nazi post-guerra (1918-1933) quedó bajo el cargo del social-demócrata Friedrich Ebert; quien tenía como principal tarea guiar al caótico país, con el fin de lograr el equilibrio político, en ese punto histórico Alemania se encontraba en levantamientos por parte del pueblo, crímenes políticos, amenaza de una guerra civil entre monárquicos, comunistas, social-demócratas y nacionalistas; sin olvidar la crisis económica y social e hiperinflación (Paz, 2019).

Con la invasión a Polonia el 1° de septiembre de 1939 y obteniendo como consecuencia la Declaración de Guerra de Reino Unido y Francia hacia la Alemania Nazi el 3 de septiembre del mismo año se inicia uno de los conflictos bélicos más grandes de la historia, la Segunda Guerra Mundial, ocasionando la alteración de las relaciones políticas y la estructura social del mundo; pero al mismo tiempo no podemos olvidar la ambición de la Alemania resentida por los grandes castigos impuestos en el Tratado de Versalles, que se considera un detonante directo de la Segunda Guerra Mundial; en menos de un mes las fuerzas alemanas y soviéticas conquistaron Polonia y por consiguiente fue dividido (Paz, 2019).

Por otro lado, la PGM devastó la economía mundial; aunque la economía europea se había establecido en la década de 1920, la gran depresión de 1929 ocasionada por la caída de la bolsa de valores de Wall Street causó estragos no solo en Estados Unidos sino también en Europa y el mundo, trayendo consigo repercusiones a nivel mundial como el aumento en la tasa de desempleo, embargos de propiedades, disminución de la producción, el sector primario, la industria pesada como la construcción y un gran aumento de suicidios; por lo que en 1932 Franklin D. Roosevelt quien había sido elegido como presidente el 4 de marzo, buscó la reactivación económica marcando el inicio del fin de la gran depresión (Sectorial, 2015).

En el caso de Alemania la financiación exterior causó dificultades en la economía del país, dando inicio al nacional-socialismo y colocando a Hitler en el poder (Sectorial, 2015). Las reparaciones y pagos realizados por Alemania después de firmar el tratado redujeron la producción de la industria del país; al mismo tiempo diversas causas provocaron la hiperinflación en los 20's, desempeñando la inestabilidad económica de la Gran Depresión (Blakemore, 2023).

De manera secreta se comenzó la reestructuración de Wehrmacht, las fuerzas armadas alemanas, lo que en violación de lo establecido por el Tratado de Versalles, lo que conllevó a manifestaciones del movimiento nazi. Alemania se enfocó en adquirir un nuevo y vasto imperio de espacio vital en Europa Oriental y en la Unión Soviética, además, sabía que tratar de conquistar Europa tendría como consecuencia el inicio de un conflicto bélico como resultado; por lo que desde que subieron al poder en enero de 1933 se comenzó a planear una guerra en Europa, con la finalidad de estar prevenido ante cualquier ataque enemigo; el pueblo alemán se vio condicionado a cumplir con una obediencia absoluta por medio del control de masas y los medios de comunicación (Museo Conmemorativo del Holocausto de los Estados Unidos, 2019).

Los disturbios políticos y las condiciones económicas desfavorables provocaron el surgimiento de las dictaduras en países como Alemania, Italia, Japón y la URSS; en 1936 Alemania y Japón formaron un frente anticomunista contra la Unión Soviética; mismo año que la Italia fasista y la Alemania nazi formaron la Alianza del Eje después de que Italia terminara su brutal y exitosa conquista de Etiopía. Japón invadió el territorio Chino de Manchuria en septiembre de 1931 cuando inició su política de conquistas militares; en julio de 1937 Japón invadió el territorio de China desatando la Segunda Guerra Mundial en Asia (Museo Conmemorativo del Holocausto de los Estados Unidos, 2019).

Entre 1938 y 1939 Alemania se incorporó a Austria y a territorios checos sin necesidad de una guerra, por medio de un pacto de no agresión, asegurando la neutralidad de la Unión Soviética gobernada por el dictador Joseph Stalin. Después de destruir el estado checoslovaco entre varias guerras, Gran Bretaña y Francia garantizaron la integridad de las fronteras a Polonia en abril de 1939, por lo que le declararon la guerra a Alemania. (Museo Conmemorativo del Holocausto de los Estados Unidos, 2019).

Durante la guerra.

Los sucesos antes mencionados dieron como consecuencia hechos relevantes que se convirtieron en puntos claves de la guerra, los cuáles mencionaremos cronológicamente a continuación:

1 de septiembre de 1939.- La invasión de las tropas alemanas a Polonia. | Con la finalidad de crear nota roja, el ejército alemán tiene la acción de camuflar a convictos alemanes de soldados contrarios para asesinarlos, sin embargo su plan no resultó como lo esperaban mandando un mensaje opuesto; esto muestra la importancia de la prensa en ese momento histórico, especialmente de la radio. Teniendo la comunicación como un arma efectiva, los alemanes lograron reclutar exitosamente a varios hombres y con más de dos mil tanques y mil aviones, las defensas alemanas atacaron a las polacas a lo largo de la frontera de Polonia hasta llegar a Varsovia; sus operaciones tuvieron el éxito deseado, a tal punto que en pocas semanas después de la invasión derrotaron al ejército polaco dando por iniciada la Segunda Guerra Mundial (Vega, 2019).

3 de septiembre de 1939.- Declaración de guerra de Francia y Gran Bretaña a Alemania. | Tras la invasión de Polonia por parte de los alemanes, Francia y Gran Bretaña, quienes tenían un pacto con Polonia, le declararon la guerra a Alemania, cumpliendo su compromiso de garantizar la integridad de las fronteras de Polonia (Museo Conmemorativo del Holocausto, 2023).

DATO CURIOSO:

Firmado por la Alemania Nazi y la Unión Soviética en Moscú el 23 de agosto de 1939, el pacto Ribbentrop-Mólotov consistía en un acuerdo de no agresión donde se comprometían a no atacarse mutuamente y en la división de Polonia. El 17 de septiembre la Unión Soviética invadió la parte que le correspondía de Polonia rompiendo el pacto.

9 de abril de 1940.- Invasión alemana al norte de Europa | Después del comienzo de la Segunda Guerra, Alemania decide invadir Noruega y

Dinamarca con la Operación Weserübung, ese mismo día Dinamarca dio sede a fuego dando como resultado su rendición mientras que Noruega siguió resistiendo unos meses más; posteriormente invadió las ciudades costeras de Narvik y Trondheim al norte y la capital Oslo. Al final, el 10 de junio de 1940 Noruega se rindió. (Museo Conmemorativo del Holocausto de los Estados Unidos, 2022).

10 de mayo de 1940.- Invasión alemana al oeste de Europa | Después de obtener parte del norte, Hitler y las tropas alemanas estaban listos para invadir el oeste, especialmente Francia. Hitler decidió lanzar una ofensiva un ataque relámpago llamado Blitzkrieg contra Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo quienes eran neutrales. Los alemanes concentraron su ataque a través del Bosque de las Ardenas y Luxemburgo, ciudad que ocuparon el 10 de mayo de 1940; la campaña contra los Países Bajos y Francia duró menos de seis semanas. (Museo Conmemorativo del Holocausto de los Estados Unidos, 2022).

26 de mayo de 1940.- Operación Dynamo .- Dunkerque. | Después de ser arrinconados por el ejército Alemán en solo dos semanas después de la ocupación de Francia, la noche del 26 de mayo, cerca de 400 000 soldados británicos, franceses, belgas y holandeses se juntaron en las playas de Dunkerque escondiéndose en pozos, casas, barcos abandonados y dunas a la espera de un rescate, mientras todo el gobierno inglés estaba sobre Churchill para llegar a un acuerdo de paz con Hitler; milagrosamente el Führer (Hitler) detuvo todo ataque. La operación Dinamo fue una operación secreta ideada por la Royal Navy preparando 40 destructores y más de 130

barcos mercantiles (Rodríguez, 2022). El 31 de mayo, pequeñas embarcaciones mercantes y pesqueros cruzaron el canal de La Mancha hasta Dunkerque para brindar ayuda y recuperar la mayor cantidad de supervivientes posibles; al final, se logró con éxito el traslado de 338 mil soldados, desafortunadamente las fuerzas expedicionarias británicas tuvieron aproximadamente 68 mil bajas (Academia Play, 2022), el 4 de junio se dio por concluida la operación dinamo.

10 de junio de 1940.- Italia se une al ejército del Eje y le declara la guerra a Francia y Reino Unido | entre el 10 y el 13 de junio se realizó la Operación Cycle, evacuación de las tropas aliadas que seguían paradas en el puerto Le Havre, la última operación de evacuación en las costas francesas fue la Operación Ariel entre el 15 y 25 de del mismo mes y año, sin embargo Italia invadió Francia el 21 de junio (Amado, 2021).

DATO CURIOSO:

En octubre de 1940 Benito Mussolini atacó Grecia desde Albania (anteriormente ocupada por tropas Italianas en abril de 1939) (Museo Conmemorativo del Holocausto de los Estados Unidos 2019).

14 y 22 de junio de 1940.- Francia | El 14 de junio de 1940 después de la invasión a Europa occidental, Francia es rotundamente derrotada y tras su rendición París termina en manos de los alemanes. El 22 de junio de 1940 Francia y Alemania firmaron un acuerdo de armisticio en el que el primero le permitía ocupar el norte del país y toda su costa atlántica hasta la frontera con España (Vich,S. 2021); al norte se estableció un nuevo gobierno francés en la ciudad Vichy, convirtiéndose

en la capital de la ahora dividida Francia; dicha ciudad se encontraba al mando del mariscal Henri Philippe Pétain, quien declaró la neutralidad en la guerra entre Alemania y Gran Bretaña; pero por cláusulas del armisticio estaba obligado a cooperar con Alemania. Después de la liberación de Francia el 25 de agosto de 1944, ambas partes francesas se volvieron a unificar (Museo Conmemorativo del Holocausto de los Estados Unidos, 2023).

Del 10 de julio al 31 de octubre de 1940 los alemanes perdieron una guerra aérea sobre Inglaterra conocida como “**La Batalla de Gran Bretaña**”, en la cual el objetivo de Alemania era lograr superioridad aérea sobre Gran Bretaña, pero después de varios meses de ataque, Alemania no pudo derribar a la RAF (Fuerza Aérea Real).

La campaña de bombardeo contra Gran Bretaña siguió hasta 1941 pero cesó definitivamente ante la preparación para invadir la Unión Soviética en junio de 1941 . (Museo Conmemorativo del Holocausto de los Estados Unidos, 2019).

DATO CURIOSO:

Durante el invierno de 1941 y 1942 Japón atacó y conquistó las Filipinas, Vietnam, Laos, Camboya (Indochina Francesa) y el Singapore Británico. (Museo Conmemorativo del Holocausto de los Estados Unidos, 2019).

22 de junio de 1941.- Operación Barbarroja |

La invasión de Alemania a la Unión Soviética (U.S.S.R.). Alemania y sus aliados del Eje (con excepción de Bulgaria) invadieron la Unión Soviética

rápidamente, rompiendo así el pacto Ribbentrop-Mólotov; el plan constaba de tres grupos: el Grupo Norte tenía como objetivo conquistar Leningrado, el Grupo Centro conquistaría Moscú y el Grupo Sur Kiev, tomando totalmente desprevenido al ejército soviético, extendiéndose a lo largo del Báltico y el mar Negro a lo largo de 1,600 kilómetros. Hitler tenía como objetivo la conquista de territorios de primer nivel dentro de las fronteras soviéticas como Lebensraum, la eliminación permanente de lo que Alemania percibía como la amenaza comunista y el acceso a los pozos petrolíferos. Con ayuda de Finlandia, que aceptó participar porque quería compensar sus pérdidas territoriales, los alemanes invaden rápidamente las repúblicas bálticas y junto con los finlandeses sitiaron Leningrado (San Petersburgo), al igual que Kiev y Moscú en septiembre de 1941. Para el 2 de febrero de 1943 los últimos defensores se rindieron y se proclamó la rendición de las tropas alemanas; lo que posteriormente colocó a la Unión Soviética de lado de los Aliados (Museo Conmemorativo del Holocausto de los Estados Unidos, 2022).

7 de diciembre de 1941.- El ataque de Japón a Pearl Harbor |

El suceso fue una pieza clave durante la Segunda Guerra Mundial, ya que marcó el inicio del fin del ejército del Eje. El General Isoroku Yamamoto en conjunto con el capitán naval Minoru Genda y otros generales, aseguraban que Japón podía apoderarse de las islas estratégicas del Pacífico; por lo que tras una planificación de meses y la presión de los militares, el monarca Hirohito cedió y autorizó el ataque. El 7 de diciembre de 1941, mientras Washington seguía en conversaciones con Japón, a las 7:48 am apareció la primera oleada japonesa con el objetivo de atacar la base naval americana Pearl Harbor en Oahu, considerada una isla estratégica. Sus objetivos eran la isla Ford, controlada por la marina y 7 acorazados cercanos situados en lo que se conocía como Battleship Row. En el transcurso de dos oleadas, un total de 353 aviones japoneses y 28 submarinos destruyeron irremediabilmente dos acorazados: el U.S.S. Oklahoma y U.S.S. Arizona, además de generar daños a otros barcos y varias embarcaciones de



Figura 3. Miguel Ángel Santamarina. | *Destrucción del USS Arizona en el ataque a Pearl Harbor (1941).*

ellos tuvieron lugar en el U.S.S. Arizona (su tripulación era de cerca de 1081 hombres), únicamente 64 militares japoneses fallecieron ese día. El 8 de septiembre, el Presidente Roosevelt al terminar su discurso, le pidió al congreso que declarara la guerra contra Japón, poniendo a Estados Unidos en estado de guerra; horas antes del 11 de diciembre del mismo año Alemania le declaró la guerra. El ataque de Pearl Harbor marcó la entrada de la potencia militar más poderosa del mundo en la Segunda Guerra Mundial, siendo este un acto de guerra que, aunque duró 90 minutos, cambió irrevocablemente el curso de la historia mundial (Blakemore, 2021).

6 de junio de 1944.- El desembarco de Normandía o “Día D” | Bajo el mando del general Dwight D. Eisenhower y comandado por General Patton, el Día D, también nombrado como Operación Overlord, fue la invasión anfibia y aerotransportada de gran importancia en la historia de la guerra dando el inicio del fin de la ocupación alemana en Europa occidental. También se marcó el comienzo de una larga y costosa campaña para liberar al noreste de Europa de la ocupación nazi. Todo inició con la conferencia de Tehéran (Stanli, Churchill,

Roosevelt) en la cual tenían un objetivo en común: establecer las estrategias necesarias para acabar con la operación de la Alemania Nazi. La idea principal era iniciar con el cruce por el canal de La Mancha y separar las tropas en diferentes playas en la península de Contein, haciendo una repartición de la siguiente manera:

DATO CURIOSO:

En el verano de 1942 los británicos frenaron el avance Japonés en Birmania. EEUU derrotó decisivamente a la armada japonesa en la batalla de Midway en el Pacífico y en agosto detuvieron en Guadalcanal (Islas Salomón) el avance japonés que se dirigía a Australia. (Museo Conmemorativo del Holocausto de los Estados Unidos 2019).

- Norteamericanos: Playas Utah y Omaha.
- Británicos: Playas Gold y Sword.
- Canadienses: Playa Juno.

Mientras que los soviéticos desencadenaron otro ataque en la frontera de Alemania llamada “Operación Vagar” el cual consistía en recuperar el noroeste de Francia para poder introducirse en Europa occidental empujando a los alemanes hasta Berlín.



Figura 4. Google Arts & Culture. *Josef Stalin, President Franklin Roosevelt and Prime Minister Winston Churchill at Tehran (1943).*

Pero primero, con la “Operación Fortitude” los aliados engañaron a las fuerzas alemanas y les hicieron creer que el desembarco tendría lugar al norte de Francia, en Calais; la importancia de la operación era tal que se crearon varias maniobras de señuelos para engañar a los espías nazis, creando un ejército falso en East Anglia; crearon tanques inflables y aviones de madera. En esta enorme, compleja y arriesgada operación anfibia participaron 200,000 soldados (100,000 estadounidenses, 58,000 ingleses y 17,000 canadienses) haciendo uso de 5,000 buques, 50,000 vehículos y 8,000 aviones.

El único dato certero que le dieron a los alemanes entre las mentiras era que bombardearon el puerto de Calais. La fase 1 de la operación fue lanzar miles de paracaidistas a las 12 de la noche con el fin de eliminar a la artillería que cubría las costas, horas después empezaría la fase 2 que trataba del desembarco, al caer la noche del día D los soldados Aliados ya estaban en sus respectivas posiciones; 3 días después Hitler seguía sin decidir enviar o no más refuerzos a las costas, pensando que la verdadera fuerza de invasión vendría por Calais. Durante las siguientes tres semanas la Operación Overlord siguió a pasos agigantados y avanzando hacia Francia.

El 19 de agosto de 1944 los aliados crean una ofensiva para retomar París que se encontraba en manos de los nazis, para la noche del 24 de agosto los Aliados consiguen entrar a París y el 25 de agosto de 1944, por la mañana, el gobernador Alemán de París Dietrich von Choltitz cedió la ciudad al general francés Charles de Gaulle quien asumió el control de la misma como jefe de Gobierno Provincial de la República Francesa, volviendo a unificar a las dos partes de Francia que habían sido separadas en 1940; con ello podemos resumir que esta operación parte con el desembarco en Normandía y culmina con la liberación de París (Academia Play, 2019).

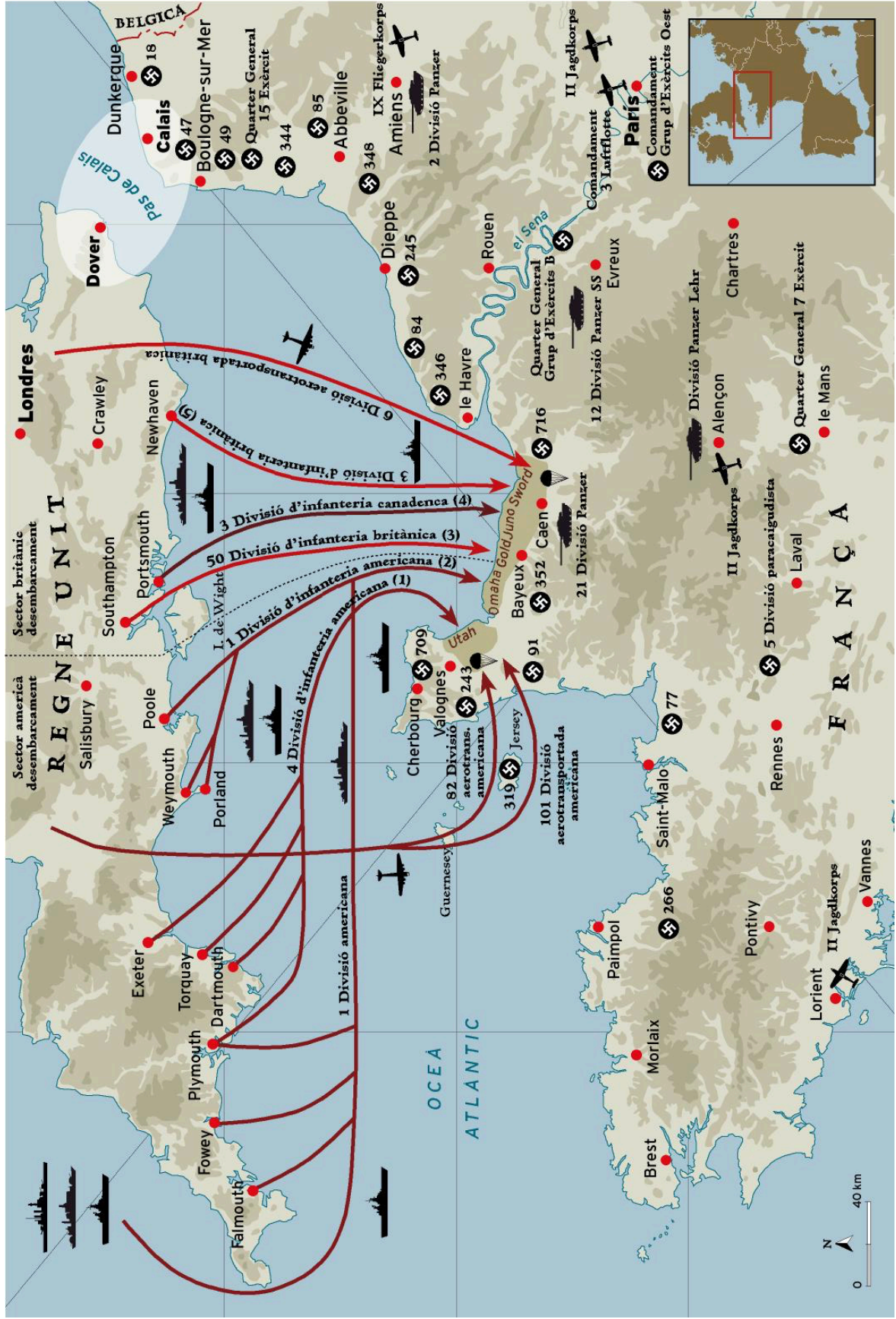


Figura 5, Mapa de estratègies per a l'Operació Dia D. Retomado de Óscar Herradón (2021), [En Línea] <https://oscarherradon.com/tag/segundaguerramundial-2/>, [Recuperado el día, 24 de noviembre de 2025].

28 de abril de 1945.- La muerte de Benito Mussolini | Victor Manuel III (Rey de Italia) convenció a los aliados más cercanos de Mussolini de traicionarlo y el 25 de julio de 1943 Mussolini fue arrestado y alejado de todo cargo, sin embargo, tiempo después logra fugarse con su amante Clara Petacci e intentan huir del país pero fueron interceptados por partisanos comunistas (Sadurní, 2020), el 28 de abril de 1945 ambos fueron fusilados y arrojados en una plaza pública en Milán, un día después en donde sus cuerpos fueron profanados y colgados de cabeza, Mussolini quedó tan desfigurado que fue complicado reconocerlo, por lo que su tumba carecía de nombre y solo fue identificado como el número 384 (Blakemore, 2022).

30 de abril de 1945.- La muerte de Adolf Hitler | Desde el 16 de enero de 1945 Hitler y su personal permanecieron resguardados en el búnker de la cancillería. Según el testimonio de una enfermera, el 22 de abril Hitler sufrió un ataque de histeria ante el golpe de realidad de que Alemania no superaría la guerra (Anne Frank House, s/f). Para finales de abril las fuerzas soviéticas ya habían entrado en Berlín, tras la noticia de la ejecución de Mussolini que lo hizo jurar que no terminaría igual que él y lo que consideró como un intento de traición por parte de Heinrich Himmler, lo llevaron a tomar la decisión de suicidarse (Anne Frank House, s/f). Al amanecer del 30 de abril de 1945 después de una despedida con su equipo médico y dejar instrucciones de cómo proceder después, les regaló unas pastillas de cianuro a sus secretarias. A puerta cerrada, se escuchó un único disparo de Hitler, Eva Braun (su esposa) no llegó a disparar la suya por el rápido efecto de la pastilla de cianuro;

los cuerpos fueron sacados envueltos en alfombras del bunker y quemados (Crespo, 2019). Un día antes dictó su testamento en el cual reconoce la lucha del pueblo nazi Alemán y reafirma que los judíos son los culpables de la guerra; en él también nombra a su sucesor: Joseph Goebbles, ministro de información Pública y Propaganda (Bermúdez, 2020).

DATO CURIOSO:

Según el testimonio de una enfermera, el 22 de abril Hitler sufrió un ataque de histeria ante el golpe de realidad que afrontaba sobre que Alemania no superaría la guerra (Anne Frank House, s/f)

DATO CURIOSO:

El primero de mayo, Goebbles también se suicida junto a su esposa, después de que asesinaran a sus seis hijos.

8 de mayo de 1945.- Capitulación de Alemania o Día de la Victoria en Europa. | En

la madrugada del 7 de mayo de 1945 Alfred Jold, quien fue nombrado jefe del Estado Mayor Alemán tras el suicidio de Hitler en abril, firmó el acta de rendición incondicional de las fuerzas alemanas ante los Aliados en el cuartel General Supremo de las Fuerzas Aliadas de Reims, Francia, bajo el mando de Dwight D. Eisenhower (Huguet, 2022). En la mañana del 8 de mayo todos los periódicos ingleses, europeos

y en Estados Unidos ya tenían impresa en primera plana la noticia: “Peace” y “Nazis quit”; pero como en la primera rendición fue firmada sin la presencia de Los Altos mandos soviéticos, se reunieron en Berlín la noche del 8 de mayo donde firmaron otro documento en conjunto con algunos jefes del ejército Alemán que previamente habían sido capturados, en esta ocasión fue el mariscal Wilhelmina Keitel frente al general Gueorgui Zhúkov. Pero la rendición de Alemania no pone por completo el fin a la Segunda Guerra Mundial, todavía faltaba detener a otro aliado del eje, Japón (Milne & Spencer, 2019).

DATO CURIOSO:

El presidente Roosevelt no vivió para ver la victoria en Europa; pues muere de una hemorragia cerebral el 12 de abril de 1945, tan solo 25 días antes.

6 de agosto de 1945 y 9 de agosto de 1945 .- Bombardeo atómico.

Nombre clave: Proyecto Manhattan. | El Dr. J. Robert Oppenheimer conocido como el padre de la bomba atómica, fue el director del proyecto Manhattan, desarrollado en secreto en Nuevo México. El 6 de agosto de 1945, luego de que el Presidente Harry Truman tomará la decisión de detonar la primera bomba atómica cargada de Uranio-235 y con un peso de 4.400 kilogramos de peso y una potencia explosiva de 16 kilotones, nombrada “Little Boy”; fue arrojada desde un bombardero B-29 apodado “Enola Gay” sobre Hiroshima a una hora aproximada de 8:15 de la mañana (National Geographic, 2022). El 9 de agosto (tan solo tres días después), desde un bombardero B-29 apodado “Bockscar”, lanzaron “Fat Man”, su segunda bomba atómica sobre Nagasaki, la cual estaba cargada de Plutonio-239 (Milne & Spencer, 2019), con un peso de 4.630 kilogramos y una potencia de 25 kilotones; ambas bombas cobraron un aproximado de 250.000 vidas; provocando un efecto psicológico haciendo que los japoneses cayeran en cuenta y comprendieran que era el fin (Abel 2020). El 15 de agosto el emperador Hiro-Hito anunció la rendición de Japón y el 2 de septiembre de 1945, el ex ministro japonés Mamoru Shigemitsu firmó la rendición a bordo del acorazado U.S.S Missouri en la bahía de Tokyo, frente al general Douglas McArthur quien fue nombrado para aceptar la rendición incondicional de Japón en presencia del general Richard K. Sutherland (Rodríguez, 2023) poniendo fin a la Segunda Guerra Mundial en su totalidad. Se dice que el uso

de las bombas atómicas acortó la guerra por lo menos 2 años. (Vega, 2019).

