



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

INSTITUTO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

**REFLEXIÓN CRÍTICA DE LA PROPAGANDA NAZI
DE JOSEPH GOEBBELS vs. GEORGE BUSH**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PRESENTA:

JANET YAZMÍN HERNÁNDEZ NARVÁEZ

ASESORA: LIC. ALINA E. PENICHE ORTIZ

PACHUCA, HIDALGO.

2007



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	5
AGRADECIMIENTOS.....	8

CAPITULO 1 LA PROPAGANDA

1.1 Ideología: Base de la propaganda.....	9
1.2 Orígenes de la propaganda.....	10
1.3 Definición del concepto de Propaganda.....	10
1.4 Tipos de Propaganda.....	12
1.5 Técnicas de Propaganda.....	18
1.6 Comunicación y Propaganda.....	20
1.6.1 Psicología y Manipulación.....	22
1.6.2 La Psicología de Masas.....	23
1.6.3 La violencia Psíquica.....	24
1.7 Los símbolos: estrategia de Propaganda.....	26

CAPITULO 2 LA PROPAGANDA DE AYER Y HOY

2.1 Antecedentes Históricos.....	27
2.2 Surgimiento y Ascenso del Nazismo.....	29
2.3 Estructura del partido Nazi	

• Organograma.....	31
• Organigrama.....	32
2.4 Joseph Paul Goebbels: MINISTRO DE PROPAGANDA NAZI.....	35
2.5 Técnicas propagandísticas utilizadas por Goebbels.....	37
2.6 Goebbels y los Nuevos Medios de Masas.....	44
2.7 Legado nazi: el poder de la propaganda.....	49
2.8 Utilidad de las prácticas nazis en la actualidad.....	52

CAPITULO 3

BUSH Y SU ASCENSO AL PODER

3.1 Reseña Biográfica.....	55
3.2 De petrolero a gobernador.....	56
3.3 Aspirante presidencial.....	57
3.4 Triunfo bajo sospecha.....	58
3.5 Contraste con lo prometido.....	59
3.6 Justificando la guerra	61
3.7 El 11 de Septiembre.....	62

CAPITULO 4

REFLEXIÓN CRÍTICA A

LA PROPAGANDA NAZI vs. PROPAGANDA ACTUAL

4.1 Discurso: herramienta metodológica.....	64
4.2 El Análisis del Discurso.....	64
4.3 El <i>Corpus</i>.....	65
4.3.1 El discurso de Goebbels el 18 de Febrero de 1943.....	69
4.3.2 El Discurso de Bush el 11 de Septiembre 2001.....	73

CAPITULO 5

EL ANALISIS

5.1 Análisis Estilístico	75
Universalización	
Vía del ejemplo	
Tópicos	
Redundancia	
Personalización	
Despersonalización	
Inclusión	
Amontonamiento de palabras	
Figuras Retóricas	
 5.1.1 Aplicación del Análisis Estilístico	80
 5.2 Análisis de las Figuras Retóricas	99
Metáfora	
Comparación	
Hipérbole	
Antítesis	
 5.2.1 Aplicación del Análisis de las Figuras Retóricas	101
 5.3 Análisis de los Objetos de la Mentira	109
1. Las Intenciones	
2. Los Hechos y los Actos	
a) La Debilidad	
b) La Fuerza	
c) Las Faltas Cometidas	

5.3.1Aplicación al Análisis de los Objetos de la Mentira.....	113
5.4 Análisis Semiótico.....	124
5.4.1 Aplicación del Análisis Semiótico.....	132
 CONCLUSIONES.....	 145
 BIBLIOGRAFÍA.....	 157

INTRODUCCIÓN

"Una mentira repetida mil veces puede convertirse en verdad"
Joseph Goebbels.

Accidentalmente cambié de canal.

Llevaba cerca de media hora, haciendo lo mismo, veía cuando mucho un minuto y enseguida recorrí a otro canal, por si a caso hubiera mejor que ver.

"En el que siga le dejo" pensé.

Una voz en "Off" dijo: *"una mentira repetida mil veces puede convertirse en verdad"* al tiempo que situaba a Alemania 50 años atrás, en la Segunda Guerra Mundial.

Después de observar a Hitler como figura principal del nazismo, apareció la figura de otro hombre cuya imagen dejó un impacto en mi mente: Joseph Goebbels

¿Cómo es posible que un hombre aparentemente poco conocido, haya sido la máquina propagandística que dio éxito al Nacional Socialismo y a Hitler mismo?

Sin duda, fue la decisión que me llevo a tomar este tema como mi trabajo de investigación final.

Otro punto que tome de referencia al realizar este trabajo fue el recordar que tanto y que medida se había abordado la propaganda en nuestra licenciatura, y llegué a la conclusión de que solo y por razones obvias habíamos conferido nuestra atención en los mensajes vistos desde las temáticas de teoría de la comunicación, semiótica, análisis del discurso, así como el seminario de industrias culturales.

Desde estas perspectivas teóricas se abordaron temas ligeramente relacionados con la propaganda, no así en la publicidad en la que recurrentemente hacíamos énfasis.

Hablar de Propaganda no es nada nuevo, el tema existe y se ha desarrollado a por más de 50 años en los países centrales de Europa, mientras que en el América lleva cuando mucho menos de la mitad. Es triste escuchar que esto pasa, pues México se ha convertido paulatinamente en unos países que más propaganda utiliza.

El trabajo se presenta en cinco capítulos, que se basan principalmente en la Investigación Documental y el Análisis de Discurso.

El primer capítulo nos contextualiza sobre el fenómeno de la Propaganda, reseña sus orígenes, intenta definirla desde los aspectos, sociológicos psicológicos, antropológicos, y sobre todo comunicacionales, a través de autores como González Llacá pionero de la investigación en propaganda en México, Young Kimball, Leonard Doob, Emma Rodero. Esto a manera de lograr una concepción más adecuada del término.

La propaganda no es un fenómeno aislado sino tributario de la ideología, de la política y de sus acciones. Posteriormente decidí poner los tipos y las técnicas de propaganda existentes que hoy en día se utilizan.

De esta forma queda claro que el proceso comunicativo no puede estar aislado y va fielmente acompañado de la propaganda. Abordar la forma en cómo influye la comunicación nos ayuda a entender en que forma la propaganda se desarrolla.

Al tiempo que hablamos de comunicación se abordó otros de los factores influyentes en la efectividad de la propaganda; la psicología.

A través de ella se generan los términos de persuasión en la manipulación de masas, así como la influencia que tiene en los receptores.

A partir de la propuesta de Serge Tchakhotine se tomaron en cuatro tres subtemas que se desprenden de la psicología; el primero fue la psicología de las masas, la cual se orienta a la conducta de los receptores dentro de ciertos grupos en determinado entorno ideológico-cultura; la segunda, fue la captación de las masas, que utiliza ideologías signos y símbolos para ganar adeptos; la tercera fue la violencia psíquica que apela principalmente a las emociones y sentimientos a través de técnicas simples o agresivas (como el miedo).

El capítulo dos está basado principalmente en seis aspectos fundamentales de la propaganda, uno de ellos es la reseña biográfica de J. Goebbels, principal propagandista del siglo pasado, quien a través de sus enseñanzas hace posible que la mayoría de sus técnicas sigan vigentes y utilizadas por algunos gobiernos.

Se muestran también las técnicas empleadas por el ministro de propaganda J. Goebbels durante la segunda guerra mundial y como tuvieron éxito apoyándose en los nuevos medios de comunicación, prensa, radio y cine.

En donde se describe cómo se ejecutó el control autoritario en los medios de comunicación y como por a través de ellos la figura de Hitler adquiría mas fuerza.

Se abordó, cómo a partir de las políticas de Goebbels, los nazis lograron dejar un legado e influencia al mundo entero, podemos citar por ejemplo de las etiquetas, gente sencilla, gran mentira, desinformación y la distorsión.

La propaganda nazi a través de los años ha resultado todo un éxito, su uso lo encontramos frecuentemente en las campañas políticas, mítines, etc. Es por ello que los comunicólogos de hoy deben atender este apartado puesto que son los forjadores de los mensajes en los medios de comunicación y sobre las masas.

Así encontramos que entre publicidad y propaganda existen similitudes pero que dista una de la otra, una vende y otra gana adeptos.

Por esta razón es indispensable que los estudiantes en comunicación, tengan un conocimiento acerca de la propaganda y de unos de los más grandes difusores de ella. Conocer sus características, sus orígenes y su vigencia, podrá conducirnos a fortalecer previos conocimientos que servirán en un futuro para el trabajo diario.

El capítulo tres está conferido a George W. Bush, el cual se ubica en una coyuntura política que marca el inicio del siglo XXI, y quien de forma directa utiliza frecuentemente las técnicas de Goebbels en relación a sus objetivos.

Para esta investigación se presentó una reseña de lo que hasta ahora es conocido, parte de su vida, sus inicios en la política, su ascenso a la presidencia de Estados Unidos, y su proceder respecto a los acontecimientos de 11 de septiembre en 2001. Antecedentes que reportan para el siguiente capítulo una pieza indispensable en el Análisis del Discurso trabajado.

El capítulo cuatro, fue el asentamiento teórico-práctico del Análisis del Discurso, en los Discursos de Goebbels y Bush, hechos basados en marcos contextuales completamente alejados y diversos, que sólo a través de la metodología propuesta, el Análisis Estilístico, Análisis de la Figuras Retóricas, el Análisis de los objetos de la mentira, y el Análisis Semiótico, de Prieto Castillo, Helena Beristain, Guy Durandin, que determinaran las similitudes o diferencias entre ambos.

El capítulo cinco contiene el análisis completo de toda la investigación mediante categorías conceptuales de cada autor, que se dieron al desglosar párrafo por párrafo, analizando frases, palabras u oraciones que proporcionaron hechos, intenciones y actitudes que cada personaje oculto o emitió durante en dichos movimientos.

Finalmente se presentan las conclusiones en la cuales se advierte las comparaciones de ambos gobiernos respecto al uso de la propaganda, en el caso de Bush, como ha seguido los lineamientos o estrategias de guerra propuestas por Goebbels desde 1933 (Ascenso de Hitler al poder) hasta 1945 (Fin de la segunda Guerra Mundial.)

Este trabajo significa para mí, el resultado arduo y constante de la carrera a la que me he encomendado desde que tome mi primera clase.

Hecho que me comprometió a estudiar a la Propaganda como fenómeno social actual, de trascendencia mundial, que ocupa a la comunicación como su principal plataforma en el ejercicio de la vida diaria.

AGRADECIMIENTOS

*"Más importante que encontrar el camino
es tener en quien pensar mientras se busca.*

Francisco Céspedes

Tengo tanto que decir y tampoco espacio en el que hacerlo, que haré mi mejor reseña de lo que todos ustedes significan para mí.

Este trabajo, lo hice a través de su esfuerzo y su apoyo. Sin él creo que no lo hubiera terminado.

En mi mente pasan los nombres de muchas personas, que han trabajado conmigo a lo largo de muchos años y otros que sin lugar a dudas me han acompañado en este camino.

Lu, tu eres una de ellas; egoístamente puedo decirte que eres la número uno en mi lista, a ti dedico especialmente este trabajo, te dedico un triunfo más, que si lo piensas bien es más tuyo que mío. Amiga constante, una vez más he cumplido con esa relación que formulamos hace ya algunos años. Más que nunca estamos unidas y sobre todo juntas. Gracias por ser mi amiga, mi madre y mi compañera.

Alex, aunque nos alejamos muchos años, te digo con gran orgullo que logré lo que no esperabas, terminé y gané. Soy feliz. Te recuerdo como parte de mi vida, de mi historia y mi formación personal, carácter que me ha hecho salir adelante, por los años de ausencia y ahora de encuentro, te doy las gracias.

Mari, Ale, mis amigas inseparables de niñez y de juventud, gracias por estar en los momentos difíciles y gratos para mí, su apoyo es y será lo mejor de mi vida.

Fer, pasarán los años y no quiero irme sin que sepas que desde que llegaste, alegraste mi vida.

Edith, Marisol, Faby, Simey, Beca, Raúl, Oswaldo, aprendí mucho, disfrute su compañía pero aún más descubrir que en cada una de ustedes podía encontrar amistad. Esa que no se encuentra muy seguido.

A Hugo por su inquebrantable entereza, al Profesor Jorge Chávez quien sin conocerme demasiado facilitó y confió mucha documentación a este trabajo, a Martha Vanesa por enseñarme y extenderme su amistad, Memo Lugo, Toledo, Tania, Dra. Rosa María, Dra. Elvira, Mtra. Juárez, Minerva, Lic. Joel gracias.

Alina, nunca dejare de estar agradecida por tú tiempo y sobre todo por tu paciencia para terminar este trabajo, por abrirme las puertas de tu casa y dejar ver en ti más que una profesora, una amiga. Gracias.

Oswaldo, gracias por estar conmigo todos estos años, en las buenas y malas. Gracias por compartir una nueva ilusión, una nueva vida, la de nuestra bebé.

Y a ti mi nuevo camino, mi niña linda, NAIM, espero que cuando leas esto entiendas cuanto significas para mí. Te Amo.

Por todas las personas que escapan a mi memoria en este momento solo me resta decirles que mi agradecimiento es sincero e infinito.

CAPITULO 1

Para convencer,
hasta el mismo Dios
necesita de Campanas
(Voltaire)

LA PROPAGANDA

IDEOLOGÍA: BASE DE LA PROPAGANDA

La noción del concepto de Ideología ha marcado profundamente al siglo XX y XXI. Hemos visto como a través de ésta las sociedades del mundo se han transformado política, social y culturalmente.

Cita Gramsci que la Ideología es:

"el terreno de una lucha incesante entre dos principios hegemónicos", es un campo de batalla en el cual las clases principales luchan por apropiarse de los elementos ideológicos fundamentales de su sociedad para articularlos a su discurso.¹

Entendemos entonces que la característica principal que define a la ideología es el fervor de sus seguidores hacia determinadas nociones políticas que consideran incompatibles con otros sistemas.

