

La construcción cinematográfica del enemigo en la Alemania nazi¹

The Enemy Cinematographic Construction in the Nazi Germany

Ivonne Natacha Pinzón Olarte²

DOI: 10.17533/udea.rp.v9n2a09

Recibido: 29 de noviembre de 2017. Aceptado: 01 de diciembre de 2017. Aprobado: 12 de diciembre de 2017.

Resumen

Mucho se ha dicho sobre la Segunda Guerra Mundial, sobre la peligrosidad de los sistemas totalitarios, sobre la figura de Hitler y sobre las atrocidades que millones de personas vivieron en los distintos campos de concentración. Pero contados son los autores que advierten la influencia de la propaganda cinematográfica nazi en las masas. De manera que, en el presente artículo se expone cómo la propaganda cinematográfica, entendida como un dispositivo psicopolítico, construyó a la imagen del enemigo judío mediante el fomento de ciertas emociones, tales como, la rabia y el asco.

Palabras clave: Propaganda, Cine, Judío, Dispositivo, Psicopolítica.

Abstract

Much has been said about World War II, about the dangers of the totalitarian system, about Hitler's figure and about the atrocities that millions of people lived in the different concentration camps. But there are not too many authors who consider the influence of the Nazi cinematographic propaganda on the masses. According to that premise, in this article, I pretend to show how the cinematographic propaganda, understood as a device psychopolitics, build up the image of the "Jewish enemy" by encouraging certain emotions such as rage and disgust.

Keywords: Propaganda, Cinema, Nazism, Dispositive, Psychopolitics.

Para citar este artículo en APA:
Pinzón, I. N. (2017). La construcción cinematográfica del enemigo en la Alemania nazi. *Revista de Psicología Universidad de Antioquia*, 9(2), págs. 139-156.
DOI: 10.17533/udea.rp.v9n2a09

1. Artículo de investigación del proyecto Ética Fenomenológica y formación (DED-469-18) que forma parte de una monografía realizada para optar al título de Licenciada en Filosofía de la Universidad Pedagógica Nacional, 2018.
2. Maestra en formación del programa de la licenciatura en filosofía ofertado por la Universidad Pedagógica Nacional de Bogotá, Colombia. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3037-3639>. Correo: ivonnatty123@gmail.com; lfl_inpinzono336@pedagogica.edu.co

Introducción

La Segunda Guerra Mundial fue uno de los acontecimientos más relevantes en la historia de la humanidad, tanto por sus implicaciones como por su alcance global. Los historiadores afirman que el principal detonante de la guerra fue la agresiva política expansionista de los regímenes fascistas en Italia y Alemania, pero más allá de esto no puede descuidarse el hecho que al finalizar la Primera Guerra Mundial aún quedaban conflictos sin resolver y graves dificultades económicas, por lo que el surgimiento de la Segunda Guerra Mundial era, de algún modo, previsible.

Si bien la Segunda Guerra Mundial conserva muchos factores interesantes para analizar, en lo que a esta investigación respecta, el más inquietante es que cuando se declaró la Segunda Guerra Mundial Alemania estaba al mando de Adolf Hitler y el respaldo hacia la discriminación racial estaba fuertemente consolidado. Si se piensa que el Führer junto con Joseph Goebbels –el ministro para la ilustración pública y propaganda del Tercer Reich– fomentaron en la mentalidad de las masas la idea que el judío era el enemigo monstruoso que reunía a todos los contendientes de Alemania para, así, justificar los actos del Partido Nacionalsocialista, enaltecer a la raza aria y denigrar las prácticas o tradiciones de otros pueblos. Este es el factor que en el presente artículo va a ser abordado, en lugar de hacerlo con las causas del conflicto o exponer las cifras de los civiles muertos, torturados o incluso desaparecidos. Se pretende mostrar cómo la propaganda cinematográfica nazi, identificada como un dispositivo psicopolítico, se convirtió una estrategia para construir al enemigo judío en la Alemania nazi.

1. Influencia y alcances de la propaganda cinematográfica nazi

En primer lugar, se considerará el hecho de que el término propaganda³ se aplicó principalmente al cine como medio de transmisión, pues, si bien hay diversos medios en los que la propaganda se manifiesta: carteles, radio, televisión, etc., es mediante el cine que se ha elegido señalar su notable influencia, así como sus enfoques militares y políticos para, posteriormente, mostrar por qué la propaganda cinematográfica es un dispositivo psicopolítico. Entre los orígenes del término propaganda cabe señalar que éste conserva un antecedente teológico porque, siguiendo a Baruj Gitlis (1997) en *Las películas del odio, propaganda* “según se estableció originalmente en el siglo XVI, era una abreviación del término latino congregatio de propaganda fide, es decir, la divulgación de la fe única, como se sintetiza en la Iglesia Católica” (Gitlis, 1997, p. 17).

Según Gitlis fue el papa Gregorio XV quien fundó el Colegio de Propaganda, el que, con la ayuda de cardenales tendría como función preparar a los sacerdotes para supervisar las misiones de la iglesia a países extranjeros. Luego, el término propaganda cobró relevancia en la política, hasta llegar a convertirse en una fuerza incontenible donde “creamos el Tercer Reich por medio de la propaganda” (Gitlis citando a Goebbels, 1997). El hecho de que la propaganda, entendida como “la expresión de una opinión o acción por parte de individuos o grupos, planificada y delineada a sabiendas y a propósito para influir sobre las opiniones o acciones de otros individuos o grupos respecto a objetivos predeterminados” (Gitlis, 1997, p. 33), haya

La propaganda adquirió fuerza en la política cuando el pensamiento totalitario de los gobernantes pretendió no solo dominar la vida de los individuos (biopolítica), sino también reconocer la superioridad del gobierno de la nación sobre los individuos.

llegado al punto de fortalecer la conformación de un régimen como el Tercer Reich³ se debe a que la propaganda adquirió fuerza en la política cuando el pensamiento totalitario de los gobernantes pretendió no solo dominar la vida de los individuos (biopolítica), sino también reconocer la superioridad del gobierno de la nación sobre los individuos.

La propaganda posibilitó el propósito de los nazis cuando, a causa de la masificación, los individuos perdieron, justamente, su singularidad, particularidad, o mejor dicho, su individualidad. De ahí, la categoría de sociedad de masas. No obstante, antes de caracterizar dicho término es necesario diferenciar entre masas y sociedad de masas. Porque las sociedades de masas fueron producto –siguiendo a Gitlis (1997)–, de la modernidad, mientras que las masas –en concordancia con Elías Canetti⁵ (1981) en Masa

y poder– existían mucho antes de la Primera o Segunda Guerra Mundial, pues desde que la supervivencia empezó a ser el factor esencial de la existencia, los seres humanos se han agrupado para evitar su exterminación. Para ejemplificar lo anterior me remitiré a la descripción de Canetti en la obra mencionada.

En primera instancia, Canetti (1981) manifiesta que hay masas abiertas y masas cerradas, estas últimas –contrarias a las masas abiertas– se identifican porque determinan una cantidad específica de personas que las conforman, mientras que en las masas abiertas no hay un límite establecido. Pero, pese a que la distinción radique en el número de personas, tanto las masas abiertas como las cerradas comparten el hecho que dentro de ellas, es decir, en su contenido hay cinco tipos de masas: las masas de acoso, de fuga, de prohibición, de inversión y las masas festivas.