La Alemania Nazi y el imperio japonés desataron la Segunda Guerra Mundial con la intención de establecerse por medio de la conquista militar teniendo un dominio permanente sobre Europa y Asia. A finales de noviembre de 1939 la Unión Soviética invadió Finlandia obligando a los soviéticos a ceder territorios a lo largo de la costa norte del lago Lagoda (hoy San Petersburgo) y en marzo de 1940 de la costa del Ártico (Museo Conmemorativo del Holocausto de los Estados Unidos, 2019).

Después de la guerra.



Figura 6. Cordon Press. *Refugiados alemanes regresan a una Berlín en ruinas tras su rendición en el mes de mayo de 1945.*

Entre 55 y 60 millones de personas perdieron la vida a consecuencia de las acciones bélicas durante 6 años (1939-1945) que duró la Segunda Guerra Mundial (Paz, J.G. 2019); se percibe como el resultado de una serie de conflictos que se produjeron entre los países Europeos por el dominio del continente (Museo Conmemorativo del Holocausto de los Estados Unidos, 2019); la Segunda Guerra Mundial dejó grandes cambios en el mundo tanto políticos como sociales, un buen ejemplo de ello es el reparto de Europa en zonas de influencia y bipolarización del mundo. El surgimiento de nuevos estados y naciones además de algunos cambios territoriales, reduciendo o ampliando fronteras, la creación de instituciones postguerra; se acabó el totalismo en Alemania, Italia y Japón. La economía europea tuvo su declive; contrariamente al ca-

pitalismo estadounidense que se fortaleció, al igual que cambió la mentalidad y la visión del mundo, hubo gran migración de la población europea y el desarrollo tecnológico y científico se desarrolló a grandes escalas. (Steppe De Vreesse, 2017).

Al finalizar la Gran Guerra, también conocida como la Primera Guerra Mundial, los países de la Alianza decidieron crear la Sociedad de Naciones con el fin de fomentar la cooperación internacional entre países y conseguir paz y seguridad entre ellas; pero falló el primer intento por no contar con Estados Unidos y se disolvió el 18 de abril de 1946. Si bien, de primer momento la Sociedad de las Naciones no funcionó como lo esperaban, el concepto se introdujo en las relaciones internacionales un nuevo elemento que afectaría la forma de pensar de los líderes políticos y sus países durante el tiempo restante del siglo. (Weinberg, 2016).

Franklin D. Roosevelt tomó el término Naciones Unidas para referirse a los 26 países que se habían comprometido a pelear contra la potencia del Eje, propuso la creación de la institución Organización de Naciones Unidas (ONU) (Sandurní, 2023); fundada el 24 de octubre de 1945, el objetivo de la ONU es mantener la paz y la seguridad internacional, centralizar y armonizar los esfuerzos de las naciones para alcanzar los intereses comunes y fomentar las relaciones pacíficas en los 193 países.

Después de la Segunda Guerra Mundial, aun existiendo algo de recelos, entre 1947 y 1991 se dio lugar a un periodo de conflictos político-ideológicos entre Estados Unidos y lo que era conocido anteriormente como Unión Soviética: **La Guerra Fría** (Sadurní, 2023). En los 60's Estados Unidos detectó bases de misiles y armas soviéticas en Cuba, en específico, en la Cuba comunista de Castro, (a tan solo 145 km del sur de Florida) y exigió su retirada, creando día a día una incertidumbre mundial sobre si empezaría un enfrentamiento nuclear inevitable entre ambas naciones, creando La crisis de los misiles, los trece días más tensos del mundo desde el 16 de octubre de 1962 hasta el 29 del mismo.

Después de varios intentos de acuerdos, la URSS aceptó dismantelar todas sus instalaciones de Cuba, si y sólo si Estados Unidos aseguraba que no invadiría la isla. En los años de 1980, la población soviética comenzaba a exigir democracia, mientras que la misma Unión Soviética se estaba enfrentando a un enorme problema económico y político; situación que llevó a que la relación entre Estados Unidos y la Unión Soviética fuera tensa. La Unión Soviética desapareció oficialmente en diciembre de 1991 y se convirtió en lo que ahora es la Federación de Rusia (Amagó, 2022).

Después del bloqueo de Berlín y aislar la zona occidental vía terrestre por parte de Stalin el 23 de junio de 1948 ocasionados por los desacuerdos, el 4 de abril de 1949 Estados Unidos, Canadá, Bélgica, Dinamarca, Francia, Islandia, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Noruega, Portugal y Reino Unido firmaron un tratado donde se estipulaba que si uno de ellos recibía un ataque armado en contra se consideraría un ataque contra todos; dando así la creación de la alianza transatlántica, mejor conocida como **Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN)** (Sadurní, 2023).

Con 43 kilómetros de ancho, 4.2 metros de altura (aprox), 155 kilómetros de longitud, protegida con alambres de púa, perros de ataque y 55,000 minas; **El Muro de Berlín** fue construido a partir del 13 de agosto de 1961 por trabajadores de la República Democrática Alemana (RDA) bloqueando toda vía que conducía a Berlín Occidental (Fürstenau, 2021). Su origen se remonta a finales de la SGM cuando Alemania estaba dividida en cuatro partes y ocupada por las potencias aliadas pero en 1947 ya estaba separada en Este y Oeste. La Alemania del Este socialista fue destruida por la pobreza y desacuerdos de sus nuevos sistemas políticos y económicos; durante 28 años, alrededor de 5000 personas lograron escapar con éxito; por lo contrario de al menos 140 que perdieron la vida (Blakemore, 2021). El muro de Berlín cayó el 9 de noviembre de 1989, siendo considerado también como el punto crucial para la finalización de la Guerra Fría, Alemania se reunió en 1990.

Respecto a otros de los países que fue de gran importancia dentro de este conflicto bélico, el imperio Japonés seguía una política de conquista militar con el apoyo de su emperador, donde la jerarquía militar y miembros de la élite buscaban el dominio e influencia de Japón en todo Asia y Océano Pacífico (Museo Conmemorativo del Holocausto de los Estados Unidos, 2019). Japón tuvo que enfrentarse al proceso de desmotivación y democratización a través de reformas políticas y sociales con el principal objetivo de dejar todo el militarismo en el pasado. Luego de unos años bajo la ocupación pacífica de Estados Unidos, Japón firma la paz con el Tratado de San Francisco, recuperando su soberanía y empezando como una nueva nación occidentalizada con aspiraciones a ser potencia mundial con gran disposición de resurgir (Varas, 2018).

Con sus cualidades de honor y proverbial capacidad de trabajo, lograron superar la destrucción y la derrota llevando a Japón a ser ahora uno de los países más poderosos del mundo teniendo un sistema político y económico estable, siendo un mayor aliado de E.U.A., en oriente y el Pacífico, sin dejar de lado sus tradiciones. (YT).

Por otro lado, las consecuencias económicas fueron inmensas; gran parte de las ciudades, campos de cultivo, plantas industriales de Europa, África y Asia fueron destruidos.

Los países involucrados estaban a nada de la bancarrota, sumándole los problemas de abastecimiento básicos como comida, vivienda, trabajo. El 50% de los inmuebles eran inhabitables y el invierno se agudizó empeorando la situación 3 millones de edificios fueron destruidos, 20 millones de toneladas de buques tocaron el fondo del mar.

Estados Unidos, siendo una potencia que salió beneficiada por su infraestructura económica intacta, diseñó y creó nuevas instituciones financieras y comerciales para darles soporte en su dominio económico, trazando las reglas de la economía internacional; de ahí surge el **Banco Mundial (BM) y el Fondo Monetario Internacional (FMI)** (1944). Para reconstruir Europa y aumentar su influencia en el continente los E.U. idearon el Plan Marshall y en el caso de Japón se consideró que la ocupación directa fuera la mejor solución para asegurar sus intereses económicos (Portal Académico CCH, 2017), Estados Unidos teniendo la intención de ayudar a que los países volvieran a establecerse pero ahora con una ideología y pensamiento nuevo, no vio otra opción que hacer acuerdos de aportación de fondos económicos con Europa Occidental y ocupar Japón con el fin de asegurar sus intereses y ayudar a su población en la creación de un nuevo modelo social-democrático e ideológico, logrando ser una potencia económica y aliado leal de Estados Unidos tiempo después.

A Continuación se muestran algunos mapas y posteriormente un listado de las potencias de la Segunda Guerra Mundial y sus respectivos líderes.

DATO CURIOSO:

El **Tratado de San Francisco**: tratado de paz firmado entre Japón y las Fuerzas Aliadas, en conjunto de 48 naciones más, el 8 de septiembre de 1951)

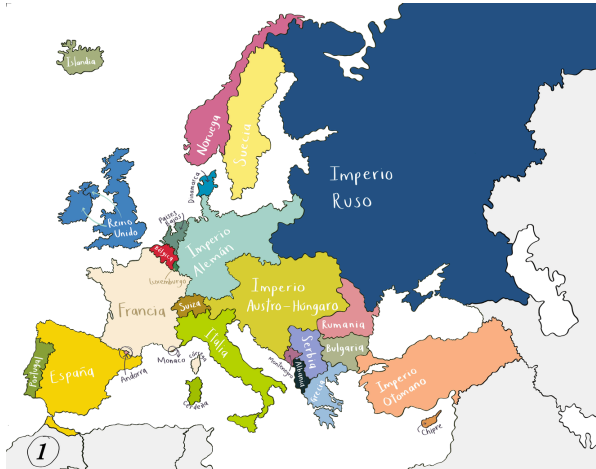


Figura 7. 1.- División territorial previo a la Primera Guerra Mundial



Figura 8. 2.- División territorial posterior de la Primera Guerra Mundial



Figura 9. 3.- División territorial actual.

1. Luxemburgo
2. Liechtenstein
3. Eslovenia
4. Bosnia-Herzegovina
5. Kosovo
6. Macedonia del Norte
7. Estonia
8. Eslovaquia

Figuras 7, 8, 9. Ilustración original de la autora. Representación gráfica del los cambios territoriales desde 1913 a 1945.

Nota: En estos mapas se explica de manera visual el cambio gráfico que tuvo el continente europeo previo al inicio de la Primera Guerra Mundial hasta las divisiones territoriales que se formaron y que se mantienen actualmente desde el final de la Segunda Guerra Mundial.

POTENCIAS DEL EJE	
País	Líder(es)
<i>Alemania</i>	<i>Führer, Adolf Hitler</i>
<i>Japón</i>	<i>Emperador Hirohito Almirante y Primer Ministro Hideki Tōjō</i>
<i>Italia Fasista</i>	<i>Primer Ministro Benito Mussolini</i>
<i>Francia de Vichy (norte)</i>	<i>Philippe Pétan</i>
<i>Bulgaria</i>	<i>Rey Boris III</i>
<i>Hungría</i>	<i>Regente Miklós Horthy</i>
<i>Rumania</i>	<i>Primer Ministro Ion Tomislar</i>
<i>Croacia</i>	<i>Rey Tomislav II (Aimón de Saboya-Aosta)</i>
<i>Eslovaquia</i>	<i>Presidente Jozef Tiso</i>
<i>Finlandia</i>	<i>Presidente Risto Heikki Ryti</i>
<i>Reino de Yugoslavia</i>	<i>Regente Pavle Karađorđević</i>
<i>Tailandia</i>	<i>Rey Ananda Mahidol</i>
<i>Irak</i>	<i>Primer Ministro Rashid Ali Al-Gaylani</i>

POTENCIAS ALIADAS	
País	Líder(es)
<i>Estados Unidos</i>	<i>Presidente Franklin D. Roosevelt y Harry S. Truman</i>
<i>Gran Bretaña</i>	<i>Primer Ministro Winston Churchill</i>
<i>China</i>	<i>General Chiang Kai-Shek</i>
<i>Unión Soviética</i>	<i>General Iósif /Joseph Stalin</i>
<i>Australia</i>	<i>Gobernador General Alexander Hore-Ruthven</i>
<i>Francia</i>	<i>Presidente Albert Lebrun</i>
<i>Canadá</i>	<i>Gobernador General John Buchan</i>
<i>India</i>	<i>Victor Hope</i>
<i>Nueva Zelanda</i>	<i>George Monckton-Arundell</i>
<i>Sudáfrica</i>	<i>Primer Ministro Jan Smuts</i>
<i>Checoslovaquia</i>	<i>Líder de gobierno Edvard Benes</i>
<i>Grecia</i>	<i>Rey Jorge II y Primer Ministro Ioannis</i>

POTENCIAS DEL EJE		POTENCIAS ALIADAS	
País	Líder(es)	País	Líder(es)
<i>Irán</i>	<i>Emperador Reza Pahlavi Shah</i>	<i>Noruega</i>	<i>Rey Haakon VII y Primer Ministro Johan Nygaardsvold</i>
<i>Serbia</i>	<i>Primer Ministro Milan Nedic</i>	<i>Polonia</i>	<i>Primer Ministro Władysław Eugeniusz Sikorski</i>
<i>Noruega Ocupada</i>	<i>Ministro Presidente Vidkun Quisling</i>	<i>Filipinas</i>	<i>Presidente Manuel Luis Quezón</i>
<i>Etiopía</i>	<i>Virrey Guillermo Nasi</i>	<i>Brasil</i>	<i>Comandante João Baptista Mascarenhas de Moraes (Mascarenhas de Moraes)</i>
<i>Montenegro</i>	<i>Primer Ministro Sekula Drljevic</i>	<i>Dinamarca</i>	<i>Primer Ministro Thorvald Stauning</i>
<i>Albania</i>	<i>Virrey Francesco JacoMoni di San Savino</i>	<i>Yugoslavia</i>	<i>Ivan Ribar y Presidente Josip Broz "Tito"</i>
Países Bajos:			
<i>Bélgica</i>	<i>Rey Leopoldo III y Primer Ministro Huber Pierlot</i>	<i>Luxemburgo</i>	<i>Gran Duquesa Carlota</i>
<i>Holanda</i>	<i>Reina Guirmenina y el Primer Ministro Pieter Sjoerds Gerbrandy</i>	<i>Varios países Latinoamericanos</i>	

Tabla 3. Listado de las potencias y sus respectivos líderes durante la Segunda Guerra Mundial / Elaboración personal de la autora (2023).

2.1.2 Contexto social y de pensamiento en la Segunda Guerra Mundial.

Para poder desarrollar la información que tiene relevancia en este apartado, es necesario primeramente hacer una descripción detallada de una serie de conceptos que nos ayuden a entender de una manera precisa las diferentes características que se están asociando con los hechos sucedidos en la Segunda Guerra Mundial, para dar seguimiento a este proceso debemos entender y conceptualizar las siguientes palabras:

Contexto: *Texto, hilo de un discurso, escrito, narración, historia, etc. || Conjunto de circunstancias en el que se silba un hecho* [Vol.2 Enciclopedia práctica planeta, 1993, p. 514,].

Social: *Es todo eso aquello que está relacionado o apunta a la sociedad. Este concepto engloba al grupo de individuos que comparten una cultura y que interactúan entre sí para conformar una comunidad.* [Pérez y Gardey, 2011.]

Social: *Que concierne a la sociedad a una colectividad humana. || Que vive en sociedad. || Que concierne a una sociedad comercial. || Que concierne al mejoramiento de la condición de los trabajadores. || Que concierne a las relaciones entre grupos, entre clases de la sociedad* [Vol.6 Enciclopedia práctica planeta, 1993 p. 1928].

Contexto Social: *Se describe como el espacio o entorno que puede ser físico o simbólico que sirve de marco para mencionar o entender un episodio. El contexto se crea en base a una serie de circunstancias que ayudan a comprender un mensaje = CONTEXTO.*

Pensamiento: *m. Facultad de pensar. || Acto de esta facultad, cosa pensada. || Idea principal, manera de opinar de un individuo o de un determinado ambiente. || Máxima sentencia* [Vol.5 Enciclopedia práctica planeta, 1993, p. 1601].

Al unir ambas palabras el sentido abarca factores que van desde un contexto cultural, económico, histórico, solo por mencionar algunos, los cuales forman parte de la identidad y realidad de una sociedad; por lo que los grupos de personas son las que construyen el contexto social, pero a la vez, incide en su realidad; por lo que también hay que tener consideración la influencia del entorno.

Así como también hay que considerar las consecuencias económicas y de salud ya que la Segunda Guerra Mundial dejó severas crisis alimenticias y efectos a largo plazo para los sobrevivientes, pues la ingesta calórica en Europa variaba de 186 calorías a 930 calorías por día; por lo que deja claro el problema económico por el que iban a pasar por los siguientes años (Kesternich, Siflinger, Smith y Winter, 2012)

Durante la mitad del siglo XX, surgieron varias corrientes artísticas que renovaron y transformaron la visión del arte tradicional y arcaica que había en ese entonces. Cuando el fascismo llegó al poder éste proceso creativo se desmoronó considerando las obras como un arte poco patriótico.

2.1.2.1 PENSAMIENTO.

En la Filosofía podemos encontrar una variedad de ideas opuestas; como el filósofo inglés Bertrand Russell quien durante la Primera Guerra Mundial fue un pensador pacifista quien terminó en prisión por negarse a ella, pero durante la Segunda Guerra Mundial aseguraba que la guerra era más que necesaria; caso contrario al del novelista León Tolstói quien afirmó que ninguna guerra es justificable. El filósofo español Francisco de Vitoria decía que, aquellas guerras que se hacen para defender personas a quienes se les violentan sus derechos básicos, para detener genocidios o para impedir un crimen de deshumanizados, son justas. (Maguay y Reséndiz, 2022).

Yvonne Sherratt hace un repaso por los pensadores alrededor del nazismo antes, durante y después del Holocausto en su libro *Los filósofos de Hitler*; ya que los filósofos eran considerados “celebridades”, el cómo ellos pensarán, actuarán y promocionarán ejercía una gran influencia en la imaginación alemana; también revela cómo los pensadores de la década de 1930 fueron entusiastas colaboradores del nazismo. Hitler era fan de Nietzsche y también simpatizó con las interpretaciones que le eran favorables a su causa; haciendo uso de lo que Darwin mencionaba en su Teoría de la Evolución, pues sabemos que el eje teórico del nacionalismo fue una interpretación originaria de esta. Encontró hebras de antisemitismo y utilizó la idea de la raza, la fuerza y la guerra para legitimizar su proyecto; además, en palabras de Sherratt, tuvo el sueño de gobernar el mundo, no solo por la fuerza, también con sus ideas. Se veía a sí mismo como un filósofo líder y sorprendentemente ganó el apoyo de muchos intelectuales de su tiempo (Sainz, 2018).

Analizando las palabras de Sherratt, podemos comprender que Hitler se consideraba a él mismo como el salvador de la descendencia de etnia aria, imponiendo sus ideas al pueblo alemán logrando su aceptación.

¿Pero en qué consiste esta teoría en la que Hitler basa el nacionalismo? Se conoce la Teoría de la Evolución de Darwin profundiza en explicar el origen de la diversidad de la vida y del rol de la selección natural sobre el proceso de la evolución biológica. Darwin desarrolló un conjunto de ideas de distribución y características resultado de la observación, el estudio y el catalogar las plantas y los animales de la localidad que veía durante sus viajes, catalogándolos en dos ideas principales: Evolución y Selección natural, la cual contaba con otras 3 observaciones: Características hereditarias, Más descendencia de la que puede sobrevivir y la descendencia varía en sus rasgos heredables; las cuales en manera resumidas estas hacen mención a que las especies cambian con el tiempo y conforme estas evoluciona siguen compartiendo un ancestro en común así transmitiendo diversas variaciones genéticas y en ocasiones estas son favorables ventajas a la hora de sobrevivir en los entornos cambiantes.

Conforme los organismos evolucionan se adecuan para vivir en los entornos y debemos tener en cuenta lo siguiente: rasgos y características se heredan mediante genes. Existe una competencia de quienes no tienen los rasgos ventajosos hereditarios por los recursos del medio. Y por último, con el paso de generaciones estas se logran adaptar al entorno ya sea con diferentes rasgos que tienen entre sí o las características heredables. Sherratt nos menciona en su libro una visión amplia de la Filosofía alemana de la primera mitad del siglo XX, con sus antecedentes y consecuencias.

En la primavera de 1924, mientras Hitler permanecía recluido en Landsberg, escribió su libro *Mi Lucha* el cual consideraba que sería una obra maestra; hoy en día es considerado nada menos que un panfleto antisemita, con una pésima redacción y nula calidad filosófica como literaria (Casas, 2014). La Filosofía alemana estaba trufada de comentarios y mensajes antisemitas; desde Kant hasta Wagner era una constante en prácticamente todos los filósofos alemanes de renombre hasta el siglo XIX. Muchos, se unieron con sus respectivos grados de compromiso e implicación, a su causa política y racista. Si bien dos figuras destacan sobre las demás, Carl Schmitt quien era el gran jurista nazi y experto en Filosofía del derecho y en derecho internacional, y Martin Heidegger uno de los filósofos más destacados no solamente en Alemania sino en el mundo entero; ambos eran conscientes de las implicaciones del nazismo, compartían la mayoría de los postulados y se prestaron veloces a ejercer el papel de voceros del nacionalismo en todo el mundo.

Sharratt también menciona en su libro una serie de personajes totalmente diferentes; aquellos que sufrieron las consecuencias del nazismo, como Walter Benjamin, Theodor Adorno, Hannah Arent y Kurt Huber. Los tres primeros mencionados eran de origen judío; curiosamente con sus vidas interconectadas ya que Arent y Adorno eran amigos de Benjamín. Arent acusó de inmoralidad al filósofo Frankfurt por las complicaciones de la publicación de las obras póstumas de Benjamin; por otra parte Adorno recriminó a Arent por seguir a Heidegger, al que siempre consideró un filósofo peligroso. Huber es caso contrario, pese que venía de un entorno católico, conservador y nacionalista Alemán, jamás estuvo dispuesto a colaborar con el sistema de los nazis, sino que hizo todo lo posible para oponerse a este. (Casas, 2014).

Walter Benjamin, fue un filósofo alemán de origen judío que realizó toda clase de huidas y penalidades, incluso tuvo exilio en Ibiza y en París, por ser considerado un autor peligroso para la nueva Alemania de Hitler; entre su trabajo en las letras destaca por ser un filósofo, traductor, ensayista y crítico literario; se inspiraba en diferentes disciplinas y orientaciones como el idealismo alemán, el romanticismo, materialismo histórico y el misticismo judío, todo enfocado en las corrientes del marxismo occidental y la teoría estética. Walter Benjamin estuvo directamente asociado a la escuela de Frankfurt; una de sus obras más conocidas fue *La labor del traducir*, un ensayo que trata exactamente de ello, la traducción; dado que también era un traductor y crítico literario, destacando sus críticas en las obras de Goethe, Franz Kafka, Charles Baudelaire, además de haber traducido la obra *Les Fleurs du Mal* al alemán (Ruiz, 2020).

Cuando se dirigía a Estados Unidos, en el puerto de embarque en España fue interceptado por la policía española por no llevar su documentación completa, se quitó la vida con una dosis letal de morfina en España (en la provincia de Girona) el 26 de septiembre de 1940 cuando se vio rodeado por los nazis que ocupaban Francia.

Hube fue también un filósofo y musicólogo muy conocido en Baviera en ese momento, procedente de círculo católico, germana y conservadora, sirvió de inspiración a una serie de estudiantes de filosofía que habían formado un grupo de oposición clandestina al régimen nazi llamado “Die weiße Rose”, dirigidos por Hans y Sophie Scholl. Fue candidato idóneo para estudiar en el seno de la universidad nazi, pero consideró que sus creencias y sus compromisos morales eran incompatibles con la idea de complicidad a semejante régimen tiránico. Él pensaba que Hitler era el destructor de los valores alemanes en vez de su encarnación, era un apasionado de los idealistas Kant y Hegel, filósofos que hacían una interpretación muy diferente de la que se atribuía a Hitler. A él

los discursos de Hitler no le atraían y no se molestaba en ocultarlo, al contrario de varios de sus colegas académicos; se esforzó por mantener con vida la presencia judía en la universidad, Hube aprovechaba cada oportunidad que tenía para promoverles sutilmente el mensaje a sus alumnos de desafiar a Hitler; y afirmaba que Kant era un gran moralista que defendía la idea de que los seres humanos tenían que ser libres para poder ejercitar su capacidad racional, convirtiéndolo en una de sus principales armas con las que contó para su resistencia intelectual al nazismo y en tema habitual de sus elecciones, y fue el único profesor que se opuso activamente a los nazis.

Sin embargo, es lamentable saber que no hubo ninguna consecuencia para aquellos que, como Martin Heidegger, apoyaron activamente el nazismo, solo algunos nazis de alto rango fueron enjuiciados en Los Juicios de Núremberg por cargos de crímenes contra la paz, crímenes de guerra y crímenes de lesa humanidad, luego el tribunal discutió la política antisemita de la Alemania nazi, que fue vista como motivada por consideraciones utilitarias: para lograr el control político de la sociedad alemana e impulsar una brecha entre el gobierno y la población de los países aliados; la mayoría nunca tuvo arrepentimiento de su pasado nazi y sin embargo, son preocupantes las escasas referencias a pensadores judío-alemanes que se tiene en la práctica filosófica; algunos ejemplos son, el filósofo y matemático Ludwig Wittgenstein, el sociólogo fundador del Instituto de Investigación Social de Frankfurt Max Horkheimer, el psicoanalista y psicólogo social Erich Fromm, el filósofo Joseph Solovietchick quien también fue un rabino ortodoxo, solo por mencionar algunos.

2.1.2.2 ARTE

Hitler había sido artista antes que político, pero las pinturas realistas que él prefería pintar, fueron desestimadas por el gremio artístico que optaba más por los estilos abstractos y modernos. Cuatro años después de que Hitler entrara al poder Alemán, el partido nazi inauguró dos exposiciones de arte en Munich diseñadas para mostrar obras aprobadas por el mismo Hitler; en la primera se mostraron desnudos de rubias, conjunto de soldados y paisajes idealizados.