Ludovico Silva define también a la ideología:

"Como el sistema de valores, creencias y representaciones que autogeneran necesariamente las sociedades en cuya estructura haya relaciones de explotación, a fin de justificar idealmente su propia estructura material de explotación, consagrándola en la mente de los hombres como un "orden natural" e inevitable, como una nota esencial del ser humano."²

Hablamos de ideología cuando una idea determinada es ampliamente compartida conscientemente por un grupo social en una sociedad. Así el fenómeno de la Propaganda se vale ampliamente ésta como instrumento ideológico para que una idea determinada sea ampliamente compartida por un grupo social en una sociedad.

La ideología interpreta y justifica los actos personales o colectivos de los grupos o clases sociales a cuyos intereses sirve, y explica la realidad de una forma asumible y tranquilizadora para que pueda mantenerse la interpretación o justificación previa tal

¹ www.wikipedia.com

² SILVA, Ludovico, Teoría y Práctica de la Ideología; Editorial nuestro Tiempo, México, 1984, Pág. 19

como estaba en el imaginario individual y colectivo, independientemente de la circunstancia real.

1.1 ORÍGENES DE LA PROPAGANDA

“El origen de la propaganda es tan antiguo como la aparición de las primeras civilizaciones, ésta se da a partir del desarrollo de los modos de producción, es decir, cuando la sociedad se divide en privilegiados y postergados, los que mandan y los que obedecen, con la necesidad consiguiente de los primeros de obtener la conducta de los segundos, no por obligación, sino por propio consentimiento.”³

Es así como la llamada clase “dominante” utiliza este recurso persuasivo para mantener el control social; la Propaganda se convirtió en una de las formas más comunes del poder.

Desde los griegos hasta nuestra actualidad, la propaganda ha tenido diferentes connotaciones según los contextos geográficos e ideológicos, tal es el caso de Maquiavelo cuando dice: “Gobernar es hacer creer” “El príncipe debe antes que todo asegurar sus prestigio, él debe llamar la atención de sus adversarios o de sus aliados sobre cuestiones que les apasionarán...”; así sin saberlo Maquiavelo marcaba los principios propagandísticos que habrían de marcar a la humanidad.

Hablemos entonces del primer uso documentado sobre el termino “Propaganda” por el Papa Gregorio XV quien en el 6 de enero de 1622 instituyó la *Congregatio de Propaganda Fide* , es decir, la congregación para propagar la fe. Formada principalmente por el movimiento de la Reforma Protestante que provocaba la pérdida de adeptos a la iglesia católica, cuya finalidad era la de regresar a los nuevos protestante y así propagar la fe católica en América.

Mientras para los protestantes la palabra propaganda significó mentira y deshonestidad, para los católicos fue predicación.

Adquiriendo un significado de horror y aversión en los siguientes siglos; la propaganda adquirió a partir de II Guerra Mundial un papel decisivo y total sobre el poder de los alemanes.

Goebbels, ministro de propaganda nazi utilizó, la persuasión para ejercer control en los medios de comunicación y así obtener la atención de las masas, construyendo un imperio propagandístico perfectamente diseñado.

1.2 DEFINICIÓN DEL CONCEPTO PROPAGANDA

La propaganda tiene su origen en la palabra “propagar” del latín: *propagare*, reproducir o plantar. Propaganda significa expansión, diseminación, multiplicación rápida.

³ Edmundo González Llaca , Teoría y práctica de la propaganda México, Editorial Grijalbo, 1981 Pág. 29

Así que desde el punto de vista gramatical, es pues el nombre de toda acción que lleve a difundir, a extender el conocimiento de una cosa.⁴

A partir de este momento citaremos algunas definiciones sobre el concepto de propaganda a lo largo de 30 años en los que el estudio de dicho tema ha sido tan variado y versátil y que permite al lector una visión más amplia del concepto.

K. Young explica que:

”La propaganda es un uso más o menos deliberado, planeado, y sistemático de símbolos, principalmente mediante la sugestión y otras técnicas psicológicas, con el propósito de alterar y controlar las opiniones, las ideas y valores, así como de modificar la acción manifiesta según ciertas líneas predeterminadas . Se encuentra situada siempre en un marco sociocultural, sin el cual no pueden comprenderse ni sus rasgos psicológicos ni sus rasgos culturales”.⁵

Mientras que González Llaca define a la propaganda como:

“El conjunto de métodos basados principalmente en la materias de la comunicación, la psicología la sociología y la antropología cultural, que tiene por objeto influir en un grupo humano, con la intención de que adopte la opinión política de una clase social, adopción que se refleja en una determinada conducta”⁶

Por su parte Leonard W. Doob precisa la propaganda como:

El "intento sistemático de un individuo o varios de controlar actitudes y, por consiguiente, las acciones de grupos de individuos mediante el empleo de la sugestión”⁷

O bien una de las más recientes definiciones, realizadas por Emma Rodero Antón sostiene que:

“Por propaganda se entiende la acción sistemática reiterada, ejercida por medios orales, escritos o icónicos, sobre la opinión pública, con una finalidad persuasiva, principalmente mediante la sugestión y técnicas psicológicas similares, para imbuir una ideología/ doctrina o incitar a la acción mediante la canalización de actitudes y

⁴ Ib. Pág. 32

⁵ Young Kimball y otros La opinión Pública y la propaganda Barcelona, España Editorial Paidós, 1975, 201 Pág.

⁶ Op. Cit. Pág. 35

⁷ Leonard Dood, citado en Emma Romero Antón, Concepto y técnicas de la propaganda y su aplicación al nazismo, Texto publicado en las Actas del III Congreso Internacional Cultura y Medios de Comunicación, Publicaciones Universidad Pontificia, Salamanca, 2000.

opiniones, al presentarse la realidad tergiversada, seleccionada e interpretada con un reduccionismo valorativo y una carga emocional.⁸

Una vez revisados y estudiados los conceptos sobre Propaganda, he decidido a partir de ellos formular una propia; basándome en las características que la Propaganda posee, y que a través de la culminación de este trabajo he podido concretar de la siguiente manera:

PROPAGANDA: instrumento ideológico utilizado de acuerdo al contexto social, en el que un hecho es y se da.

El método principal al que recurre la propaganda, es la persuasión, con el objetivo de influir en la conducta humana, ya sea desde una pequeña región o la nación entera.

La propaganda utiliza a los medios de comunicación, como su principal canal de difusión de los mensajes. Su objetivo es ganar adeptos (aquellos que conocen la idea, la apoyan y la divulgan), valiéndose de ramas como la psicología, la antropología cultural, la sociología y en evidencia a la comunicación misma.

La propaganda tiene una dualidad constante; es decir, mala o buena, según los usos que le proporcionemos.

Motiva entre otras cosas a la acción, al cambio de actitudes y opiniones que giran en nuestro entorno.

1.3 TIPOS DE PROPAGANDA

González Llaca⁹ propone una clasificación respecto al tema, de acuerdo con él se mencionó brevemente cada una de ellas y sepa entonces el lector cómo y de qué forma se lleva a cada una de ellas:

1. Propaganda de integración
2. Propaganda de agitación
3. Propaganda negra o acción psicológica
4. Propaganda electoral
5. Propaganda de guerra

⁸ Ib. Pág. 2

⁹ GONZÁLEZ LLACA, Edmundo, Op. Cit. Pág.41

6. Contrapropaganda

- **PROPAGANDA DE INTEGRACIÓN**

Ésta tiene como función la de buscar la legitimación del poder público, a través de diversos factores (los valores, las creencias, las instituciones, los hombres del sistema político).

En pocas palabras es la propaganda de gobierno con el fin conseguir y mantener el poder y siempre se procurará no distraerse para protegerse del pueblo mismo.

Suele recurrir principalmente en un “sentimiento general de fuerza”.

- **PROPAGANDA DE AGITACIÓN**

Tiene como propósito promover la acción violenta de las masas a través de mensajes subversivos, es utilizada sádicamente por la oposición frente a los sistemas establecidos.

Sus métodos como bien los señala González Llaca son explosivos, pasionales y de tensión y de breve duración.

- **PROPAGANDA NEGRA O ACCIÓN PSICOLÓGICA**

Su función principal es ocultarse frente al receptor, debido a la desconfianza que pudiera surgir entorno al emisor, utiliza frases ligeras, es decir, sin fundamento; va ligado fuertemente al rumor. Con la intención de preparar “terreno” con las masas y luego actuar sobre los objetivos que se persiguen que no son evidentes en principio.

- **PROPAGANDA ELECTORAL**

Una de sus metas fundamentales es crear adeptos a un determinado grupo o institución, se basa en voto de los ciudadanos, difundiendo promesas de interés público. Su tiempo de ejecución es muy corto, pero con gran influencia para las masas.

Toma la imagen del algún líder, que cumpla con las expectativas de los receptores así de manera directa interfieren la imagen, la personalidad, su reputación y la calidad moral.

- **PROPAGANDA DE GUERRA**

Trata de convencer a los receptores de que la guerra es justa lo que hace es a favor de las masas, a fin de influir en las opiniones, sentimientos y conducta de sus enemigos, amigos.

Sus objetivos son: fortalecer la legitimidad de la causa, y aumentar su espíritu de lucha, provocar desconfianza frente a los países enemigos, buscar la simpatía de los espectadores ya sea del pueblo mismo o de los países no involucrados.

- **CONTRAPROPAGANDA**

Esta constituida básicamente por la desacreditación del adversario, crea desconfianza entre sus seguidores, intenta crear un clima de fuerza y superioridad para convencer a los indecisos a tomar partido.

1.4 LEYES Y TÉCNICAS DE PROPAGANDA

"La mayoría de la gente quiere creer que los problemas son sencillos en vez de complejos, quiere que se confirmen sus prejuicios, quiere sentir que no está marginada, lo que implica que los otros sí lo estén, y necesitan señalar a un enemigo que cargue con sus frustraciones" ¹⁰

Si bien es cierto que la propaganda tuvo un gran éxito en la Segunda Guerra mundial, cabe aclarar que Hitler y Goebbels no inventaron nada nuevo, sólo utilizaron diversas técnicas propagandísticas de acuerdo a sus objetivos y planes previamente formulados, además del momento histórico en que los medios de comunicación hacen su aparición y hacen uso de ellos a través del estudio y observación de las mismas, Hitler la puso en su libro *Mi lucha* (Mein Kampf) y Goebbels en su *Diario*.

P. Quentin fue el autor, que en 1943, recopiló los principios de la propaganda científica. Posteriormente fue J.M. Domenach el encargado más tarde de difundirlas en su libro llamado "*La propagande politique*".

Para la realización de este trabajo he tomado nueve principios básicos que menciona Emma Roderó Antón, además de algunas técnicas de propaganda realizadas en el Tercer Reich.

- **El primer principio es la ley de Simplicidad**

Para lograr que le mensaje penetre en la mente de los receptores éste debe ser lo más sencillo posible, así todos serán capaces de entenderlo sin demasiado esfuerzo. Su brevedad y claridad, caracterizaran frases sencillas. Queda, por lo tanto, reducirlo a eslóganes y símbolos.

¹⁰ Brown, citado en Emma Romero Antón, Op. Cit. PP 4

Hitler y Goebbels atraían a las masas mediante juicios de una claridad sorprendente.

- **El segundo principio de la propaganda es la ley de la espoleta.**

Básicamente se enfoca en “atacar” los espíritus de las masas por la parte más débil e inesperada.

El mensaje tiene una fuerte carga emocional, se instigan las fobias comunes y tradicionales. Así un asunto difícil para los alemanes era el tema de la guerra donde se insistía no culpar a Alemania de lo sucedido a pesar de que así lo fuera.

- **El tercer principio de la propaganda es la ley de la simpatía.**

Las opiniones no se combaten con opiniones ni los argumentos lógicos con argumentos, opiniones y argumentos se combaten con provocaciones dirigidas directamente a los sentimientos.

- **La ley de la síntesis es el cuarto principio.**

Sintetizar es más importante que analizar. No es necesario explicar más de lo que la gente necesita oír, pues se guía más por la intuición que por el razonamiento.

- **El quinto principio es la ley de la sorpresa o evidencia de que la más eficaz mentira es una verdad a medias.**

No acepta jamás medias verdades ni mentiras a medias".

- **La sexta ley es la de la repetición.**

Sobre la importancia de la reiteración extrema del mensaje para lograr su eficacia y retención, ya se ha insistido anteriormente.

- **La séptima ley es la de la saturación y el desgaste que, es resultado de las anteriores.**
- **El octavo principio es la ley de la dosificación.**

En este sentido la imagen de Hitler era bastante elaborada por Goebbels, mantenerla constantemente en los medios ofrecía una visión de el “Nuevo Mesías Germánico” libertador del pueblo alemán.

Por último,

- **La ley de la orquestación.**

Goebbels hacía de la reiteración del mensaje, pero de forma orquestada para que no derivara en un discurso monótono. Donde es necesario adecuar su estructura y presentación al medio o canal por el que se pretenda difundir.

TÉCNICAS DE PROPAGANDA

Brown¹¹ sostiene que junto a las nueve leyes anteriores la propaganda se vale de una serie de *técnicas* de las que también hizo uso el régimen nazi y que a continuación también de manera sintetizada hago referencia:

- ❖ **La primera de estas técnicas es el empleo de estereotipos.**

En la vida diaria solemos “etiquetar” a las personas estableciendo esto como una costumbre, formamos imágenes sobre algo o alguien, con el paso del tiempo se consolida y se da como un hecho real, aunque esto sea imaginario, impresiones o impresiones a primera vista.

En Alemania, la raza Aria se consolidó como la raza fundadora de la cultura, pues poseía inteligencia y organización.

Así el antagonista de la historia es el judío cuya capacidad intelectual era el fruto de la educación recibida por extranjeros; se afirmaba que los judíos eran codiciosos por naturaleza, egoístas y por si fuera poco portadores de enfermedades. Atacar a los judíos representó un claro ejemplo de estereotipar para los alemanes.