En las masas de acoso los participantes salen a matar y saben con precisión a quién quieren matar, por lo que “basta dar a conocer tal meta, basta comunicar quién debe morir, para que la masa se forme. La concentración para matar es de índole particular y no hay ninguna que la supere en intensidad” (Canetti, 1981, p. 49). Este tipo de masa se remonta a la unidad dinámica más primitiva que se conoce entre los hombres: la muta o jauría de caza. En las masas de fuga lo predominante es la amenaza y la intimidación, dado que, “el peligro que

3. Se le llama Tercer Reich (Tercer Reino) porque está antecedido por un Primer y Segundo Reich. El Primer Reich pertenecía al reino germano en el imperio romano, el Segundo Reich a la unificación de Alemania, y el Tercer Reich a la restauración de la mitología germana, y gobierno de Hitler.
4. Fue un escritor y pensador en lengua alemana que en 1981 ganó el Premio Nobel de Literatura. Ello es importante porque su categorización de *las masas* debería ser considerada (dada la descripción) desde el punto de vista fenomenológico y no antropológico o sociológico.

lo amenaza a uno es el mismo para todos. Se concentra sobre un determinado lugar. No hace diferencias. Puede amenazar a los habitantes de una ciudad, o a todos los que tienen la misma fe” (Canetti, 1981, p. 55).

Las masas de prohibición se caracterizan porque en ellas hay una negación a hacer lo que el mundo exterior espera de ellas. “Lo que, hasta ahora, han hecho sin mucho alarde, como si les fuera connatural y nada difícil, de pronto no lo hacen por ningún motivo. En la determinación de su negativa se puede reconocer su solidaridad” (Canetti, 1981, p. 59). Un ejemplo de este tipo de masa es, según Canetti, la de los trabajadores cuando organizan una huelga, pues aunque estén habituados a realizar su trabajo a ciertas horas, cuando entran en paro deciden negarse a desempeñar sus actividades.

Ahora bien, se habla de que es posible la conformación de masas de inversión cuando los hombres están colmados de recibir órdenes y deciden agruparse para liberarse y deshacerse de ellas. De dos maneras puede alcanzarse esta liberación: “pueden transmitir las órdenes que han recibido de arriba hacia abajo; para eso debe haber inferiores que estén dispuestos a recibir órdenes de ellos. Pero también pueden devolver lo que durante largo tiempo almacenaron y sufrieron de sus superiores” (Canetti, 1981, p. 62). Verbigracia de este tipo de masa, cualquier situación revolucionaria en la que los súbditos ya no quieren obedecer los deseos del amo, jefe o soberano

En las masas festivas se incrementan los acercamientos personales porque existe una meta común a todos, pero el ambiente para el participante es de distinción, antes que de igualdad (contrario a otros tipos de masa). “Es la fiesta la meta, y ha sido conseguida. La densidad es

muy grande; la igualdad, en cambio, se debe en buena parte a la situación y a la alegría. Uno se mueve entre otros y no con otros” (Canetti, 1981, p. 68). Mencionados los cinco tipos de masas que conforman tanto a las masas abiertas como las cerradas, podría plantearse que la masificación de los individuos no es un asunto concerniente, únicamente, al preludio o al desarrollo de la Segunda Guerra Mundial, porque desde mucho antes los seres humanos han tendido a masificarse para luchar por sus intereses. Pero, lo que sí es nuevo en la modernidad –y por lo que era indispensable hacer la distinción entre masas y sociedad de masas– es la categoría de sociedad de masas, dado que, para tal periodo histórico la educación y la instrucción se convirtieron en la requisición primaria de las sociedades.

De ahí que una sociedad de masas se caracterice por “la rápida ampliación de la educación y la instrucción. Eso ha llevado a una situación en la que los ciudadanos de un régimen democrático ya no están dispuestos a actuar por órdenes y mandatos, sino por convicción” (Gitlis, 1997, p. 28). En ese horizonte, podría considerarse que la sociedad alemana que se estaba gestando era una sociedad de masas –también masa de acoso, de fuga, y hasta de inversión– en la que los ciudadanos (saturados de información, psicológicamente manipulada por ésta) debían elegir por quién votar, en qué creer y qué aceptar política, moral y estéticamente como correcto o no. Justo en este punto entra el propagandista en acción para propiciar al ciudadano “la información, a veces verdadera, a veces distorsionada, a veces engañosa, todo de acuerdo a los propios intereses del propagandista” (Gitlis, 1997, p. 29). De tal modo que, si un ciudadano irreflexivo no sabe por quién votar, qué es realmente correcto o incorrecto posibilitará que un agente

como el propagandista lo influencie o persuada, apelando a sus sentimientos o a sus emociones.

Hannah Arendt (1974) en *Los orígenes del totalitarismo* emplea la categoría terror para expresar que éste “ya no es empleado como medio de exterminar y atemorizar a los oponentes, sino como instrumento para dominar masas de personas que son perfectamente obedientes” (Arendt, 1974, p. 30). Es decir, para Arendt la fusión entre terror y obediencia promovieron la persuasión y aceptación, pero como antes se ha dicho que lo primordial en una sociedad de masas es la convicción –y en ese orden– la persuasión causó aceptación gracias a la convicción. El terror es insuficiente para que una sociedad de masas emprenda acciones colectivas, aunque no por ello se niega que hubiera terror –dado que, también es masa– si se sostiene que no fue el factor a priori de persuasión, pues hubo ejercicios emocionales y argumentativos que causaron la aceptación consentida de algunos alemanes.

Entre los ejercicios emocionales que los nazis fomentaron es elemental comentar, como parte de la estrategia, el sentimiento de repugnancia, que tal y como señala Martha Nussbaum (2006) en *El ocultamiento de lo humano: repugnancia, vergüenza y ley*, fue una poderosa emoción⁶ para causar asco y desprecio hacia los judíos. Por lo que, en muchas ocasiones los judíos fueron asociados con ciertas propiedades nauseabundas, entre las que se encuentran: lo viscoso, el mal olor, lo pegajoso, la descomposición, la podredumbre, lo fétido, hasta identificarse como “un parásito infecto dentro del cuerpo limpio del hombre alemán” (Nussbaum, 2006, p. 23). Pero

tal asociación se debió al hecho de que los nazis, en su obsesión por distanciarse de lo animal, construyeron al enemigo judío como la antítesis de lo que ellos supuestamente no eran. Entonces, los nazis se veían a sí mismos como seres pulcros y, en general, con un físico digno de admiración, contrario a los judíos que poseían rasgos propios de la “animalidad” como narices protuberantes (pues el sentido del olfato, según se afirma, es el más animal de los sentidos) e impactantes ojos, que antes de parecer procedentes de lo humano, se aproximaban más a especies como los roedores.

Las imágenes de los judíos como viscosos y repugnantes son ubicuas en el período, e incluso aparecen en cuentos de hadas para niños, donde los judíos suelen ser representados como animales repugnantes que tienen las propiedades repugnantes básicas. En paralelo con esto, el discurso médico de aquel tiempo comúnmente deshumanizaba a los judíos (y comunistas), presentándolos como células cancerígenas, tumores, bacilos, crecimientos fungoideos. Y en una llamativa inversión, el cáncer mismo era descrito como un grupo social subversivo dentro de un cuerpo sano, incluso, más precisamente, como ‘bolcheviques’ y ‘gorrones’ (una descripción común de los judíos) (Nussbaum, 2006, p. 25).