En cambio para la segunda exposición se presentaron piezas de arte abstracto, moderna, no figurativa o como los alemanes le llamaban degenerada, la cual incluía obras de algunos artistas como Paul Klee, Wassily Kandinsky, Oskar Kokoschka junto con famosos artistas alemanes de la época como Max Beckmann, Emil Nolde y George Grosz; la idea de esta exposición no era solo burlarse del arte moderno, sino alentar a los visitantes a verlo como una conspiración malévolamente contra los alemanes. Jonathan Petropoulos (en Burns, 2013) menciona que la exposición que se presentó sobre arte no tradicional se realizó con la intención de revelar las intenciones que había detrás de ese

tipo de arte, en donde se planteaba una fuerte corrupción desde diferentes perspectivas, en sus propias palabras habla sobre “...las intenciones detrás de este movimiento filosófico, político, racial y moral, y las fuerzas motrices de la corrupción que les motivaban...” (Burns, 2013. p. 5) e incluso en esta misma exposición se mostraba el trabajo de artistas judíos planteando elementos negativos para su rechazo.

Ante esta exposición Hitler (Burns, 2013) decidió dictar un discurso donde hace mención a que “...simplemente las obras de arte que necesiten un libro de instrucciones para justificarlas porque no se pueden entender por sí solas...” (Burns, 2013. p. 12) no estarían en Alemania porque no era considerado obras de artes, sino un degenerado producto de judíos y bolcheviques que alegaban que su “arte” era simplemente degenerado, a pesar de que solamente se contaba con la presencia de 6 artistas de origen judío en una exposición de 112 artistas. La exhibición tuvo una asistencia de más de un millón de personas, pues pensaron que podría ser la única oportunidad de observar este tipo de arte, algunos para afirmar y respaldar la opinión de Hitler y otros simplemente asistieron por el resultado del escándalo que se originó.

La exposición fue repartida en un total de 5 diferentes salones:

1. Arte blasfemo
2. Obras de artistas judíos / comunistas.
3. Arte que criticaba a los soldados alemanes.
4. Arte que ofendía el honor de las alemanas.
5. “La sala de la locura” (aquí se mostraban pinturas abstractas)

Al finalizar, los tiempos difíciles que estaban por venir para muchos artistas empezaron cuando los nazis quemaron parte de las obras. Sorprendentemente, la SGM abrió paso a momentos de mayor creatividad y exploración artística de la historia pues las consecuencias de la contienda como la censura que puso en el bloque soviético y de manera oculta en EEUU con la Guerra Fría (años después), llevaron a los artistas a escapar de la que ahora era su realidad, como las ahora grisáceas ciudades destruidas por las bombas y la invasión del enemigo; dejando muy lejos las obras militantes y comprometidas como las de Tom Lea, Herman Seeger, Antony Beevor, Franz Eichhorst, dando inicio a movimientos vanguardistas como el expresionismo, el dadaísmo o el futurismo, al igual que un impulso definitivo al arte abstracto y al cubismo. Tom Lea, quien fue previamente corresponsal de guerra de la revista Life, fue uno de los pocos artistas que plasmó los horrores de la guerra de una manera figurativa. Zoran Music, quien vivió en primera persona la crueldad de la guerra estando cautivo en un campo de concentración, plasmó la brutalidad que los nazis cometieron; y aunque varias de sus obras desaparecieron, dejó una historia que contar. Bajo algunos trazos aún se pueden

percibir la influencia de Goya, se puede visualizar la figura de hombres ahorcados, crematorios, cadáveres apilados, la cruel realidad plasmada en sus diferentes obras en específico la titulada *Nosotros no somos los últimos de 1970* (Mengual, s/f).

Cuándo finaliza la guerra, se dio un fuerte impulso al fotoperiodismo y Robert Capa, Henri Cartier-Bresson, Rodger, Vandiver y David Seymour fundaron la agencia Magnum, dejando atrás los experimentos de corrientes de surrealismo o el dadaísmo; donde la fotografía documental había dando inicio creando cambios a la segunda mitad del siglo XIX; como resultado de este surge el legendario beso entre un soldado de la marina de EEUU y una enfermera fotografiado por Alfred Eisenstaedt para “Time Life” al término de la Segunda Guerra Mundial quedando inmortalizado, en una imagen que generó un gran impacto a nivel mundial, mostrando un contraste muy marcado en resonancia con lo que había ocurrido en la SGM (Mengual, s/f).

Si bien no solo hubo grandes cambios en el arte, sino también en la arquitectura, desde una perspectiva estética, un buen ejemplo de ello es La Ciudad Blanca de Tel Aviv, el cual es un conjunto de más de 4000 edificios de la Bauhaus, hoy patrimonio de la humanidad, surgió gracias al nazismo: buena parte de los principios arquitectónicos alemanes del momento que pertenecían a la escuela Bauhaus, se vieron obligados a emigrar por sus condiciones de judíos; la Bauhaus fue parte importante del contexto artístico, arquitectónico y de diseño desde diferentes perspectivas orientadas a mantener una estructura básica sin embargo con una carga conceptual muy marcada (Mengual, s/f).

El panorama artístico cambió completamente después de la guerra, los artistas “huyen” de la realidad creando nuevas vanguardias como el arte Naïf, como las obras de Rousseau conocido también como *El Aduanero*. En la obra *El Osario*, Picasso retrata con un estilo cubista a los prisioneros de los campos de concentración pero sin dejar de lado la realidad, mantenía su compromiso con la izquierda y si bien prefería recrear otras temáticas más optimistas. El querer huir de la realidad llevó a crear un movimiento de expresión como el “action painting” impulsado por Jackson Pollock donde él encarnaba el “traspaso de poderes” que se produjo después de la guerra, sobretodo cuando Nueva York se convirtió en epicentro de la cultura en detrimento de la industria en París, y comienza a exportar su arte a Europa (Menguale, s/f).

De Stijl o De Styl, es un término de origen holandés que significa estilo, fue un movimiento artístico y conceptual que surgió en la segunda década del siglo XX, específicamente en 1917 en Ámsterdam y que revolucionó un cambio riguroso en la manera de entender y realizar el arte en general, no solo en la pintura, sino que también en la es-

cultura, arquitectura, diseño de muebles y diseño gráfico. Fue una reacción al Barroco Moderno del movimiento de la Escuela de Ámsterdam. - El nombre surge originalmente de una revista que aparece a principio de 1917 pero no fue publicada hasta 1930; la cual sirvió como difusora del movimiento, donde pintores como Piet Mondrian, Vilmos Huszar, Georges Vantongerloo, Bart van der Leck y arquitectos como Gerrit Rietveld, Robert van't Hoff, Jan Wils y J.J.P Oud formaron parte; en su inicios De Stijl tenía 100 miembros y había en circulación 300 ejemplares (de León, 2020).

2.1.2.3 CIENCIA / TECNOLOGÍA.

Si hablamos de ciencia y tecnología, la Segunda Guerra Mundial dejó marca para el presente con diversos inventos, que no siempre fueron positivos, como las bombas atómicas, el ultrasonido, la penicilina, la tecnología del radar, vehículos todo terreno, gafas de sol, M&M's, la comida enlatada, entre otros dando inicio a nuevos cambios tecnológicos que desarrollan una facilidad en la sociedad y siguen ayudando en los procesos de innovación en la actualidad (González, 2018). Así como lo es el RADAR, el cual fue una idea propuesta en 1935 y es el resultado del acrónimo Radio Detection And Ranging, pero su tecnología fue se desarrolla durante la Segunda Guerra Mundial en Inglaterra por Robert Watson-Watt, tiene la capacidad de usar ondas de radio para detectar objetos a distancias, esto ayudó a detectar aviones enemigos (Agencia SINC, 2015).

En años posteriores de la PGM se iniciaron investigaciones sobre sulfonamidas y accidentalmente se descubrió la penicilina, pero no fue hasta la SGM que se explotó cuando la producción masiva permitió reducir radicalmente la 'incidencia' de gangrena gaseosa. Lograron desintegrar artificialmente el átomo en 1919, lo que llevó a descubrir el neutrón en 1939; después de que la Segunda Guerra inició descubrieron la energía que podía producir la división del átomo de uranio creando la bomba atómica (González, 2018). Los avances científicos y desarrollos tecnológicos pusieron las bases para las creaciones de la electrónica moderna, el desarrollo de las telecomunicaciones, la creación de vacunas y medicamentos y cómo prevenir enfermedades infecciosas; todos estos inventos y descubrimientos hoy en día forman parte importante en nuestra vida diaria, sin ellos gran parte de la sociedad y la ciencia como las conocemos no hubiera sido posible (Ribot, 2019).

2.1.2.4 SALUD / PSICOLOGIA .

Después de que la guerra acabó, El Tribunal Militar Internacional, integrado por jueces de 4 países aliados (EUA, Gran Bretaña, Francia y la Unión Soviética) se puso en acción y juzgó a 3 oficiales y 20 médicos bajo la acusación de crímenes contra la humanidad, incluyendo en éste la ejecución de experimentos médicos en prisioneros de guerra y civiles de países ocupados y de la población civil alemana; sacando a la luz un perverso sistema de destrucción de la conciencia social alemana, que en su vertiente sanitaria, supuso la institución de conductas criminales en materia de salud pública, higiene racial e investigación humana, situación que anteriormente no era así en Alemania, ya que existía un gran interés por parte del colectivo sanitario en materia de ética en investigación biomédica. Pero hay que tener en cuenta los efectos post guerra, un ejemplo importante de destacar es el de los niños a quienes les tocó vivir la II Guerra Mundial y sobrevivieron, se volvieron vulnerables al trauma debido a la inmadurez física y emocional, al igual que las investigaciones realizadas en soldados demostraron los trastornos mentales y el aumento de la tasa de suicidios en ellos (Tardón, 2014).

La Segunda Guerra Mundial dio pie a nuevos desafíos al CICR (Comité Internacional de la Cruz Roja), desde la organización de actividades humanitarias en los 5 continentes al mismo tiempo, lo cual requería una inmensa cantidad de recursos humanos y económicos. Durante la guerra, el CICR tuvo más de 50 delegaciones activas.

La SGM también significó la expansión de tareas como visitas a campos de detención o establecimiento de una agencia central de información sobre prisioneros (como en la primera guerra) junto con las actividades tradicionales relacionadas con los prisioneros de guerra, al igual que ayudar a los civiles a convivir con la desorganización que traía el situación militar. También se involucraron en la lucha contra la hambruna en Grecia y las islas del Canal de La Mancha; sin embargo, el CICR se topó con obstáculos tales como el rechazo de los estados que custodiaban a los detenidos sin poder ayudar a los prisioneros de guerra alemanes y soviéticos en manos del enemigo, mientras que los intentos por llegar a los soldados del Ejército Aliado capturados por los japoneses se vieron frustrados por la nula cooperación de las autoridades japonesas. Los actos de algunos de sus delegados no alcanzaron a mitigar el fracaso del Comité como institución en su lucha contra la persecución nazi (Comité Internacional de la Cruz Roja.)

Durante el conflicto bélico la Cruz Roja envió un barco para llevar alimento a las personas que vivían en el Canal de La Mancha en específico en la isla de Guernsey, ocupado por el ejército Alemán, en donde vivían cerca de 30.000 personas las cuales sobrevivieron gracias a la ayuda humanitaria. El 5 de noviembre de 1944 el alguacil de

Guernsey pudo enviar detalles de la situación desesperada a la Cruz Roja Internacional al igual que un informe de la isla de Jersey; redactando en una carta dirigida al secretario general de la Cruz Roja Internacional:

"La población civil necesita suministros urgentes de artículos esenciales. Instamos a la visita inmediata de los representantes de la Cruz Roja. Todas las raciones se redujeron drásticamente. El pan termina el 15 de diciembre. El azúcar termina el 6 de enero. Sal agotada: stock de ropa y calzado casi agotado. Combustible, gas y electricidad terminan a fin de año. Agotados los stocks de carbón. Combustible de manera inadecuada. Muchos suministros médicos esenciales terminaron" (Cruz Roja, 2022).

Siendo esta una carta de ayuda, se puede mostrar lo afectadas que estaban algunas ciudades ocupadas por el ejército del Eje y por el conflicto bélico en sí; solicitaban la ayuda de la Cruz Roja para poder mantener con vida a su población pues era su única opción ya que la Cruz Roja es una organización no lucrativa que está al servicio de las comunidades con fuertes necesidades.

En 1939, en el Reino Unido solo 80,000 de 120,000 veteranos de guerra pensionados por trastornos mentales provocados por la Gran Guerra fueron dados de alta. Sin embargo, ni las lecciones que dejó la Primera Guerra Mundial ni las previsiones hechas por el Ejército y la Marina de los Estados Unidos no fueron bien aprovechadas para poder atender a los pacientes con trastornos psiquiátricos. La neurosis de guerra o *battle fatigue* era un concepto originariamente de la guerra civil, con el que se buscó reportar síntomas de dolor de pecho crónico, así como la fatiga, la falta de aire y las palpitaciones cardiacas, dicho concepto fue actualizado y utilizado enfatizando en la fatiga y al estrés en el Ejército estadounidense durante la Segunda Guerra Mundial.

Battle Fatigue tiene una nosología de 3 niveles: Leve, que es la incapacitación más común dentro las unidades de combates. Dramática, era la etapa transitoria que se producía durante las operaciones de combates y el Síndrome del viejo sargento, el cual consistía de un desgaste físico y psicológico después de meses de combate continuo. Durante la guerra la expresión *broke emotionally* o *broke down* se hicieron de uso común en el ejército y en escuela de medicina durante los años bélicos; siendo un problema psiquiátrico este tenía síntomas que indican un aumento de trastornos del sueño, sobresaltos ante movimientos cercanos o repentinos, así como ruidos, además de fatiga y malestares físico leves. Todas estas heridas emocionales paralizaban a los soldados tanto como las pérdidas físicas de brazos y piernas.

La magnitud de estos problemas rebotó los departamentos médicos y militares; el número de soldados dados de baja por problemas psiquiátricos superó al de los reemplazados; es un hecho que las cifras de gravedad y cronicidad en los trastornos psi-

quiátricos registrados durante la Segunda Guerra Mundial demostraron una capacidad médica insuficiente. (Sánchez, 2017).

Los nazis tenían una ideología: el trabajo manual duro era la mejor manera no solo de castigar a los opositores intelectuales sino también de “educar” a los alemanes a ser “conscientes racionalmente” y apoyar los objetivos del Nacional Socialismo. Desde la creación de los primeros campos de concentración y las instalaciones de detención en 1933, los trabajos forzados eran frecuentemente humillantes e impuestos sin equipo, ropa, alimentación y descanso adecuados formaron una parte central del régimen de los campos de concentración.

Los nazis explotaron cada vez más los trabajos forzados de “los enemigos del estado” con el objetivo de obtener ganancias económicas y para cubrir la insuficiente mano de obra; para finales de 1938 la mayoría de los hombres judíos que vivían en Alemania estaban obligados a realizar trabajos forzados para varias autoridades del Reich; la capacidad de trabajo mayormente significaba la posibilidad de sobrevivir para los judíos, los considerados incapaces de trabajar eran los primeros en ser fusilados o deportados (Museo Conmemorativo del Holocausto de los Estados Unidos. “Introducción al Holocausto”. Enciclopedia del Holocausto, 2023).

2.1.2.5 ECONOMÍA.

Reflexionar sobre el capitalismo monopolístico alemán, su autoritarismo y la violación de los derechos humanos nos permite analizar estos fenómenos actuales, evidentemente diferentes entre capitalismo y democracia. Después de la Segunda Guerra Mundial y el holocausto nazi, hubo una gran reflexión sobre el papel que realizó el Estado sobre la protección de los derechos humanos, dejando claro que tiene como fundamento el salvaguardar a los mismos, por esta razón se crea La Organización de las Naciones Unidas (ONU) en 1945.

Estados Unidos puso en vigor El Plan Dawers, en el cual ponía en orden a Alemania con respecto a las cantidades que tenía que pagar por reparaciones de guerra; pero en 1929 cuando los resultados del plan comenzaban a dar frutos, el proceso económico conocido como La Gran Depresión se convirtió en la peor crisis capitalista del mundo en toda la historia. La guerra tuvo efectos catastróficos en la economía mundial, el flujo migratorio profundizó en la escasez de alimentos por lo que Estados Unidos optó por el apoyo en especie a Europa occidental, central y la URSS a través de la ONU para evitar una crisis humanitaria. El transporte, edificios, terrenos de cultivos, la escasez de materias primas

y la industria (que permaneció de pie pero con máquinas obsoletas) sufrieron daños considerables; no se puede olvidar que existió una gran inflación por la impresión de papel moneda y por el aumento de la deuda pública que los gobiernos de ambos bandos utilizaron para financiar los gastos de guerra (Aparicio, s/f).

La Sociedad de Naciones (establecida en 1919 para promover la cooperación internacional y para lograr la paz y la seguridad) no pudo detener las agresiones del Ejército del Eje en 1930 dando como resultado la destrucción de Europa y Japón en la SGM, dejando a Estados Unidos como la única economía intacta. Estados Unidos tuvo una enorme producción que había logrado alimentar al esfuerzo bélico aliado y al final de la guerra presentaba la mitad de toda la producción mundial. El Plan Marshall, empleado para designar programas de ayuda a los países pobres o planes de reactivación económicos desde 1970, ayudó no solamente a Europa a recuperarse si no a la economía mundial; los ingresos individuales crecieron rápidamente en todos los ámbitos desde las décadas de 1950 hasta 1970 con mercados libres y regulados. (Meacham, s/f).

2.2 Antecedentes de la propaganda en Estados Unidos y Alemania

Al finalizar la Primera Guerra Mundial se formó el “Partido Obrero Alemán” (Deutsche Arbeiterpartei, DAP) y duró de 1919 a 1920, para después cambiarlo a Partido Nacional Socialista Obrero (Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei, NSDAP) conocido coloquialmente como Partido Nazi entre 1920 y 1945. Este partido prometía defender los valores culturales alemanes contra los influencias judío-cosmopolitas, anularía las disposiciones impuestas por el tratado de Versalles, protegería a Alemania de la amenaza del comunismo y devolverle al país la grandeza que tuvo previo a la Primera Guerra.

“Ese año Adolf Hitler ingresó como miembro, asumiendo el rol de Jefe de Propaganda dirigiendo un discurso frente a un centenar de oyentes los cuales se entusiasmaron por su elocuencia, tiempo después de descubrirse como un orador innato se convirtió en el principal orador del partido logrando obtener mayor donaciones; cada vez más hombres asistían a las reuniones por lo que se tomó la decisión de cobrar una cantidad pequeña de entrada para sostener los gastos de la organización” (Vich, 2020).

Tras su fracaso de golpe de Estado en 1923, llegó a la conclusión que la mejor manera de tomar el poder era por medio de la vía parlamentaria y para eso la propaganda iba a ser su arma clave; teniendo como herramienta principal el diario *Völkischer Beobachter* (Observador del pueblo), en donde se denunciaban supuestos grandes males de Alemania como: el Tratado de Versalles . En el libro *Mi lucha*, Hitler (1925) escribió dos capítulos sobre la propaganda en donde menciona lo siguiente:

“Pronto me di cuenta de que el uso de la propaganda es un verdadero arte que ha permanecido prácticamente desconocido para los partidos burgueses”.

“Hitler vio la gran oportunidad que la propaganda le podría proporcionar y que consideraba estaba siendo desperdiciada por los partidos burgueses, así que esta la convirtió en su arma política clave para llevar al partido nazi a la cima, sin importar las consecuencias de las acciones que estaba generando, su afán de mantener la política nazi al exterior era su convicción más importante” (Joric, 2020).

“El 14 de abril de 1917, días después de que el imperio alemán declarara la guerra, el presidente norteamericano Woodrow Wilson creó el Comité de Información Pública (CPI), un enorme apartado de divulgación de noticias y publicidad que según algunos historiadores, sería a todos los efectos el origen de la moderna propaganda de Estado”. (Migliucci, 2016).

Los actos propagandísticos por parte de organismos públicos tienen su origen en tiempos antiguos, como se puede ver en los desfiles triunfantes de Roma o en los discursos inflamados de los oradores griegos. Pero fue en la PGM cuando se hizo sistemático y masivo, ya no se trataba de acciones esporádicas vinculadas a la iniciativa personal, sino de un gran apartado publicitario organizado a nivel institucional financiero con grandes cantidades de dinero público y dirigido por la burocracia estatal. El objetivo del comité fundado por Wilson era convencer a la opinión pública de que la participación de Estados Unidos Unidos en la guerra era necesaria y noble, pues pretendía acabar con la tiranía y preservar las instituciones democráticas; tarea extremadamente difícil ya que desde el inicio de la guerra en 1914 los periódicos relatan espantosas matanzas que se estaban produciendo en las trincheras europeas (Migliucci, 2016).

Para convencer a los ciudadanos de la necesidad de entrar en combate había que alimentar las pasiones patrióticas convirtiendo a los alemanes en enemigos que había que odiar y temer; difundiendo la necesidad de aceptar los sacrificios y ajustarse a la realidad, favorecer el alistamiento de voluntarios y fomentar la compra de bonos de guerra. Todos estos actos requieren un bombardeo propagandístico sin precedentes en la historia de la humanidad (Migliucci, 2016).

El encargado de liderar el Comité de Información Pública (CPI) fue George Creel (periodista de ideología progresista que formaba parte de los muckrakers), quien reunió a un equipo de artistas, escritores, reporteros, músicos y profesionales de la publicidad y del entretenimiento; donde también cerca de 150,00 personas entre trabajadores y voluntarios participaron en actividades del CPI. Su equipo sacó carteles e ilustraciones promocionales, donde promocionan películas y canciones patrióticas. La CPI preparaba notas para la prensa donde explicaban los objetivos de la guerra, relataban las hazañas de los soldados en donde hacían una descripción de las grandes virtudes de los aliados. El gobierno no suprimió la libertad de expresión pero apeló a la autocensura y publicó una lista de temas que los medios de comunicación tenían que evitar (Migliucci, 2016).

A lo largo de la Primera Guerra, los ilustradores contratados por Creel, crearon alrededor de 1500 diseños que sirvieron para hacer millones de copias para carteles que inundaron al país; el dibujante Montgomery Flagg fue el autor del póster más célebre en América: “*el tío Sam*”, símbolo de Estados Unidos, apelando al ciudadano con el reclamo “*I want you for US Army*”. Flagg se inspiró en un cartel de 1914 del artista inglés Alfred Leete quien era el secretario de Estado para la Guerra del Reino Unido, donde muestra a Lord Kitchener invitando a los británicos a combatir. Ambos carteles muestran a una figura con autoridad como símbolo de patriotismo y (Migliucci, 2016).

mo “*I want you for US Army*”. Flagg se inspiró en un cartel de 1914 del artista inglés Alfred Leete quien era el secretario de Estado para la Guerra del Reino Unido, donde muestra a Lord Kitchener invitando a los británicos a combatir. Ambos carteles muestran a una figura con autoridad como símbolo de patriotismo y (Migliucci, 2016).



Figura 10. J. M. Flagg, *I Want You for U.S. Army* poster (1917) | Wikipedia

2.2.1 Visión y análisis de la propaganda durante la Segunda Guerra Mundial

La propaganda de guerra, también era conocida como guerra psicológica y fue una parte complementaria para las acciones militares después de que generó un gran impacto tras la Primera Guerra Mundial y teniendo objetivos claros como el influir en la emociones, actitudes y las opiniones (Martínez, 2016); todo por medio de diferentes técnicas y recursos para la elaboración de material, ya sean sencillos y cotidianos hasta discursos en masas (Santana, 2024).

La propaganda es un método de manipulación que se encuentra de manera sistemática en la política desde siglos pasados, esto con el objetivo de poder manipular o promover sobre diversos grupos gubernativos, candidatos de oposición y grupos con interés específico, haciendo un énfasis en aspectos positivos o negativos de alguna idea, persona o legislación con respecto a lo que se quiere dar a conocer o proponer desde alguna de las diferentes posturas.

Los carteles bélicos propagandísticos dieron inicio en la Primera Guerra Mundial y sus objetivos y estructuras fueron cambiando y adaptándose conforme los tiempos avanzaban hasta la llegada de la Segunda Guerra Mundial en donde se utilizaban símbolos y estructuras específicas por cada país y ejército; pues podemos realizar una breve comparación entre la propaganda de ambas guerras: Los carteles de la primera guerra mundial contaban con imágenes de civiles, patreotas o personajes específicos ilustrados con un estilo renacentista y poco caricarutesco, más acercado a la realidad, pero siempre usando una gama de colores serios/sobrios como el beige amarrillento, negro, verde militar, rojo, naranja, sepia, azules, tonos de periódicos; haciendo uso de fuentes fuertes como romanas antiguas, Block / el Inglés antiguo, Viejos estilos como Brutalism, Bodoni dándole un mayor enfoque en lo conceptual y un orden de Texto-Imagen-Texto ya sean en 2 o 4 cuadros (no marcados) para su estructuración (y textos de 38 hasta 298 caracteres); mientras que para la Segunda Guerra Mundial la propaganda ya fluía con ideas y conceptos distintos, (posible agregar en la edición cuadros de colores mostrando las paletas o pantones) para crear campañas no tradicionales con estilos frescos, con colores serios pero combinados con tonos vivos y llamativos, diseños minimalistas, coricaturescos, simples, conceptuales dependiendo de su mensaje.

El proceso de la propaganda busca obtener una respuesta favorable, por lo que, durante la Segunda Guerra Mundial la propaganda se enfoca en obtener respuestas emocionales de un grupo en específico, en este caso su pueblo, pero también podría obtener resultados negativos que no los ayudaba con su misión. Más allá de eso hay que tener en cuenta que en la propaganda se pueden diferenciar por características particulares con motivos ocultos; estos elementos se pueden encontrar en el Triángulo retórico: Ethos, Pathos, Logos, los cuales son de gran utilidad para poder desarrollar un trabajo dentro de la propaganda con resultados favorables a la campaña. Es necesario entender los conceptos mencionados anteriormente, con la finalidad de establecer patrones que nos ayuden en la comprensión del análisis.

1. **Ethos:** es la credibilidad del hablante o el escritor para involucrar a una audiencia en algo en particular, estableciendo una confianza. También conocido como ética y ésta recurre a elementos como:
 - a. Inteligencia
 - b. Virtud
 - c. Moralidad
 - d. Percepción de confiabilidad
2. **Pathos:** se encarga de conocer de las emociones y las creencias que tiene una público para poder atraerlos a un tema en específico, haciendo que sientan interés por la información que se muestra haciendo recurso de:
 - a. Emociones y sentimientos
 - b. Sesgos y prejuicios
 - c. Sentido
 - d. Motivaciones
3. **Logos:** este último se enfoca en la lógica, razonamiento, evidencia y hechos para poder apoyar y respaldar un argumento y fortalecer el impacto que puede tener en la audiencia, siempre recurriendo a la:
 - a. Evidencia
 - b. Testimonio
 - c. Estadísticas y datos
 - d. Verdades universales

Hitler tenía claro el poder de las campañas en donde presentaba sus ideas frente a la sociedad, usando símbolos fastuosos como imágenes concretas y conmovedoras, siempre acompañadas con eslóganes simples y de esta manera pudo manipular las emociones de las masas para después poder controlarlas a su antojo, todo esto con el propósito de promover sus ideales sobre la visión que tenía de una Alemania pura y libre de antisemitas después de las consecuencias tras perder en la Primera Guerra Mundial. (Espinal, 2023).