- ❖ **La segunda es la sustitución de nombres por otros con connotaciones emocionales.**

Se reemplazan los términos neutrales por otros favorables a los fines propagandísticos. Ciertas palabras con sentido peyorativo como fanático o ciego adquirieron un sentido positivo.

¹¹ Idem.

Es aquí donde la utilización de la palabra propaganda adquiere un valor positivo que el propio Goebbels constantemente intercalaba en todos sus discursos diciendo: "¡Por supuesto, todo esto es propaganda!".

Pizarroso¹² cita que:

"Se resucitaron términos arcaicos, se intentaron modificar usos seculares, que, en algunos casos, no dieron resultado como ocurrió con el intento de sustituir Euer Hochwohlgeroben (Su honorable señoría) por Euer Deutschgeroben (Su señoría alemana). La tergiversación en las expresiones era también evidente, sobre todo en el transcurso de la guerra. Las dificultades eran descritas como "pausas momentáneas" y las retiradas como "avances elásticos de la retaguardia", los campos de exterminio eran "campos de trabajo" y las deportaciones "reinstalaciones". Hitler no afirmaba que se construían varios submarinos por semana sino que se construían submarinos en "sucesión ininterrumpida". Las abreviaturas y las siglas proliferaron en el régimen nazi. Desde el partido NSDAP, las SS y las SA, la GE-STA-PO, hasta PKW para referirse a los automóviles particulares o LKW para denominar a los camiones".

❖ **La tercera, selección.**

El propagandista selecciona determinados hechos de acuerdo a sus fines.

❖ **La cuarta, la repetición.**

Se utiliza el uso frecuente de eslóganes como forma de retención del mensaje, entre ellos: Ein Volk, ein Reich, ein Führer (un pueblo, un imperio, un guía).

❖ **Señalar un enemigo.**

Representa una de las técnicas más esenciales de la propaganda, a través de ella se persiguen dos cosas: primero, desviar la atención sobre los errores del partido y segundo, buscar el sentido de integración grupal.

Como ya se señaló en la primera técnica, la atención fue desviada principalmente a los judíos como al tratado de Versalles.

❖ **La sexta, alusión a la autoridad.** Buscar en un líder la imagen autoritaria y máxima, como lo fue el caso de Hitler. Para alcanzar esta figura se llega a la exageración, la contra propaganda, la idea/mito y el slogan.

¹² A. PIZARROSO, Historia de la propaganda, Madrid, Edema, 1993.PP. 347-348

1.5 COMUNICACIÓN y PROPAGANDA

Comunicarnos con otras personas a través de imágenes, sonidos, música, mímica, habla, gestos; resulta fácil, cómodo y en muchas de las veces divertido, pues expresamos nuestras ideas, sentimientos, emociones y opiniones.

Esto no sería posible si entre nosotros mismos no pudiéramos establecer un código o similitud entre uno y otro que nos permitiera realizarlo.

Es por ello que el tema de la propaganda no puede olvidar el proceso comunicativo o de comunicación que se practica a través de ésta y que sin lugar a duda resulta ser la herramienta principal de persuasión para conseguir lo que se desea de las masas.

Razón por la cual decidí incluir en éste espacio la importancia de la comunicación, el proceso que ésta conlleva, y el lector se de percate de que manera se aplican a la propaganda.

Presentar diversos conceptos de Comunicación, resultaría todo un desastre y abarcaría casi todo un estudio o tratado de la misma, lo cual en estos momentos no es el caso ya que perturbaríamos la mente del lector quien seguramente se habrá cansado (particularmente estudiantes en comunicación) en llevar este concepto a lo largo de toda la carrera y que a pesar de definirla constantemente ésta evoluciona y cambia de acuerdo a las nuevas exigencias de nuevos investigadores y alumnos respecto al tema.

Decidí tomar una de las más recientes y que de acuerdo a sus síntesis y especificidad resulta ser útil para su estudio.

Partamos entonces de la definición de Antonio Paoli¹³ cuando dice que la Comunicación:

“Acto de relación entre dos o más personas mediante el cual se evoca en común un significado”

De esta forma decimos que todo proceso de comunicación debe contener de acuerdo a Prieto Castillo¹⁴:

- Emisor
- Código
- Mensaje

¹³ Antonio Paoli, Comunicación e Información: Perspectivas Teóricas, UAM, México: Trillas, Pág.

¹⁴ Daniel Prieto Castillo, Discurso Autoritario y Comunicación alternativa; México D.F. Editorial Premia Editora S. A. Págs. 19-22

- Medios y Recursos
- Perceptor
- Referente y Marco de Referencia

EMISOR.- entendemos por emisor todo ser o máquina que elabora un mensaje.

CÓDIGO.- reglas que fijan la forma de estructurar un signo y la forma de combinarlo con otros, dentro de un determinado lenguaje que deberá consistir en un código establecido.

MENSAJE.- elemento objetivo del proceso comunicativo, se produce solo y si existe un código para que exista correspondencia entre emisor y perceptor.

Un mensaje individual solo llega a un pequeño grupo de allegados.

Un mensaje social incide en grandes cantidades de seres, los cuales lo comparten aún sin conocerse entre ellos.

Los mensajes fundamentales son los verbales (orales y escritos) y los audiovisuales en general (incluyendo no solo imagen y sonido, sino también movimientos, postura y gesticulaciones).

Es importante mencionar lo que W. Schram¹⁵ dice acerca de las condiciones que permitirán una mayor efectividad en el mensaje y que sin lugar a dudas hará mas clara la comprensión de lo que es y abarca el mensaje:

1. "El mensaje debe formularse y entregarse de modo que obtenga la atención del destino".
2. El mensaje debe emplear signos y tener contenido que se refiera a la experiencia común de la fuente y el destino, a fin de transmitir el significado.
3. El mensaje debe despertar necesidades de la personalidad en el destino y sugerir algunas maneras de satisfacer.
4. El mensaje debe sugerir, para satisfacer esas necesidades, una manera que se adecuada a la situación de un grupo en la que se encuentra el destino en el momento en que es impulsado a dar la respuesta deseada.

¹⁵ Citado por Menéndez Antonio: Comunicación Social y desarrollo. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM. México 1972.

MEDIOS Y RECURSOS.- Medio o canal es el vehículo a través del cual se propaga un mensaje. La relación es siempre entre un emisor y un perceptor, la comunicación es un “fenómeno” entre personas y no entre cosas.

En cuanto a recursos hablamos de recursos materiales, humanos que utiliza este proceso.

PERCEPTOR.- Ser que se centra en relación con un mensaje, puede ser el punto terminal de la comunicación o bien implicar un esfuerzo de decodificación e interpretación.

REFERENTE Y MARCO DE REFERENCIA.- todo mensaje es siempre mensaje de algo. Se dice referente a la realidad que aparece dicha en el mensaje.

La comprensión de lo que el mensaje no dice, implica una previa comprensión de la realidad, que sólo puede ser social.

El Marco de Referencia es la comprensión general e inmediata de la realidad, un mensaje es referencial si y solo si aparece en un marco de referencia, previamente conocido y valorado.

El emisor conoce el marco de referencia del perceptor y elabora su mensaje a partir del mismo. Es decir, el emisor se acomoda a nivel del perceptor para que éste lo que se quiere decir, el mensaje mismo.

Las condiciones para que la propaganda sea efectiva están dadas precisamente en el tratamiento de los puntos anteriores, y que en función propagandística habrán de buscar la persuasión como tarea ineludible.

1.6 PSICOLOGÍA Y MANIPULACIÓN

Al haber analizado previamente el proceso comunicativo, recurrimos a la psicología y a la manera en que influye sobre la manipulación de masas y donde simplemente, propaganda sin psicología, no es propaganda.

Entendemos como Psicología:

“El estudio científico de la **conducta y la experiencia**, de cómo los seres humanos y los animales sienten, piensan, aprenden y conocen para adaptarse al medio que les rodea. La psicología moderna se ha dedicado a recoger hechos sobre la conducta y la experiencia, y a organizarlos sistemáticamente, elaborando teorías para su comprensión. Estas teorías ayudan a conocer y explicar el comportamiento de los

seres humanos y en alguna ocasión incluso a predecir sus acciones futuras, pudiendo intervenir sobre ellas.”¹⁶

Otro concepto es el que ofrece Fernando Zepeda Herrera¹⁷ :

“la psicología es la ciencia que estudia **la conducta**, los procesos mentales, y la personalidad del hombre, considerado individualmente a lo largo de sus vida y en su búsqueda por dar a ésta un sentido que le permitirá trascender más allá de sí mismo”

Una de la teorías conductistas a la que podemos referirnos cuando hablamos de manipulación de las masas, es la doctrina de Iván Pavlov y sus *reflejos condicionados*, leyes que rigen las actividades nerviosas superiores del hombre, teoría con gran presencia durante el nazismo.

Desde este momento sabemos bien que, la psicología estudia el cambio que se produce en el organismo como resultado de la experiencia, es decir, a partir del aprendizaje.

El enfoque conductista, es el que más se ha ocupado de las formas elementales del aprendizaje, distingue dos tipos de condicionamiento: el condicionamiento clásico y el instrumental u operante.

En el condicionamiento clásico, la atención recae en la importancia de la asociación del estímulo condicionado y del no condicionado; en el instrumental u operante, recae en la utilización de refuerzos, negativos o positivos, para modificar la conducta.

Dicho de otro modo, el primero se ocupa de qué clase de fenómenos aparecen juntos en el proceso de aprendizaje, mientras que el segundo trata de las consecuencias de las acciones. La mayoría de las situaciones reales de aprendizaje tienen, de hecho, características clásicas y operantes.

¹⁶“Psicología,” *Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2000*. © 1993-1999 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

¹⁷ Fernando Zepeda Herrera, *Introducción a la Psicología ,una visión científico humanista*; México, Editorial Addison Wesley Longman de México, 1998, Pág.30

1.6.1 LA PSICOLOGÍA DE LAS MASAS

“La psicología de masas esta orientada hacia la comprensión de la conducta de las personas dentro de grandes grupos, multitudes y sociedades, y a la relación de dicha conducta con la base biológica y el entorno cultural.”¹⁸

La visión que una persona tiene de su identidad depende de la capacidad para meditar sobre sus propias acciones, así como de la capacidad para responder a las acciones de los demás.

La psicología de masas intenta explicar la influencia que ejercen las acciones de grandes grupos sociales sobre la identidad, el nivel social y el papel del individuo, reforzándolo o subvirtiéndolo, y cómo esa influencia repercute a la hora de participar en modas, tendencias, política, movimientos y religiones.

Abarca principalmente tres áreas: la naturaleza social de los individuos, sus interacciones con los demás y su representación del mundo social. El objetivo de la psicología de masas es estudiar cómo preservan los individuos el poder de elegir frente a las presiones externas de grupos sociales o de la autoridad.

Al ser las personas en esencia seres sociales, su pensamiento y acción se hallan influenciados por esquemas biológicos innatos y por costumbres de tipo cultural, que se han transmitido de generación en generación. Los orígenes de la conducta biocultural se han estudiado observando otros primates, o recurriendo a la etología (ciencia del comportamiento animal).

La comprensión de las diferencias en la utilización, desarrollo y adquisición tanto del lenguaje verbal como del no verbal ayuda a explicar la incidencia que tienen ciertas actividades, como la publicidad y la propaganda, sobre una masa de individuos, y las presiones sociales que ejercen los grupos sobre el individuo para que se adapte a determinadas normas y desee o acepte el liderazgo. También permite comprender el camino que conduce a las sociedades a desembocar en la violencia, de lo cual es un ejemplo relevante el ascenso del nacionalsocialismo en Alemania.

Sugiere el tipo de mando autoritario y carismático. Otra de las características distintivas del fascismo, tiene una estrecha relación con esta situación de presión propagandística basada en el miedo.

Un *Führer* no puede hacer la historia si las estructuras de su personalidad coinciden con las estructuras de amplias capas de la población, vistas desde la perspectiva de la psicología de masas.

Cuanto más predominante sea la clase media, existen más probabilidades de que ésta participe con más fuerza, de esta forma, la manera en la que los dirigentes

¹⁸“Psicología de masas,” *Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2000*. © 1993-1999 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

alemanes penetraron en las mentes de los individuos se basó principalmente en llegar al mundo obrero, es decir; suprimiendo las clases (proletariado).

Dicho a grosso modo: la aparición del fascismo como fórmula de exaltación de una ideología que pretendía encontrar una salida a la crisis económica, de la que se culpaba al fracaso del liberalismo, evitando la vía comunista.¹⁹

1.6.2 LA CAPTACIÓN DE LAS MASAS

La propaganda, considerada por Goebbels como un arma de guerra, constituía el elemento fundamental con el que se atraía nuevos adeptos a la causa del nacionalsocialismo.

"La actividad propagandística tiene dos funciones primordiales: inculcar un número elevado de ideas a un grupo reducido de personas y agitar (o sugestionar) a un gran número de personas mediante un número reducido de ideas."²⁰

Los que sucumben ante esta estrategia son pequeño-burgueses, presas fáciles del miedo que resultan de una sugestión imperativa como la del régimen hitleriano.

El autor soviético Serge Tchakhotine aseveraba que esta porción de la sociedad poseía un sistema nervioso inestable, y que a menudo se sentían contentas al verse dominadas y guiadas.

Entre los factores visuales utilizados para atraer a las masas, se observa el predominio del color rojo (al que se le atribuye una acción fisiológica excitante y es utilizado generalmente por partidos de izquierda o pretendidamente "revolucionarios") y los uniformes militares de colores vistosos.

"La propaganda toma de la poesía la seducción del ritmo, el prestigio del verbo e incluso la violencia de las imágenes. Hace soñar al pueblo con las grandezas del pasado y con un mañana mejor"²¹.