2. Contexto cinematográfico de la Alemania nazi

Antes de analizar algunas películas solicitadas por Joseph Goebbels, es esencial mencionar que tal y como indica Siegfried Kracauer (1961)

6. Más adelante se definirá con amplitud el concepto de emoción, pero por lo pronto es importante aclarar que, aunque Nussbaum englobe a las emociones en el sentimiento de repugnancia, ella aclara que lo que distingue a las emociones de los sentimientos es que éstas son mucho más poderosas en la política porque las emociones necesariamente están ligadas a determinadas creencias respecto a su objeto.

en De Caligari a Hitler: historia psicológica del cine alemán, “el nacimiento del cine alemán propiamente dicho fue, en parte, consecuencia de las medidas de organización adoptadas por las autoridades alemanas. El origen de esas medidas puede asignarse a dos observaciones que todos los alemanes estaban en condiciones de formular” (Kracauer, 1961, p. 41). La primera observación de los alemanes dominantes –económica e intelectualmente– en la sociedad consistió en que las películas antigermanas en países extranjeros eran excesivamente influyentes, ello no solo alarmó, sino que también causó la sensación de que realmente el cine preservaba un poder predominante en la sociedad. Y la segunda observación consistió en reconocer la insuficiencia de la producción cinematográfica local. Por lo que, “en 1919, el gobierno, con el apoyo de asociaciones que promovían objetivos culturales, políticos y económicos, fundó la Deulig (Deutsche Lichtspiel-Gesellschaft), compañía cinematográfica que, por medio de filmes documentales apropiados, habría de dedicarse a la publicidad del país” (Kracauer, 1961, p. 41).

Así pues, siguiendo a Kracauer (1961), en tiempos de posguerra (antes de dar inicio a la Segunda Guerra Mundial), los alemanes consumían, constantemente, dos tipos de películas. Las primeras, relacionadas a la vida sexual, donde la tendencia era predominantemente pornográfica, a causa de que dichas películas manifestaban las necesidades sexuales que se despertaban tras la Primera Guerra en los países beligerantes. “El otro tipo de películas en boga tras la guerra fue el espectáculo histórico. Mientras las películas sexuales colmaban los estratos inferiores del mundo cinematográfico, las de historia se afianzaron pronto en los niveles altos, reservados al arte” (Kracauer, 1961, p.49).

De ahí que para 1920, antes de elegirse a Hitler como líder y canciller imperial de Alemania y mucho antes de declararse la Segunda Guerra Mundial, el cine alemán adquiriera elevada importancia, pues artísticamente impactaba con sus efectos, musicalidad y libretos. Ejemplo de ello es la película muda titulada *El gabinete del doctor Caligari* (1920) que dirigió Robert Wiene. Dicho film, producto del expresionismo como vanguardia del siglo XX, relata la historia de Caligari, un doctor que está encargado de un sanatorio mental al que llegan pacientes con diversos trastornos, entre los cuales llega un paciente sonámbulo (Cesare) al que Caligari utiliza, mediante sus saberes en hipnotismo para que realice diversos asesinatos. En la película la historia es narrada por Francis, un hombre que descubre los asesinatos que engendra Caligari por medio de Cesare pero que, paradójicamente, está internado en el mismo manicomio que dirige Caligari.

La película es llamativa dado que la composición de la imagen, las sombras y el maquillaje evidencian la perturbadora condición mental de los personajes y su respectiva masificación. Con esto último se insiste en que el maquillaje de todos es similar y sus delirios enmarcan lo que posteriormente podría asociarse a una Alemania dispuesta a aceptar que hay un Caligari –en nuestro análisis Hitler– dispuesto a propiciar crímenes irreversibles escudado –durante el film– en el estado somnoliento de un personaje, en la realidad –durante la guerra–, en la incapacidad de los ciudadanos para reconocer la nocividad del régimen. Más aún, en esta historia de horror los libretistas representan a Cesare como el hombre común al que se le enseña a matar y a ser muerto.

En ese horizonte, *El gabinete del doctor Caligari*, teniendo en cuenta que fue una producción

que se realizó mucho antes del ascenso de Hitler, ya preveía la peligrosa mentalidad que se estaba gestando en la Alemania nazi. Una mentalidad construida a base de dominación, denigración y conformismo. Pues, aunque el film hubiese conservado, al principio, un propósito revolucionario, en la medida en que señalaba lo perjudicial del hombre que abusa de su poder, posteriormente el filme se transformó en conformista “siguiendo el modelo usual de declarar demente a un individuo normal –Francis–, aunque perturbado, y enviándolo a un manicomio” (Kracauer, 1961, p. 68). Cesare (el sonámbulo) representa una sociedad masificada, Caligari al soberano que, en nombre de las masas y mediante ellas, incita al crimen y Francis (el personaje cuerdo, pero luego, perturbado) representa al intelectual que se niega a aceptar esa realidad que le es dada y a la que a su vez está condenado (en el manicomio) en la guerra.

2.1. Propaganda cinematográfica durante el régimen

Llegado a este punto, hay que acudir al análisis de la propaganda cinematográfica durante el mandato de los nazis, pues ya se expuso brevemente cómo fue el primer impacto del cine alemán en la esfera social. Para empezar, cabe mencionar que los nazis llevaron a cabo su propaganda cinematográfica directa para la guerra, con dos tipos de películas. Las primeras, vinculadas a los filmes de largometraje sobre las campañas, donde se acentuaba la miseria que sufrían los alemanes tras el Tratado de Versalles por lo que se manifestaba la necesidad de un líder que propiciara un mejor futuro. El segundo tipo de propaganda que los nazis emplearon fue posible gracias a los noticieros semanales, los cuales insertaron “una compilación de noticieros titulada *Blitzkrieg im Westen*” (Kracauer, 1961, p. 257).

En dichos noticieros era primordial, para su efectividad, considerar principios como: a) Fidelidad a la realidad pues “en lugar de recurrir a escenas de guerra escenificadas, debían limitarse a tomas realmente hechas en el campo de batalla” (Kracauer, 1961, p. 258). Para hacer más impactante el momento histórico que atravesaba Alemania había que impresionar a los espectadores no con teatralidad, sino con los acontecimientos más inmediatos; b) Longitud de los noticieros, pues si la longitud se ampliaba esto causaría una asimilación del contenido distinta, a que se transmitieran únicamente por 10 o 20 minutos. De ahí que, “el 23 de mayo de 1940, el *Licht Bild Bühne* anunciaba que el próximo noticiero, como un acontecimiento, tendría 40 minutos de duración” (Kracauer, 1961, p. 258); y, c) La velocidad de los noticieros acrecentaba la efectividad de la propaganda nazi, en razón de que era indispensable que los ciudadanos no olvidaran los comunicados de guerra que se declaraban. Así, los noticieros gozaron de popularidad y todo el que estuviese “informado” estaría, realmente, basado en el sesgo de los nazis.

En 1940, Goebbels dijo que los filmes debían dirigirse a toda clase de público. Siguiendo sus instrucciones, los nazis se las ingeniaron para imponer sus filmes de propaganda simultáneamente a toda la población de Alemania, con el resultado de que dentro de la misma Alemania no había posibilidad de eludirlos. Se enviaron por todo el país cines ambulantes, y se hacían exhibiciones especiales a bajo precio (Kracauer, 1961, p. 259).