No consiste en hacer un estudio objetivo de la verdad, en la medida en que favorece al enemigo para luego exponerla ante las masas con justicia académica; su tarea es servir a nuestro propio derecho, siempre y de manera inmutable.

-Adolfo Hitler, 1924.

Se puede llegar encontrar similitudes en la propaganda como en la publicidad, pero hay que tener presente que la publicidad es utilizada principalmente para el aumento de ventas y la propaganda para cambiar las actitudes y políticas públicas (Littlehale.s/f) .

En 1933, después de la toma de poder por los nazis, Hitler estableció el Ministerio del Reich para Ilustración Pública y Propaganda (en alemán Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda, abreviado RMVP) con el objetivo de asegurar que el mensaje nazi fuese comunicado con el mayor éxito posible a través de medios de comunicación como la radio o la prensa, entre otras. Después de que Alemania iniciara la Segunda Guerra Mundial, éste utilizó la propaganda para poder llamar la atención a todo los ciudadanos y soldados alemanes y poder difundir la idea de que los judíos eran personas peligrosas y enemigos del Reich alemán; con el fin de obtener el apoyo y aceptación de los ciudadanos sobre las políticas, represalias y la expulsión permanente de los judíos de las zonas alemanas, pues obtuvo la movilización de la población alemana que deseaba: el apoyo hacia las guerras de conquista y la motivación para aquellos que implementaban el asesinato masivo de los judíos y de otras víctimas del régimen nazi (Enciclopedia del holocausto, s/f).

El RMVP estaba enfocada en varios puntos:

- Recordarle a los alemanes la lucha con los enemigos extranjeros y la subversión de los judíos.
- Fomenta la pasividad y la aceptación de las medidas propuestas contra los judíos.
- Uno de sus temas de propaganda fue la discriminación real y percibida hacia los alemanes étnicos de los países de Europa oriental quienes ganaron territorio después de la Primera Guerra Mundial, a expensas de Alemania. Intentaba provocar lealtad política y conciencia racial.
- Después de que Alemania invadiera a la Unión Soviética la propaganda tenía mayor énfasis en los temas con relación con el comunismo mostrando a Alemania como defensora de la cultura occidental contra la amenaza “judeo-bolchevique”.

Alemania estaba bajo el único mando de Goebbels, y se debatía entre dos opciones de cómo utilizar la propaganda: 1. Utilizar las grandes mentiras para llegar a su objetivo, defendido por Hitler o 2. Buscaba que la propaganda fuese lo más realista posible. Los alemanes se centraban más en la persuasión más espiritual buscando esa influencia psicológica pero también ideológica (Riotorto, 2020).

Las películas fueron parte fundamental para esparcir la ideología nazi sobre el antisemitismo, la superioridad que tenía la milicia alemana y la maldad de los enemigos; películas representaban la inferioridad de los judíos y otras glorificaban a Hitler y al movimiento socialista. El diario *Der Stürmer* imprimía tiras de cómics con imágenes antisemitas.

Joseph Goebbels fue una de las figuras principales del Tercer Reich, nació en 1897, notándose en él desde corta edad su don de la palabra, además destacó en sus estudios realizados en 8 universidades diferentes; entre sus habilidades se puede mencionar su excelente trabajo como orador, además era bueno con la persuasión pues había estudiado al pueblo perfectamente y sabía lo que tenía que decir. Fue nombrado Ministro de Introducción y Propaganda del Reich por Hitler en 1933, donde tomó todo poder de los medios de comunicación y ramas de expresión artísticas con el objetivo de exaltar el partido Nazi y encaminar a su pueblo hacia la gloria "*merecida*"; el presupuesto del ministerio entre 1933 a 1941 se incrementó por diez y Goebbels tenía luz verde para realizar cualquier movimiento necesario a favor del bienestar de la nación (Enciclopedia del Holocausto, s.f).

La Cámara del Reich tenía sus reglas; para realizar o aportar cambios dentro de los grupos que existían dentro debías ser miembro; si querías ser miembro solo el partido decidía si el sujeto contaba con las credenciales adecuadas y si no se era admitido, no se le permitía publicar, realizar o exteriorizar ningún trabajo; como resultado la Alemania nazi introdujo un sistema de censura total pues solo se podía ver, leer y escuchar lo que los nazis querían.

Verónica Martínez (2016) menciona que Goebbels dejó una serie de diarios con memorias y materiales de aprendizaje para las futuras generaciones de nazis; los cuales son en sí mismas obras de publicidad, a lo que Taylor Richard (1983) los menciona como las propagandas del ministro de comunicación para su difusión. Goebbels utilizó una serie de técnicas para poner en marcha su **propaganda** la cual aún hoy en día son principios básicos de nuestra **propaganda** actual, mismas que se mencionan a continuación y fueron resumidas por Leonard W. Doob (académico estadounidense, 1948).

A continuación se hace un listado de los principios establecidos en la propaganda actual (Martínez. 2016):

1. Los propagandistas deben tener acceso a información secreta sobre los acontecimientos y el estado de la opinión pública.
2. La propaganda debe ser planeada y ejecutada por una sola autoridad.
3. Las consecuencias propagandísticas de una acción deben ser consideradas al planificar la acción.
4. La propaganda debe afectar a la política y a la acción del enemigo.
5. Debe haber información no clasificada y operacional a punto para completar una campaña propagandística.
6. Para ser percibida, la propaganda debe despertar el interés del público.
7. Solo la credibilidad debe determinar si los materiales de propaganda han de ser ciertos o falsos.
8. El propósito, el contenido y la efectividad de la propaganda enemiga, la fuerza y los efectos de una refutación, y la naturaleza de las actuales campañas propagandísticas determinan si la campaña enemiga debe ser ignorada o refutada.
9. La credibilidad, inteligencia y los posibles efectos de la comunicación determinan si los materiales propagandísticos deben ser censurados.
10. El material de la propaganda enemiga puede ser utilizado en operaciones cuando ayude a disminuir el prestigio de ese enemigo, o preste apoyo al propio objetivo del propagandista.
11. La propaganda negra debe ser empleada con preferencia a la blanca cuando esta última sea menos creíble o produzca efectos indeseables.
12. La propaganda puede ser facilitada por líderes prestigiosos.
13. La propaganda debe estar cuidadosamente sincronizada.
14. La propaganda debe etiquetar los acontecimientos y las personas con frases o consignas distintas.
15. La propaganda dirigida al frente nacional deben evitar el suscitar falsas esperanzas que pueden quedar frustradas por los acontecimientos futuros.
16. La propaganda en el frente nacional debe crear un nivel óptimo de ansiedad.
17. La propaganda dirigida al frente nacional debe disminuir el impacto de la frustración.
18. La propaganda debe facilitar el desplazamiento de la agresión, especificando los objetivos para el odio.
19. La propaganda no afecta de inmediato a fuertes tendencias contrarias; en vez de eso, debe ofrecer algún tipo de evasión o distracción, o ambas.

Al final, cuando Alemania estaba en el fondo del caos, Hitler en su testamento nombró a J. Goebbels como su sucesor con el puesto de Canciller de Alemania pero al ser leal y no poder reconocer a Alemania sin su Führer, se quitó la vida junto a su esposa e hijos (Museo de Memoria y Tolerancia, s/f).

Por lado contrario, se podría analizar que los aliados mostraban a los enemigos como un monstruo del cual se tenían que deshacer porque tenían el temor de que pudieran acabar con la sociedad del momento; Estados Unidos además hacía una inclusión de emociones vitales con el que cualquier ser humano podría empatizar como el cuidado familiar, el poder ser llamados “héroes”, todo con el propósito de elevar la moral del país y con fines de reclutamiento, su ideología se basaba en cero totalitarismo y cero colonialismo, pues no solo entró a una guerra física, sino que también se introdujo en una pelea propagandística con el propósito de mejorar sus promocionales, creando dos agencias oficiales de propaganda:

1. Office of War Information (OWI)[de 1942 a 1945] a cargo de Elmer Davis, la cual tenía la función de distribuir la información tanto en territorio americano como extranjero, coordinando publicaciones de guerra de una manera más doméstica con el objetivo de promover el patriotismo y el reclutamiento de mujeres para trabajos en la guerra; encargándose también de revisar y aprobar diseños y contenido de los carteles de gobierno.
2. Office of Strategic Service (OSS) de 1942 a 1945 fue el servicio de inteligencia de E.E.U.U. durante la segunda guerra mundial creado por el Estado Mayor Conjunto y bajo el cargo de William J. Donovan; esta se encargaba de manejar lo que se conocía como guerra psicológica, transformando la propaganda en lo que fuese que se necesitara, subversión y planificación de posguerra (González, 2013)

La propaganda dirigida a los civiles en la Segunda Guerra Mundial se destaca por el nuevo papel atribuido a los ciudadanos, ya que no solo era para conseguir su apoyo y un incremento de reclutas, también se incentivaba a los ciudadanos a colaborar a la causa desde su propia casa (Riotorto, 2020). Si bien después de entrar en la Segunda Guerra Mundial el gobierno lanzó un programa federal de racionamiento de insumos para apoyar a las tropas; el cual simplemente se enfoca en limitar los suministros de productos comunes y algunos alimentos procesados para los estadounidenses productos como cámaras o proyectores de la marca Bell & Howell Filmo o General Motors quedaron fuera de las compras civiles pero eso no los detuvo a seguir publicitando sus productos y servicios que no podían vender en revistas o anuncios usando frases como

“No hay cámaras y proyectores Filmo para hacer películas personales en este momento... pero valdrá la pena esperar por nuestros productos postguerra” menciona Becky Little; al final todo esto fue con la finalidad de que la gente no olvidara las marcas y estuvieran en su consciencia para cuando la guerra acabara, es decir estaba presente también una idea de consumismo que pudiera ayudar con la economía” (Little, 2014).

Muchos anuncios mostraban el esfuerzo bélico por parte de empresas como acto patriótico de las cuales se podía afirma que no tenía fines de lucro, debido a que era una colaboración entre anunciantes y el gobierno de EE.UU., estos anuncios no enviaba el mensaje de [...]compra mientras pueda[...] de hecho fue todo lo contrario; los anuncios incitaban al público a comprar bonos de guerra y a que no compraran cosas a menos de que fuese una necesidad básica o sumamente esencial, así se mostraba en la publicidad de General Tire en donde mencionaba: la crisis de los neumáticos sigue, debe conservar los neumáticos que tiene.



Figura 11. Jean Fort | *Representación de Estados Unidos con Reino Unido tirando por Africa (1941).*

En el artículo publicado por Becky Little para National Geographic, desarrolla un comentario realizado por el profesor emérito de Smith College, Daniel Horowitz menciona que el gobierno y las grandes corporaciones crearon un sentido de importancia ante el sacrificio de la población; “por que estaban todos juntos en esto [la guerra]” (Little, 2014. párr 11)

Durante los años posteriores a la gran depresión los negocios no tenía una buena imagen, pero tras alentar al pueblo americano a racionar, donar bienes y comprar bonos de guerra, los negocios aprovecharon la ventana para mejorar su imagen pública y ser vistos como motores patrióticos de la economía estadounidense y no como unos codiciosos al querer vender a alto costo (Little, 2014).

La imagen que daban los estadounidenses dentro de su propaganda estaba referida por hombres y mujeres, personas comunes, como la mayoría de la población, en donde predominaba un nivel económico medio, pero no solo se utilizaba para promover la venta y consumo de artículos básicos o para aumentar el ánimo patriótico, sino también la utilizan para representar de forma geográfica por medio de mapas propagandísticos sus avances en la guerra; (Little, 2016) estos estaban representados por ilustraciones caracterizando a los altos mandos y los continentes, desde una perspectiva tratada con seriedad pero por otro lado algo con mayor humor, se puede observar la manera en que mostraban su avance sobre la guerra; como en este mapa representando a F.D. Roosevelt en un tira y afloja con Churchill por África elaborado por la propaganda alemana en lo que era la Francia ocupada.

2.2.2 Cambios aplicados a la propaganda durante la Segunda Guerra Mundial

Como ya se ha visto en los apartados anteriores, los procesos que se vivieron en la SGM a lo largo de su duración afectaron de una manera considerable cada uno de los países que sufrieron por su impacto, sin duda alguna el mundo fue sacudido por este evento, pero tanto EUA como Alemania, fueron los países que sufrieron mayores cambios. Las mismas sociedades, el pensamiento, la comunicación fueron de los cambios más considerables; es por ello que analizar la perspectiva gráfica como composiciones utilizadas en sus respectivas propagandas de cada uno de estos países nos ayudará a fundamentar de una manera más profunda este análisis.

- EUA

Durante la Primera Guerra Mundial los mensajes impuestos por el gobierno americano eran persuasivos con el propósito de encaminar las respuestas y acciones de la población; explicándole al enemigo la falsedad de su causa imponiendo duda (Flores, 2007) y se puede percibir que después de que Estados Unidos entrara a la Primera Guerra Mundial, la mayoría de sus carteles contaban con símbolos nacionalistas como su bandera o simplemente sus colores representativos, soldados, águilas o hasta mujeres llamando a los hombres a servir; en ese momento su enfoque era el generar un sentimiento de culpabilidad ante no cumplir con los deberes atribuidos por la sociedad o en este caso por la guerra creando este sentimiento consecuente de no ser lo suficiente para la nación siendo identificado como cobarde ante la sociedad (Bacchiaga, 2014), a pesar de ello también crearon campañas dirigidas a las mujeres en específico enviando un mensaje donde el país contaba con su esfuerzo y sacrificio para poder ganar la guerra.



Figura 12. Vicente Aderente | Columbia Calls

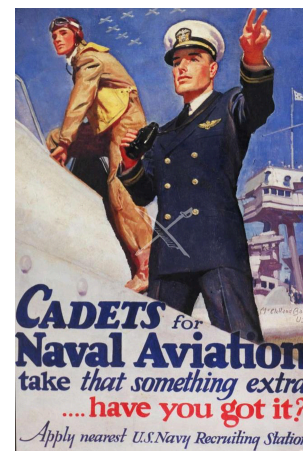


Figura 13. McClelland Barclay | Cadets for Naval Aviation take that something extra...

- ALEMANIA

En el transcurso de la Primera Guerra Mundial los carteles alemanes iban por un camino distinto al de los Aliados; ellos adoptaron el estilo Plakatsil creado por Ludwig Bernhard en 1906, la cual se caracterizaba por su tipografía, su gama de colores, los hombres siempre al frente de la imagen con armas y objetos de trabajo, en ocasiones algunas figuras femeninas, pero sobre todo por comunicar un mensaje claro y directo (Bacchiega, 2014).



Figura 14. Zabel Lucian | “*Dein Vaterland ist in Gefahr, Melde Dich*” (1913)



Figura 15. Joseph Goebbels | *Nun, Volk, steh auf und Sturm brich los* (1943)

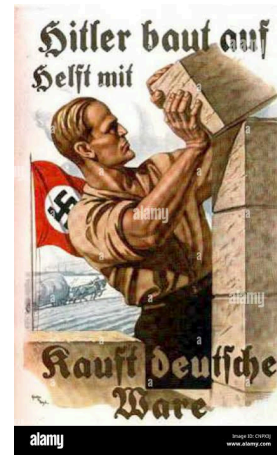


Figura 16. Autor Desconocido. | *Hitler baut auf helft mit kauft deutsche ware.* (s/f)

Únicamente la Cruz Roja se mostraba por ambos bandos, con campañas contra enfermedades como la tuberculosis, enlistamiento de enfermeras, ayuda a combatientes, mutilados, víctimas civiles, escasez de suministros y más mensajes; todos estos mensajes estaban no sólo destinados a la conciencia civil, sino que también para alentar a los soldados que seguían al frente a que continuaran con su misión a pesar de las consecuencias físicas.



Figura 17. Autor Desconocido | *Cartel de la DRK durante el período nazi* (s/f).



Figura 18. James Montgomery Flagg | *Your Red Cross needs you!*



Figura 19. C. W. Anderson | *The Red Cross serves humanity Join now* (entre 1914-1918)



Figura 20. Albert Herter | *In the Name of Mercy Give!* (1900).

♥ DISNEY

El gobierno de Estados Unidos ponía todo lo que tenía de su ideología como su elemento principal en su propaganda utilizando cada medio en su alcance para poder transmitirlo por lo que una de sus principales herramientas fue el uso de caricaturas, en específico The Walt Disney Company quien se involucró de manera profunda en el deber patriótico produciendo una serie dibujos animados humorísticos que tenían un mensaje directo y claro sobre los cuales contaban con un contenido antifascista como el nazismo alemán y el ultranacionalismo japonés, estos transmitían el claro mensaje de la situación por el que estaba pasando en país pero también para disminuir la tensión con la que vivían, era un pequeño escape de la difícil realidad para los niños como para los adultos (Nieto, 2019).

Entre 1930 y 1940 el éxito de la animación aumentó en popularidad como un medio de entretenimiento por lo que se volvió uso clave como propaganda, pues era una herramienta útil porque permitía el uso de ciertos aspectos pero de una manera humorística. Las caricaturas al no tener una audiencia específica se podían enviar con mayor facilidad a las tropas, estas hacían uso de símbolos ideológicos como en las películas de Hollywood, utilizados para así promover la ideología y apoyo a las políticas del presidente Roosevelt ya que mostraban el apoyo que se tenía con los Aliados frente a los conflictos por venir, en donde mostraban el orgullo y la fuerza del ejército estadounidense (Nieto, 2019).

La información citada por Nieto (2019) en el documento de Velasco se dice que la propaganda masiva era clave para reclutar, obtener financiación y el aumento de odio hacia el enemigo pero esta ocasión se iba a lograr a través de personajes animados como Donald Duck, los Looney Tunes, Popoye o Superman (Velasco, 2013). La propaganda animada de The Walt Disney Company impactó en la cultura por medio de la nostalgia y el optimismo que favorecía en esos tiempos, por lo que Walt Disney puso al servicio del gobierno el poder educativo, comenzando con colaboraciones con la oficina naval de aeronáutica de Estados Unidos creando películas para entretener a los militares, como consecuencia obteniendo una alta popularidad y atrayendo a otras diferentes agencias gubernamentales como el Departamento del Tesoro, Oficina de Marina, entre otro contratando al estudio para producir 32 cortos animados entre 1941 y 1945 (Nieto, 2019).

Las producciones estaban formadas y diseñadas de una manera estrictamente seria y transmitían mensajes de apoyo con una amplia diversidad de ideas, de una manera más cómica al estilo *cartoons* clásicos donde aparecían personajes de Disney en estos cortos,

en donde algunos trataban temas en la que la población necesitaba concientizar como el ahorro en época de escasez, protección de la salud, compra de bonos de guerra y otros mostraban mensajes más específicos para poder lidiar con la situación del momento de una manera evasiva como el entretenimiento y la risa, en otro significado esto era su burbuja de confort.

Usaban dibujos animados conocidos y aceptados por los ciudadanos estadounidenses, así Disney, su personaje “embajador” fue Donald Duck (Pato Donald) como su portador de valores y necesidades sociales. The Walt Disney Company aparte de colaborar con las caricaturas creó emblemas y sus propios carteles para la presentación de sus producciones, dicho de otra manera, no solo era trabajo de cartoons sino un trabajo artístico en profundidad.

El objetivo de todos estos cortos era transmitir el imperialismo americano que los forjaba, crear estereotipos como los nazis alemanes y el ultra nacionalista japonés, mostrados muy caricaturizados y de manera racista, para así poder empatizar con el público. A pesar de que Mickey Mouse es asociado automáticamente al momento de escuchar hablar de Walt Disney o simplemente Disney, era identificado como un personaje bondadoso, optimista y con gran moralidad contrario a Donald quien es un personaje temperamental, cascarrabias, orgulloso, en ocasiones arrogante y con una voz singular lo que lo convirtió en el personaje perfecto para representar y conectar con el público mayor e influenciar en la opiniones públicas, ya que con su debut en junio de 1934 y su primer protagónico principal en 1937, las generaciones que crecieron con él le tomaron un gran afecto y conexión de esa manera es como se convierte en un icono gracias a su potencial y espíritu de guerra, reconocido como “marca americana”.

Beatriz Nieto (2019) menciona algunos de los cortos animados con mayor relevancia pero sobre todo que impactaron con mayor fuerza a la sociedad del momento, de los cuales algunos muestran a Donald como elemento importante junto con la aportación de estos ante la población, debemos hacer un énfasis de que no son los únicos que existieron en ese momento, sin embargo, son los que se encuentran más relacionados directamente o cuentan con elementos importantes para el estudio; cortos que se mencionaran a continuación.

1942

Figura 21. Sin Autor | *The New Spirit* (1942).

The New Spirit:
Protagonizado por Donald, es un corto que se presenta en dos partes, en él se habla sobre el pago de impuestos para financiar la guerra. Contratado por el Departamento del Tesoro Estadounidense y producido por Disney.

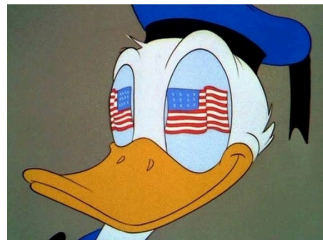


Figura 22. Sin Autor | *The New Spirit* (1942).

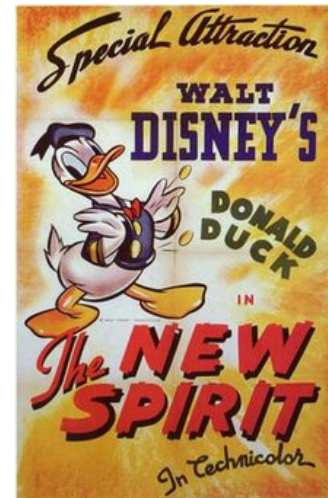


Figura 23. Sin Autor | *The New Spirit* (1942).

Figura 24. Barrio Kimball, Jack Hannah, Eric Larson & Milt Kahl | *Food Will Win the War*. (1942).



Figura 25. Barrio Kimball, Jack Hannah, Eric Larson & Milt Kahl | *Food Will Win the War*. (1942).

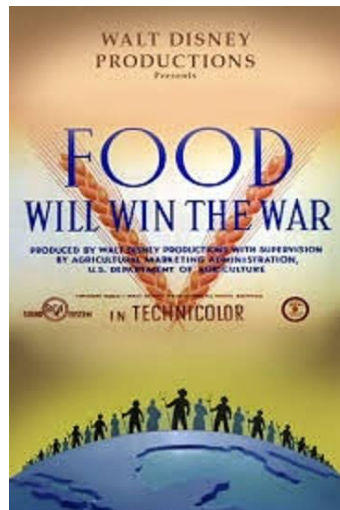


Figura 26. Barrio Kimball, Jack Hannah, Eric Larson & Milt Kahl | *Food Will Win the War*. (1942).

Food Will Win the War:

Este es un corto educativo-informativo donde aparecen brevemente los 3 cerditos, narrado por una voz en off, en el que enfatizan la importancia de la producción de la agricultura y lo importante que era durante la guerra.

Home Defense:

Protagonizado por Donad, es un corto de propaganda y entretenimiento desde el punto de vista patriótico estadounidense donde tratan temas como la incertidumbre de los ataques contra civiles transmitiendo elementos de empatía, nacionalismo y patriotismo estadounidense mostrando también la disciplina, saludo militar, expresiones, el trabajo de vigilancia y castigos por insubordinación. Con este corto reforzaban el espíritu de “es de todos” y la necesidad de defender lo suyo.

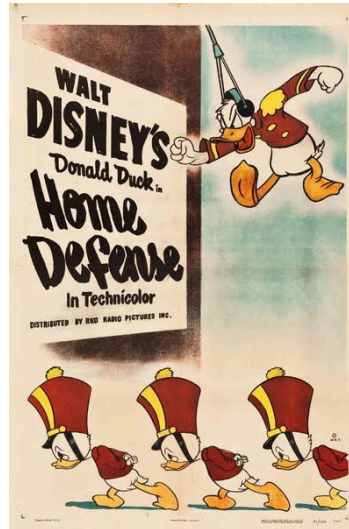


Figura 27. Paul Allen, Dick Lundy, Bill Justicia, Charles A. Nichols, Hal King & Harvey Toombs. | *Home Defense* (1943).

Figura 28. Paul Allen, Dick Lundy, Bill Justicia, Charles A. Nichols, Hal King & Harvey Toombs. | *Home Defense* (1943).



Figura 29. Paul Allen, Dick Lundy, Bill Justicia, Charles A. Nichols, Hal King & Harvey Toombs. | *Home Defense* (1943).

Figura 30. Autor Desconocido | *The Spirit of '43* (1943).



Figura 31. Autor Desconocido | *The Spirit of '43* (1943).



Figura 32. Autor Desconocido | *The Spirit of '43* (1943).

The Spirit of '43:

Este corto se podría considerar como la secuela de *The New Spirit* y Donald lo protagoniza; sigue teniendo el lado educacional pero lo que lo vuelve diferente a comparación de la primera es que Donald no muestra un patriotismo exagerado ya que el que aparece es su alter ego ahorrador que intenta influenciar al Donald original.

Der Fuehrer's Face:

Anteriormente titulado Donald Duck in Nutzi Land, este corto es considerado sensible y enfocado en la propaganda y entretenimiento, protagonizado por Donald quien ya era considerado como la figura central de la propaganda contra el fascismo, dejó muy claro el compromiso que tenía Disney con el gobierno y la guerra, con temas que llegaron a la audiencia de una manera clara con herramientas ideológicas.

Figura 33. John Sibley, Charles Nichols, Bob Carlson, Les Clark, Bill Justicia & Milt Neil | *Der Fuehrer's Face* (1943).

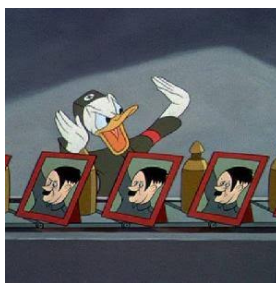


Figura 34. John Sibley, Charles Nichols, Bob Carlson, Les Clark, Bill Justicia & Milt Neil | *Der Fuehrer's Face* (1943).