Para captar la atención de las masas fue necesario recurrir a la propaganda emocional, que

¹⁹"Nacionalismo," *Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2000*. © 1993-1999 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

²⁰ Serge Tchakhotine, citado por Miguel de Moragas en Sociología de la Comunicación de Masas: Propaganda Política y opinión pública. Vol. III Barcelona, España, Editorial Gustavo Gili, 1985 PP 154-191

²¹ Ib. Pág. 169

trata básicamente de excitar a las multitudes al máximo, recurriendo sobre sentimientos de amor y alegría, como sucedió en el periodo de guerra.

Otro ejemplo claro, Hitler copió las prácticas de la Iglesia Católica, en las que el incienso, la semioscuridad y las velas encendidas crean un estado especial de receptividad emotiva.

En los mítines, había que tener en cuenta la habilidad de los oradores para alternar lapsos de tensión discursiva con comentarios relajados, manteniendo así a la multitud expectante.

Las directivas para la "creación de entusiasmo" en la multitud (predicar a la masa, entonar himnos combativos, acompañar las consignas con movimientos del cuerpo, son los "tóxicos sonoros".

El ritmo y la cadencia de los sonidos va acompañado de un bloqueo de la conciencia, propiciando un estado de naturaleza hipnótica. La música instrumental es el más eficaz de estos tóxicos. El timbre de algunos instrumentos como la trompeta tiene la propiedad de causar una exaltación general

1.6.3 LA VIOLENCIA PSÍQUICA

Serge Tchakhotine, sabe muy bien definir cuales fueron algunas de las causas que llevaron al éxito al régimen nazi durante la década de los años 30's y finales de los 40's. A continuación; y manera breve presento algunas de las tácticas utilizadas con respecto a la violencia psíquica sobre el pueblo alemán.

Si se trata de teorizar acerca del rol de la propaganda en el III Reich, nadie mejor que los propios involucrados. Goebbels decía al respecto que "la propaganda debe tender a simplificar las ideas complicadas".

La propaganda del tercer Reich se valía del sentimiento nacional del pueblo alemán, de su tendencia chauvinista.

Otro fenómeno fue la persecución antisemita (encarada con una brutalidad tal desde la propaganda hasta convertirse en su talón de Aquiles en el exterior) y la demagogia social desenfrenada en el orden interno.

La "persuasión por la fuerza", campañas propagandísticas cuya base era el miedo, era el denominador común. (Difícilmente en los discursos del Führer dejaba de haber un llamamiento a la violencia, una amenaza velada o una apología de la fuerza militar.)

Cuando en los discursos de Hitler se lanzaban exhortaciones sobre la raza y la sangre a una muchedumbre fanatizada, sólo le preocupaba sobre excitar en lo más hondo de ella el deseo de poderío y el odio.

Esta propaganda refleja que, no tenían objetivos concretos, lanzar falsas e imprecisas oraciones llevaba a los individuos a contestar sin reflexionar acerca de las peticiones de un hombre, que razón de lo mismo no conocían.

De acuerdo a Tchakhotine en los discursos alemanes nazis se repetía que los nazis eran los vencedores o que vencerían.

"Provocar la fuerza de sugestión que procede de la confianza en uno mismo".²²

Este precepto está estrechamente ligado a otra característica de la propaganda hitleriana: el empleo de la mentira. Del cual hablaremos con mayor amplitud en el tercer capítulo.

La propaganda del Tercer Reich utilizó tácticas que primero renunciaban a consideraciones morales, apelaban a la emotividad de las masas, y reglas racionales para la formación de reflejos condicionados conformistas en las masas.

²² Ibidem. PP.182-183

1.7 LOS SÍMBOLOS: ESTRATEGIA DE PROPAGANDA

El éxito de la Propaganda Nazi, debe su éxito, al influjo que tuvo con los símbolos y su manejo de éstos con la población. Podemos encontrar tanto sonoros, escritos e ideológicos.

Localizamos símbolos como:

Prácticas de la iglesia católica:

En las que utilizaban el incienso, velas y la semioscuridad para obtener una receptividad emotiva mucho mayor.

La palabra “Volk”:

En la que no solo se refería al “pueblo” como traducción literal, sino que era frecuentemente utilizada como forma de trascender del individuo, es decir; el hombre alemán debía someterse a la comunidad ya que carece de un destino individual.

El fin último del hombre es su sacrificio para la comunidad a la que pertenece.

Figura Femenina:

En la mujer se había depositado la esperanza de la causa, apelaban al sentimentalismo para defender a la patria, alentando a los hombres a ir a la guerra para una “vida mejor” y por el futuro de sus hijos.

Artes plásticas:

A menudo se presentaban figuras humanas (soldados u hombres) en la que se expresaba la belleza del luchador y el atleta, los cuerpos bien definidos con características muy estilizadas y con cuerpos que denotaran una clase de estirpe.

Los edificios no se quedaban a tras, manifestaban la majestuosidad de técnicas romanas. La grandeza que despertaban los edificios era motivo de orgullo nacional.

Color Rojo:

Dicho color lo encabezaba el movimiento obrero, su acción fisiológica provocaba excitación. Connotaba a la sangre, a la lucha y por supuesto a la violencia.

Depositaron en la Esvástica colores como el rojo, blanco y negro, la cual constituía la defensa de la sangre y tierra.

Música:

Para crear un impacto más duradero de los mensajes propagandísticos se lograba llamar la atención acompañada de música, en la que el Nacionalsocialismo se hiciera presente, un ejemplo notable son las composiciones del músico Richard Wagner, donde exhibía su desprecio a los judíos.

CAPITULO 2

LA PROPAGANDA DE AYER Y DE HOY

2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Los orígenes de la Segunda Guerra Mundial y el ascenso del Nazismo deben su aparición, principalmente al primer conflicto bélico del siglo XX. La primera guerra mundial (1914-1918).

Conocido como segundo Reich, el imperio alemán tuvo lugar en Versalles (Francia) en enero de 1871, cuando la antigua Confederación de Alemania del Norte y los cuatro estados germánicos del sur (Baviera, Baden, Hesse y Württemberg) acordaron constituirse en una unión federal permanente cediendo la mayoría de sus derechos de soberanía al nuevo Imperio.

El rey de Prusia, Guillermo I, fue proclamado emperador alemán. Otto von Bismarck, primer ministro y ministro de Asuntos Exteriores de Prusia y artífice de la unificación alemana, pasó a presidir la nueva organización política como canciller imperial.

Bismarck obtuvo el control de la política interior y exterior de la nueva Alemania. El nuevo Imperio era una verdadera autocracia en la que el *Reichstag* (cámara baja del Parlamento), constituido por cuatrocientos diputados elegidos por sufragio universal masculino, votaba el presupuesto y las leyes que debían ser ratificadas en el *Bundesrat* o Consejo Federal con representación de todos los estados, pero dominado por Prusia. El poder real del Imperio lo ejercía la clase que tradicionalmente había gobernado en Prusia, los junkers (aristocracia terrateniente), quienes se aliaron con los industriales acaudalados para salvaguardar sus privilegios en el Imperio frente a las nuevas fuerzas socialistas y progresistas surgidas a raíz de la industrialización y la modernización de Alemania.

Guillermo I falleció en marzo de 1888 y, tras un breve mandato de tres meses a cargo de su hijo, Federico III, su nieto, el joven y ambicioso Guillermo II, fue proclamado káiser (emperador). El nuevo soberano deseaba tener el poder real del Imperio, sin las limitaciones que imponía el anciano canciller; por este motivo, consiguió que Bismarck presentara su dimisión en 1890. Alemania era el país más industrializado de Europa en esa época, y el ritmo de su desarrollo económico se incrementó rápidamente durante la última década del siglo XIX. Guillermo compartía las aspiraciones de muchos de los miembros de su generación al pretender aprovechar la fuerza de la recién constituida Alemania para consolidar a la nación como una de las principales potencias mundiales.

A partir de 1890 se fue agudizando en la sociedad alemana el enfrentamiento entre las clases privilegiadas y el proletariado, a cuyos representantes políticos y sindicales se les negaba cualquier forma de participación efectiva en el sistema de

gobierno. El propio Ejército constituía un "estado dentro del Estado", ajeno al control del *Reichstag* y de los ministerios debido a una serie de decretos imperiales.

Alemania se encontraba ante una grave crisis tanto interna como externa hacia 1912. Las elecciones de ese año convirtieron al Partido Socialdemócrata Alemán (creado en 1875 y que había adquirido esa denominación en 1891) en el partido mayoritario del Parlamento. La clamorosa demanda de reformas y democratización socialdemócrata atemorizó a la clase gobernante. En el extranjero, la diplomacia alemana, voluble y mal organizada, se había enemistado prácticamente con todas las potencias europeas y había dejado al país casi aislado; el único aliado fiel que conservaba Alemania era el Imperio Austro-Húngaro, que también atravesaba momentos difíciles.

Los motivos por los que el II Imperio Alemán decidió apoyar al Austro-Húngaro en su declaración de guerra contra Serbia en julio de 1914 se han atribuido en parte a la frustración que la creciente inestabilidad interna provocó en la elite gobernante, quien pensó que la guerra y la conquista podrían reunir a las clases trabajadoras en torno al Imperio. Este objetivo se logró, ya que la intervención en la I Guerra Mundial a partir de agosto de 1914 unió temporalmente a la mayoría de los alemanes bajo el estandarte del Imperio.

El II Imperio Alemán se disolvió ante el completo fracaso militar sufrido en el campo de batalla y la revolución interna a la que se tuvo que hacer frente. Guillermo II abdicó el 9 de noviembre de 1918 y buscó refugio al día siguiente en los Países Bajos. Ese día 9 se proclamó la República en Berlín. En febrero del año siguiente se reunió en la ciudad de Weimar la nueva Asamblea Nacional Constituyente: había comenzado la llamada República de Weimar que vino a suceder al II Imperio Alemán.

La nueva Asamblea Nacional Constituyente se reunió en Weimar (Turingia) en febrero de 1919 y redactó una Constitución según la cual Alemania pasaba a ser una república federal democrática con dos cámaras parlamentarias, el Reichstag (cámara baja legislativa) y el Reichsrat (cámara de representación federal). Las medidas democráticas de la Constitución (sufragio universal femenino, representación proporcional, iniciativa legislativa popular) y otras de carácter social (jornada laboral de ocho horas) no estuvieron acompañadas de otras que hubieran supuesto una ruptura completa con la Alemania imperial: no hubo confiscación de las propiedades de los anteriores dirigentes, y los antiguos funcionarios imperiales (oficiales del Ejército, agentes de policía, jueces o maestros de escuela) se mantuvieron en sus cargos.

La I Guerra Mundial había originado numerosos problemas económicos, sociales y políticos a Alemania, la cual, además de tener que hacer frente a una elevada inflación y una gran deuda nacional, estaba resentida por las duras condiciones que se le impusieron en el Tratado de Versalles, firmado en junio de 1919, que puso fin oficialmente a la guerra. Este acuerdo exigía el desarme del país y la entrega de cuantiosas indemnizaciones, en concepto de reparaciones de guerra, a los aliados.

La depresión económica mundial iniciada en 1929 sumió a Alemania en una nueva crisis. En marzo de 1930, se hizo cargo del gobierno el canciller Heinrich Brüning, apoyado por los poderes extraordinarios con que contaba el presidente Hindenburg; sin embargo la política deflacionista del canciller fue muy impopular y se vio obligado a dimitir en mayo de 1932.

El desorden provocado por el caos económico fue aprovechado tanto por el Partido Comunista Alemán como por el Partido Nacionalsocialista Alemán del Trabajo de Adolf Hitler (el partido nazi), de tendencias nacionalistas y antisemitas extremas. Las elecciones al Reichstag, celebradas en septiembre de 1930, convirtieron al partido nazi en la segunda fuerza política del país, y su popularidad aumentó a medida que empeoraba la situación económica. Los nazis obtuvieron la mayoría en el Reichstag en los comicios de julio de 1932. Los políticos conservadores persuadieron a Hindenburg para que situara a Hitler al frente del gobierno, creyendo que podrían tenerle bajo control dentro de un gabinete de coalición. Hindenburg nombró canciller a Hitler el 30 de enero de 1933. Éste no tardó en abolir el cargo de presidente y autoproclamarse *Führer*.

2.2 SURGIMIENTO Y ASCENSO DEL NAZISMO

El nacionalsocialismo (o nazismo) basaba sus raíces alemanas en : el autoritarismo y la expansión militar propios de la herencia prusiana; la tradición romántica alemana que se oponía al racionalismo, el liberalismo y la democracia; diversas doctrinas racistas según las cuales los pueblos nórdicos —los llamados arios puros— no sólo eran físicamente superiores a otras razas, sino que también lo eran su cultura y moral; así como determinadas doctrinas filosóficas, especialmente las de Friedrich Nietzsche, que idealizaban al Estado o exaltaban el culto a los individuos superiores, a los que se eximía de acatar las limitaciones convencionales.

La República de Weimar, se vio sometida a crecientes ataques tanto de la derecha como de la izquierda durante estos años y no fue capaz de solucionar eficazmente la desesperada situación del país. Hacia 1933, la mayoría de los votantes alemanes apoyaron a alguno de los dos principales partidos totalitarios, el Partido Comunista Alemán (KPD) y el NSDAP.

El NSDAP tuvo su origen en el Partido Obrero Alemán, fundado en Munich en 1919. Cuando Adolf Hitler se unió a él en ese mismo año, la agrupación contaba con unos 25 militantes, de los cuales sólo seis participaban en debates y conferencias. Hitler se convirtió en el líder de la formación poco después de afiliarse a ella. Sus miembros estaban convencidos del valor de la violencia como medio para alcanzar sus fines, por lo que no tardaron en crear las *Sturm Abteilung* ('sección de asalto') o SA.

A medida que fue aumentando la influencia del partido, el objetivo principal de la propaganda nacionalsocialista fue la denuncia del bolchevismo, al que consideraban una conspiración internacional de financieros judíos. Asimismo,

proclamaron su desprecio por la democracia e hicieron campaña en favor de un régimen dictatorial.

A partir de 1933 el partido se convirtió en el principal instrumento del control totalitario del Estado y de la sociedad alemana. Hitler comenzó a crear un Estado nacionalsocialista eliminando la oposición de las clases trabajadoras y de todos los demócratas.