En ese sentido, los alemanes estaban predestinados a escuchar, ver y captar lo que a los nazis se les antojara expresar. Si los nazis querían manifestar en la radio, la televisión,

los periódicos, las salas de cine, etc., que eran infortunados pacifistas, los ciudadanos se hallaban en la incertidumbre entre creer o dudar lo que, incansablemente, repetían los medios de comunicación. Además, el asunto traspasó fronteras porque “en cuanto a la exportación, el esfuerzo de las autoridades nazis para inundar los países extranjeros con sus películas oficiales está suficientemente claro por el hecho de que el ministro de propaganda preparara versiones en dieciséis idiomas diferentes” (Kracauer, 1961, p. 259). Lo que evidencia el deseo de propagar por buena parte del continente europeo los mensajes nazis. Otro factor relevante en la estrategia propagandística fueron los mapas, ya que los nazis hacían uso de éstos para ilustrar tanto sus supuestos males como sus éxitos bélicos, y de este modo, convencer a los ciudadanos de que eran audaces guerreros a los que absolutamente nada ni nadie podía detener.

De hecho, en la película *El judío eterno* (1940) solicitada por Joseph Goebbels, se hace uso de los mapas para manifestar que los judíos se distribuyeron por la cuenca mediterránea hasta llegar a distribuirse por todo el mundo. Así, los mapas contribuyen en la construcción de imaginarios tales como el de un enemigo –el judío reunido en muchos sustantivos– que se distribuye por el continente y el mundo para perjudicar a Alemania. De ahí que “los mapas pueden ser considerados la columna vertebral de los filmes de campaña” (Kracauer, 1961, p. 261).

De lo antes dicho, se sigue también que otra de las estrategias cinematográficas fue la de recurrir “a la explotación de las cualidades fisiónómicas, al contrastar, por ejemplo, primeros planos de las caras brutales de los negros con caras de soldados alemanes; la incorporación de material cinematográfico enemigo capturado” (Kracauer, 1961, p. 261); es decir, si en los filmes

se plasmaba al judío, negro u homosexual como un ser maligno que se contraponen al “benevolente” soldado alemán, los espectadores optarán por el lastimero alemán y menospreciarán –con más repugnancia– a ese individuo que ha sido catalogado como enemigo.

Para modelar el personaje cinematográfico del soldado alemán, las películas nazis recurren a veces a métodos indirectos: desenmascaran y critican a través de imágenes las pretendidas cualidades de varios tipos de enemigos; y como siempre se basa en los contrastes, el ingenuo espectador atribuye automáticamente las cualidades complementarias a los alemanes (Kracauer, 1961, p. 266).

Los nazis aprovechaban cada oportunidad para mostrarse como seres dignos de admiración ante sus espectadores, a tal punto que en los filmes llegaron a insertar iglesias y catedrales con soldados entrando o saliendo de ellas durante su periodo de descanso para insinuar que el cristianismo los respaldaba dada su fe y amor al prójimo. Asimismo, es clave comentar que en esa construcción del soldado ideal “los temas musicales borran el cansancio de las caras de los soldados o hacen que varios tanques en movimiento simbolizan al ejército alemán que avanza. Una alegre melodía imbuye al desfile y a la decoración de la escena” (Kracauer, 1961, p. 263). Así, mediante la contribución de la música y la imagen los sentidos se afectaban con más intensidad.

2.2 Aparición del enemigo en las salas de cine

Como se ha mencionado anteriormente, es preciso comprender que cuando se habla del enemigo, se hace alusión únicamente al enemigo

judío que, como adjetivo y no como sustantivo, reúne los otros enemigos que construyeron los nazis: el homosexual, el negro, el alemán que estuviese en contra del régimen, el comunista y, por supuesto, los aliados. Esto es esencial para entender que parte de la estrategia político-propagandística consistía en evitar pelear en muchos frentes y reducirlos enemigos al que en apariencia parecía el más peligroso: el judío porque era la combinación de todos los mencionados.

Adonde se dirigiera, el alemán tropezaba con su enemigo más “peligroso”. Cuando hojeaba el diario de la mañana, encontraba artículos destacados contra los judíos; ilustraciones denigrantes y caricaturas sadistas pornográficas, al estilo del “Stürmer”, subrayando el “peligro judío”. Cuando encendía la radio emergían del aparato maldiciones e infamias contra los judíos. Cuando caminaba por la calle tropezaba con anuncios y lemas contra los judíos en cada plaza, en cada pared y en cada avisador. Incluso en las casas residenciales se colocaron las leyendas: “Despierta, Alemania podredumbre judea” y “Al empujar a los judíos hacia atrás, lucho en bien de los actos del Creador” (Gitlis, 1997, p. 59).

En el cine la construcción del enemigo no fue menos obscena, pues, se elaboró de tal manera que no parecía un enemigo normal con el que se enfrentaba Alemania, sino que se presentó como el eterno adversario de un héroe. Un enemigo que trama siniestros planes para causar la perdición, como la encarnación de un principio moral o natural que debía combatirse sin compasión alguna. “Entre los poderes que bullen en el infierno democrático se hacen diferencias así: Francia es un espíritu maligno en estado de descomposición; Inglaterra tiene

los rasgos del demonio encarnado, y Polonia le sirve de malvada ayudante” (Kracauer, 1961, p. 274). En suma, todos estos judíos, incluidos los racial y culturalmente identificados, provenían de las tinieblas más espeluznantes. Ejemplo de lo antes dicho es, justamente, el filme *El judío eterno* (1940) donde el personaje “está relacionado de forma clara e inmediata con el judío errante, condenado por Jesús a vagar hasta su segunda venida” (Gitlis, 1997, p. 130). Y mientras vaga, según la película, se dedica a la usura y engendrar los males de una nación como la alemana.

En esta misma película, las imágenes intentan propiciar estímulos sensitivos ligados a la repugnancia, por lo que es frecuente la aparición de ratas y plagas distribuyéndose por Europa para representar las migraciones judías. Migraciones producto de la leyenda de Ahasverus, cuyo relato revela la historia de un zapatero al que condenó Jesús, a errar por el mundo hasta el fin de sus días, por no dejarlo descansar bajo su techo camino a la crucifixión. Tal leyenda es –siguiendo a Gitlis– absolutamente antisemita y ya en los primeros siglos de la Era Común se conocían diferentes versiones, “pero su versión final y su gran popularidad provienen del periodo de la Reforma que trajo consigo, como es sabido, una enorme ola de odio a los judíos” (Gitlis, 1997, p. 130).

Lo más grave del filme es que fue presentado como un documental, con el supuesto fin de instruir a las masas. Se recalcó, como si de un acontecimiento histórico se hubiera tratado, que el “bárbaro oriental” se disfrazó de hombre civilizado para engendrar los males de Europa. Así, en la película se remiten a Polonia, “inmediatamente después de la invasión alemana en 1939 a los nuevos guetos de Lodz, Varsovia, Kracovia

y Lublín” (Gitlis, 1997, p. 131), para mostrar que si el judío vive en condiciones de suciedad y precariedad es porque ellos son miserables consigo mismos, por el hecho de que, en lugar de trabajar con honestidad y disciplina, optaron por la delincuencia robando o estafando y por supuesto aquello que está asociado a la delincuencia no puede traer consigo una vida digna.