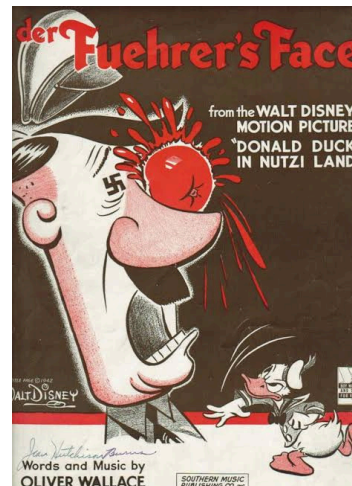


Figura 35. John Sibley, Charles Nichols, Bob Carlson, Les Clark, Bill Justicia & Milt Neil | *Der Fuehrer's Face* (1943).

Figura 37. Autor Desconocido | *Victory through air power*. (1943).

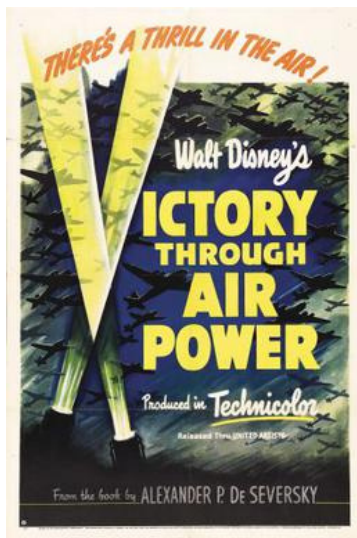


Figura 36. Autor desconocido | *Victory through air power*. (1943).



Figura 38. Autor Desconocido | *Victory through air power*. (1943).

Victory Through Air Power:

Una película de un poco más de una hora de duración clasificada como informativa. Ideológico-educacional, es considerado uno de los proyectos más ambiciosos de Walt Disney. Basado en el libro del mismo título de Alexander P. de Seversky (que es uno de los narradores principales).

1944

How to be a Sailor:

Catalogado como propaganda y entretenimiento, en este cartoon podemos ver a Goofy mostrando el desarrollo naval a lo largo de la historia de una manera única: cómico, como suele hacerlo este personaje. Aquí el Imperio japonés es tema principal y a sus ataques y destrucción pues muestra cómo Japón pasa a ser la amenaza principal de Estados Unidos.

Figura 39. Autor Desconocido | *How to be a Sailor*. (1944).

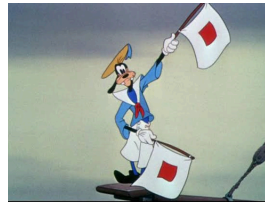


Figura 40. Autor Desconocido | *How to be a Sailor*. (1944).



Figura 41. Autor Desconocido | *How to be a Sailor*. (1944).

Figura 42. Milt Kahl, Norman Tate, Hal King & Ward Kimball | *Commando Duck* (1944).



Figura 43. Milt Kahl, Norman Tate, Hal King & Ward Kimball | *Commando Duck* (1944).



Figura 44. Milt Kahl, Norman Tate, Hal King & Ward Kimball | *Commando Duck* (1944).

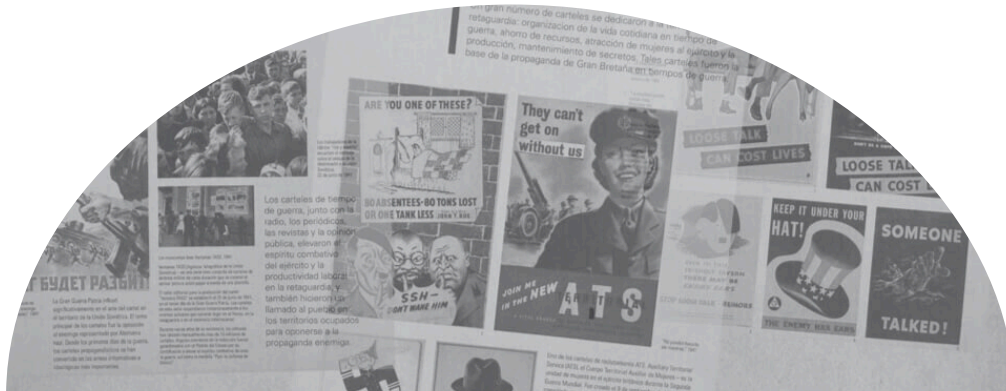
Commando Duck:

También considerado corto de propaganda y entretenimiento, contiene un gran contenido patriótico. Donald se encuentra en territorio enemigo para poder destruir las bases aéreas del enemigo donde muestran de manera homogeneizada a los japonés (anteriormente también mostrados de igual manera en otros cortos) la diferencia en este era que sobrepasaba la línea de lo que ahora se podría considerar extremadamente ofensivo.

Durante la Segunda Guerra Mundial, varios directores de cine fueron llamados a filmar material de propaganda bélica a favor de Estados Unidos; uno de ellos fue John Huston quien fue convocado para colaborar con el ejército filmando una trilogía-documental, tituladas como *Report from the Aleutians* (1943) y *The Battle of San Pietro* (1944-1945); ambas son acerca de la participación estadounidense en el frente del Pacífico. En el caso de *Let there be light* (1945-1946) los soldados ya habían regresado a su tierra natal; el departamento de guerra esperaba contar con un mensaje dirigido a los futuros empleadores de estos veteranos de guerra, (los cuales ya padecían heridas físicas y/o “neurosis de guerra”, actualmente conocido como trastorno de estrés postraumático) en el que se mostraba que eran aptos para reintegrarse a la sociedad y al trabajo.

Estos elementos y antecedentes ya mencionados crean una base de información que serán de gran ayuda para comprender el apartado que continúa y con ello poder establecer algunas bases visuales y conceptuales sobre la propaganda; al mismo tiempo se puede comenzar a formar una serie de ideas sobre los diversos objetivos que tenía cada uno con el uso de sus métodos propagandísticos, con ello se quiere decir que el mantener una línea básica que nos ayude a dar continuidad en la investigación es fundamental, en los próximos apartados podemos observar un análisis mucho más específico a los temas que sobresalen en el estudio.

Capítulo . 3



ANÁLISIS Y EFECTOS DE LA *comunicación gráfica* APLICADOS EN LA PROPAGANDA DURANTE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL

“De todos los inventos para la comunicación en masa, las imágenes aún hablan el lenguaje universal más entendido”

-Walt Disney, cineasta.

3. ANÁLISIS Y EFECTOS DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA APLICADOS EN LA PROPAGANDA DURANTE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL.

En este último apartado se analizarán las estructuras y elementos de la comunicación gráfica que componen los carteles propagandísticos tales como lo es la tipografía, imágenes, el mensaje que se desea enviar, color, escudriñando a profundidad en cada uno de los carteles elegidos con anterioridad tanto de Estados Unidos como de Alemania catalogados en una serie de tres grupos orientados a la política, lo comercial e ideología, siendo estos temas claves para su estudio y con ello poder mostrar el resultado obtenido por parte de los países a sus grupos, determinado a los que iban enfocados sus trabajos gráficos. Para adentrarnos un poco más al tema podríamos mencionar a Xavier González Cuadra (2012) que menciona que una variedad de artistas enfocados especialmente en carteles publicitarios que se incorporaron a la causa bélica que se mencionara más adelante.

3.1 La comunicación gráfica en la propaganda en Estados Unidos.

La propaganda estadounidense jugó un papel crítico en la movilización de la nación, ya que tenía como papel mantener el apoyo a los esfuerzos bélicos, conservar el optimismo y la unidad patriótica; además, estos carteles alentaban a los ciudadanos a participar en actividades como el reciclaje de metales, la compra de bonos de guerra o el ahorro de suministros. Como se mencionó anteriormente, Hollywood hizo una gran aportación con la propaganda ya que difundían mensajes patrióticos además de mantener a la población informada sobre las actividades y avances en el frente por medio de películas, noticieros y radio además de utilizar material educativo para enfatizar en la lucha, justificando así el por qué hacer sacrificios personales y la responsabilidad común.

Con anterioridad se había hablado respecto a los fundamentos de la propaganda americana en la Primera Guerra Mundial, los cuales marcaron un estilo gráfico característico; la cual tenía una estructura predeterminada, la mayoría mostraba los colores patrióticos que eran azul, rojo y blanco, presentaba su bandera de fondo, ilustraban a las personas de manera realista como soldados, enfermeras, El Tío Sam, alentaba a las mujeres a formar parte de la fuerza laboral además de mostrarlas como símbolo de libertad y fuerza, además del uso de frases cortas pero impactantes para la sociedad y al enemigo lo ilustraba de manera despectiva, a modo sombrío, como villanos y amenazas. Utilizaban un tono optimista e imágenes de un posible triunfo por venir para que la moral no se desmoronara.

Su propaganda se caracteriza por el uso de colores oscuros orientadas a las gamas conocidas como invernales en donde destacan las tonalidades frías, algunos otros otoñales y pocos llamativos, la mayoría de los carteles tiene sus estructuras divididas en grupos de 3, esto se puede explicar de la siguiente manera: Si hacemos un análisis y descripción de la imagen y lo dividimos por zonas, de arriba hacia abajo, marcado por la horizontal, mayormente está conformado por texto-imagen-texto, o imagen-texto-texto, Imagen (texto sobre imagen)-texto, texto-texto-imagen; algunos otros están diseñados en grupos de 2, imagen-texto, algunos con una simple frase-imagen como se muestran a continuación.

Otros estaban estructurados con dos imágenes superpuestas y un texto; utilizan tipografías serif, estilo romanas, sans serif, script, lineales, tipo vox y las mayorías en letras altas o también conocidas como mayúsculas, en algunos casos se percibía el estilo de su personalidad y las combinaban entre sí; todo esto para estructurar un mensaje visualmente atractivo y que transmita el mensaje deseado.

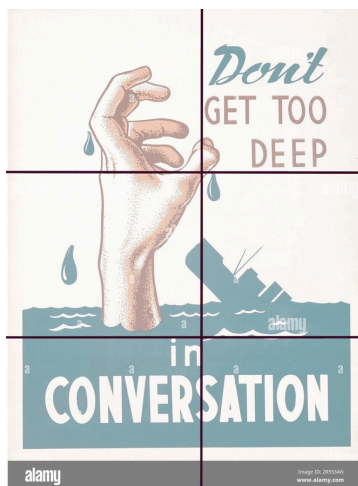


Figura 45. Autor Desconocido | *Don't get too deep in conversation.* (1940).

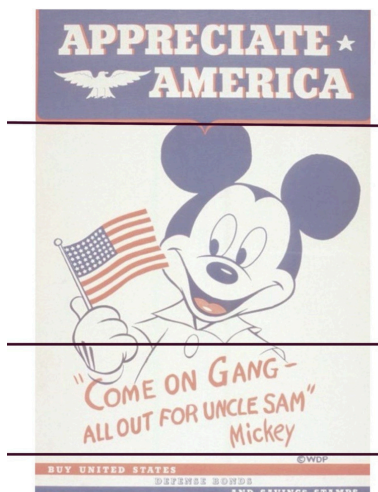


Figura 46. Autor Desconocido | *Appreciate America.* (1940).

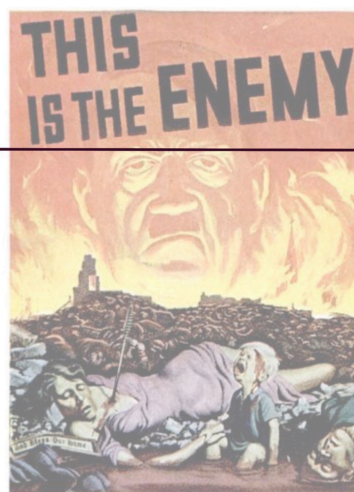


Figura 47. Duane Bryers | *This is the enemy* (1942).

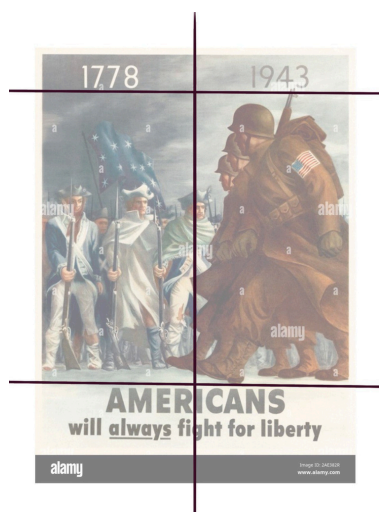


Figura 48. Autor Desconocido | *Americans will always fight for liberty.*(s/f).

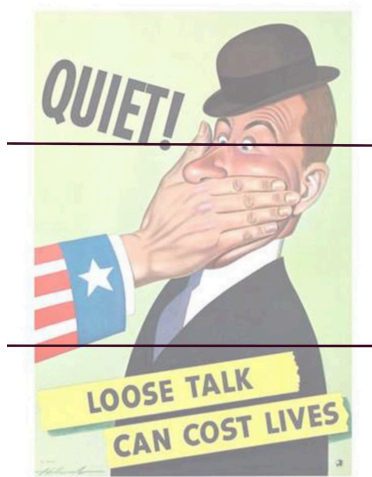


Figura 49. Dal Holcomb | *Quiet! Loose Talk Can Cost Lives* (1942).



Figura 50. Duane Bryers | *Stop That Rumor! Panic the pet of the Axis* (s/f).

3.1.1 Propaganda política

Karolina Monika (s/f) menciona en su investigación que “la propaganda política tiene por objetivo crear, transformar o confirmar opiniones a favor de ideas y creencias, así como estimular determinadas conductas políticas”, esto quiere decir que la propaganda política existe y se usa con el objetivo de crear ideas favorables sobre la presencia de algún movimiento o personaje político, usando imágenes y mensajes de impacto psicológico. Dentro de la propaganda política se usan técnicas de comunicación, promesas y la forma en la que se persuade para influir a una persona de la población sobre una opinión en general y aumentar el apoyo político; Estados Unidos utilizaba imágenes realistas de soldados luchando y concientizando a los jóvenes a unirse a la armada para defender a su nación al igual que exponía carteles en los que mostraban cuál era el papel de los jóvenes, así mismo se podía destacar la manera en cómo eran exhibidos sus enemigos manifestando un odio hacia ellos, ilustrándolos con formas de animales que deberían ser eliminados o ridiculizándolos a manera de sátira; a continuación se realizarán un análisis a profundidad de los elementos que lo componen con la finalidad de ejemplificar lo que anteriormente se describe.

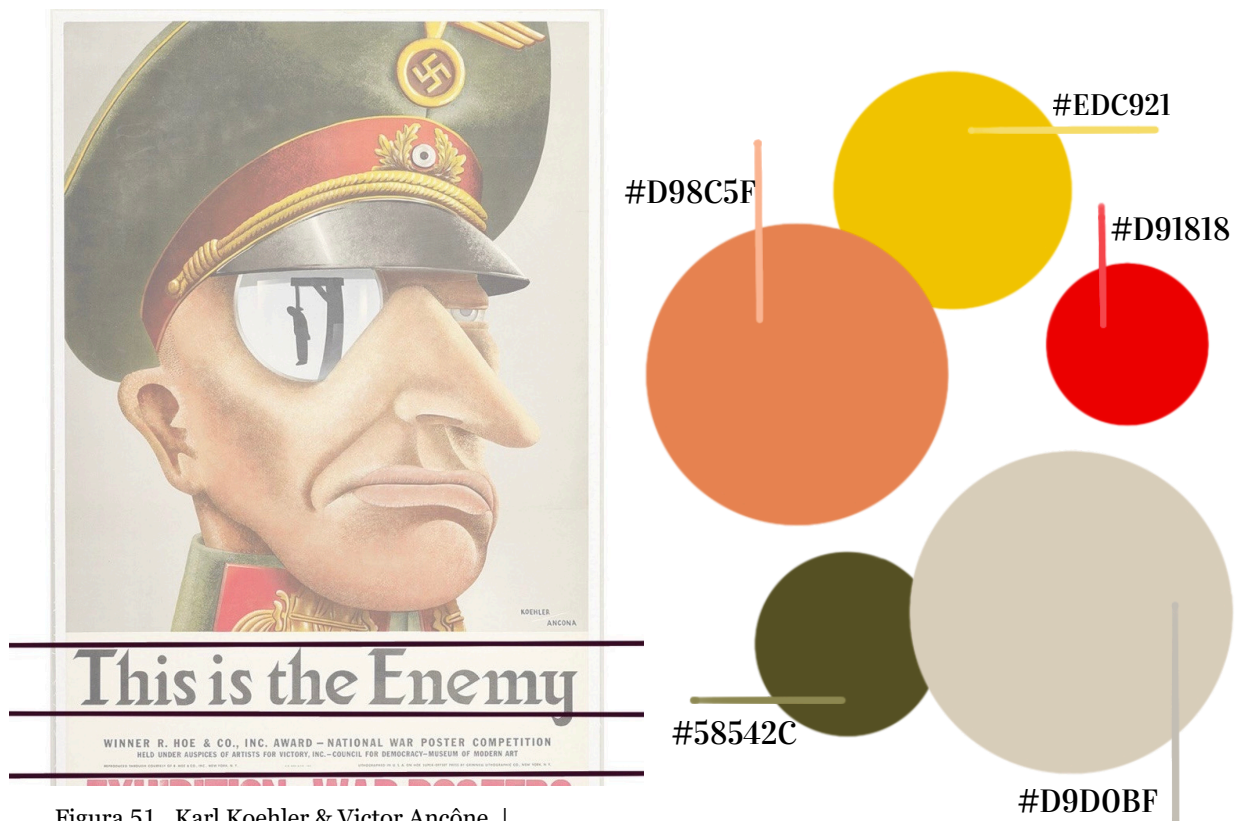


Figura 51. Karl Koehler & Victor Ancône |
This is the Enemy (1942).



① → This is the Enemy

WINNER R. HOE & CO., INC. AWARD – NATIONAL WAR POSTER COMPETITION
HELD UNDER AUSPICES OF ARTISTS FOR VICTORY, INC. – COUNCIL FOR DEMOCRACY – MUSEUM OF MODERN ART

REPRODUCED THROUGH COURTESY OF R. HOE & CO., INC., NEW YORK, N. Y. LITHOGRAPHED IN U. S. A. ON HOE SUPER-OFFSET PRESS BY GRINNELL LITHOGRAPHIC CO., NEW YORK, N. Y.

- ① “Este es el enemigo ”, Estilo tipográfico Serfi con Block
- ② Comandante General. Posible Sub-oficial de la Wehrmacht Rango Oberfähnrich
- ③ Uniforme Oficial
- ④ Waffen. Asignación de unidad limón- Unidades de señales
- ⑤ Rojo en representación del color nazi, porque normalmente eran color negro azul o amarillo
- ⑥ Símbolo nazi
- ⑦ Águila - Águila nacional
- ⑧ Hojas de Roble.- Ya que simbolo politico y militar en Alemania
- ⑨ Escarapela Nacional
- ⑩ Gorra con visera de General de la Wehrmacht
- ⑪ Litzen para general en campañas
- ⑫ Vista fría
- ⑬ Ceño de desagrada
- ⑭ Reflejo de lo que observ. La sentencia de muerte de un enemigo en su ejecución ahorcado.
- ⑮ “Ganador r. azada y compañía, inc. premio - concurso nacional de carteles de guerra. Celebrada bajo los auspicios de Victory, Inc. - consejo para la democracia - museo de arte moderno”
Tipografía San Serif-Gótica-Neo Grottesca
- ⑯ Fondo claro
- ⑰ Firma del artista : Koehler Ancona

3.1.2 Propaganda comercial y/o publicitaria.

La propaganda comercial es una estrategia de mercadotecnia que involucra una serie de mensajes para difundir información sobre productos, servicios o marcas; está dirigido a cierto grupo de la población a quien podría serle de utilidad con el objetivo de incentivar el consumo o en algunos casos como en la segunda guerra mundial, racionar el consumo de los mismos. La Real Academia Española (2023) define la palabra publicidad como f. Conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos. f. Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios. Con lo anteriormente descrito podemos decir que esta propaganda motiva la compra con imágenes y mensajes positivos a pesar que pueda tener una carga negativa, aunque sea perjudicial o no para los usuarios. Estados Unidos instruía por medio de sus carteles la importancia de racionar los alimentos, llantas y todo tipo de artículos no necesarios en esos años para que pudieran invertir el dinero en los bonos de guerra que ayudaban a la milicia para costear la guerra, usando también la invasión a Bélgica como parte de su promoción. Un buen ejemplo que puede ilustrar el análisis de la información desarrollada es el anuncio de Westinghouse Electric & Manufacturing Company, conocido como Rosie la remachadora o We Can Do It! en donde se tenía el simple objetivo de motivar a las mujeres trabajadoras de la industria durante la segunda guerra mundial.

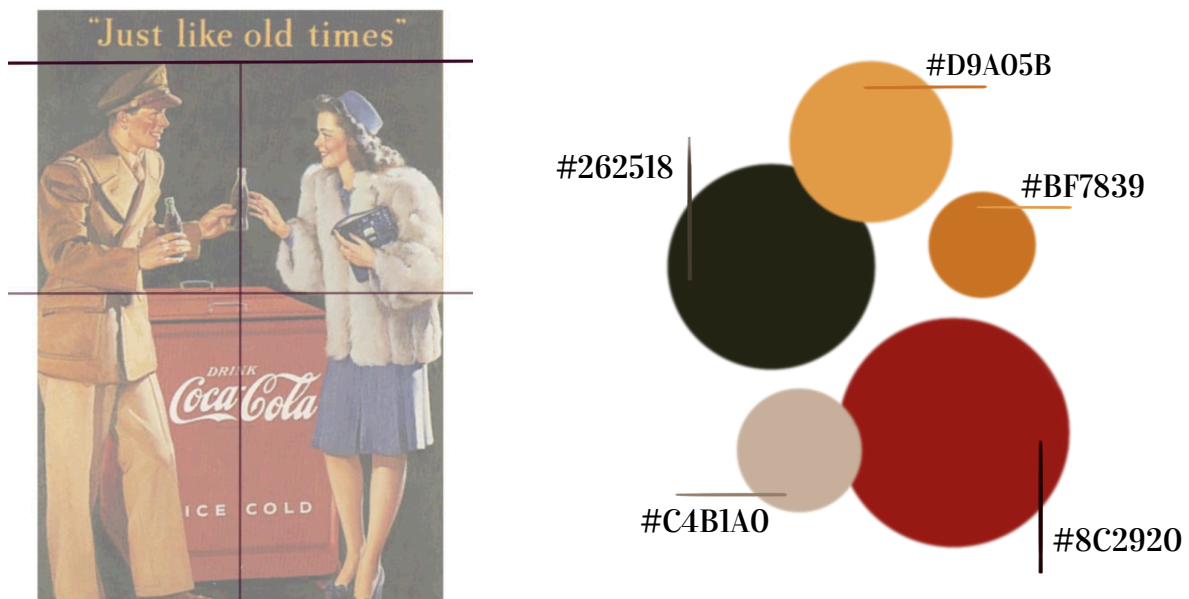


Figura 52. Autor Desconocido | "Just like old times" (s/f).



- ① “Como en los viejos tiempos ”, Estilo tipográfico Serfi - Boldoni - Moderno
- ② Referencia a las citas que tenían antes (en los años 30’s y 40’s) previo a diera inicio la Segunda Guerra Mundial.
- ③ Joven soldado después de regresar y sobrevivir de la guerra que vuelve a casa
- ④ Posible uniforme de servicio del Cuerpo de Marines
- ⑤ No trae armas
- ⑥ Joven elegante lista para una cita casual
- ⑦ En una cita, en compañía de un viejo o nuevo amor
- ⑧ Dos Coca-colas clásicas en botella de cristal para compartir
- ⑨ Característica hielera de Coca-cola de la época la cual se podía encontrar en cualquier parte: “Bebe Coca” con una tipografía Serif-Romana-Transicional y “Hielo frio” con tipografía San Serif Gótica
- ⑩ Fondo oscuro
- ⑪ Ilustración de Gil Elvgren. 1945

3.1.3 Propaganda ideológica

La propaganda ideológica tiene como finalidad la transmisión de contenido específico; es ahí en donde el emisor envía un mensaje con el objetivo de conseguir, mantener o reforzar una postura de poder sobre el receptor, estos intereses no siempre coinciden con el pensar del emisor-receptor quienes además pueden ser individuales o grupales (Tarín, 2018). Por otra parte, el uso de carteles de mujeres en su deber de enfermeras eran utilizados para el acrecentamiento de estas en los hospitales de la armada dejando clara la idea de que todos eran necesarios y tenían que ayudar de alguna manera, las tareas mostradas en cada uno de los carteles eran necesarias para mantener un orden y cubrir las necesidades de la guerra.



Figura 53. Vernon Simeon Plemion Grant | *WOMEN* (s/f).



- ① WOMEN= “MUJERES” : Sans Serif Egipcia en altas y en color rojo
- ② “Hay trabajo por hacer y una guerra que ganar...(con tipografía Sans Serif Geométrica) AHORA!” (Sans Serif Cursiva)
- ③ “Consulte su servicio de empleo de EE.UU. Comisión de mano de obra de guerra”. Sans Serif
- ④ Mujeres construyendo la palabra WOMEN
- ⑤ Arquitecta.- Encargada del diseño de las edificaciones. Supervisan su avance.
Mesera.- No solo muestra uno de los primeros trabajos que las mujeres podían tener aparte de ser mamás en Estados Unidos, sino que representa la importancias de los trabajos antes y después de la guerra
- ⑦ Jefe de obra.- Encargada de supervisar, planificar, coordinar y la ejecución de obras.
- ⑧ Albañil.- Materializan las ideas plasmadas de los arquitectos
- ⑨ Peón de obra.- Ejecutan tarea auxiliares y trabajan en conjunto con otros equipos de construcción
- ⑩ Obrera.- Trabajadores que asumen diversas tareas de apoyo en almacenes, zonas de construcción u otros emplazamientos
- ⑪ Técnico Recubrimiento de superficies
- ⑫ Remachadora.- Perfora planchas metálicas y las une con remaches o roblones
- ⑬ Mecánica
- ⑭ Mecánica con caja de herramientas
- ⑮ Pipa de gasolina
- ⑯ Parte trasera de un avión

- ⑰ Jeep militar
- ⑱ Fondo color ocre
- ⑲ Marco color hueso
- ⑳ Marco delgado color negro
- ㉑ Ilustrado por Vernon Simeon Plemion Grant, 1944

DATO CURIOSO:

Vernon S.P. Grant fue conocido por su capacidad para imaginar y crear obras de arte coloridas y unicas. Trabajó en la USO (Service Organization) durante la Segunda Guerra Mundial. Su estilo se caracterizaba por ser muy colorido, animado, estilizados y sencillos.