Desde 1933 hasta 1935, la estructura democrática de Alemania fue sustituida por la de un Estado completamente centralizado. La autonomía de la que anteriormente habían disfrutado las autoridades provinciales quedó abolida; estos gobiernos regionales quedaron transformados en instrumentos de la administración central y fueron estrictamente controlados.

A través de un proceso de coordinación (*Gleichschaltung*), todas las organizaciones empresariales, sindicales y agrícolas, así como la educación y la cultura, quedaron supeditadas a la dirección del partido. Las doctrinas nacionalsocialistas se infiltraron incluso en la Iglesia protestante.

La supresión de los partidos de la oposición y las cruentas depuraciones de los contrarios al nuevo régimen no consiguieron resolver el problema del desempleo. Todo ello requería la supresión de las restricciones económicas y políticas impuestas por el Tratado de Versalles, lo que provocaría una guerra.

La política exterior de Hitler representó un oscuro capítulo de la historia cuyos acontecimientos más relevantes fueron la remilitarización de Renania (1936); la formación del Eje Roma-Berlín (1936), la intervención en la Guerra Civil española (1936-1939) en apoyo de las tropas de Francisco Franco; la *Anschluss* ('unión') de Austria (1938); la desintegración del Estado checoslovaco, tras ocupar los Sudetes, región con numerosa población alemana (1939); la negociación de un pacto de no agresión con la Unión Soviética (el denominado Pacto Germano-soviético) que contenía un acuerdo secreto para el reparto de Polonia y, como consecuencia de esta cláusula, la invasión del territorio polaco el 1 de septiembre de 1939, acción que dio inicio a la II Guerra Mundial.

El nacionalsocialismo solucionó algunos conflictos ante los que la República de Weimar se mostró impotente y transformó a la débil república en un Estado industrial y políticamente poderoso. Pero esta reconstrucción condujo a la II Guerra Mundial, el enfrentamiento bélico más cruento y destructivo de la historia de la humanidad, del que Alemania salió derrotada, dividida y empobrecida. También hay que añadir al precio de esta empresa el sufrimiento del pueblo alemán durante el gobierno de Hitler y después de su muerte. El aspecto más trágico del nacionalsocialismo fue el asesinato sistemático de 6 millones de judíos europeos.

En seguida se muestra el organograma y organigrama del Partido Nazi, y la Posición que ocupaban el Dr. Joseph P. Goebbels dentro del mismo, así como su influencia y ejercicio de poder a través de la Propaganda.

2.3 ESTRUCTURA DEL PARTIDO NAZI

ORGANOGRAMA²³

(Función que desempeña cada uno)
Constituido en 3 Niveles

1

FUHRERPRINZIP

(Principio de Liderazgo)

ADOLFO HITLER

(Führer)



JEFES DE CANCELLERÍA Y TESORERÍA

Reichleiters

PROPAGANDA

Joseph. P Goebbels

POLÍTICA EXTERIOR

Joachim von Ribbentrop

JEFES DE LA MAQUINA TERRITORIAL ADMINISTRATIVA



GAULETIERS

(Líderes regionales del partido)

Hans Frank

Gobernador de Polonia



2

DIVISIONES PARAMILITARES

S A

SS

(Sturmabteilung)

Tropas de Asalto

Violento Ejército de Camisas Pardas

Fueron creadas para mantener el orden en los mítines y para proteger a los oradores del partido
Se constituía de hombres gamberros callejeros que utilizaban palos, cuchillos, pistolas etc.

El 30 de junio de 1934 se llevaron a cabo asesinatos contra los líderes del la SA así como de su principal dirigente, Röhm.

(Schutzstaffel) Escuadrones de Protección

Máximo instrumento de terror en el tercer Reich.
(Camisas negras)

Su principal dirigente fue Heinrich Himmler, nacieron en 1925 como escolta personal de Hitler, después pasó a ser la policía del partido. La SS era una hermandad de élite, recurrían frecuentemente a rituales de culto y símbolos teutónicos, poseían el control de todas las fuerzas policíacas, así como el funcionamiento de los campos de concentración

²³ Crónica del Holocausto, España, Editorial Diana, 2002, Pág. 49

SD

(Sicherheitsdienst) Servicio de Seguridad Nazi
Fundado también por Himmler.
Desempeño un papel esencial controlando los estados de ánimo y actitudes del pueblo alemán.
El jefe de esta organización fue Reinhard Heydrich

JUVENTUDES HILTERIANAS

Fundadas en 1926, su principal líder fue Baldur von Schirac.
Era obligatorio ser miembro de la organización entre los 10 y 18 años de edad.
Dentro de las mismas Hitlerianas, se encontraban las Juventudes del Reich, juventudes Nacionales, Juventudes del Reich alemán, Liga de escolares nazis, Liga de las Jóvenes alemanas



3

ASOCIACIONES AFILIADAS



Frente del Trabajo Alemán

DAF
Organización Sindical Nacional socialista controladas por el Estado.
A los trabajadores se le obligaba a pertenecer a ésta, los salarios eran fijados por el Ministerio de Economía Nacional.



Liga de Profesores Nazis

Encargados de difundir la ideología nazi en las escuelas y universidades.

ORGANIGRAMAS DEL TERCER REICH

Organigrama: Posición que ocupa cada persona dentro de una institución, partido, empresa etc.

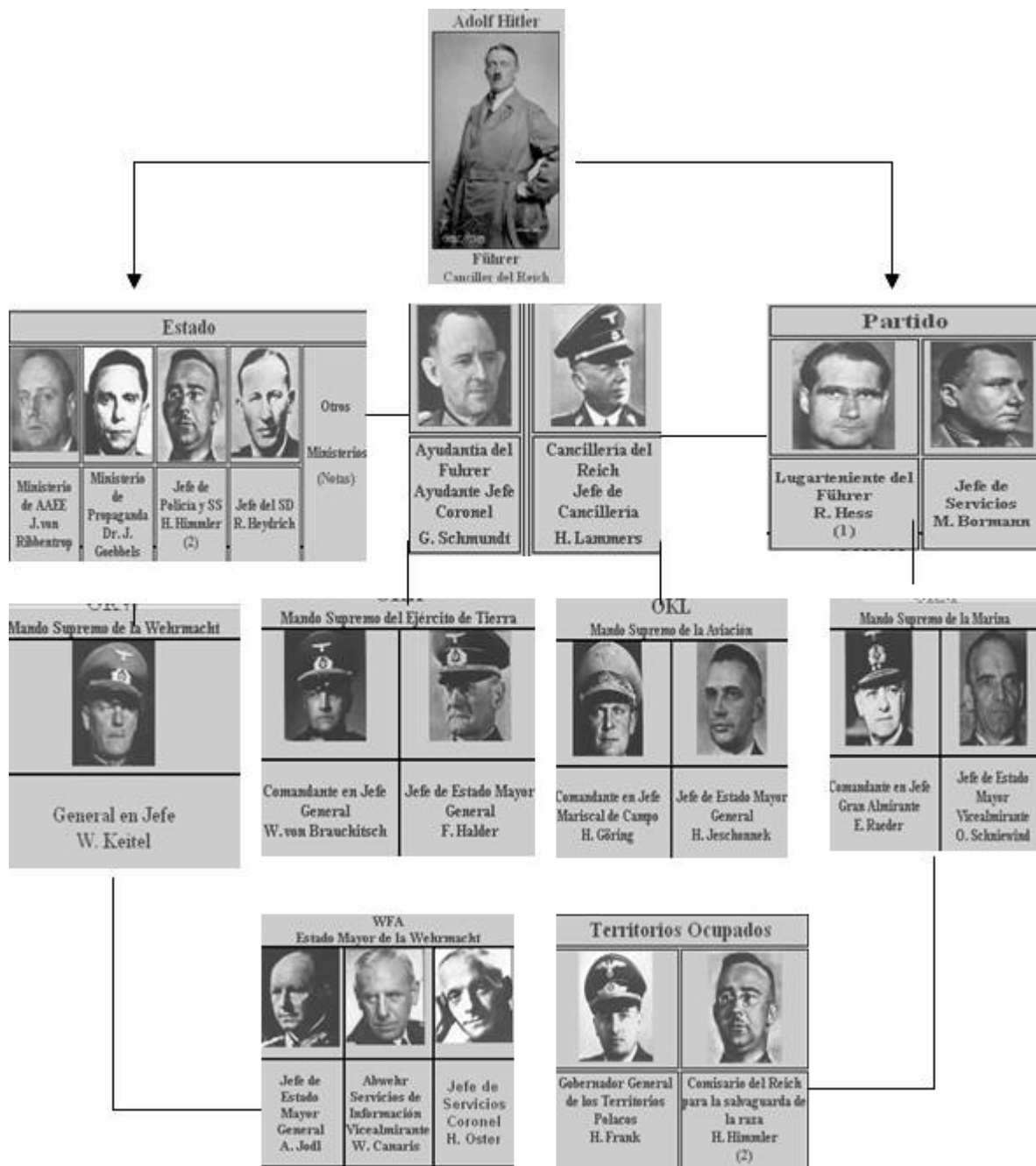


Hitler con los dirigentes nazis:

De izquierda a derecha Wilhelm Kube, Fritz Saukel, Wilhelm Frik (sentado) **Joseph Goebbels**, Ernst Röhm, Hermann Göring, Walter Darre, Heinrich Himmler, Rudolf Hess.²⁴

²⁴ BEREMBAUM, Michael, El mundo lo debe saber. Historia del holocausto contada por el Holocausto Memorial Museum de Estados Unidos, México: Diana 1999, Pág. 19

SEGUNDO ORGANIGRAMA DEL TERCER REICH



2.4 JOSEPH PAUL GOEBBELS:

MINISTRO DE PROPAGANDA NAZI

"La propaganda como tal, no es buena ni mala, su valor moral está determinado por las metas que busca." "No sólo se trata de hacer lo correcto, con ella, podemos hacer entender a todos que lo correcto, es lo correcto (...)." ²⁵

El estudio de la propaganda requiere conocerla a profundidad así como a los principales dirigentes que han existido en torno a este tema; sin embargo este trabajo está centrado principalmente en una de las figuras más importantes del siglo pasado que dictó e impulsó los principios propagandísticos de nuestros días, hablar de Joseph Goebbels es imprescindible.

Joseph Goebbels, nació el 29 de Octubre de 1897, en el seno de una familia trabajadora católica de Rheydt en Rhineland. Hijo del contador Friedrich Goebbels y de su esposa Marian.

Se educó en una escuela católica y luego estudió historia y literatura en la Universidad de Heidelberg con el profesor Friedrich Gundolf, un renombrado historiador literario judío.

Fue rechazado del Servicio Militar durante la Primera Guerra Mundial debido a las secuelas de la poliomielitis que sufrió cuando era niño. Tal hecho le creó un complejo de inferioridad que lo atormentó de por vida.

Se unió al Partido Nacional Socialista Alemán en 1922. Se interesó en poesía y drama y en 1936 escribió la novela Michael: ein Deutsches Schicksal in Tagebuchblättern. Fue en el partido donde pudo desarrollar su inteligencia y gran capacidad oratoria al servicio del radicalismo ideológico del partido.

En 1925 fue gerente de negocios del partido en el distrito del Ruhr y al final de año fue el principal colaborador de Gregor Stasser. Luego fue nombrado líder del partido en el distrito Berlín-Brandemburgo. Hitler quedó impresionado por los logros de Goebbels en Berlín y en 1929 lo designó Líder de la propaganda del Reich. De hecho Goebbels se convirtió en el promotor de Hitler y del partido.

En 1928 se convirtió en diputado del Reichstag y realizó una labor que le fue premiada por Hitler al nombrarlo el 13 de Marzo de 1933 como Ministro de Instrucción y Propaganda del Reich, que le dio total control sobre la radio, la prensa el cine y otras



²⁵ Goebbels, Joseph Paul; fragmento del Discurso que éste pronunciara en Nuremberg en el año de 1934.
www.exordio.com

expresiones artísticas. El 10 de Mayo de 1933 dirigió la destrucción de todas las publicaciones judías en sendas hogueras públicas.

En 1938 su esposa Magda quiso divorciarse de él debido a sus constantes flirteos amorosos con hermosas artistas de cine. Hitler intervino personalmente para evitar el desenlace.

Durante la guerra y en especial cuando las cosas se pusieron en contra de Alemania, Goebbels estrecho su colaboración con Hitler y en especial se recuerda su discurso en el Palacio de los Deportes donde logró convencer a los alemanes de que era necesaria la guerra total. Ni en los peores momentos perdió la compostura no cedió su fervor por el nacionalsocialismo.

Antes de suicidarse, en las etapas finales de la Segunda Guerra Mundial, Hitler en su testamento lo nombró Canciller de Alemania —y a Karl Dönitz como Führer—, pero su gobierno no fue reconocido por las Fuerzas Aliadas. El 1 de mayo de 1945, Goebbels, su esposa y sus seis hijos también se suicidan con la ayuda de los guardaespaldas de la SS.

Los detalles de la muerte de la familia Goebbels no han sido aclarados. Aunque está comprobado que sufrieron envenenamiento con cianuro, algunos aseguran que se dio un tiro; de cualquier manera, al ser encontrados por los soviéticos, sus cuerpos estaban demasiado calcinados para discernir si era cierto.²⁶

²⁶ www.exordio.com
www.wikipedia.com

2.5 TÉCNICAS PROPAGANDÍSTICAS UTILIZADAS POR GOEBBELS

En este apartado trataremos de ejemplificar y conocer algunas de las técnicas Propagandísticas que utilizó el ministro de Propaganda Alemán, Joseph Paul Goebbels así como la forma en que fueron empleadas.

Si en estos momentos el lector se pregunta el porque de mencionar tales técnicas, deberán saber que éstas marcaron los principios básicos de la propaganda moderna actual, y que sin lugar a duda cada vez más monopolizan la manera de pensar en los individuos.