Pero lo que no se cuenta en el filme y esto se debe al falseamiento de la realidad presente en la propaganda cinematográfica, es que si los judíos vivían de tal manera era porque la zona en la que se grabó el filme había sido, anteriormente, el sector más pobre de la ciudad, pues antes de la derrota de Polonia “vivían en él 240.000 judíos y 80.000 no judíos. Ahora, los no judíos habían sido obligados a abandonar el lugar para hacer lugar a los cientos de miles de judíos que fueron trasladados allí por la fuerza” (Gitlis, 1997, p. 145). Los nazis se aprovecharon de las condiciones que sufrían los judíos para construir al “decadente o sucio” enemigo que, sin compasión, merecía la exterminación. De lo mencionado se sigue que, si un alemán adherido al régimen considera al enemigo como algo animal o inferior que puede afectar no solo su subsistencia, sino la de sus generaciones, no tendrá obstáculos morales para asesinar a su oponente, porque es la supuesta necesidad la que incita al crimen. Justamente es esa la implicación que surge de la película.

Para el espectador alemán, es clara su superioridad ante el judío por la atmósfera de comparación que se estableció en la película, puesto que se elaboró una identificación inmediata de yo soy, lo que el otro no es. Si el judío es lo feo, moralmente indeseable, y políticamente incorrecto el alemán, como antítesis, es lo bueno, bello y digno de admiración. En esto radica la construcción del enemigo.

Carl Schmitt (2002) en *El concepto de lo político*, define al enemigo como aquel que desafía la existencia del otro y es ontológicamente distinto a un determinado grupo. Esto da lugar a que el argumento cinematográfico de los nazis reiterara la idea de que el judío ponía en riesgo –amenazaba– no sólo la existencia cultural de determinadas prácticas, sino la propia existencia del hombre ario porque el judío habitaba un espacio geográfico donde coexistían dos modos distintos de ser. He ahí la presencia de un enemigo interno. El enemigo externo eran los aliados, pero éstos también ponían en riesgo la supervivencia del hombre ario al atacar sus fronteras y pretender apropiarse de una parte del territorio alemán. En ese horizonte es visible una contraposición de intereses y de modos de existir, por lo que se conformó la idea de un enemigo peligroso, interno y externo, al que los nazis nombrarían judío para reunir a todos los adversarios y evitar confundir a las masas.

Otro filme, creado por encargo del ministerio de propaganda nazi a Veit Harlan (1940), fue *El judío Süß* (*El judío Süss*). Una película que narra la historia de Josef Süß Oppenheimer (el asesor financiero judío) del duque Karl Alexander de Württ-

emberg, quien fuera ejecutado en la horca por orden de un tribunal en 1783. La narración inicia con el ascenso al ducado de Karl Alexander, un personaje negligente a quien solo le interesa conquistar señoritas y despilfarrar el dinero de Württemberg, de ahí que el duque envíe a uno de sus súbditos al barrio judío para que Josef Süß le venda algunas joyas y, de este modo, consiga los cariños de las pretendidas por Karl Alexander. Pero lo que Karl Alexander no imaginó es que Josef Süß, en lugar de cobrarle una cifra exagerada por las joyas, le solicita al súbdito la documentación necesaria para que él mismo hiciera entrega de las joyas al duque en Stuttgart (la capital de Württemberg). Lo cual no era posible porque los judíos tenían restringido el acceso a esa ciudad, así que, Josef Süß se las ingenia para persuadir al súbdito e ingresar a Stuttgart, pese a que para entrar tuviese que cambiar su aspecto y vestimenta judía.

Camino a Stuttgart, la carroza del judío cae sobre la carretera dado el mal estado del camino y por casualidad aparece Dorotea Sturm, la única hija del presidente del consejo de Württemberg, quien accede a compartir su carroza con Josef Süß para que juntos lleguen hasta Stuttgart. Allí en Stuttgart, Josef Süß ofrece las mejores joyas al duque Karl Alexander, a cambio de que éste le venda los caminos de Württemberg, entonces el duque impresionado por Süß accede a venderle los caminos con tal de que Süß no le cobre el valor real de las joyas. De modo que Süß con el poder sobre los caminos de Württemberg decide arreglar las carreteras y cobrar impuestos a los transeúntes de grano, vino, y otros productos. Lo que por supuesto, generó indignación tanto en los comerciantes como en los compradores porque, a causa de ese impuesto, los compradores debían pagar más por los alimentos. Así, inició el malestar de los habitantes de Stuttgart,

pero la situación empeoró porque el duque, dado que estaba adquiriendo más fortuna y prestigio con Süß, lo eligió como asesor financiero de la región. Ello posibilitó no solo que Süß tuviera el control absoluto de la economía, sino que los judíos entraran en la ciudad a la que por mucho tiempo se les había impedido acceder. Lo mencionado fue despreciado tanto por Sturm (el representante del concejo) como por los concejales.

De manera que Josef Süß, pensando siempre en asegurar el territorio a los judíos, persuade al duque Karl Alexander para que éste elija un nuevo consejo y ponga en la horca a quienes están en contra del ducado. Los habitantes de Stuttgart se rebelan contra esto y forman una asamblea revolucionaria donde el líder es el esposo de Dorotea Sturm, la hija del representante al consejo. Por lo que Josef Süß apresa tanto al esposo como al padre de Dorotea Sturm y cuando ella cae en desesperación, se dirige al judío para que libere a su esposo y a su padre, pero Süß los libera solo después de agredir sexualmente a Dorotea. La joven se suicida por el agravio que le causó el judío, luego, como venganza a tal acto, el padre y el esposo capturan a Josef Süß para llevarlo a la horca no solo por los delitos de chantaje, especulación y corrupción, sino que es fundamentalmente llevado a la horca por “mezclar su carne con una mujer cristiana” (El judío Süß, Harlan, 1940, min. 1:32:46).

Una vez expuesta la trama del filme, es necesario comentar que “el equilibrio argumental de la película se basa en un sistema de diferenciaciones y delimitaciones claras entre alemanes y judíos y este sistema actúa para colocar a cada uno en su lugar” (Gitlis, 1997, p. 157). Por eso, la necesidad en el filme de mantener separados ambos grupos, lo cual revela el desprecio

al judío por sus tradiciones, rituales, así como por su suciedad, puesto que en la película los nazis también insisten en la idea de que los judíos son deplorables, llevan un estilo de vida decadente y peligroso dada su aglomeración para perjudicar al hombre ario.

En la película sobresale el judío en el gueto y el ario en la ciudad de Stuttgart, para manifestar que el área representa el estado moral y racial de los habitantes. Pero, tal y como se manifiesta en el filme, el objetivo primario de mantener separados ambos grupos no se debe al mero riesgo en los logros económicos de los judíos, o en quitar el pan de los arios, “sino en el desarrollo más peligroso de conquista de la mujer aria y contaminación de su sangre, y a raíz de esto, la ruina de toda la raza” (Gitlis, 1997, p. 157). Por lo que, si se reconsidera el planteamiento del filme, la muerte al judío fue producto de la violación a Dorotea Sturm, antes que por los otros crímenes que había cometido. Si un ario hubiese violado a Dorotea seguramente no habría pagado con la horca el delito; el mismísimo duque Karl Alexander abusaba de las señoritas que asistían a sus bailes y esto nunca se le reprochó por el hecho de ser ario y, claro, por su cargo. En ese horizonte, la película es directa y se atiene a las Leyes de Nuremberg (1935), las cuales prohibían precisamente las relaciones sexuales con personas de sangre alemana o afín.