3.2 La comunicación gráfica en la propaganda en Alemania

El gobierno alemán dirigido por el régimen nazi durante la Segunda Guerra Mundial controlaba todos los medios de comunicación en su totalidad permitiendo únicamente la difusión que apoyara su ideología, justificando las políticas agresivas y genocidas; esta tenía que glorificar a Hitler como el salvador de la raza aria, fomentando el odio hacia los judíos culpándolos de los problemas económicos del país promoviendo su gran orgullo nacional; logrando que estas tácticas tuvieran una eficacia en la población alemana tanto visualmente como emocional para así poder asegurar la inserción de información en toda la sociedad alemana. Su propaganda utilizaba sus símbolos característicos como la esvástica, los uniformes del ejército, entre otros, pues su principal intención era enfocarse en los miedos, aspiraciones, frustraciones que el pueblo alemán tenía.

Para adentrar más al tema podríamos destacar a Xavier González (quien es mencionado por Bacchiega, 2014) que menciona una variedad de artistas enfocados especialmente en carteles publicitarios que se incorporaron a la causa bélica tales como Ludwig Hohlwein que se especializó en temas muy particulares, dentro del contenido de sus carteles había una conceptualización orientada a la ayuda y soporte de lisiados, veteranos y prisioneros de guerra en el extranjero; en el caso de Julius Gipkens, estaba enfocado en el ahorro de víveres y productos agrícolas; por otro lado Lucian Bernhard se encaminaba en los carteles para las campañas de abonos y préstamos de guerra y Hans Rudi Erdt (1ª Guerra-Alem) enfocado en la creación de carteles de películas o documentales patrióticos de contenido bélicos.

3.2.1 Propaganda política

El regimen nazi en su propaganda enaltecia el militarismo, mostraban que la guerra como algo necesario y heroico para Alemania por lo que usaban ilustraciones de “el hombre alemán ideal” alto, piel blanca y de buen ver, mirando sobre todos, soldados al centro de la imagen para promover el reclutamiento y cumplir con su deber cívico; pero también en otras propagandas mostraban la bandera nazi y a Hitler magnificado, mismo que se mostraban en toda propaganda alemana, como un símbolo o firma de la misma, debemos resaltar que toda la propaganda que se desarrolló en Alemania se hacía énfasis muy marcado en las armas.

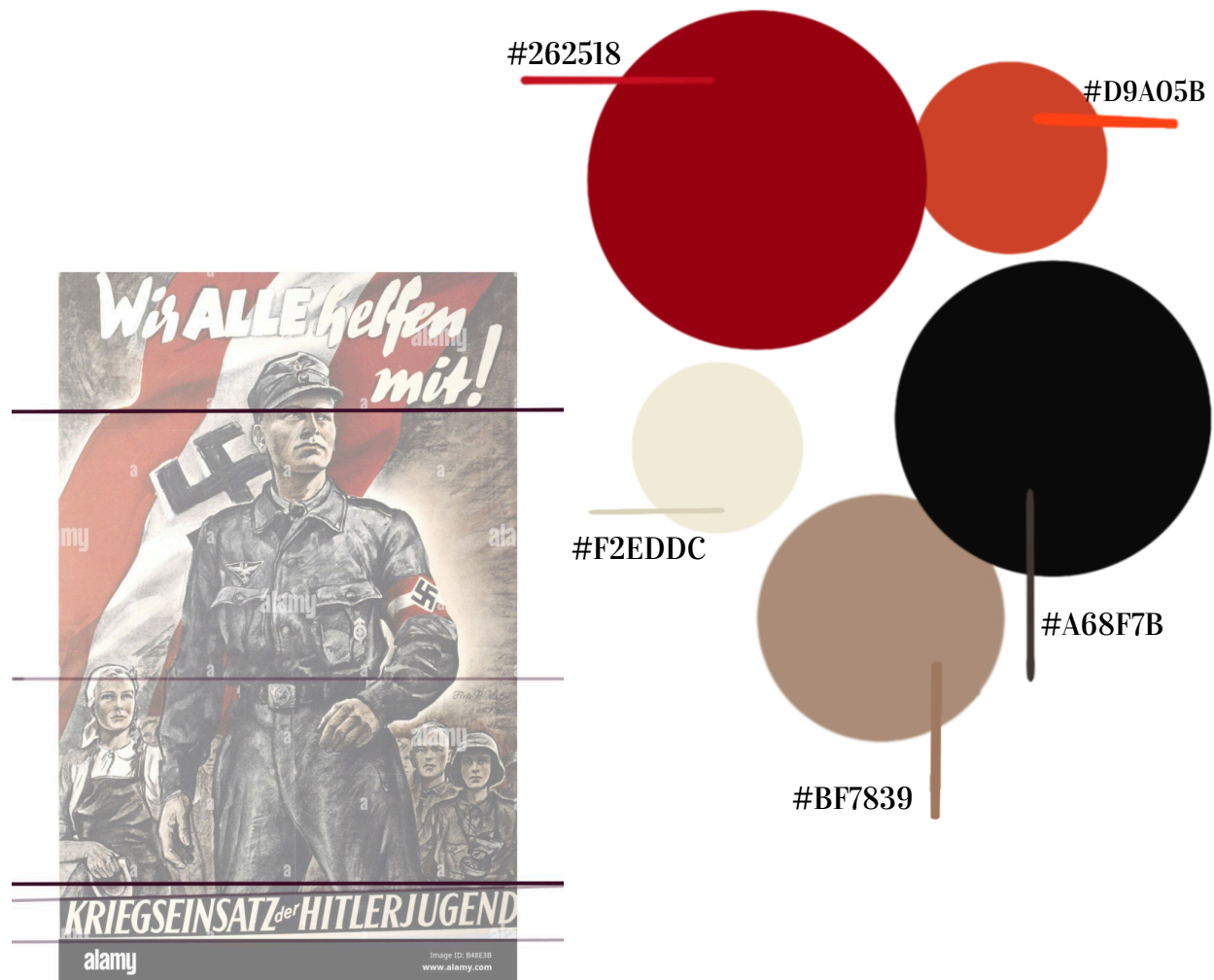


Figura 54. Autor Desconocido | *Wir Allen helfen mit! Kriegseinsatz der Hitlerjugend* (s/f).



- ① “Todos ayudamos” - tipografías Sans serif geométrico y Scrip manuscrita
- ② “Esfuerzo bélico de la juventudes Hitlerianas” - Sans Serif Romana moderna
- ③ Bandera del régimen nazi con sus colores blanco, rojo y su símbolo
- ④ Pueblo alemán en el fondo
- ⑤ Mujeres trabajando
- ⑥ Soldados listos para actuar
- ⑦ Soldado con uniforme militar raso.
- ⑧ Brazalete de campaña alemán con el símbolo nazi / con la esvástica nazi
- ⑨ Fondo como estadillo oscuro que representa la incertidumbre.
- ⑩ Fondo brillante representando la esperanza que tenían en sus soldados
- ⑪ Autor- Ilustrado por Fritz R. Weber

3.2.2 Propaganda comercial y/o publicitaria.

Como era costumbre para el régimen nazi, se aseguraba que toda propaganda cumpliera con sus mensajes patrióticos y nacionalista, por eso en la promoción comercial alemana se mostraba de manera obvia su autosuficiencia económica promoviendo el consumo de productos alemanes para reducir la dependencia de productos extranjeros pero siempre incluyendo mensajes enalteciendo el orgullo alemán promoviendo también el ahorro de recursos y el reciclaje; en estos se podían ver imágenes con colores fríos, su rojo característico y en ocasiones su esvástica característica, en resumen, fue otra herramienta del régimen alemán.



Figura 55. Autor Desconocido | *Fanta* (s/f).



- ① Nombre en grande de la bebida *FANTA* para poder tener una rápida comprensión de lo que se quería mostrar con una tipografía Sans Serif.
En color beige para contrastar con el fondo
- ② “*La bebida refrescante*”, letras en tonos amarillos en Scrip Caligráfica
- ③ Imagen ilustrativa de la bebida. Las botellas de cristal eran populares en los años 20
- ④ Fondo en color verde militar u olivo para contrastar.
- ⑤ Marco en color beige
- ⑥ Portavaso circular con la misma frase *Das erfrischende Getränk* o La bebida refrescante y la marca Fanta.
- ⑦ El círculo es considerado como una figura de perfección, infinito pues no tiene un fin , movimiento y adaptabilidad.
Los portavasos circulares suelen adaptarse a varias formas y tamaño de bebidas ya que las mayoría de estas se encuentran con bases redondas.

DATO CURIOSO:

La palabra Fanta viene del alemán fantastich que significa fantástico.

La bebida Fanta fue creada en 1940 en Alemania por Max Keith quien anteriormente fue un alto directivo de Coca-Cola (en Alemania) hasta que el gobierno estadounidense prohibió a sus empresas multinacionales la comercialización con Alemania por lo que las fabricas alemanas no podían recibir el concentrado para hacer las bebidas Coca-Cola. Para no perder los ingresos de los trabajadores y mantener a flote la fabrica, Keith creo una formula a base de ingredientes que tenia en la zona y lo que ya tenían en la fabrica creando Fanta, vendiendo 3 millones de botellas en 1943 y siendo un éxito nacional.

En 1958 Coca-Cola Company compro los derechos de la marca para distribuirla a nivel mundial.

Max Keith y la embotelladora no estuvieron ligados al régimen.

3.2.3 Propaganda ideológica

Los diseños y contenidos de la propaganda política e ideología iban de la mano, es decir, orientadas al mismo camino, en donde se usaban los símbolos específicos como elementos de importancia en las imágenes exhibiendo su predominio por la raza aria, pero también tomaban represarías ante publicaciones o noticias con información falsa o distorsionada que pudiera afectar la moral del pueblo o que no favoreciesen al regimen nazi por lo que lo censurában o modificában. En este tipo de carteles, los alemanes mostraban su ideologia de tal manera que cualquier publicación de información falsa o distorsionada, noticia que afectara la moral del pueblo y que no favoreciera al regimen nazi era censurada o modificada.

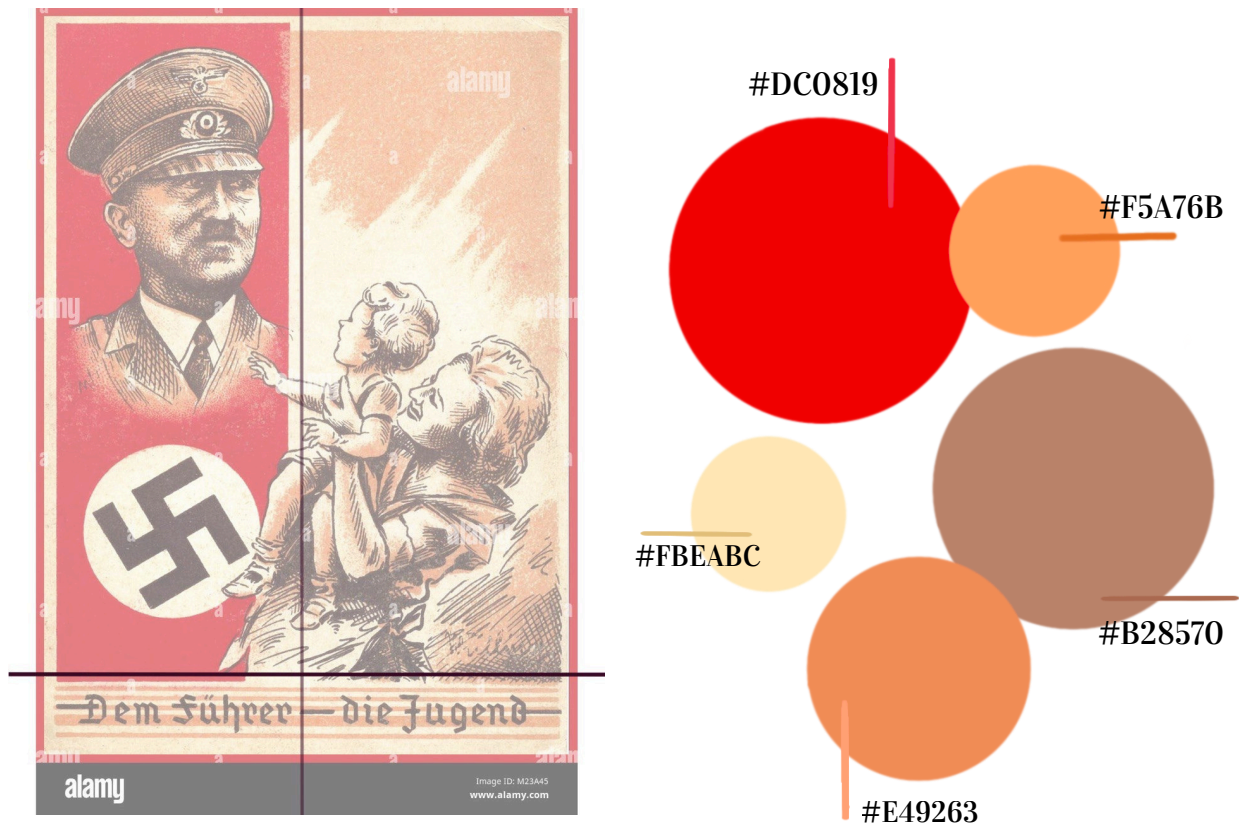


Figura 56. Autor Desconocido | *Dem führer - die Jugend* (s/f).



- ① “El líder, la juventud” - Tipografía Gótica
- ② Fondo de líneas horizontales en tonalidad naranja
- ③ Símbolo Nazi en banner
- ④ Representación Ilustrativo de grandeza de Hitler (dibujado en líneas)
El cartel muestra la importancia que tenía la presencia de Hitler en todo lugar para los alemanes nazis pero sobre todo inculcárselo a los jóvenes desde pequeños.
- ⑤ Madre (feliz) cargando a su hijo para que pueda ver a Hitler y admire mejor a su comandante
- ⑥ Trazos o dibujos lineales oscuros como sombra de la mamá
- ⑦ Espacio negativo de fondo se encuentra dividido en dos tonalidades (de naranja a beige) generando un contraste con la figura lineal en tonos negros de los personajes para producir una tridimensionalidad en la composición
- ⑧ Banderin con fondo color rojo
- ⑨ 2do marco color beige amarillento
- ⑩ Marco rojo

Conclusiones.

Cada uno de los sucesos que han ocurrido a lo largo de la historia han dejado una marca en el presente que vivimos, convirtiéndolo el camino a la construcción de la sociedad como la conocemos en la actualidad; estableciendo una serie de ideologías, pensamientos y maneras de actuar que se ven reflejadas en los procesos sociales, económicos y políticos en la actualidad. Por tal motivo la exploración de esta investigación nos lleva a comprender que la comunicación es un medio básico del ser humano para transmitir ideas, situaciones, necesidades y hechos.

Lo anteriormente dicho se puede ver en los procesos políticos ejecutados por estos países, pero para entenderlos de manera individual hay que entender ¿qué es la Política en general? En este caso, la política está conformada por un conjunto de instituciones y normas en las que una persona o un grupo buscan influir en las decisiones de una persona, para ejercer control, garantizando así, el bien común y mediar los intereses de la sociedad. En los años previos a la Segunda Guerra Mundial la política de Estados Unidos y Alemania manejan procesos muy diferentes, Estados Unidos se enfocó en su crecimiento económico interno, acercándose a la política internacional y generando cambios sociales mientras que Alemania se convirtió en un régimen democrático creando partidos de extrema derecha tras las represalias recibidas después de la Primera Guerra Mundial.

Hoy en día la política de ambos países es similar pues se constituyen de un sistema político Federal, en el caso de Alemania está organizado con una democracia parlamentaria, Estado Federal y Democracia Militante, mientras que el sistema político en Estados Unidos es Federal Constitucional con un régimen Presidencial y se conforma de 3 poderes: Ejecutivo, Legislativo y Judicial.

Durante la Segunda Guerra Mundial los diferentes regímenes políticos usaban medios de difusión como *meetings*, presentaciones, buzoneos (lo que hoy en día serían las redes sociales), pero su gancho principal fueron los carteles propagandísticos, en los que transmitían lo que para ellos era el pensamiento ideal y correcto de cómo tenía que ser regido su país y que no era aceptable, esto con la finalidad de enviar un mensaje ideológico que pudiera llegar a la población o a un grupo específico para generar empatía con el partido político y sus ideologías ocasionando una rebelión de clases y fomentando el racismo hacia el enemigo.

Estas ideologías encaminaron a más de un país a una guerra por la conquista de territorios y continentes para poder tenerlos bajo un mismo gobierno; dicha guerra duró un periodo de seis años con una participación de al menos 50 países creando una gran división ideológica y marcando un nuevo capítulo en la historia del siglo XX. Estas acciones implicaron una serie de resultados drásticos como lo fue el destierro de entre 12 y 14 millones personas en europa incluyendo alemanes durante los meses previos y principios de la guerra; así como la eliminación aproximada de 80 hasta 100 millones de personas entre civiles y soldados en el transcurso de los 6 años.

La Segunda Guerra Mundial llevó a la humanidad a dar un salto presuroso a avances científicos, tecnológicos y sociales con nuevas invenciones que hoy en día consideramos cotidiano como el radar, la penicilina, los vehículos todo terreno, los M&M's, Fanta, comida enlatada, la bomba atómica, así como el cambio hacia la idea que imposibilitaba a la mujer en el campo laboral masculino, entre muchos más. Durante 1940 y 1945 surgieron una serie de ataques y contraataques entre países para garantizar el objetivo, esto generó una ruptura política dejando como resultado divisiones territoriales y la formación nuevos países cambiando el mapa político a como lo conocemos hoy en día; lo que también llevó a la creación de nuevas organizaciones como la ONU (Organización de las Naciones Unidas) pilar esencial del sistema internacional para fomentar la cooperación (mundial) entre países y tratados de paz actualmente.

Si bien las divisiones ideológicas entre países mencionadas anteriormente se dieron gracias al papel que jugó la comunicación gráfica ya que fueron usadas de diversas maneras como propaganda, periódicos, caricaturas, comerciales en el cine o como fue analizado en este estudio, los carteles propagandísticos; estos eran ilustrados y contenían textos con mensajes claros sobre el odio racial hacia el enemigo que consideraban los mandos superiores el pueblo le tenía que tener, la precaución de no hablar de más pues algún oponente podría escuchar, la demanda de personal para los trabajos de fábricas ante la escasez de hombres o la idealización sociológica del ideal sociológico de cómo una familia “perfecta” y correcta tenía que ser para ser considerados puros; así también se pedía por medio de la propaganda la concientización sobre las raciones en alimentos o gastos que fuesen innecesarios, la difusión de la compra de bonos de guerra como muchos otros.

Analizando algunos carteles de ambos lados se puede mirar una cierta similitud entre los dos, los cuales estaban conformados por una serie de diseños y elementos visuales, que iban desde dibujos realistas a bicolor hasta diseños minimalistas con colores brillantes, caricaturizados o animados, y en ocasiones usando una paleta de colores específica, destacando siempre la importancia del mensaje; y cumplió con su objetivo

pues generó muchas ideas tanto positivas como negativas, creando estereotipos sobre los enemigos, sus países adversarios, mostrándose como los defensores de la justicia del país; facilitando las persecuciones.

El gobierno era el que controlaba la información que el pueblo debía recibir y por otro lado fue favorecedor porque ayudó al reclutamiento de tropas y mantener una alta moral en el frente. En resumen, Alemania se enfoca en enviar un mensaje sobre el predominio racial aria, el nacionalismo y Hitler a diferencia de Estados Unidos que promovía la lucha contra el facismo, el pro a la democracia; y una vez entrado en la guerra este aseguraba que la guerra traería una paz inmediata ante un mundo moderno.

Respecto a los elementos visuales dentro de la comunicación, se puede hablar sobre los estilos artísticos que antecedieron a los que surgieron durante la Segunda Guerra Mundial ya que estos fueron propiamente usados en la época como lo fue el *expresionismo abstracto*, que se caracterizaba por la intensidad y los colores, *el Dadaísmo* y *el Surrealismo* que se distinguían por lo irracional, irónico, la exploración del inconsciente y lo no tradicional, el *Arte Nacionalista* que era un estilo artístico implementado por los nazis para enaltecer la raza aria y los valores nacionales que tenían mientras que a la par reprochaba el arte moderno llamándolo “arte degenerado”.

Después de que la guerra terminara, surgieron más estilos artísticos como *Color Field* el cual se podría considerar como una subdivisión del expresionismo abstracto caracterizado por tener espacios de colores lisos, sólidos y brillantes; así también como el *Minimalismo* el cual busca la simplicidad de las cosas usando elementos básicos y neutros entorno a un espacio tomando como pensamiento la frase “*menos es más*”. Con el final de la Segunda Guerra Mundial el *Expresionismo Abstracto* originó una serie de movimientos artísticos como *Pop Art*, *Arte Conceptual*, *Action Painting*, *Hiperrealismo*, *Op-Art (Arte Óptico)* entre muchas otras.

El diseño gráfico es influido por la historia y la cultura que le rodea, logrando conectar con el pasado y estableciendo un proceso de evolución artística que se ve marcada en los años posteriores de la guerra; dejó una vasta herencia en las artes gráficas estableciendo el inicio de nuevos estilos gráficos y con ello innovando en diferentes áreas como en la publicidad la cual antes de la Segunda Guerra Mundial iba enfocada a productos y servicios resaltando el estilo de vida y usaban celebridades del momento como imagen o las campañas políticas que anteriormente dándole un nuevo sentido al arte de propaganda iba enfocado en mensajes políticos que buscaba generar emociones y la opinión pública.

Estos carteles se mostraban en los periódicos, en donde dependiendo de la orientación era el color utilizado; hoy en día se puede observar la publicidad renovada en diferentes espacios que gracias a las nuevas tecnologías han dejado de estar únicamente en los canales clásicos de comunicación como vallas publicitarias, Mobiliario Urbano para la Presentación de Información (MUPI), Centros comerciales, Vehículos de transportes públicos, radio, televisión, anuncios dentro de aplicaciones de forma de creativa y simple; enfocado en grupos específicos así como en las experiencias personales, la publicidad inmersiva y ahora hasta con la ayuda de “influencers” logrando obtener un crecimiento económico y creando una reputación.

Actualmente estas publicidades muestran el enfoque de sustentabilidad y la responsabilidad social de estas, así como la experiencia del usuario. El etiquetado durante la Segunda Guerra Mundial era simple con un mensaje claro usando imágenes simbólicas y colores patrióticos en su mayoría contenían la información esencial para el consumidor y mayormente con diseños minimalistas y tipografías sans-serif; usando la litografía el método de impresión más popular de la época; fue hasta 1885 cuando se le dio personalidad a un producto por primera vez y actualmente los etiquetados son simples, claras, funcionales destacando la calidad del producto; la estética minimalista sigue presente pero ahora con una perspectiva “más visual, menos texto”; usando una amplia variación de colores vibrantes-pasteles-claros-sobrios, diferentes tipografías creando una experiencia diferente y única dependiendo el objetivo de la marca.

Hoy en día existe una gran variedad de métodos de impresión para el etiquetado como serigrafía, huecograbado, impresión láser, impresión térmica, impresión digital, impresión offset entre muchas otras; todo dependiendo del formato del empaque del producto y lo que la empresa necesita. El packing (embalaje) o diseño de empaque en años previos a la Segunda Guerra era muy simple y básico/arcaico y para el siglo XX se introdujo el vidrio y durante la Segunda Guerra Mundial se seguían usando los mismos materiales para los empaques cotidianos pero ahora eran utilizados para el embalaje de suministros los cuales eran elaborados principalmente de madera, metal, tela, papel, cuero, vasijas de barro o cualquier material que fuese resistente y práctico.

El material debía ser capaz de resistir el envío de suministros a largas distancias, los cuales eran de gran medida y se distinguían con marcas, sellos y etiquetas que indican contenido y destinatario pero no eran etiquetas específicas como la de los productos de consumo habitual que eran más detallados; en 1890 se inventó la primera caja de cartón, fue entonces cuando en los almacenes se empezaron a vender productos con empaques específicos para marcar un distintivo; hoy en día el packaging está enfocado más allá del diseño gráfico, este considera la estructura del producto, los colores, la tipo-

grafía, la información, el material, la originalidad y distinción de la competencia hasta el medio de transporte en el que se enviará. En el mercado se pueden encontrar por ejemplo productos de cuidado personal con un diseño simple inspirado en tipografía clásica de máquina de escribir o usando colores.

En los años previos a la guerra el *diseño editorial* estaba enfocado en la funcionalidad y en la simplicidad influenciada por la Bauhaus pero principalmente la importancia que la tipografía tenía para la creación de la identidad visual de las publicaciones, se desarrollaron nuevas tipografías como Sans Serif, Futura, Helvetica y la Univers. En el caso de los periódicos, estaban conformados en su mayoría por 85%-90% texto en los que se apreciaban diversos juegos de tipografías complementándose entre sí y en ocasiones tenían imágenes, pero estos comenzaron a buscar un nuevo enfoque más moderno y limpio utilizando elementos minimalistas dejando el estilo tradicional atrás. La estructura editorial de los periódicos era una serie de diversos bloques textuales de diferente tamaños/medidas y los folletos de la época eran mayormente impresos con letras de máquinas de escribir y de un mismo tamaño de fuente una manera muy simple aunque comenzaba a ver nuevos estilos jugando con las tipografías, sus tamaños y comenzando a usar color.

Actualmente el diseño editorial debe ser flexible y adaptable a diferentes formatos como teléfonos, tablets, computadoras y pantallas garantizando una experiencia natural y sencilla al lector pues lo que se busca es ofrecerle al lector una experiencia ya sea de manera física o digital, estructurada por una jerarquía visual la cual utiliza tipografías tanto creativas, claras así como clásicas (dependiendo del contenido), buscando la legibilidad en la información, variedad de colores, elementos gráficos e imágenes cuidando que sea un diseño limpio evitando alguna sobrecarga visual para una mayor comprensión. Ahora el diseño editorial se puede encontrar en cualquier lugar y de diferentes maneras; tiene una mayor variedad respecto al uso de retículas, el tamaño de la fuente, diferentes formatos entre otros elementos.