El siguiente capítulo llevaremos a cabo un análisis acerca de la propaganda, que contribuirá a tener conocimientos sólidos, basado en la historia como en la práctica, es decir; el contexto histórico en que la propaganda dio giro total y sobre todo sobre quienes ha influido.

Leonard Doob²⁷ actuó como coordinador de Políticas de la Sección de Ultramar, en el Office of War Information, durante la Segunda Guerra Mundial, a partir de esto se dedicó al estudio del diario de Joseph Goebbels.

Su obra destaca que, entre los documentos recuperados por las autoridades norteamericanas en el Berlín del año 1945, hay cerca de 6.800 páginas de un manuscrito sin duda dictado por Goebbels, el ministro de Propaganda, escrito en forma de diario que abarca, en diversos lapsos, el período entre el 21 de enero de 1942 y el 9 de diciembre de 1943.

Alrededor de un 30 por ciento de este manuscrito, contiene las partes más importantes de dicho diario, y fue Louis P. Lochner quien en 1948 tradujo minuciosamente este documento.

A partir de este punto, Doob hace una investigación exhaustiva, la cual se reduce a 19 puntos que marcaron la clave del éxito alemán.

En seguida hago mención de dicho puntos, que como dije en un principio apoyarán más la visión del lector frente al motivo de la presente tesis.

1. Los propagandistas deben tener acceso a la información referente a los acontecimientos y a la opinión pública.

²⁷ Leonard Doob, Citado en M. de Moragas, Op. Cit PP. 122-153

Goebbels sostenía que él y sus asociados podían planear y ejecutar propaganda tan sólo con la constante referencia a la información existente.

Goebbels dependía de sus propias Oficinas de Propaganda del Reich, de funcionarios alemanes, y de contactos escritos o personales con civiles o soldados alemanes.

Confiar en su propio juicio, era algo frecuente en Goebbels.

2. La propaganda debe ser planeada y ejecutada por una sola autoridad.

Basado principalmente en la teoría nazi de la centralización autoritaria y tener absolutamente el poder, para ello Goebbels, estableció que una sola autoridad (él) debía efectuar tres funciones:

A.- Emitir todas las directrices de la propaganda. Todo fragmento de la propaganda debía expresar un contenido político. Indicaban cuándo las campañas de propaganda específicas debían comenzar, cuándo debían ser intensificadas o atenuadas, y cuándo debían terminar. La máquina propagandística nazi estaba sometida a una constante reorganización.

B.- Explicar las directrices de la propaganda a los funcionarios importantes y mantener su moral. A través de la maquinaria de su organización y a través de contactos personales, Goebbels trataba de revelar la razón de su propaganda a estos subordinados y también de levantar su moral al hacerles ostensiblemente objeto de su confianza.

C.- Supervisar las actividades de otras agencias que tengan consecuencias propagandísticas. Él procuraba facilitar el necesario estímulo propagandístico.

3. Las consecuencias propagandísticas de una acción deben ser consideradas al planificar esta acción.

Era más importante que un propagandista ayudase a planificar un acontecimiento que a razonar uno que ya hubiera tenido lugar.

4. La propaganda debe afectar a la política y a la acción del enemigo.

La propaganda era considerada como un arma de guerra, pese a ello Goebbels nunca empleó el término "guerra psicológica" ni el de "guerra política". Creía que la propaganda podía afectar a las políticas y acciones de los jefes enemigos de cuatro maneras:

A.- Suprimiendo el material propagandístico capaz de facilitar al enemigo informaciones útiles.

B.- Difundiendo abiertamente propaganda cuyo contenido o tono conduzca al enemigo a sacar las conclusiones deseadas.

C.- Incitando al enemigo a revelar informaciones propias de carácter vital.

D.- Absteniéndose de toda referencia a una actividad que perjudique al enemigo cuando ella pudiera desacreditar tal actividad.

5. Debe haber una información no clasificada y operacional a punto para completar una campaña propagandística.

Un objetivo propagandístico, requería un material operacional que no fuese conflictivo con las normas de seguridad. El material no podía ser totalmente manufacturado y había de tener una cierta base de hecho.

Sin embargo, parece ser que la falta de material nunca ha impedido una campaña durante largo tiempo.

6. Para ser percibida, la propaganda debe suscitar el interés de la audiencia y debe ser transmitida a través de un medio de comunicación que llame poderosamente la atención.

Grandes energías se dedicaron al establecimiento y mantenimiento de los medios de comunicaciones. Cines y periódicos fueron controlados. El programa de numerosas emisoras alemanas de radio fue reajustado.

La mejor forma de propaganda en los periódicos no era "propaganda", sino noticias matizadas que *parecían ser neutrales*.

7. Solo la credibilidad debe determinar si los materiales de la propaganda han de ser ciertos o falsos

Para Goebbels lo importante era lo expeditivo y no lo moral. Pensaba que la verdad debía ser utilizada con la mayor frecuencia posible, de lo contrario el enemigo, o los propios hechos, podía demostrar la falsedad, en cuyo caso la propia credibilidad sufría detrimento. Las mentiras eran útiles cuando no podían ser desmentidas. Goebbels recurría con frecuencia al artilugio de utilizar comunicados o boletines extraordinarios para anunciar acontecimientos importantes.

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.

Goebbels parecía mortalmente atemorizado por la propaganda enemiga. Aunque él controlaba todos los Mass-media de Alemania.

En primer lugar, analizaba la propaganda enemiga. Si le parecía que la meta de esta propaganda era la de suscitar una respuesta, guardaba silencio.

En cambio, se daba la replica si se creía que el enemigo estaba transmitiendo rotundas falsedades. Puesto que casi toda afirmación del enemigo era considerada como falsa, Goebbels creía que sólo las más escandalosas debían ser expuestas.

La propaganda enemiga era tildada a menudo de inefectiva. No obstante, la propaganda enemiga efectiva requería una acción inmediata. Al enemigo, rara vez se le permitía adquirir prestigio. Si el enemigo daba la impresión de estar consiguiendo un especial triunfo propagandístico en su "guerra de nervios" la única réplica que se consideraba como realmente adecuada era un discurso del propio Hitler.

En segundo lugar, Goebbels examinaba un arsenal de propaganda antes de iniciar la réplica. Mantenía silencio si juzgaba que su respuesta pudiera parecer demasiado débil.

En tercer lugar, Goebbels creía necesario revisar la propia propaganda antes de refutar o ignorar la propaganda enemiga.

9. Credibilidad, inteligencia y los posibles efectos de la comunicación determinan si los materiales propagandísticos deben ser censurados.

Goebbels no tenía el menor escrúpulo respecto al uso de la censura. Su decisión se apoyaba en tres consideraciones pragmáticas.

A.- A menudo la censura podía deteriorar la credibilidad y consideraba que: "en tiempos de excitación y de tensión, el hambre de noticias debe ser satisfecho como sea".

B.- La censura era invocada cuando la información concerniente a la culminación de un hecho era insuficiente.

C.- Goebbels evaluaba los posibles efectos de comunicar la información. La censura era aplicada cuando se creía que el conocimiento del hecho podía producir una reacción indeseable en sí misma.

Entre las discusiones que suprimía se encontraban:

- La religión
- Manifestaciones por personajes oficiales
- O bien oficiales enemigos que pudieran suscitar cierta clase de simpatía

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.

Aunque su actitud básica respecto a la propaganda enemiga fuese el desprecio, Goebbels tamizaba la radio y la prensa enemigas, así como las declaraciones oficiales, en busca de materiales con los que operar.

En este aspecto no estaba motivado por el deseo, más bien defensivo, de replicar al enemigo, sino por consideraciones ofensivas, puesto que ciertas palabras del enemigo podían ayudarle a alcanzar sus objetivos propagandísticos.

11. La propaganda negra debe ser empleada con preferencia a la blanca cuando esta última sea menos creíble o produzca efectos indeseables.

Por propaganda "negra" se entiende aquel material cuya fuente queda oculta para la audiencia. Goebbels empleó medidas negras para combatir rumores indeseables dentro del Reich. A veces, sin embargo, los rumores eran oficialmente atacados cuando, en opinión de Goebbels, todos los hechos estaban completa e inequívocamente de su parte.

12. La propaganda puede ser facilitada por líderes prestigiosos.

Goebbels siempre contaba con trascendentales resultados a partir de unas declaraciones de Hitler, especialmente durante una crisis.

Los jefes sólo eran útiles cuando tenían prestigio. Goebbels empleó la propaganda para convertir en héroes a simples hombres.

13. La propaganda debe estar cuidadosamente sincronizada.

Goebbels siempre se enfrentaba al problema táctico de sincronizar su propaganda con la mayor eficacia. Pensaba que la agilidad y la flexibilidad eran necesarias, y que los propagandistas debían poseer en todo momento la facultad de "calcular de antemano los efectos psicológicos".

Actuaban tres principios:

A.- La comunicación debe llegar a la audiencia antes que la propaganda competidora.

B.- Una campaña propagandística debe comenzar en el momento óptimo.

C.- Un tema propagandístico debe ser repetido, pero no más allá del punto en que disminuya su efectividad.

14. La propaganda debe etiquetar los acontecimientos y las personas con frases o consignas distintas

Goebbels subrayaba intensamente frases y consignas para caracterizar hechos, las cuales debían poseer las características siguientes:

A.- Deben suscitar las respuestas deseadas que la audiencia posee previamente.

B.- Deben poder ser aprendidas con facilidad. "Ha de utilizar el blanco y el negro, de lo contrario no resulta convincente para la gente".

C.- Deben ser utilizadas una y otra vez, pero sólo en las situaciones apropiadas. Goebbels deseaba explotar lo aprendido en cosas ya ocurridas; las reacciones aprendidas por la gente frente a los símbolos verbales quería transferirlas, fácil y eficientemente, a nuevos acontecimientos.

15. La propaganda dirigida a la retaguardia debe evitar el suscitar falsas esperanzas que puedan quedar frustradas por los acontecimientos futuros.

Para Goebbels, estaba bien claro que el anuncio de un éxito alemán a lo largo de líneas militares o políticas podía tener ciertos efectos beneficiosos inmediatos desde su punto de vista. La confianza de los alemanes y la ansiedad del enemigo podían ser incrementadas. Tales tácticas, sin embargo, eran demasiado arriesgadas, ya que si el éxito se convertía en fracaso, los alemanes se sentirían abrumados y el enemigo se fortalecería.

16. La propaganda en la retaguardia debe crear un nivel óptimo de ansiedad.

Para Goebbels, la ansiedad era una espada de doble filo, ya que un exceso de ansiedad podía producir pánico y desmoralización, y una escasez en este aspecto podía conducir a la complacencia y a la inactividad.

- La propaganda debe reforzar la ansiedad con respecto a las consecuencias de la derrota. Los objetivos bélicos del enemigo eran el principal material empleado para mantener la ansiedad alemana en el punto álgido. "El pueblo alemán debe estar convencido -tal como por otra parte bien pregonan los hechos- de que esta guerra amenazaba sus vidas y sus posibilidades nacionales de desarrollo, y debe combatir con todas sus fuerzas".

- La propaganda debe disminuir la ansiedad (excepto la referente a las consecuencias de la derrota) que sea excesiva y que no pueda ser reducida por la propia gente. Como es lógico, los bombardeos aéreos elevaban en exceso la ansiedad de los alemanes, pero constituían una situación sobre la cual Goebbels no podía ejercer un control propagandístico.

17. La propaganda dirigida a la retaguardia debe disminuir el impacto de la frustración

Era importante evitar que los alemanes se sintieran frustrados y para ello, por ejemplo, cabía inmunizarlos contra falsas esperanzas. Si alguna decepción no podía ser evitada, Goebbels procuraba disminuir su impacto siguiendo dos principios:

A.- Las frustraciones inevitables deben ser previstas. Consiste en que una frustración podía resultar menos decepcionante si se eliminaba el elemento de sorpresa o choque.

B.- Las frustraciones inevitables deben ser planteadas en perspectiva. Es dar a los alemanes lo que él llama *Kriegsüberblick*, es decir, una panorámica general de la guerra. Éstos perderían la confianza en su régimen.

18. La propaganda debe facilitar el desplazamiento de la agresión, especificando los objetivos para el odio.

En general, parece ser que la técnica principal consistió en desplazar la agresividad alemana hacia algún grupo marginal.

Los objetivos favoritos del odio eran los "bolcheviques" y los judíos. La propaganda antisemita solía ir combinada con medidas activas contra los judíos en Alemania o en los países ocupados.

19. La propaganda no debe perseguir respuestas inmediatas; más bien debe ofrecer alguna forma de acción o de diversión, o ambas cosas.

Los alemanes eran obligados a conservar las apariencias exteriores y a cooperar en el esfuerzo bélico, cualesquiera que fuesen sus sentimientos internos. Cuando la propaganda y la censura no podían ser efectivas, Goebbels abogaba por la acción o bien, en uno de sus cargos oficiales, él mismo producía esta acción.

2.6 GOEBBELS Y LOS NUEVOS MEDIOS DE MASAS

Joseph Goebbels, encargado del departamento de Propaganda de Hitler, diseñó una compleja estrategia propagandística, que mantuvo al pueblo alemán apoyando al nazismo aún en los momentos más adversos y eliminó toda manifestación contraria al régimen.

De acuerdo al periodista Mario Martínez Silva²⁸ el factor principal del cual dependió el desarrollo del control totalitario de los nazis sobre los medios de comunicación fue el proceso de monopolización de la propiedad de los medios mismos.

Así y de manera uniforme en todos los medios de comunicación los mensajes se debían formular bajo una careta, es decir; los mensajes políticos eran ocultados bajo ciertas “trivialidades inofensivas” continuamente.

Para este pequeño apartado he decidido tomar de el artículo de Martínez los más importante de cada una de la organizaciones propagandísticas que tuvieron cada unos de los medios, cine, radio , prensa, durante el periodo nazi y como fueron utilizados por Joseph Goebbels.