Ahora bien, cuando Josef Süß cambia su aspecto y vestimenta para ingresar a la ciudad, nuevamente, como en la película *El judío eterno* (1940), se recalca el hecho de que, con intención de convertir a los judíos en personajes de aspecto amenazador y perverso, al judío no le interesa ocultar su procedencia, con tal de afectar al ciudadano ario. E igualmente, como principio cinematográfico de los nazis, en ambas

películas prevalece la idea de que son de orden “cultural”, de ahí que *El judío Süß* “fue presentada al público por primera vez en el Festival de Cine de Venecia, en el cine San Marco, el 5 de septiembre de 1940. 19 días más tarde, el 24 de septiembre, fue proyectada por primera vez en Berlín, Alemania” (Gitlis, 1997, p. 151). Posteriormente, la película ganó el premio del festival fascista de Venecia en 1941.

La influencia de la película sobre los jóvenes fue enorme y devastadora. Por ejemplo, en Viena un anciano judío fue pisoteado hasta morir por un grupo de la juventud hitleriana que acababa de ver la película. Hay que señalar específicamente la sofisticada táctica de las autoridades que hacían la vista gorda cuando una película así era clasificada oficialmente como “no apta para jóvenes”. El filme apelaba a los más bajos instintos del género humano y eso se nota en la intercalación de la escena de la violación y la escena de la tortura, realizada con gran inteligencia hasta el clímax (Gitlis, 1997, p. 164).

Cabe señalar que las emociones que se fomentaron en este filme estuvieron asociadas a la amargura —producto de la violación—, el amor puro, la rabia, así como, la tristeza relacionada al melodrama, y, la sensación de inconformidad en la escena que narra la entrada de los judíos a Stuttgart. Con ello, se reafirma el hecho de que los nazis, en su propaganda cinematográfica, propiciaron la construcción del enemigo gracias a la emotividad, antes que a la razón.

También el filme *Los Rothschild* (1940) dirigido por Erich Waschneck, plantea el ocultamiento de los judíos en otras naciones para obtener el poderío económico del mundo. Pero, diferencia de *El judío Süß*, en *Los Rothschild* el enemigo se establece en el ámbito internacional y no dentro de Alemania. Con el argumento de este

filme, los nazis pretendían combatir al judaísmo internacional que se propagó en los países aliados. La narración inicia con la llegada de Wilhelm IX al barrio judío para hacerle entrega a Anshel Rothschild de 600.000 libras esterlinas, pues Wilhelm IX debía huir de Kassel debido al avance de los ejércitos de Napoleón. Así, Anshel Rothschild se compromete a guardar el dinero de Wilhelm IX, mientras la situación mejora, pero lo que Wilhelm IX no consideró es que con ese dinero el hijo de Anshel Rothschild (Nathan Rothschild), en Inglaterra, multiplicaría los cimientos del imperio familiar.

Nathan Rothschild es descrito como un personaje, no muy agradable visualmente, que oculta sus facciones judías con trajes lujosos para parecer inglés, puesto que posee suficiente dinero para comprar lo que se le antoje. Así, en primer lugar, Nathan (con las 600.000 libras esterlinas de Wilhelm IX) compra en una subasta el oro que recién había llegado de la India, lo cual, causa cierta hostilidad y envidia entre los banqueros de la ciudad. Pero la situación empeora cuando Nathan, en segundo lugar, inicia un gigantesco negocio con su hermano James en París, pues esto le aseguraría el control económico de ese país, e incluso, el control económico de España. Luego, cuando Napoleón logra huir de Elba, la isla en la que anteriormente había sido derrotado y exiliado, los banqueros ingleses caen en la desesperación porque eso implicaría que Napoleón reanudaría la guerra contra Inglaterra, Prusia y Austria y por tanto, los ingleses caerían en la ruina. De modo que en tercer lugar, Nathan Rothschild se aprovecha de las circunstancias para difundir rumores acerca del triunfo de Napoleón en la batalla y de este modo comprar las acciones a los ingleses a muy bajo precio, para finalmente, dejar en la ruina a los banqueros y hacerles saber que, en realidad, Napoleón había sido derrotado en Waterloo. Allí radica, según el filme, el triunfo de los Rothschild sobre Inglaterra, en particular y, sobre el mundo, en general.

La película es considerada como antisemita y antibritánica, “a pesar de que para Goebbels los británicos ´eran los judíos de los arios`. En el año 1940 los británicos ya eran presentados como instrumentos en manos de la conspiración judía internacional” (Gitlis, 1997, p. 168). Así, no solo se muestra a un enemigo oportunista (el judío), sino que, además, se plantea un enemigo hipócrita e incapaz de controlar el poderío judío (los ingleses). De ahí la moraleja de la historia que, siguiendo a Gitlis, consiste en que sólo el ario que repudia la aspiración egoísta de dinero y piensa sólo en el bien común, puede oponerse al judío, pues ni ingleses ni franceses podrán contraponerse a los judíos porque, según la visión nazi, o son descendientes de ellos mismos, o sencillamente, solo están pensando en su propio bien. De este modo, los nazis construyeron y exterminaron al enemigo judío. Un enemigo verdaderamente deshumanizado, aunque en ocasiones, minimizado, repudiado, menospreciado, dada la asociación con las plagas, y en otras ocasiones, amplificado

al mismísimo demonio dado su poder de irrumpir en la sociedad alemana.

3. Conexión entre propaganda cinematográfica nazi y dispositivo

Si como dijo Agamben (2001) en ¿Qué es un dispositivo? —en concordancia con Foucault— un dispositivo es “cualquier cosa que tenga de algún modo la capacidad de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, las conductas, las opiniones y los discursos de los seres vivientes” (p. 4), en suma, una red que se establece entre elementos tales como instituciones, discursos, posiciones filosóficas o políticas. Entonces, es posible afirmar que la propaganda cinematográfica nazi fue un dispositivo: la red que se instauró para predisponer, coaccionar y propiciar acciones colectivas en Alemania. Ejemplo de cómo la propaganda nazi se instauró en determinadas instituciones es cuando ésta llegó a insertarse en la esfera de la salud pública, pues los médicos llegaron a decirles a sus pacientes que (en las interacciones con los judíos) podían contaminar la raza aria a causa de agentes tóxicos. Además, el discurso propagandístico nazi causó tanto impacto que se avaló la práctica de la eutanasia y eugenesia a enfermos mentales, así como el ministerio de salud, dada la homofobia que traía consigo el nazismo, se atrevió a distribuir e inyectar hormonas sintéticas para “evitar” la homosexualidad.

Por otro lado, si el dispositivo —tal y como expresa Agamben— conserva un uso tecnológico,

jurídico y militar, entonces, la propaganda nazi tuvo que conservar los mismos usos para ser asociada con dicho concepto filosófico. El uso jurídico de la propaganda nazi podría relacionarse con las leyes de Núremberg, las cuales, están constituidas por diversos artículos que fomentan tanto la segregación hacia los judíos como la negación de cualquier derecho.