Los libros son un gran ejemplo de la evolución editorial ya que anteriormente eran de tapa dura forrados de tela y con únicamente el título del libro y nombre del escritor en la impresión a presión con foil y en ocasiones decorado con relieves, la tipografía comúnmente usada era la Sans Clásica como Garamond, Times New Roman y Georgia las cuales facilitan la legibilidad con una maquetación/orden general; hoy en día las portadas de los libros son la identidad pues se le considera el alma del libro, el que logra atraer al lector, sin importar las tendencias lo más importante de una portada es el uso de la tipografía más la combinación de alguna imagen o ilustración referente, colores e inclusive uso de elementos 2D.

Los elementos del contenido interior son parte fundamental del diseño editorial de hoy en día, hay elementos que han cambiado, se pueden ver como ejemplos claros la justificación de texto que puede ser variable, el uso de diferentes tipografías en un mismo párrafo, los espacios en blanco para crear una imagen más limpia que ayude al lector a generar una zona de descanso visual, los márgenes o sangrías pueden ser saltadas, el texto puede sobreponerse en una imagen, se puede jugar con los colores del texto así como su tamaño, la orientación del formato, entre otros elementos a considerar; y aunque se puede encontrar una variedad en libros, los que tienen una portada con estética antigua, a la fecha siguen siendo un atractivo para el público lector.

La ilustración anteriormente estaba influenciada por estilos como Art Nouveau que tenía como característica la presencia de líneas orgánicas, utilizaban elementos naturales, queriendo reflejar una nueva modernidad y el uso de colores claros; el Surrealismo que muestra la realidad distorsionada, explora el subconsciente del ser humano y lo irracional en donde los artistas definen los colores a usar pero los más comunes eran brillantes, contrastantes, suaves, monocromáticos, intensos o combinaciones extrañas/inesperadas; el Modernismo rompe con los estilos tradicionales buscando la creatividad en la luz, formas orgánicas, en la naturaleza y originalidad. Por lo que las ilustraciones eran más realistas y acorde a la población que también servían para promover la ideología política, usándose en propaganda, folletos, etiquetas, publicidades y/o periódicos.

Hoy en día las ilustraciones son un orbe en el diseño gráfico con una amplia variedad de estilos las cuales se pueden dividir en dos grupos, los digitales como los dibujos vectoriales, flat, ilustración 3D, kawaii, etc, y los tradicionales como la ilustración realista, cómic, caricatura, ilustración de moda, ilustración de acuarela, ilustraciones de cuerpos extraños, arte lineal minimalista entre muchos otros estilos; sin embargo, cada uno de ellos conserva sus rasgos característicos.

La Segunda Guerra Mundial dejó también consecuencias positivas en la fotografía, la cinematografía, en la arquitectura, adaptación en el interiorismo, en la moda, entre otras; todas estas áreas se inspiran en las artes y estilos antecesores para evolucionar y crear nuevas expresiones artísticas pues se puede apreciar con claridad, mostrando así, un antes y un después de la Segunda Guerra Mundial, dejando grabada una estética, de la cual se siguen retomando estas ideas dentro de los mismos rubros.

Tras el análisis, podemos concluir que la comunicación gráfica tuvo un papel fundamental en la Segunda Guerra Mundial y no solo como una estrategia para informar, sino también como un método para poder configurar las conductas sociales de

ambos países, así como con en el resto del mundo, en donde las ideologías establecidas generaron un fuerte impacto emocional; pues la comunicación gráfica también tuvo un papel importante en los años previos a la Segunda Guerra Mundial ya que de ahí surgieron nuevos estilos y métodos que fungieron para plasmar ideas.

Los objetivos establecidos al inicio de esta investigación se desarrollaron de una manera satisfactoria; de primer momento se generó un análisis respecto al contexto social, cultural y político en estos dos países en la Segunda Guerra Mundial lo que permitió que se estableciera un proceso de entendimiento para poder generar el análisis para poder establecer criterios que permitieran analizar los elementos visuales de los elementos a estudiar; además de que esta investigación deja una puerta abierta a la posibilidad de profundizar desde otra perspectiva el cómo estas técnicas visuales que se han desarrollado a lo largo de la historia adaptándose a los modelos tecnológicos, sin dejar de lado su esencia siguen influyendo las artes gráficas actuales.

Bibliografía

- Academia Play. (9 de septiembre de 2022). *Dunkerque y la operación Dinamo*. [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=-aj20KKBYkc>
- Academia Play. (6 de junio de 2019). *El desembarco de Normandía. Día D*. [Video]. Youtube. https://youtu.be/3TT_ZVxxiQk
- Academia Play. (20 de febrero de 2018). *La Segunda Guerra Mundial en 17 minutos*. [Video]. Youtube. <https://youtu.be/AYQ8hT8cVTE>
- Acevedo, M.(2009). La utilización de la radio en la Segunda Guerra Mundial. *Creación en Diseño y Comunicaciones*, 6(25), 89-91. https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=4638&id_libro=138
- Alcázar, A. (2015). *El uso de la propaganda como herramienta de guerra*. Marketeroslatam. <https://www.marketeroslatam.com/el-uso-de-la-propaganda-como-herramienta-de-guerra-2/>
- Algarra, M.M. (2008). La comunicación como objeto de estudio de la teoría de la comunicación. *Revista Análisis* 151-172. Recuperado en 24 de abril de 2021 de <https://dadun.unav.edu/server/api/core/bitstreams/ed3b072a-5964-40e4-a240-6e001c3590d7/content>
- Altaveu. (2015). *Los 11 principios de la propaganda nazi de Joseph Goebbels*. Rescatado el 28 de enero del 2021 de https://www.altaveu.com/opinio/los-11-principios-de-la-propaganda-nazi-de-joseph-goebbels_1597_102.html
- Altillo (18 de enero del 2011). *Lazarsfeld: comunicación de masas, gustos populares y acción organizada*. <https://www.altillo.com/examenes/uca/teoriacomu/teoriacomu2011reslazarsfeld.asp>
- Amado, F. (5 de enero de 2022). La Batalla de Dunkerque: del misterioso “no” de Hitler y las drogas, al clásico del cine con Harry Styles como soldado. *Clarín*. https://www.clarin.com/internacional/batalla-dunkerque-misterioso-hitler-drogas-clasico-cine-harry-styles-soldado_0_I6kxTYAef.html

- Anne Frank House. (s.f.). *Muere Hitler*. Recuperado el 3 de abril de 2024 de <https://www.annefrank.org/es/timeline/167/muere-hitler/>
- Armstrong, S. (2014). *Cómo la publicidad aprovechó la guerra para hacer fortunas*. BBC News Mundo. https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/12/141210_economia_empresas_dinero_guerra_finde_yv
- Batalla, J. (2018). *Cine: William Wyler y la II Guerra Mundial, de la propaganda a la crítica*. INFOBAE. <https://www.infobae.com/america/cultura-america/2018/07/12/cine-william-wyler-y-la-ii-guerra-mundial-de-la-propaganda-a-la-critica/>
- BBC News Mundo, (26 de septiembre de 2021). *Angela Merkel: las elecciones que ponen fin a una era de 16 años en Alemania*. BBC NEWS. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-58465337>
- Bacchiega, J. (2014). La propaganda gráfica como arma psicológica en el transcurso de la Gran Guerra. *Relaciones Internacionales – N° 47 (Segmento Digital)* Instituto de Relaciones Internacionales – UNLP – 2014. https://www.iri.edu.ar/revistas/revista_dvd/revistas/cd_revista_47/historia/Primera_Guerra_Parte_II.pdf#:~:text=Podemos%20afirmar%2C%20por%20lo%20tanto%2C%20que%20la,y%20atrocidades%20cometidas%20en%20tiempos%20de%20guerra.
- Becker Zuazua, F., & Serrano Sanz, J. M. (2015). *El diseño de una política de crecimiento*. ICE, *Revista De Economía*, 1(883). Recuperado el 18 de agosto de 2024 de <http://www.revistasice.com/index.php/ICE/article/view/1760>
- Bermúdez, A. (30 de abril de 2020). *Adolfo Hitler: cómo murió el líder nazi hace 75 años y por qué hubo tanto misterio sobre el destino final de su cuerpo*. BBC. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-52393322>
- Bilbao, J. (s.f.) *La propaganda de Goebbels durante la Segunda Guerra Mundial, Jot Down*. <https://www.jotdown.es/2013/02/la-propaganda-de-goebbels-durante-la-segunda-guerra-mundial/>
- Binder, I., & García, S., (2020). *Politizar la tecnología. Radios comunitarias y derecho a la comunicación en los territorios digitales*. Ediciones del Jinete Insomne.

- Blackmore, E. (2021). *80 años desde Pearl Harbor: Así fue el ataque que cambió la historia para siempre*. National Geographic.
<https://www.nationalgeographic.es/historia/2021/12/pearl-harbor-asi-fue-el-ataque-que-cambio-la-historia-para-siempre>
- Blackemore, E., (29 de abril de 2024). *Cómo Benito Mussolini condujo a Italia al fascismo y por qué su legado perdura hoy en día*. National Geographic.
<https://www.nationalgeographic.es/historia/benito-mussolini-ascenso-caida-recuerdo>
- Blackmore, E. (2019) El Tratado de Versalles puso fin a la Primera Guerra Mundial y desató la Segunda. *National Geographic*.
<https://www.nationalgeographic.es/historia/2019/06/el-tratado-de-versalles-puso-fin-a-la-primera-guerra-mundial-y-desato-la-segunda>
- Bouzereau, L. (director). (2017). *Five Came Back* [miniserie documental]. Amblin Televisión.
- Bretone, M.T. (n.d.). *Funciones y efectos de los medios de comunicación de masas: los modelos de análisis*. Universidad de Barcelona. Recuperado en 24 de junio de 2021 de <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/6201/1/FUNCIONES%20Y%20EFECTO%20DE%20LOS%20MEDIOS%20DE%20COMUNICACION%20N%20DE%20MASAS.%20Bretones.pdf>
- Bugallo, C.J. (2015). *¿Qué es el análisis de las políticas públicas?*. Recuperado el 5 de febrero de 2024 de <https://www.elsalmoncontracorriente.es/?Que-es-el-analisis-de-las>
- Burns, L. (2013). *Arte degenerado: por qué Hitler odiaba el modernismo*. BBC Nes Mundo.
https://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/11/131106_finde_cultura_hitler_arte_degenerado
- Caldera, J & Alonso, F. (2004). La fórmula de comunicación de Lasswell como método para implementar bases de datos documentales en los medios audiovisuales. *Investigación Bibliotecológica*, 18 (37) 111-131. <http://rev-ib.unam.mx/ib/index.php/ib/article/view/4048>
- Carrasco, Á. (2015). *Teoría Crítica e investigación comunicativa. Fundamentos teóricos y horizonte epistemológico*. La Pantalla Insomne.
https://www.academia.edu/30892194/Teor%C3%ADa_Critica_e_investigaci%C3%B3n_comunicativa_Fundamentos_te%C3%B3ricos_y_horizonte_epistemol%C3%B3gico

- Cartwright, M., (2024). *Causas de la segunda guerra mundial*. World History Encyclopedia. <https://www.worldhistory.org/trans/es/2-2409/causas-de-la-segunda-guerra-mundial/>
- Castells, M. (s.f.) *Los medios y la política*. Telos Fundación telefónica. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero074/los-medios-y-la-politica/>
- Cecchini, D. (2022). *Stalingrado, la sangrienta batalla donde comenzó el final de Hitler y el horror de comer barro para sobrevivir*. Infobae. <https://www.infobae.com/historias/2022/11/23/stalingrado-la-sangrienta-batalla-donde-comenzo-el-final-de-hitler-y-el-horror-de-comer-barro-para-sobrevivir/>
- Cervera, F. (Actualizado el 13 de junio del 2024). *Del desembarco de Normandía a París: la liberación de Francia*. National Geographic. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/desembarco-normandia-paris-liberacion-francia_21554
- Chomsky, N. (2004). *El Control de los Medios de Comunicación*. Rosas Editores. <https://es.scribd.com/document/199503066/Chomsky-El-control-de-los-medios-de-comunicacion-5-1>
- Crestock. (Hasvoll, L. 2008). *La evolución del diseño de propaganda: carteles retro estadounidenses*. Rescatado el 27 de mayo de 2021 de <http://www.crestock.com/blog/design/the-evolution-of-propaganda-design-us-retro-posters-122.aspx>
- Crofton, I. (2011) *50 cosas que hay que saber sobre Historia del Mundo (1ª ed.)*. p. 173. Editorial Planeta S.A.
- CRIAFAMA. *Historia del Diseño Gráfico: Carteles de guerra ¿Cómo influyeron?*. Rescata el 17 de junio de 2022 de <https://criafama.es/historia-del-diseno-grafico-carteles-guerra/>
- De Esteban, J. (1997). Los medios de comunicación como control del poder político. *Revista de Derecho Político*, 42, 11-34. https://www.researchgate.net/publication/267231329_Los_medios_de_comunicacion_como_control_del_poder_politico/fulltext/544e0f1d0cf26dda088e33af/Los-medios-de-comunicacion-como-control-del-poder-politico.pdf

- De León, M. (2020). El matemático detrás del movimiento «De Stijl». *Madrimasd Blogs*.
https://www.madrimasd.org/blogs/matematicas/2020/11/18/148594#:~:text=Deja%20un%20comentario%20*%20Nombre%20*%20*%20Correo%20electr%C3%B3nico%20*
- De Oliveira, W. (2019). El ejército invencible de Hitler: propaganda de guerra alemana y prensa periódica de Santa Catarina, durante la Segunda Guerra Mundial. *Revista Brasileña de Historia de los Medios*. Obtenido de
<https://revistas.ufpi.br/index.php/rbhm/article/viewFile/7316/5314>
- Denifinición.de (s.f). *Definición de Contexto*. Recuperado el 15 de abril de 2022 de <https://definicion.de/contexto/>
- Denifinición.de (s.f). *Definición de Contexto Social*. Recuperado el 15 de abril de 2022 de <https://definicion.de/contexto-social/>
- DW Español. (2025). *Riefenstahl: ¿Arte o propaganda?* [video]. YouTube.
<https://youtu.be/N4yQhn5h-q8?si=y31r6LIIdTyf40pVv>
- Echeverría, O. (2013). Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. *Creación y Producción en Diseño y Comunicación*.
https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/506_libro.pdf
- Echeverry, E & Velasco, S. (2012). *Análisis morfosintático de los carteles de Hans Schweitzer para el periodo Nazi, por medio de una investigación histórica y gráfica*. [Tesis de licenciatura] Repositorio Institucional de la Universidad Autónoma de Occidente. <https://red.uao.edu.co/server/api/core/bitstreams/3ecac673-bdbe-47ec-9ea6-581e001cdcaa/content>
- Editorial Etecé (ed. 2020). *Método Cualitativo*. <https://concepto.de/metodo-cualitativo/>
- Elorrieta, T., (1916). *Derecho Político Comparado*. Hijos de Reus, editores.
<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/1/332/1.pdf>
- Enciclopedia Banrepcultural. (s.f). *Origen de la política en el mundo*. Recuperado el 20 de mayo de 2023 de https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Origen_de_la_pol%C3%ADtica_en_el_mundo

- Encyclopaedia Britannica. (s.f.). *Gabriel Abraham Almond* . Recuperado el 17 de septiembre de 2023 de <https://www.britannica.com/biography/Gabriel-Almond>
- Enciclopedia del Holocausto (s.f.) *El día D*. Recuperado el 18 de febrero del 2023. <https://encyclopedia.ushmm.org/content/es/article/d-day>
- Enciclopedia del Holocausto (s.f.) *Invasión alemana de Europa Occidental, Mayo de 1940*. Recuperado el 12 de enero de 2024 de <https://encyclopedia.ushmm.org/content/es/article/german-invasion-of-western-europe-may-1940#:~:text=Par%C3%ADs%2C%20la%20capital%20francesa%2C%20cay%C3%B3,ha%20la%20frontera%20con%20Espa%C3%B1a>
- Enciclopedia del Holocausto. (S.f.). *La propaganda Nazi*. Recuperado el 26 de Mayo de 2023 de <https://encyclopedia.ushmm.org/content/es/article/nazi-propaganda#:~:text=Despu%C3%A9s%20de%20que%20los%20alemanes,peligrosos%20enemigos%20del%20Reich%20alem%C3%A1n>.
- Enciclopedia del Holocausto. (s.f.) *La Segunda Guerra Mundial en Europa*. Recuperado el 18 de marzo del 2023. <https://encyclopedia.ushmm.org/content/es/article/world-war-ii-in-europe-1#:~:text=1%20DE%20SEPTIEMBRE%20DE%201939&text=En%20cumplimiento%20de%20su%20compromiso,3%20de%20septiembre%20de%201939>
- Enciclopedia del Holocausto. (s.f.). *La Segunda Guerra Mundial en Europa*. Rescatado el 15 de septiembre de 2023 de <https://encyclopedia.ushmm.org/content/es/article/world-war-ii-in-europe-1#:~:text=1%20DE%20SEPTIEMBRE%20DE%201939&text=En%20cumplimiento%20de%20su%20compromiso,3%20de%20septiembre%20de%201939>.
- Enciclopedia del Holocausto. (s.f.). *Cronología de la Segunda Guerra Mundial*. Rescatado el 27 de Octubre del 2022 de <https://encyclopedia.ushmm.org/content/es/article/world-war-ii-key-date>
- Enciclopedia del Holocausto. (s.f.) *Invasión de la Unión Soviética, Junio de 1941*. Recuperado el 18 de febrero del 2023. <https://encyclopedia.ushmm.org/content/es/article/invasion-of-the-soviet-union-june-1941>
- Enciclopedia del Holocausto (s.f.) *Invasión de Polonia, otoño 1939*. Recuperado el 24 de febrero del 2022 de <https://encyclopedia.ushmm.org/content/es/article/invasion-of-poland-fall-1939>

- Enciclopedia del Holocausto (s.f.). *Italia*. Recuperado el 24 de febrero del 2022. [https://encyclopedia.ushmm.org/content/es/article/italy#:~:text=Italia%20se%20uni%C3%B3n%20a%20la,sur%20de%20Francia%20\(1942\).](https://encyclopedia.ushmm.org/content/es/article/italy#:~:text=Italia%20se%20uni%C3%B3n%20a%20la,sur%20de%20Francia%20(1942).)
- Enciclopedia del Holocausto. (s.f). *La segunda guerra mundial a profundidad*. Recuperado el 25 de marzo de 2022 de <https://encyclopedia.ushmm.org/content/es/article/world-war-ii-in-depth>
- Enciclopedia del Holocausto (s.f.). *La segunda Guerra Mundial en Europa*. Recuperado el 18 de julio de 2023 de <https://encyclopedia.ushmm.org/content/es/article/world-war-ii-in-europe-1>
- Enciclopedia del Holocausto, (s.f). *La segunda Guerra Mundial en Europa* (versión abreviada). Recuperado el 27 de abril de 2024 de <https://encyclopedia.ushmm.org/content/es/article/world-war-ii-in-europe-abridged-article#:~:text=Fue%20el%20conflicto%20m%C3%A1s%20grande,en%20la%20primavera%20de%201940.>
- Enciclopedia del Holocausto (s.f.). *Mundial: tratados y compensaciones*. Recuperado el 18 de julio de 2023 de <https://encyclopedia.ushmm.org/content/es/article/world-war-i-treaties-and-reparations>
- Enciclopedia del Holocausto, (s.f). *Primera Guerra Mundial*. Recuperado el 27 de abril de 2024 de <https://encyclopedia.ushmm.org/content/es/article/world-war-i>
- Enciclopedia Humanidades (s.f). *Tratados de paz de la Primera Guerra Mundial*. Recuperado el 24 de octubre de 2023 de www.historiasiglo20.org/IGM/tratados.htm
- Enciclopedia Práctica Planeta 6 (1993). f. *Política* (p.163) Difusión Editorial. S.A. de C.V.
- Enciclopedia Significados (s.f). *Política*. Recuperado el 20 de mayo de 2023 de <https://www.significados.com/?s=pol%C3%ADtica>
- Errejón, I. (s.f.) *¿Qué es el análisis política? Una propuesta desde la teoría del discurso y la hegemonía*. Recuperado el 8 de febrero de 2024 de <https://relacso.flacso.edu.mx/sites/default/files/docs/01/analisis-politico.pdf>
- Espino, R. (s.f.). *Economía y Economía Política: El nombre de la cosa*. Recuperado el 5 de septiembre de 2024 de https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/7958/2/0233586_00000_0004.pdf

- Estrada, A. & Rodrigo, M. (2017). *Teorías de la comunicación*. Editorial Oberta UOC Publishing.
http://cv.uoc.edu/annotation/f655cf5885db9a092fe911a4f3d5f495/645490/PID_00245228/PID_00245228.html
- Eufrazio, J., (2017). La cultura y la política en la Cultura Política. *Nueva Antropología*. 30(86), 101-119 <https://www.redalyc.org/pdf/159/15954569006.pdf>
- Ferrer, J. (2023). *2 de febrero de 1943, 80 años del final de la batalla de Stalingrado. Desperta Ferro*. <https://www.despertaferro-ediciones.com/2023/2-de-febrero-de-1943-final-de-la-batalla-de-stalingrado/>
- Fragoso, E. (2006). *Concepto de Política y vida cotidiana*. Xihmai, 1(1), 38-57
<https://doi.org/10.37646/xihmai.v1i2.21>
- Fuchs, R. & Papaleo, C., (2013). *150 años del Partido Socialdemócrata de Alemania*. DW <https://www.dw.com/es/150-a%C3%B1os-del-partido-socialdem%C3%B3crata-de-alemania/a-16828923>
- Gallegos, M. (2016). Ética y valores en tiempos de guerra capitalista. *Utopía y Praxis Latinoamericana*. 21(73), 117-124.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/279/27950060006/html/index.html>
- García, J.A. (2020). Propaganda y cine: las guerras mundiales. *Revista Documento Opinión*.
http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2020/DIEEEO06_2020JESGAR_cine.pdf
- Girona, R. (2009). La razón frente a la imposición en las estrategias didáctico-propagandísticas del ejército estadounidense durante la Segunda Guerra Mundial: “Why We Fight” de Frank Capra como ejemplo. *Revista Historia y Comunicación Social*
<https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/HICS0909110271A/18856>
- Glik, M. (2015). *El hogar de la victoria: La promesa del American way of life para América Latina (Estados Unidos - Brasil - Argentina, 1940-1945)*. (Tesis Doctoral). Universidad Federal de Santa Catarina en Brasil y la Universidad Autónoma de Madrid.
<https://repositorio.uam.es/handle/10486/669725>

- Glik, S. (2020). Entre tanques y pañuelos: domesticidad y trabajo femenino en los posters de guerra del gobierno estadounidense (1941-1943). *LOCUS Revista de historia*. chrome://external-file/Entre_tanques_y_pañuelos.pdf
- Hernández, G. (1999). El análisis de las Políticas Públicas: Una disciplina incipiente en Colombia. *Revista de estudios Sociales*. (80-91). <https://journals.openedition.org/revestudsoc/30489>
- Hernández, J. Y. (2007). *Reflexión crítica de la propaganda Nazi de Joseph Goebbels vs. Gorge Bush*. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Rescatado en 5 de Octubre de 2022 de <http://dgsa.uaeh.edu.mx:8080/bibliotecadigital/bitstream/handle/231104/148/Reflexion%20critica%20de%20la%20propaganda%20Nazi.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández, Y. (2013). *Método histórico*. Slideshare. Rescatado el 6 de Abril de 202 de https://es.slideshare.net/YanyLavigneHdezC/metodo-historico?next_slideshow=1
- Historylatam (2020). *Leni Riefenstahl y la propaganda nazi*. [video] Instragram. <https://www.instagram.com/tv/CEMet0sFuiG/?igshid=10zo1dvn42rrh>
- Huguet, G. (30 de abril de 2024). *Fin de la Segunda Guerra Mundial. Las imágenes del día de la victoria en Europa*. National Geographic. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/dia-victoria-europa_15309
- Isun, M. (2015). *El cartel como arma de guerra*. Beers & Politics. <https://beersandpolitics.com/el-cartel-como-arma-de-guerra>
- Jaramillo, E. & Federico, J. (2017). “La cultura y la política en la cultura política”. *Nueva antropología*, 30(86), 101-119. Recuperado en 11 de febrero de 2021, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-06362017000100101&lng=es&tlng=es.
- Jiménez, C. (s.f.). *La relación del gobierno con los medios de comunicación social*. Recuperada el 15 de noviembre de 2022 <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Congreso/pdf/57.pdf>
- Jorge, J.E. (2010). *La Cultura, los Valores y la Calidad de la Democracia*. Cambio Cultural. <https://cambiocultural.org/cultura-politica/concepto-de-cultura-politica/>

- Joric, C. (2020). *Hitler, al poder para la propaganda*. La vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/historiayvida/historia-contemporanea/20200121/472986273341/tercer-reich-propaganda-goebbles.html>
- Krippendorff, K. (1980). *Metodología de análisis de contenido: Teoría y práctica*. Paidós. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=LLxY6i9P5S0C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Jorge, J.E. (2010). *La Cultura, los Valores y la Calidad de la Democracia*. Cambio Cultural. <https://cambiocultural.org/cultura-politica/concepto-de-cultura-politica/>
- Joric, C. (2020). *Hitler, al poder para la propaganda*. La vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/historiayvida/historia-contemporanea/20200121/472986273341/tercer-reich-propaganda-goebbles.html>
- Krippendorff, K. (1980). *Metodología de análisis de contenido: Teoría y práctica*. Paidós. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=LLxY6i9P5S0C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Kummert, P. (2010). *Berlín 1933-1945: entre propaganda y terror*. DW. <https://www.dw.com/es/berl%C3%ADn-1933-1945-entre-propaganda-y-terror/a-5935571>
- Lasswell, H. (1985). Estructura y función de la comunicación en la sociedad en *Sociología de la comunicación de masas, tomo II*. Moragas Spá, M. Recuperado el 7 de junio de 2022 de <http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/lasswell.pdf>
- Lazarsfeld, P & Merton, R. (1977). Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada. *MURARO*. http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/lazarsfeld_merton.pdf
- León Hernández, C.A. (2005). *La concepción de la Política en Norberto Bobbio un aporte renovador*. Universidad Autónoma de Nuevo León. Recuperado el 13 de agosto de 2024 de <http://eprints.uanl.mx/1655/1/1020150658.PDF>
- Little, B. (2014). Digging Up Ads From WWII—When They Pushed Products No One Could Buy. National Geographic <https://www.nationalgeographic.com/history/article/141207-world-war-advertising-consumption-anniversary-people-photography-culture#:~:text=%22WWII%20involved%20a%20mobilization%20and,were%20all%20in%20this%20together.%22>