LOS PERIÓDICOS NAZIS

Para 1933, en Alemania había una cultura periodística rica y variada, con casi tres mil quinientos periódicos y diez mil revistas y publicaciones diversas. Sin embargo, las estadísticas globales ocultaban una industria deprimida en la cual muchos periódicos locales tenían una circulación mínima. Tres cuartas partes de los 479 periódicos que había en Baviera tenían menos de tres mil lectores; un tercio llegaba a menos de mil personas. Sólo el 5 por ciento tiraba más de quince mil ejemplares. Había también toda una gama de revistas ilustradas y de mujeres.

Algunos de los principales magnates de la edición, como Mosse o Ullstein, eran judíos que estaban a punto de descubrir que su influencia, la que tenían, era precaria en la dictadura nazi.

La concentración de la propiedad de los medios de comunicación ya se había iniciado en 1933. Además del imperio de Alfred Hugenberg en los medios de información, Paul Reusch, del *Gutehoffnungshutte*, controlaba el diario principal de Munich; Carl Bosch de IG Farben el *Frankfurter Zeitung*; Hugo Stinnes el *Deutsche Allgemeine Zeitung*.

Los nazis, aunque su propia prensa tenía una circulación modesta, cerraron después de 1933 doscientos periódicos del partido socialdemócrata y treinta y cinco periódicos del partido comunista, bien apropiándose de las oficinas y la maquinaria, o bien

²⁸ Mario Martínez Silva investigador de la INEP (Instituto Nacional de Estudios Políticos) “Leni Riefensthal: a un año de su muerte, Crítica a la Propaganda Nazi” artículo publicado en I <http://www.inep.org/content/view/3/90/>

incorporando su activo a la Eher Verlag, el imperio editorial de Max Amann, quien también tenía acceso a fondos sindicales confiscados.

Amann se convirtió en el principal operador nazi de la industria periodística, sobre todo cuando los ingresos de la publicidad se desviaron hacia la prensa nazi, debilitando aún más a una competencia ya renqueante.

Las editoriales propiedad de judíos fueron expropiadas de acuerdo con las medidas de *arianización* de Nuremberg, para gozo de un Goebbels que pudo desbancar a los Mosse, que habían rechazado en otros tiempos una solicitud suya para un puesto de periodista.

El imperio de Ullstein, capitalizado en sesenta millones de marcos, fue adjudicado a una sociedad de cartera de Amann a una décima parte de esa suma.

Las empresas de cartera ramificadas de la Eher Verlag acabaron controlando el 82.5 por ciento de la prensa alemana. El partido controlaba trescientos cincuenta periódicos y había aún 625 privados, aunque con una cuota global de mercado del 17.5 por ciento. Entre los beneficiarios de las enormes ganancias de la Eher Verlag se incluía el propio Goebbels, que en 1936 recibió un adelanto de un cuarto de millón de marcos, al que seguirían pagos anuales de cien mil marcos por el honor de publicar sus diarios veinticinco años después de su muerte.

Aunque la propiedad de los medios era una forma de controlar la prensa, se ejercían además otros controles sobre directores de publicaciones y periodistas. Amann, como el mayor editor propietario, se convirtió en presidente de la Asociación de editores, mientras que el periodista y jefe de la prensa nazi Otto Dietrich se convirtió en presidente de la nueva Asociación de la Prensa Alemana del Reich, en la que se incluyó a todos los periodistas

Goebbels a veces despedía personalmente a periodistas. Aunque los periodistas recibían la parafernalia del estatus profesional, con un código y tribunales, para depurar la atmósfera del oficio, sólo podían llegar en realidad a trabajar como periodistas los que superaban la revisión racial y política.

La Ley de Editores de octubre de 1933 recortaba los poderes de los propietarios respecto a los directores de publicaciones, pero éstos eran plenamente responsables ante el gobierno. La cláusula 20 decía: *Los directores de periódicos de publicaciones tienen responsabilidad profesional y responsabilidad ante las leyes civiles y penales por el contenido intelectual de la publicación, tanto si es obra suya como si han accedido a su publicación.*

En el cual sólo tenían acceso los de la raza aria, y debían participar en un curso de formación de un año y los críticos de arte deben ser registrados aparte y tener menos de 30 años.

Goebbels explicó en su primera conferencia de prensa en el poder que el objetivo de la prensa era que la gente pensase *de manera uniforme, reaccione de manera uniforme y se ponga en cuerpo y alma a disposición del Gobierno*.

En estas conferencias de prensa diarias de medio día en el Ministerio de Propaganda era en las que Goebbels insistía en que estaba bien *informar* positivamente sobre Greta Garbo, mientras que a Thomas Mann había que borrarlo de la memoria de todos los alemanes.

Las instrucciones, en abierta censura, llegaban a extenderse incluso al espacio que debía asignarse a un artículo o el tamaño de un titular o las fotografías que no deberían publicarse.

Cita Martínez²⁹ que:

“Si bien la difamación insidiosa y la malevolencia del periodo de lucha eran algo que les salía espontáneamente a los periodistas del partido, no les resultaba fácil en cambio atenerse a un régimen de superlativos obligatorios. Sólo quedaban como desahogo más limitado de la cólera antes generalizada los artículos contra los judíos y los comunistas”

El principal periódico del partido, el Volkischer Beobachter, imprimía cada vez más ejemplares y se distribuía entre todos los funcionarios públicos. Había ediciones regionales diferenciadas, por los cuatro puntos cardinales, y se imprimía a dos colores y en un formato grande en una época en que ninguna de las dos cosas era común en Alemania. Se trataba de un producto muy moderno, si es que eso importa algo. Junto a él había periódicos oficialistas de gran circulación, como el Schwarze Korps de la SS.

Otros periódicos se convirtieron en boletines de corte de determinados dirigentes, con Goering dictando, por ejemplo, en el National-Zeitung de Essen. El pornográfico Sturmer era en realidad el vehículo privado de Julius Streicher, Gauleiter de Franconia. Era una especie de noticiario de las alcantarillas.

El contenido de los periódicos estaba cada vez más dominado por los emocionantes acontecimientos con los que el régimen pretendía reemplazar el calendario heredado y ocultar la realidad de sus crímenes.

LA RADIODIFUSIÓN NAZI

La radio fue otro medio propagandístico importante, las transmisiones iniciaron en Alemania en 1923 y a partir del 18 de marzo de 1924 todos los propietarios de aparatos de radio tuvieron que pagar dos marcos como impuesto, que se mantuvo hasta 1969.

²⁹ Ib. www.inep.org/content/view/3/90

La radio fue uno de los principales medios de comunicación que el régimen nazi empleó de manera amplia e intensa, pues los propagandistas nazis sabían muy bien que dicho medio resultaría de gran utilidad para extender sus tácticas propagandísticas con alta efectividad.

El control de la radio lo había introducido Franz von Papen³⁰ en 1932. Goebbels obtuvo el control del contenido y del personal en marzo de 1933, controlando directamente un alto porcentaje de licencias, desviándolas hacia su Ministerio de propaganda, una de cuyas secciones proporcionaba los boletines de noticias a las estaciones regionales.

Goebbels predijo confidencialmente que este instrumento para influir en las masas, en ese momento el más moderno de todos, sustituiría a los periódicos.

La disminución progresiva del precio de los aparatos de radio fue aumentando el número de poseedores de ellos de cuatro millones a dieciséis entre 1933 y 1941. Los propios aparatos eran pequeños artículos de propaganda, debido a que el VE 301 (Receptor del Pueblo 301) celebraba el día más importante de la historia alemana, el 30 de enero de 1933.

Para los que no podían permitirse pagarlo a plazos, o que no querían perderse emisiones cuando andaban por ahí, había seis mil altavoces en lugares públicos. Se estimulaba la audición colectiva como medio de fomentar la participación en los actos de masas que se transmitían.

Las características de la audición comunal pueden ser equiparables con la experiencia total del culto en una iglesia.

Los *radioguardias*, una especie de policías de la mente, controlaban a la audiencia, su tarea consistía sobre todo en vigilar que todos los oyentes estuvieran atentos a las transmisiones del ministerio de propaganda. Durante las transmisiones radiofónicas estaba prohibido levantarse de la mesa de trabajo en una oficina antes de que terminara la transmisión.

A través de la radio nazi se suministró a la población una cantidad creciente de entretenimiento ligero. A finales de la década de 1930, casi el total de la programación radiofónica en la Alemania nazi consistía exclusivamente en música.

³⁰ **Franz von Papen** (1879-1969), diplomático alemán y vicescanciller del dirigente nazi Adolf Hitler. prestó sus servicios como agregado militar alemán en México desde 1913 hasta 1915, año en el que fue destinado a la embajada alemana en la ciudad de Washington. Al cabo de algunos meses fue requerido en Alemania a petición del presidente estadounidense Woodrow Wilson, que le acusó de realizar actividades que atentaban contra la neutralidad de Estados Unidos. "Papen, Franz von," *Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2000*. © 1993-1999 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

CINE NAZI

Entre 1919 y 1933 se desarrolló en Alemania lo que se conoce como cine expresionista, en las que casi 50 años después reúne buena parte de las obras maestras con las que el cine alemán ha contribuido a la historia del cine.

A principios de la década de los 30 todavía se realizaron pocas obras maestras que alargaron el periodo de esplendor cinematográfico superando la rémora que supuso para este tipo de arte la abrupta irrupción del sonido en el año 29: *El ángel azul* (1930) de Stemberg; *Cuatro de infantería* (1930) de G.W.Pabst; *M, el vampiro de Dusseldorf*, de Fritz Lang; *Vientres Helados* (1932) de Slatan Dudow,; *La luz azul* de Leni Riefenstahl, y en 1933 *El testamento del doctor Mabuse*, de Fritz Lang.

La censura impuesta por los nazis acababa con la libertad artística con la que contaban en el periodo de la República de Weimar. No solo había censura, sino que además desde el partido se dieron unas consignas que se debían seguir a la hora de realizar películas acordes con el espíritu del nuevo régimen.

El cine alemán pasó en esos años de ser privado a estar enteramente controlado por el régimen; mención especial merece la principal productora de la década anterior, la UFA, que vería como esta adquisición y control por parte estatal se convertiría en un mero instrumento de propaganda del régimen.

Goebbels confiaba en el valor de los mensajes fílmicos para “ganar el corazón del pueblo y conservarlo”; le gustaba tanto el cine como la radio, considerándolos a ambos los dos instrumentos más efectivos de transmisión ideológica, ya que ambos le permitían llegar a la audiencia de una forma amplia y directa.

Una prueba de la astucia del ministro de Propaganda se evidencia en su decisión de no hacer propaganda directa a través de la ficción, sabedor de que el público abandonaría en ese caso las salas de cine.

Fue el cine informativo el destinado a la propaganda, mientras que el de ficción se destinó a ser un simple elemento de evasión, de huida de la realidad, sin dejar de ser, por supuesto un vehículo para la ideología social, moral o racial nazi.

Martínez asegura que en este sentido, Goebbels demostró más dominio de los métodos de persuasión que Hitler, quien prefería las películas propagandísticas, los documentales de guerra que, según su opinión conseguían ser mucho más directos y efectivos.

2.7 LEGADO NAZI: EL PODER DE LA PROPAGANDA

Como hemos señalado anteriormente la palabra propaganda adquirió una asociación negativa por sus publicaciones sesgadas y su relación con la censura y la Inquisición, y así su desarrollo ha lo largo del último siglo ha decrecido formando ideas equivocadas sobre su concepto así como de los usos o formas en que ésta es utilizada.

No es mi intención pronunciarme sobre su dualidad, es decir; si es buena o mala, mi trabajo consiste básicamente en mostrar un breve bosquejo de como la propaganda cada día se hace más evidente a partir de la Segunda Guerra mundial a través de los nazis.

Es necesario hacer notar que los alemanes no inventaron la Propaganda, lo que sí, es la manera como lograron usarla, controlara y manipularla a través de distintos medios apoyadas en coyunturas históricas y sociales de Alemania.

Martínez Silva asegura que:

“La propaganda es un arma que se esgrime en cualquier lucha por el poder: en las guerras para vencer la resistencia del enemigo y en la política para crear o minar la legitimidad de los gobernantes, o dirimir quien asumirá el poder.”³¹

De esta forma se logro establecer un enorme instrumento de penetración ideológica, que sin lugar a dudas, llevó a los alemanes al más alto protagonismo del éxito propagandístico.

Alemania, entonces, fue puesta bajo un microscopio por el mundo entero debido a su capacidad de convencer y manipular masas.

La propaganda fue el elemento clave para ejercer influencia directa sobre la masa, principalmente en sus pensamientos, emociones y comportamiento respecto a ciertas ideologías encabezadas por lo que ostentaban el poder.

La utilización de los nuevos medios de comunicación vino a dar como resultado, como ya lo mencionamos antes, el control mediático total, es decir; obtener el atención no solo en Alemania sino también del mundo entero.

La propaganda de la Alemania Nazi supero sin precedentes la realizada por países como Estados Unidos e Inglaterra, sus mecanismos estaban plenamente diseñados por Goebbels quien sin lugar a dudas le dio a Alemania la victoria ideológica que necesitaba con urgencia.

Anteriormente, señale que toda propaganda nazi apelaba a los sentimientos de las masas, entonces y de acuerdo con lo que dice Martínez Silva los slogan padecían de

³¹ Ibidem. <http://www.inep.org/content/view/3/90>

simpleza hasta el grado de que el “más estúpido” lo creyera, de esta manera se emplea el lema de que la gente “entienda poco y olvide mucho”, acompaña de una dosis de repetición innumerable.

Los Nazis, en especial Goebbels, desarrollaron, perfeccionaron y practicaron técnicas propagandísticas, hoy en día de uso común.

Entre ellas se puedan citar las siguientes³²:

ETIQUETAS.

Tratan de vincular a una persona o a una idea con un símbolo negativo para provocar su rechazo con base en ese símbolo y no de acuerdo con la evidencia disponible.

Así se diferencia el “bien” del “mal”, el “héroe” del “villano”, de modo sencillo a nivel de las masas desinformadas, despolitizadas y desinteresadas en la política.