Artículo 1° (1) Quedan prohibidos los matrimonios entre judíos y ciudadanos de sangre alemana o afín. Los matrimonios celebrados en estas condiciones son nulos aun si hubieren sido celebrados en el extranjero a fin de evitar ser alcanzados por la presente ley. N° 100 - Fecha de edición: Berlín, 16 de septiembre de 1935 1147 N° 100 - Fecha de edición: Berlín, 16 de septiembre de 1935 1147 (2) Únicamente el representante del ministerio público podrá elevar una demanda de nulidad.

Artículo 2° Queda prohibido el comercio carnal extramatrimonial entre judíos y ciudadanos de sangre alemana o afín. Artículo 3° Los judíos no podrán emplear en su hogar a ciudadanas de sangre alemana o afín menores a los 45 años.

Artículo 4° (1) Queda prohibido a los judíos izar la bandera del Reich o la enseña nacional como así también exhibir los colores patrios. (2) En cambio quedan autorizados a exhibir los colores judíos. El ejercicio de esta autorización queda sometido a protección estatal (Frick, W., 1935, pp.1-2).

Así las cosas, queda de manifiesto cómo aquello que la propaganda cinematográfica plasmaba como, en un principio, perteneciente al orden de lo “ficcional”, posteriormente, se convirtió en algo real e irremediable, pues ya la ley respaldaba todo lo que se quisiera fomentar en calles y salas de cine. En lo que respecta

al uso tecnológico de este dispositivo cabe señalar que, si se entiende por tecnológico toda la maquinaria que ayudó al fomento propagandístico, los nazis desarrollaron, para la época, instrumentos muy avanzados para transmitir sus mensajes. Entre ellos se encuentran aparatos radiofónicos que, para evitar la transmisión de emisoras extranjeras, contaban con antenas especiales. Otro desarrollo tecnológico⁷ que configuraba la práctica propagandística fue el gramófono: un instrumento en el que las grabaciones de discursos nazis y música marcial se podían reproducir en reuniones locales o en las calles a través de altavoces en camiones. También, la propaganda nazi conservó un enfoque militar, pues fue gracias a los once principios de propaganda de Goebbels⁸ que los varones más jóvenes de la población decidieron incluirse en las filas del Tercer Reich.

No obstante, ¿por qué, si se supone que los seres humanos están dotados de razón y de capacidad de discernir qué es correcto o no, los principios del ministerio de propaganda nazi, tan vaciados de complejidad, fueron efectivos e influyentes? Pues bien, resulta que dichos principios solo pudieron ser eficaces si se piensa que, tal y como dice Aron Gurwitsch (2003) en *Sobre el nihilismo de nuestro tiempo*, la verdad (episteme) como elemento abstracto se dejó de lado para dar relevancia a la opinión (doxa) y, de este modo, construir ideas más próximas a la subjetividad

que a la objetividad. De ahí el influjo a través del contenido, antes que mediante argumentos, sobre las emociones. Pues para Gurwitsch cuando la verdad, como abstracción, perdió prioridad, el interés se centró en “saber si, dados los prejuicios y los hábitos mentales de un cierto grupo, una cierta afirmación puede ser presentada a este grupo con la suerte de ser creída” (Gurwitsch, 2003, p. 117). Es decir, el propósito no era propiamente presentar lógicamente una serie de argumentos para aproximarse a la verdad, sino motivar el temor al sufrimiento y el rechazo a eso que pudiera perjudicar. Por esto, en lugar de haber un acercamiento a la objetividad, hubo una aproximación a la subjetividad gracias a las emociones.

Aunque el hombre está dotado de razón, no es ésta la que decide sus acciones y sus convicciones. Ante todo, el hombre está lleno de apetitos y es pasional. Detrás de todas sus acciones y de todas sus opiniones se encuentran deseos, tendencias volitivas, impulsos de todo tipo, y es la necesidad de satisfacerlos lo que empuja al hombre hacia ciertas acciones y hace que ciertas ideas parezcan plausibles y aceptables (Gurwitsch, 2003, p. 176).

Gurwitsch plantea que (a causa de la falta de responsabilidad intelectual con la verdad) el pensador cedió su lugar al propagandista para que éste se encargara de satisfacer menos el

7. Si bien hay un importante avance por parte de los nazis en el ámbito tecnológico, cabe mencionar que los aliados también aportaron al desarrollo tecnológico. Ejemplo de esto es el caso del matemático, lógico y filósofo Alan Turing. Un hombre que desempeñó un papel fundamental (durante la Segunda Guerra Mundial) porque inventó un método matemático para descifrar los códigos nazis, consistía en sincronizar dos textos cifrados en alemán. Lo que, posteriormente, permitió a los aliados ganar la guerra. Para mayor información remitirse al Documental *Odisea El hombre que descifró el código nazi* (2016).
8. Principio de simplificación y del enemigo único, principio de la exageración y desfiguración, principio de la unanimidad, entre otros; los cuales pueden ampliarse con Feinmann (2016) en *Filosofía Aquí y ahora*.

intelecto y más las emociones. Pero, para este autor el trasfondo de ello radica no solo en la falta de compromiso epistémico, sino que también el problema se consolidó con el surgimiento del nihilismo —asumido como perversión de un periodo histórico particular y consecuencia del naturalismo psicológico—, puesto que, condujo a la especie a aceptar acciones e ideas sin considerar si carecían o no de acierto. Así, dadas las condiciones que trajo consigo el nihilismo, “se les puede hacer creer a los hombres no importa qué y de que se les puede llevar a no importa dónde, una vez sentado que se sabe apoderarse de ellos” (Gurwitsch, 2003, p. 178). Por lo que, como dice Gurwitsch, no es gratuito que la literatura totalitaria disminuyera el papel de la inteligencia e hiciera énfasis en los deseos, los impulsos, las pasiones, el miedo, la avidez, las envidias grandes y pequeñas.

De modo que, con estos principios y manejo de las emociones, las movilizaciones sociales, políticas y militares no se hicieron esperar, dado que la propaganda se introdujo tanto que hasta el sujeto menos educado se sintió afectado por los contenidos. Y en este sentido, es innegable la ejecución de la propaganda nazi, como dispositivo, en el ámbito militar. Aunque, si (llegado a este punto) parece insuficiente la argumentación de por qué la propaganda nazi puede asociarse con el concepto de dispositivo, creo oportuno mencionar que para Agamben (2011) los dispositivos “no son un accidente en el que los hombres hayan caído por casualidad, sino que tienen su raíz en el mismo proceso de “hominización” que ha hecho “humanos” a los animales que clasificamos con la etiqueta de homo sapiens” (p. 4). Es decir, para Agamben los dispositivos son, sustancialmente, causa/producto de lo humano y esto aplicado a la propaganda, podría considerarse si se piensa

El propósito no era propiamente presentar lógicamente una serie de argumentos para aproximarse a la verdad, sino motivar el temor al sufrimiento y el rechazo a eso que pudiera perjudicar. Por esto, en lugar de haber un acercamiento a la objetividad, hubo una aproximación a la subjetividad gracias a las emociones.

que nada más próximo a los seres humanos que la propaganda, pues ésta afecta e incentiva emociones netamente humanas como el odio, el resentimiento, el coraje, etc. Nada más natural que sentir, visto como emotividad, y la propaganda de Goebbels, al identificar esto, se encargó de estimular el aparato emotivo de los seres humanos.