- Lonely Planet. (s.f.) *Historia de Polonia*. Recuperado el 20 de septiembre de 2024, de <https://www.lonelyplanet.es/europa/polonia/historia>
- Lozano, José Carlos (2007). *Teoría e Investigación de la comunicación de masas*. Pearson Educación <https://es.slideshare.net/slideshow/teoria-e-investigacion-de-la-comunicacion-de-masas-jose-carlos-lozano-rendon/45433276>
- Manola, E.J. (2019). La propaganda en el cine bélico de la Segunda Guerra Mundial. *El espectador imaginario*. N°102 <http://www.elespectadorimaginario.com/la-propaganda-en-el-cine-belico-de-la-segunda-guerra-mundial/>
- Martín De la Guardia, R. (1999). Propaganda y control social en la Alemania nacionalsocialista. *Historia Social*. 34(1), 101-115. <http://www.jstor.org/stable/40340702>
- Martínez, M.G. (2012). *Comunicación en Masas*. SlideShare. Rescatado en 25 de julio de 2023 de <https://es.slideshare.net/natkane/comunicacin-de-masas-15418500>
- Martínez, V. (2016). “*Joseph Goebbels. Cartel y Propaganda*”. <https://files.core.ac.uk/download/pdf/211105437.pdf>
- Mateos, V. (2016). *De vertical a horizontal. De la comunicación de masas a la comunicación masiva*. Universidad Complutense de Madrid. Rescatado en 14 de noviembre de 2022 de <https://docta.ucm.es/entities/publication/055f6014-7e5b-49bb-a285-a1d534395eeb>
- Médicos sin Fronteras. (10 de febrero del 2017). *Guerras y Violencia. Médicos sin Fronteras*. <https://www.msf.es/nuestra-accion/guerras-violencia#:~:text=La%20guerra%2C%20que%20supone%20el,conflicto%20entre%20diferentes%20grupos%20humanos>.
- Meixueiro, G. (2016). *Los medios de comunicación y la democracia*. Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Oaxaca. <https://www.ieepco.org.mx/articulos-opinion/los-medios-de-comunicacion-y-la-democracia>.
- Mengual, E. (s/f). Crear para olvidar. El mundo. https://www.elmundo.es/especiales/2009/09/internacional/segunda_guerra_mundial/album2/10.html

- Milne, M & Spencer, C. (Directores). (2019). *Presidentes: Decisiones de guerra*. [Documental]. History Channel.
- Minujen, J. (2009). La propaganda nazi en la Segunda Guerra Mundial. *Creación y Producción en Diseño y Comunicación*. VI (25). 107-111.
https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=138&id_articulo=4642
- Montagut, E. (2018). *Historia de la propaganda política hasta la Segunda Guerra Mundial*. El Obrero Periodismo Transversal. <https://elobrero.es/historalia/12333-historia-de-la-propaganda-politica-hasta-la-segunda-guerra-mundial.html>
- Montoya, J. (2009). La propaganda estadounidense en la radio barranquilla durante la Segunda Guerra Mundial 1942-1954. *MEMORIAS Revista digital de historia y arquitectura desde el Caribe*
<https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/memorias/article/view/521/5120>
- Montoya, N. & Montoya, M. (Enero-abril 2012). Norberto Bobbio: entre el Derecho y la Política (II). *Boletín del Área de Derecho Público -BADP*. Año 4, no. 9.
<https://www.eafit.edu.co/revistas/badp/Documents/badp9/BADP-09-norberto-bobbio.pdf>
- Muenza, J. (s.f.). *Análisis comparativo de antecedentes, desarrollo y consecuencias entre la Primera y la Segunda Guerras Mundiales*. [Tesis para optar al Título de Profesor de Educación Media en Historia y Geografía.] Universidad del Bío-Bío.
http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/1937/1/Muenza_Cerda_Jose.pdf
- Muller, O. (4 de junio de 2018). Los medios de comunicación y su control por el Estado. *Chicago Tribune*. <https://www.chicagotribune.com/hoy/ct-hoy-8429446-los-medios-de-comunicacion-y-su-control-por-el-estado-story.html>
- Mura, S. (2023). La importancia del diseño gráfico en la propaganda durante la Segunda Guerra Mundial: diseñadores clave y su impacto en la movilización de las masas. *Mandala Marketing Digital*. <https://mandalagrafica.com/la-importancia-del-diseno-grafico-en-la-propaganda-durante-la-segunda-guerra-mundial-disenadores-clave-y-su-impacto-en-la-movilizacion-de-las-masas/#:~:text=El%20dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico%20desempe%C3%B1a%20un,creaci%C3%B3n%20de%20una%20narrativa%20compartida.>
- Museo Conmemorativo del Holocausto de los Estados Unidos. “Política Exterior Alemana 1933-1945”. Enciclopedia del Holocausto. Recuperado el 16 de febrero de 2021 de <https://encyclopedia.ushmm.org/content/article/introduction-to-the-holocaust>

- Newcourt-Nowodworski, S. (2006). *La propaganda negra en la Segunda Guerra Mundial*. Algaba Ediciones. PP 147-148.
<https://questionespublicitarias.es/article/view/v12-jimenez/285-pdf-es>
- Newcott, B. (2022). *¿Cómo terminó este submarino japonés de la Segunda Guerra Mundial en mitad de Texas?*. National Geographic.
<https://www.nationalgeographic.es/historia/2022/12/como-termino-este-submarino-japones-de-la-segunda-guerra-mundial-en-mitad-de-texas>
- Normandía Turismo. (s.f.). *D-Day: Etapas del desembarco*. <https://es.normandie-tourisme.fr/descubre-normandia/historia/el-desembarco/etapas-del-desembarco/>
- O' Barr, W (2015) *Una breve historia de la publicidad en Estado Unidos*. Project Muse.
https://www.academia.edu/11470486/Una_breve_historia_de_la_publicidad_en_los_Estados_Unidos?sm=b
- OOCITIES (s.f.). *El método de investigación biográfica*. Recuperado el 18 de octubre de 2023 de
<https://www.oocities.org/zaguan2000/metodo.html#:~:text=En%20sentido%20m%C3%A1s%20espec%C3%ADfico%2C%20el,informaci%C3%B3n%20pertinente%20para%20la%20investigaci%C3%B3n.>
- Ortíz Garza., J.l. (2013) La unidad de las Américas en la propaganda radiofónica de los Estados Unidos en la Segunda Guerra Mundial. *Unidad Américas Radio Corta*.
https://www.academia.edu/4453276/La_unidad_de_las_Am%C3%A9ricas_en_la_propaganda_radiof%C3%B3nica_de_Estados_Unidos_en_la_Segunda_Guerra_Mundial?sm=b
- Palomar, J. (14 de julio de 2013). *Política*. Etimologías Filosóficas.
<http://etimologiaspalomar.blogspot.com/2013/07/politica.html>
- Pastor, R. (2015). *Economía Política Crítica*. Slideshare. Rescatado el 8 de Octubre de 2021 de <https://es.slideshare.net/RichardPastorHernandez/41-economia-politica-critica>
- Paz, J.G. (2019) *¿Cómo se llegó a la Segunda Guerra Mundial? Del rearme secreto de la República de Weimar a la Alemania nazi*. *Military Review*. 74(4) 14-26.
<https://www.armyupress.army.mil/Journals/Edicion-Hispanoamericana/Archivos/Cuarto-Trimestre-2019/Como-se-llego-a-la-Segunda-Guerra-Mundial/>

- Política, (14 de enero de 2025). *Así se vota en Alemania*. Deutschland de <https://www.deutschland.de/es/topic/politica/asi-se-vota-en-alemania>
- Pujol Romero, M. (2018). *Hacia una Cartografía del Diseño, paradigmas, metáforas y prácticas del Diseño*. CAIAN. Recuperado el 3 de octubre de 2021 de <https://caiana.caiana.com.ar/dossier/2018-1-12-d04/>
- Ramos, I. E. (2011). *Guerra y manifestaciones gráficas*. Index.
- Redacción Clarín (22 de octubre de 2012). La moral en la Segunda Guerra. *Clarín* https://www.clarin.com/ideas/historia-siglo-xx-moral-segunda-guerra_0_SJaW3O0svXx.html
- Redacción National Geographic. (5 de agosto de 2022). *Bomba atómica de Hiroshima: 4 datos que explican cómo se produjo el primer bombardeo nuclear de la historia*. National Geographic. <https://www.nationalgeographic.com/historia/2022/08/bomba-atmica-de-hiroshima-4-datos-que-explican-como-se-produjo-el-primer-bombardeo-nuclear-de-la-historia#:~:text=El%20bombardeo%20a%20Hiroshima%20y,en%20historia%20de%20la%20UFRGS>.
- Reyna, Martínez, M.G. (2012). *Comunicación en Masas*. SlideShare. Rescatado en 3 de octubre de 2021 de <https://es.slideshare.net/natkane/comunicacin-de-masas-15418500>
- Rodríguez, D. (31 de mayo de 2024). *Momento clave en la historia. Dunkerque, la retirada más famosa de la Segunda Guerra Mundial*. National Geographic. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/dunkerque-batalla-desconocida-segunda-guerra-mundial_11729
- Rodríguez, H. (Actualizado a 06 de junio de 2024). *El Día D: las playas del desembarco de Normandía*. National Geographic. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/dia-d-playas-desembarco-normandia_12788
- Rodríguez, H. (19 de agosto de 2024). *Segunda Guerra Mundial. La sangrienta batalla de Stalingrado en imágenes*. National Geographic. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/batalla-stalingrado-imagenes_12345
- Rojas, F. (2013). Propaganda y cine nazi: sus intenciones y efectos en la sociedad durante el periodo entre guerras. *Creación y Producción en Diseño y Comunicación*. IX (55). 71-74. https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=9447&id_libro=472

- Rolo, S. (2015). *El diseño gráfico en época de guerra*. Prezi. Rescatado el 17 de enero del 22 de <https://prezi.com/pvzgsqmtfet/disenio-grafico-en-epoca-de-guerra/>
- Rosental, M., & Iudin, P., (1965). *Diccionario Filosófico*. Ediciones Pueblos Unidos.
- Ruiza, M. Fernández, T, Tamaro, E. (2004). *Biografía de Franklin Delano Roosevelt*. En *Biografías y Vida*. La enciclopedia biográfica en línea. <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/r/roosevelt.htm>
- Sadurní, J., (28 de abril de 2023). *La muerte de Mussolini: fusilado junto a su amante*. National Geographic. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/fusilamiento-mussolini_15259
- Sadurní, J. (3 de abril de 2025). *Tensión permanente. Consecuencias de la Segunda Guerra Mundial: el nuevo mundo de la Guerra Fría*. National Geographic. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/consecuencias-segunda-guerra-mundial-creacion-onu-a-guerra-fria_18209
- Salas, F.J. (2009). *Teoría crítica de la comunicación de masas*. SlideShare. Rescatado en 19 de septiembre de 2021 de <https://es.slideshare.net/Franciscosalas/teora-critica-de-la-comunicacin-de-masas>
- Sánchez, A.M. (2016). *La propaganda “cultural” soviética durante la Segunda Guerra Mundial, los casos del Comité para los asuntos de las Artes y Literaturnaya Gazeta*. [Tesis Doctoral] Repositorio Institucional de la Universidad Pompeu Fabra Barcelona. <https://www.tdx.cat/handle/10803/398143>
- Sánchez, E. J. (2018). *Nivel de eficacia de la política pública de educación, en el municipio de Popayán en el periodo 2008-2015*. <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/20855/1061686612.pdf#:~:text=conjunto%20de%20objetivos%2C%20decisiones%20y%20acciones%20que,existe%20una%20extensa%20literatura%20que%20busca%20explicar>
- Sánchez, R. (22 de septiembre de 2017). *¿Cómo funciona el sistema político alemán?* *ABC Internacional*. https://www.abc.es/internacional/abci-como-funciona-sistema-politico-aleman-201709220249_noticia.html
- Sanclemente, J. (2015). *El control político de los medios de comunicación*. *El diario* https://www.eldiario.es/opinion/zona-critica/control-politico-medios-comunicacion_129_2566732.html

- Santander Universidades. *Investigación cualitativa y cuantitativa: características, ventajas y limitaciones*. Rescatado el 17 de febrero de 2023 de https://www.becas-santander.com/es/blog/cualitativa-y-cuantitativa.html#:~:text=Los%20m%C3%A9todos%20de%20investigaci%C3%B3n%20son,utilizar%3A%20la%20cualitativa%20o%20cuantitativa.&error=login_required&state=99f11107-2236-440a-9934-dd64810401c0
- Sanz, C. & Del Valle, C. (2013). *Propaganda norteamericana en la Primera Guerra Mundial: Simplificación y deformación a través del cartel*. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 18(1). 31-42. <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/43412>
- Schayan, J. (2022). *Sistema Político*. La Actualidad de Alemania. <https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/es/politica-alemania/sistema-politico>
- Sectorial. (19 de mayo de 2022). *La Gran Depresión Factor Propiciador de la Segunda Guerra Mundial*. <https://www.sectorial.co/articulos-especiales/item/51247-la-gran-depresion-factor-propiciador-de-la-segunda-guerra-mundial#:~:text=Ciudades%20de%20todo%20el%20mundo,que%20alcanz%C3%B3%20aproximadamente%20un%2060%25>.
- Serrano, J. (27 de diciembre de 2017). *La influencia del gobierno en los medios*. Milenio. <https://www.milenio.com/opinion/julio-serrano/apuntes-financieros/la-influencia-del-gobierno-en-los-medios>
- elEconomista.es. (s.f). *Sistema Político*. Obtenido de <https://www.eleconomista.es/especiales/elecciones-estados-unidos/sistema-politico.php>
- Sosa, F., Natapol, D. & Zubieta, E. (2017). Representaciones Sociales de la Segunda Guerra Mundial: Valores y Dominancia social. *Psicodebate*, 17(2), 55-68. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2451-66002017000200004
- Suárez, M., (30 de julio 2021), *Los partidos políticos en EE.UU*. Elcato.org <https://www.elcato.org/los-partidos-politicos-en-eeuu>
- Uscanga, S. & Cano, A. (2010) *El manejo de la Propaganda Bélica en la Segunda Guerra Mundial*. SlideShare. Recuperado el 17 de enero de 2023 de <https://es.slideshare.net/koreweed/manejo-de-propaganda-blica-en-la-segunda-guerra-mundial>

- Vaga, P., (2019). Prensa costarricense y hechos destacados de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945). *Anuario de Estudios Centroamericanos*, vol. 45. [tps://www.redalyc.org/journal/152/15264294019/html/](https://www.redalyc.org/journal/152/15264294019/html/)
- Vanegas, L., (2010), La ciencia política en las Ciencias Sociales. *Reflexiones* 89(1), 179-183. <https://www.redalyc.org/pdf/729/72917905015.pdf>
- Vargas, S. (2019). II Guerra Mundial y sus protagonistas: así fue la vida de Churchill, Hitler, Mussolini, Roosevelt y Stalin. *WMagazin*. <https://wmagazin.com/relatos/ii-guerra-mundial-y-sus-protagonistas-asi-fue-la-vida-de-churchill-hitler-mussolini-roosevelt-y-stalin/#:~:text=II%20Guerra%20Mundial%20y%20sus,Mussolini%2C%20Roosevelt%20y%20Stalin%20%2D%20WMagaz%C3%ADn&text=Siguiendo%20las%20manecillas%20del%20reloj,Roosevelt%20y%20Benito%20Mussolini.>
- Varo, E. (2020). *Origen de la Política*. Esperanza Varo Blog <https://esperanzavaroblog.wordpress.com/2020/06/24/origen-de-la-politica/>
- Vich Sáez, S. (2021). *Por qué cayó Francia tan pronto ante Hitler*. La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/historiayvida/historia-contemporanea/20210111/6175444/ocupacion-paris-nazis-iigm-hitler.html>
- Villafranco, C. (2005). El papel de los medios de comunicación en las democracia. *Andamios Revista de Investigación Social*, 2, (3), 7-21 <https://www.redalyc.org/pdf/628/62820301.pdf>
- Villarreal, H. (S.f.). Leni Riefenstahl y el cine de propaganda. *Razón y palabra*. No.19. <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n29/hvillarreal.html>
- Vega, P. (2019). Prensa costarricense y hechos destacados en la Segunda Guerra Mundial (1939-1945). *Anuario de Estudios Centroamericanos*, 45(1) <https://www.redalyc.org/journal/152/15264294019/html/#:~:text=Se%20seleccionar%20los%2014%20momentos,Harbor%2C%20el%20desembarco%20y%20batalla>
- Yáñez, A. C. (2013) *La comunicación la importancia y enfoque del estudio de la comunicación organizacional*. Universidad San Francisco de Quito. Recuperado el 18 de mayo de 2023 de <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/2748/1/108835.pdf>
- Zita Fernandes, A. (2023). *Métodos de investigación: qué y cuáles son*. Toda Material. <https://www.todamateria.com/metodos-de-investigacion/>

Imágenes

# Figura	Fuente
1	Elaborada con inteligencia artificial. Representación del grupo político en asamblea. (2024)
2	Rubén Garcia Retratos del Archiduque Francisco Fernando y de la Duquesa de Hohenberg (2020). 20 minutos Cinemania. https://www.20minutos.es/cinemania/blogs/la-claqueta-de-la-historia/cine-historico-para-finde-sarajevo-atentado-5601131/
3	Miguel Ángel Santamarina Destrucción del USS Arizona en el ataque a Pearl Harbar, 1941. https://www.zendalibros.com/japon-ataca-pearl-harbor-7-de-diciembre-de-1941/
4	Josef Stalin, President Franklin Roosevelt and Prime Minister Winston Churchill at Tehran (1943) Google Arts & Culture https://artsandculture.google.com/asset/josef-stalin-president-franklin-roosevelt-
5	Óscar Herradón. Mapa de estrategias para la Operación Día D (en catalán). Dentro del Pandemonium https://oscarherradon.com/tag/segundaguerramundial-2/
6	Cordon Press. Refugiados alemanes regresan a una Berlín en ruinas tras su rendición en el mes de mayo de 1945. National Geographic. https://es.m.wikipedia.org/wiki/Cruz_Roja_Alemana
7	Ilustración original de la autora. Representación gráfica del los cambios territoriales desde 1913 a 1945.
8	Ilustración original de la autora. Representación gráfica del los cambios territoriales desde 1913 a 1945.
9	Ilustración original de la autora. Representación gráfica del los cambios territoriales desde 1913 a 1945.
10	J. M. Flagg, I Want You for U.S. Army poster (1917) Wikipedia https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:J._M._Flagg,_I_Want_You_for_U.S._Army_poster_(1917).jpg
11	Jean Fort Representación de Estados Unidos con Reino Unido tirando por Africa (1941). https://www.mentalfloss.com/photos/87147/hitler-spider-10-propaganda-maps-personify-20th-century-conflicts
12	Vicente Aderente https://ig.m.wikipedia.org/wiki/Vincent_Aderente

13	<p>McClelland Barclay https://photos.usni.org/content/470825jpg</p>
14	<p>Zabel Lucian. Alamy. https://www.alamy.com/ww1-german-recruitment-poster-your-fatherland-is-in-danger-you-report-dein-vaterland-ist-in-gefahr-melde-dich-zabel-lucian-1893-1936-artist-world-war-aftermath-germany-berlin-recruiting-enlistment-soldiers-german-lithographs-color-war-posters-germany-berlin-image454028367.html</p>
15	<p>José Goebbels Berlín, 1943 © Museo Histórico Alemán, Berlín https://www.dhm.de/lemo/bestand/objekt/broschuere-nun-volk-steh-auf-und-sturm-brich-los-1943</p>
16	<p>Autor Desconocido. https://www.alamy.it/foto-immagine-guerra-mondiale-2-manifesti-di-propaganda-47831942.html</p>
17	<p>Autor Desconocido. https://es.m.wikipedia.org/wiki/Cruz_Roja_Alemana</p>
18	<p>James Montgomery Flagg (María Gelpí Rodríguez) https://www.pressreader.com/spain/muy-historia/20210922/283132841965686</p>
19	<p>C. W. Anderson, (Año publicación: 1914-1918) https://www.ucm.es/historiadelasalud/carteles-PGM</p>
20	<p>Albert Herter https://www.gettyimages.com.mx/detail/fotograf%C3%ADa-de-noticias/in-the-name-of-mercy-give-poster-by-albert-fotograf%C3%ADa-de-noticias/526775380</p>
21	<p>Autor Desconocido. https://www.semanticscholar.org/paper/Historical-%E2%80%98tooning%3A-Disney%2C-Warner-Brothers%2C-the-Mollet/e3a2ed7f45401f5d0a0fd700630d0d5ee494714c# citing-papers</p>
20	<p>Albert Herter https://www.gettyimages.com.mx/detail/fotograf%C3%ADa-de-noticias/in-the-name-of-mercy-give-poster-by-albert-fotograf%C3%ADa-de-noticias/526775380</p>
21	<p>Sin Autor https://www.semanticscholar.org/paper/Historical-%E2%80%98tooning%3A-Disney%2C-Warner-Brothers%2C-the-Mollet/e3a2ed7f45401f5d0a0fd700630d0d5ee494714c# citing-papers</p>
22	<p>Sin Autor https://en.m.wikipedia.org/wiki/The_New_Spirit</p>
23	<p>Sin Autor https://drgrobsanimationreview.com/2012/04/11/the-new-spirit/</p>
24	<p>Barrio Kimball, Jack Hannah, Eric Larson & Milt Kahl https://m.imdb.com/title/tt0416746/mediaviewer/rm996887552/</p>

25	Barrio Kimball, Jack Hannah, Eric Larson & Milt Kahl https://www.lavanguardia.com/peliculas-series/peliculas/food-will-win-the-war-64659
26	Barrio Kimball, Jack Hannah, Eric Larson & Milt Kahl https://www.flickr.com/photos/x-ray_delta_one/6381349115
27	Paul Allen, Dick Lundy, Bill Justicia, Charles A. Nichols, Hal King & Harvey Toombs. https://www.imdb.com/es-es/title/tt0036011/?ref_=tt_mlt_tt_t_9
28	Paul Allen, Dick Lundy, Bill Justicia, Charles A. Nichols, Hal King & Harvey Toombs. https://www.dailymotion.com/video/x8poyjy
29	Paul Allen, Dick Lundy, Bill Justicia, Charles A. Nichols, Hal King & Harvey Toombs. https://www.dailymotion.com/video/x8poyjy
30	Sin Autor https://youtu.be/OnV-MpjjPiI?si=tNYDKLKpiXdCuqOz
31	Sin Autor https://www.imdb.com/it/title/tt0168184/
32	Sin Autor https://www.ajans11.net/walt-disney-in-efsane-karakteri-donald-duck-90-yasinda/62738/
33	John Sibley, Charles Nichols, Bob Carlson, Les Clark, Bill Justicia & Milt Neil https://www.chicomagazine.com.mx/personajes/pato-donald-tiene-su-propio-dia-mundial#
34	John Sibley, Charles Nichols, Bob Carlson, Les Clark, Bill Justicia & Milt Neil https://www.thestoryoftexas.com/discover/artifacts/der-fuehrers-face
35	John Sibley, Charles Nichols, Bob Carlson, Les Clark, Bill Justicia & Milt Neil https://www.themoviedb.org/movie/33600-der-fuehrer-s-face/images/backdrops?language=es-ES
36	Sin Autor https://www.dailymotion.com/video/x6kg32j
37	Sin Autor https://en.m.wikipedia.org/wiki/Victory_Through_Air_Power_(film)
38	Sin Autor https://eofftvreview.wordpress.com/2021/05/30/victory-through-air-power-1943/
39	Sin Autor https://www.imdb.com/title/tt0036932/mediaviewer/rm6310912/?ref_=tt_ph_2
40	Sin Autor https://www.dailymotion.com/video/xyo3y6
41	Sin Autor http://www.lookatthesegems.com/2012/05/title-cards-from-goofy-shorts.html
42	Milt Kahl, Norman Tate, Hal King & Ward Kimball https://www.imdb.com/es-es/title/tt0036718/

43	Milt Kahl, Norman Tate, Hal King & Ward Kimball https://youtu.be/IzfnFeNPj1g?feature=shared
44	Milt Kahl, Norman Tate, Hal King & Ward Kimball https://d23.com/a-to-z/commando-duck-film/
45	Autor Desconocido. https://www.alamy.com/american-world-war-ii-propaganda-us-government-printing-office-1940s-window-card-dont-get-too-deep-in-conversation-image553917469.html?imageid=FE9EDB64-2EC6-4DA9-A131-E335BA9135B7&p=1728783&pn=1&searchId=e258a08bc71ab9dcbdd0aa36400d8f26&searchtype=
46	Autor Desconocido https://www.docsteach.org/documents/document/appreciate-america-come-on-gang-all-out-for-uncle-sam-mickey-mouse
47	Duane Bryers https://www.reddit.com/r/PropagandaPosters/comments/dmwo6z/this_is_the_enemy_top_prize_winner_new_york_city/
48	Autor Desconocido https://www.alamy.com/american-patriotic-poster-from-time-of-world-war-ii-1940s-image335674383.html
49	Dal Holcomb https://digitalcollections.hclib.org/digital/collection/p17208coll3/id/1284/
50	Autor Desconocido https://www.alamy.com/american-world-war-ii-propaganda-us-government-printing-office-early-1940s-window-card-stop-that-rumor!-panic-the-pet-of-the-axis-image553917585.html
51	Karl Koehler & Victor Ancône https://www.moma.org/collection/works/5266
52	Autor Desconocido https://discover.hubpages.com/education/Coca-Colonization-The-Exportation-of-America-to-Europe-Following-World-War-II
53	Vernon Simeon Plemion Grant https://www.etsy.com/mx/listing/658424711/mujeres-durante-la-guerra
54	Autor Desconocido https://www.alamy.com/stock-photo-1940s-germany-hitler-youth-poster-85357603.html?imageid=076DB36E-00F4-424D-B3AF-20FE9DAE226F&p=1337086&pn=1&searchId=f803444239bce276283ca216994cc10e&searchtype=0
55	Autor Desconocido https://scandallos.wordpress.com/2015/10/20/fanta-el-refresco-creado-en-la-alemania-nazi/
56	Autor Desconocido https://www.alamy.com/adolf-hitler1930s-nazi-germany-propaganda-poster-postcard-dem-fhrer-die-jugend-the-leader-the-youth-adolf-hitler-and-swastika-featured-with-a-german-mother-and-child-looking-up-to-him-in-admiration-image371637807.html?imageid=68EE8D51-AB48-4056-A082-B86B11A90217&p=66052&pn=1&searchId=f031eb0c02e90b3291594b5b34df7294&searchtype=0