Lo antes dicho sin descuidar la distinción entre sentimiento y emoción porque el sentimiento, en concordancia con el filósofo surcoreano Byung-Chul Han (2014), posibilita la narración y es mucho más duradero, contrario a la emoción que dada su condición situacional, dinámica y performativa fue lo que el ministerio de propaganda nazi se encargó de afectar. Pero ¿cómo entender la alteración de las emociones en la propaganda nazi? Pues bien, en la lectura que se hace del filósofo surcoreano Byung-Chul Han, las emociones fueron afectadas no solo por el uso de la biopolítica (el control de los cuerpos y la vida tal y como lo describe Foucault), sino que también por la psicopolítica. Una categoría

que germinó durante la propaganda nazi y luego, en las sociedades neoliberales, prosperó. Para Byung-Chul Han la psicopolítica es posterior a la biopolítica por el hecho de que esta última era parte de las sociedades disciplinarias, pero con el paso del tiempo fue la psicopolítica que se apoderó de las emociones para influir en las decisiones de los individuos, lo cual permite plantear que, gracias a la propaganda cinematográfica nazi, la psicopolítica avanzó hasta el punto de llegar a controlar eficientemente a los individuos mediante el uso de la Big Data y otros contenidos digitales.

No obstante se debe aclarar que, aunque la psicopolítica se gestó en la Alemania nazi por el uso de la propaganda cinematográfica, no por ello se afirma que esta sociedad fuera neoliberal. De ahí la importancia de considerar a la psicopolítica como aquello que inició en la sociedad disciplinaria (propagandística) de Alemania, pero que posteriormente, en las sociedades neoliberales, cobró fuerza. Fue en la propaganda cinematográfica nazi donde se desencadenó el engranaje de control psicopolítico contemporáneo. Para aclarar esta idea debo señalar que hubo más bien una transformación, o mejor, evolución en cómo se entiende la relación mente-cuerpo-poder, puesto que, si en las antiguas sociedades el poder, en el ejercicio del soberano, era manifestado como violencia negadora que coarta a la voluntad y restringe la libertad, en las sociedades disciplinarias el poder llegó a concebirse como aquello que hacía a los hombres sumisos mediante el control de los cuerpos, y en general, de la vida; en las sociedades neoliberales —que menciona Byung-Chul Han (2004)— el poder debe ser identificado como un mecanismo inteligente que se adapta a la psique, en lugar de someterla o disciplinarla a determinadas reglas. Lo que se hace visible en la propaganda si se piensa que ésta hacía uso de

Si en las antiguas sociedades el poder, en el ejercicio del soberano, era manifestado como violencia negadora que coarta a la voluntad y restringe la libertad, en las sociedades disciplinarias el poder llegó a concebirse como aquello que hacía a los hombres sumisos mediante el control de los cuerpos, y en general, de la vida.

estrategias visuales y musicales que, contrario a causar displacer en los espectadores, animaba la psique del público ya sea por la facilidad de asimilación, la emoción de patriotismo que causaba, o por hacerle creer a los espectadores que su inteligencia era tan avanzada como para entender la “complejidad” de los postulados del nazismo.

Conclusiones

En suma, la propaganda cinematográfica nazi al ser entendida como un dispositivo psicopolítico se convierte casi que en una fuerza incontenible, pues tiene la capacidad de capturar subjetividades y fomentar determinadas prácticas en favor de cualquier sistema político. Esto se visibilizó cuando se mostró cómo las películas nazis consiguieron no solo promover la ejecución de ciertas acciones, sino propiciar en las masas alemanas la convicción de que existía un enemigo que iba a perjudicar su existencia.

Si seguimos la línea argumentativa de Byung-Chul Han (2014) es posible concluir que con el

cine nazi se dio origen al paso entre biopolítica y psicopolítica. En razón de que, el cine nazi permitió fortalecer una serie de emociones para controlar, con la psique y no sólo con los cuerpos, la vida de los seres humanos. De acuerdo a esto es posible plantear que actualmente se ejerce un control psicopolítico en el escenario propagandístico. Pero lo inquietante del asunto es preguntarse si el uso de las emociones hoy día, tal y como en la Alemania nazi, se emplea para construir un nuevo enemigo ya no adjetivado al judío sino a otra categoría. En otras palabras, habría que ver si el dispositivo propagandístico actual construye a un enemigo y, en caso de ser así, cuál es el nuevo enemigo. ¿Será acaso que el enemigo que promueve la propaganda cinematográfica de nuestro tiempo es el terrorista, no como sustantivo sino como adjetivo? El terrorista como la figura que reúne un peligro existencial para la humanidad y no sólo para un determinado grupo de personas: ¿Qué pasa cuando la idea de enemigo ya no es local, sino global?

Referencias

- Agamben, G. (2011). ¿Qué es un dispositivo?, *Sociológica*, 26(73), 249-264.
- Arendt, H. (1974). *Los orígenes del totalitarismo*. (Trad. Guillermo Solana). Madrid: Grupo Santillana de Ediciones.
- Canetti, E. (1981). *Masa y poder*. (Trad. Horst Vogel). Barcelona: Muchnik Editores.
- Feinmann, J. (Escritor), & Ciliberti, E. (Director). (2016). Los 11 principios de Joseph Goebbels [Episodio de Serie de televisión]. En Cohen, R. (productor ejecutivo), *Filosofía aquí y ahora*. Argentina: Canal Encuentro. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=g_hG38sguSI
- Foucault, M. (2009). Nacimiento de la biopolítica: curso del Collège de France (1978-1979) (Vol. 283). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Frick, W. (15 de septiembre de 1935). Leyes de Núremberg 15 de septiembre de 1935: Ley de ciudadanía del Reich y Ley para la protección de la sangre y el honor alemanes. Boletín Oficial del Reich, pp. 1146-1147.
- Gitlis, B. (1997). *Las películas del odio*. Israel: Editorial Alfa Communications.
- Goebbels, J. (Productor), & Harlan, V. (Director). (1940). El judío Süß [Película]. Alemania: Ufa-Buchverlag GmbH.
- Goebbels, J. (Productor), & Hippler, F. (Director). (1940). El judío eterno [Película]. Berlín: Ufa-Buchverlag GmbH.
- Goebbels, J. (Productor) & Waschneck, E. (Director). (1940). Los Rothschild [Película]. Berlín: Ufa-Buchverlag GmbH.
- Gurwitsch, A. (2003). Sobre el nihilismo de nuestro tiempo, *Ágora: Papeles de Filosofía*, 22(2), 157-192. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10347/1232>
- Han, B. C. (2014). *Psicopolítica: Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Barcelona: Herder Editorial.
- Kracauer, S. (1961). *De Caligari a Hitler: historia psicológica del cine alemán*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Nussbaum, M. C. (2006). *El ocultamiento de lo humano: repugnancia, vergüenza y ley* (Trad. Gabriel Zudanaisky). Buenos Aires: Katz Editores.
- Schmitt, C. (2002). *El concepto de lo político* (Trad. Dénés Martos). Buenos Aires: Editorial Struhart.
- Tyldum, M. (Director). (2016). Odisea El hombre que descifro el código nazi [Documental]. De <https://www.youtube.com/watch?v=KAHZjxOeM3k>
- Wiene, R. (Director) & Janowitz, H. Mayer, C. (Escritores). (1920). El gabinete del doctor Caligari [Película]. Alemania.