Se facilita su comprensión y recordación por medio de repetirlas constantemente hasta que se conviertan en verdades para las masas.

TESTIMONIOS.

Pretenden aumentar la credibilidad del mensaje mediante una fuente “autorizada” para el público al que se dirige.

Así, se presenta a individuos (artistas de cine, deportistas famosos, etc.) que no son los más calificados para hacer juicios acerca de partidos o candidatos, a fin de que la admiración a estas celebridades, motive la aceptación de sus opiniones políticas.

GENERALIDADES BRILLANTES.

Mediante palabras que nombran valores muy apreciados, pero que cada quien puede darles su propio significado, se estimula su aceptación, porque las personas tienden a creer que el propagandista les otorga el mismo sentido que ellas.

TRANSFERENCIA.

La autoridad y el prestigio de algo respetado y reverenciado se trasladan, sin que exista conexión, a una persona o idea para provocar que se acepte con base a esa relación.

³² Idem . <http://www.inep.org/content/view/>

Los símbolos patrios y religiosos, por ejemplo, se usan para despertar el sentimiento de que esa persona o idea está con la Patria o Dios.

GENTE SENCILLA.

Los candidatos se presentan como si fueran un ciudadano más para sugerir que ellos y sus ideas son del “*pueblo*” y están a favor de la gente común.

MIEDO.

Se dice a la gente que un desastre vendrá si no sigue un determinado curso de acción. Ante ese anuncio la atención ya no considera los méritos de lo que se propone. Mientras más temor genere una comunicación, es más probable que se provoque una acción preventiva.

GRAN MENTIRA.

Es una mentira de tal magnitud y audacia que por fuerza tiene un efecto en la opinión pública aun si la mayoría no la cree.

Hitler mencionaba que el tamaño de la mentira es un factor definitivo para que sea creída por mentes primitivas y sencillas capaces de inventar mentiras pequeñas, pero que se avergonzarían de decir grandes mentiras, de modo que las grandes masas serán más fácilmente víctimas de una gran mentira que de una pequeña.

DESINFORMACIÓN Y DISTORSIÓN.

Desinformar es presentar los hechos de modo que se induzcan conclusiones equivocadas. Durante las campañas, la desinformación puede ser una táctica utilizada por los candidatos para atacarse o defenderse.

En el primer caso, los hechos se manipulan para provocar la condena de los opositores; en el segundo, para justificar o aminorar la posible culpa o error de un candidato. La distorsión consiste en torcer o pervertir el significado verdadero de un hecho o idea con el propósito de provocar una falsa impresión acerca de los mismos.

GUERRA DE NERVIOS.

Es la presión psicológica mediante desinformación, noticias y rumores alarmistas, amenazas veladas, etc., para forzar una decisión o acción, sin que se llegue a la agresión física.

Estas acciones nunca ocurren, pero cumplen un efecto intimidador.

2.8 UTILIDAD DE LAS PRÁCTICAS NAZIS EN LA ACTUALIDAD

Hablar de la utilidad de la propaganda en nuestros días resulta de interés no solo para los propagandistas en sí, también lo es para los estudiantes en comunicación. La razón, es que los comunicólogos no debemos también al estudio de los medios y lo que conlleva utilizarlos frente a un grupo, pueblo o sociedad. Somos creadores de los mensajes y como tal implica un conocimiento previo de las masas así como una responsabilidad frente a ellas.

Conocer el legado nazi, hará que los estudiantes en comunicación como la que escribe fortalezcan, amplíen y reflexionen sobre la propaganda que hacemos sin saber tanto sus orígenes, sus técnicas y su aplicación en nuestros días a pesar de haber transcurrido más de medio siglo.

Los grandes éxitos propagandísticos alemanes estuvieron apoyados en el monopolio de los medios masivos y en la censura férrea propios de una dictadura, pero hoy en la democracia el poder de la propaganda es mayor, pues dispone de vastos conocimientos que van desde la manera como se forma el pensamiento en el cerebro, la percepción y la memoria, hasta las motivaciones más profundas de individuos y grupos, y desde luego, el comportamiento humano.

Hoy el propagandista puede conocer con profundidad y dinámicamente a su público objetivo, desarrollar y probar sus mensajes, enviarlos a sus destinatarios y evaluar sus efectos con mayor precisión y rapidez.

Ni el propio Goebbels pudo imaginarse tales posibilidades.

Poco a poco los Comunicólogos sin saberlo, no hemos convertido en los propagandistas de este nuevo siglo, la capacidad de cada uno de nosotros para comprender, analizar y llevar a cabo nos hará emprender proyectos nuevos respecto a las necesidades que requiera nuestro contexto social.

Es por ello que he decidido, presentar al lector una significativa y clara diferencia entre propaganda y publicidad, las dos recurren una de la otra frecuentemente, pero son completamente distintas ya que cada una persigue un objetivo diferente.

A punto de terminar este capítulo, un amigo me ha hecho una pequeña observación diciéndome “¿Porque no has hecho esta diferencia desde el inicio del tu tema?”.

Mi contestación no sólo ha sido solamente para él, sino para el lector mismo, la razón principal es debido a que en muchas de las veces es muy fácil que los lectores se confundan con ambas concepciones, aunque éstas se hayan explicado previamente.

Pienso de igual forma que para el objetivo de mi investigación perderían la intención que he perseguido desde el inicio, adentrar al lector sobre la propaganda al grado de formar un concepto propio basado en su historia, en sus técnicas, en el propio Goebbels, así como los usos y consecuencias a lo largo de más de cinco décadas.

Ahora y con toda seguridad el lector sabrá que la diferencia de entre publicidad y propaganda es:

1. **La Publicidad**, es una rama de la persuasión colectiva, intenta estimular la acción de una manera abierta cuyo objetivo es promover la venta de bienes y servicios.³³
2. **La Propaganda**, es sin más, un fenómeno de gran importancia para el crecimiento de un movimiento, importancia que radica en trabajar incesantemente en ganar adeptos.
La Propaganda orienta la opinión pública en el sentido de una determinada Idea.

Mientras la publicidad busca un efecto momentáneo la propaganda busca como hemos dicho, la captación ideológica necesaria para ganar adeptos a una Cosmovisión.

Mi intención, nunca ha sido decir que la publicidad no sirve o no tiene relación alguna con la propaganda; la tiene en la medida que son fenómenos basados principalmente en la persuasión y que sin lugar a dudas representan herramientas útiles entre ellas mismas respecto a sus propios objetivos.

En la actualidad, la propaganda y la publicidad, son indispensables en cualquier movimiento, grupo o nación, una sin la otra no surtirían el mismo efecto.

Sin embargo los inicios de la publicidad están previamente marcados por la propaganda.

Los recursos de la propaganda son tan complejos y diversos que enumerarlos o describirlos, resultaría todo un compendio, por el momento tomaremos la clasificación que hace Hugh Ranke³⁴ en las cuales inciden las siguientes:

Atención. Son aquellas técnicas que invocan a los sentidos (colores, etc.), emociones (familia, etc.) y pensamientos (demostraciones, etc.) para captarla.

³³"Publicidad," *Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2000*. © 1993-1999 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

³⁴ Hugh Ranke, Citado por Mario Martínez Silva, Op. Cit.

Confianza.	Son técnicas que establecen la credibilidad de la fuente del mensaje (testimonios, etc.)
Deseo.	Técnicas que se refieren a estimular el deseo de obtener lo “bueno” o evitar lo “malo” (etiquetas, etc.)
Urgencia.	Este tipo de técnicas que alientan a actuar y no perder la oportunidad (subirse al carro).

CAPITULO 3

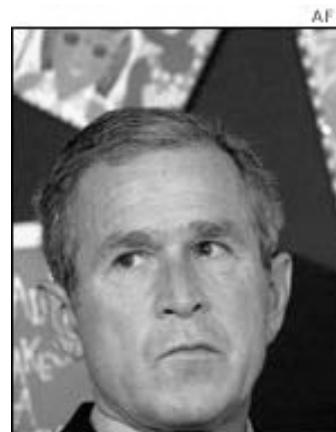
BUSH Y SU ASCENSO AL PODER

“Quien no esta conmigo esta contra mi.”

George W. Bush

Uno de los personajes más destacados del siglo XXI, es sin duda, la actuación del presidente norteamericano George Walter Bush, en los acontecimientos que han dado inicio al control del poder mundial.

El conocer y estudiar la figura de Bush no es en vano, pues permite conocer con profundidad como y de que modo Bush presenta sus discursos ante el pueblo americano. Este capitulo esta diseñado a manera de antecedentes personales y políticos, que han puesto a Bush en la mira de diversos análisis.



3.1 RESEÑA BIOGRAFICA

Hijo del ex presidente George H. W. Bush (1989-1993) y el mayor de cuatro hermanos y una hermana (otra hermana, Robin, falleció de leucemia a los tres años de edad en 1953), nació en el estado de Connecticut, en Nueva Inglaterra, donde su padre, recién licenciado como piloto de la aviación naval en la guerra contra Japón, había fijado su residencia mientras estudiaba en la Universidad de Yale.

Los Bush eran una familia aristocrática de Massachusetts, en la tradición de los *wasp* (blancos, anglosajones y protestantes), que habían acrecentado su patrimonio con negocios afortunados en Wall Street; el fundador de la saga, Prescott Bush, comenzó también el hábito de combinar negocios y política y sirvió como senador del Partido Republicano (RP) por Connecticut.

El hijo recibió una esmerada educación en la Escuela Preparatoria Phillips de Andover, y en 1964, pese a la mediocridad de su expediente académico, se matriculó en la prestigiosa Universidad de Yale. En 1968 abandonó las aulas con una licenciatura inferior en Historia y acto seguido se alistó en la Guardia Nacional del Aire de Texas, donde recibió entrenamiento como piloto de combate hasta ser destacado en el 111 Escuadrón de cazas.

A pesar de poseer instrucción de cierta calificación, no fue movilizad para la guerra de Vietnam y prestó todo el servicio militar en Texas. Reincorporado en 1973 a la plena vida civil, en 1975 obtuvo un master en Administración de Empresas por la Harvard Bussines School y comenzó a trabajar en la industria energética de la ciudad texana de Midland,

como intermediario en el comercio de minerales e inversor en prospecciones petrolíferas, para lo que montó la sociedad *Bush Explorations*.

En 1978 Bush había reunido el dinero suficiente para, siguiendo la estela de su padre (quien por entonces ya tenía a sus espaldas una dilatada experiencia en el servicio público, como congresista, embajador y director de la CIA), abrir su propia empresa de explotación de hidrocarburos, Arbusto Energy; "arbusto" es precisamente la traducción al español de la palabra inglesa *Bush*. En los cinco años siguientes la modesta compañía sufrió los embates de los bajos precios del petróleo y nunca reportó a su propietario beneficios significativos, pero le sirvió como trampolín a la política, su verdadera aspiración.

3.2 DE PETROLERO A GOBERNADOR

A finales de la década de los setenta Bush se presentó como candidato al Congreso en las filas del partido de la familia por el distrito que incluía a Midland, Texas Oeste. Derrotó a dos competidores en las primarias del partido, pero en la elección general fue batido por el candidato del Partido Demócrata (DP).

En 1983 su fortuna empresarial cambió de signo cuando Arbusto Energy fue adquirida por una compañía con no mucho mayor volumen de negocio, la Spectrum 7 Energy Co., en la que Bush pasó a figurar como ejecutivo jefe. Luego, en 1986, la Spectrum, que venía acumulando pérdidas valoradas en 400.000 dólares, fue a su vez absorbida por la Harken Energy Co., que reenganchó también a Bush dándole una participación sustancial en su accionariado y contratándole como director ejecutivo y consultor con unos altos honorarios.

En 1986 Bush, que había fijado su nueva residencia en Dallas, entró en el círculo de asesores de su padre, a la sazón vicepresidente con Ronald Reagan. De 1987 a 1988 estuvo en Washington para participar en su campaña presidencial, que culminó, luego de vencer al demócrata Michael Dukakis, con su entrada en la Casa Blanca el 20 de enero de 1989.

Tras formar una sociedad de capitalistas adquirió el equipo de béisbol Texas Rangers de Dallas y se colocó como administrador general del club hasta su reventa. En la operación Bush ganó 15 millones de dólares, un beneficio 20 veces superior al capital invertido.

En 1993 Bush se embarcó en su propia campaña para conquistar el Gobierno de Texas, desde 1991 encabezado por la demócrata Ann Richards. El más extenso estado de Estados Unidos sólo había tenido dos gobernadores republicanos desde que volviera a la Unión en 1870 tras formar parte de la Confederación del Sur: Alvin Hawkins, en 1881-1883, y William Clements, en 1979-1983 y 1987-1991. Richards era una gobernadora popular, pero en las elecciones del 8 de noviembre de 1994 Bush, teniendo a su favor un respetable capital proveniente de las donaciones, la fama adquirida por la sustanciosa compraventa de los Rangers de Texas y el incuestionable peso de su ascendiente

paterno, se alzó con la victoria con el 53,5% de los votos, de suerte que en enero de 1995 se convirtió en el 46º gobernador del estado sureño.

En Texas Bush se distinguió como un gestor metódico que introdujo severos controles del gasto en los presupuestos para mantener la inflación controlada y los mayores recortes impositivos que se recordaban. Fuera de Texas y de Estados Unidos adquirió más notoriedad por gobernar el estado en que más condenas a muerte se aplicaban, por el método de la inyección letal.

El 3 de noviembre de 1998 Bush ganó la reelección frente al aspirante del DP, Garry Munro, con un arrollador 69% de los votos, victoria sin precedentes que reveló amplios apoyos de colectivos tradicionalmente descuidados por los republicanos, como los hispanos. Bush cultivó los tratos con sus líderes políticos y sindicales, se esforzó en dirigirse a ellos en español, expresó su respeto por su cultura y tradiciones y les convirtió en principales destinatarios de su concepto de "sociedad integrada", en la que todos, sin distinción de raza, tenían derecho a las mismas oportunidades y servicios sociales. Al frente del estado con más kilómetros de frontera con México, Bush estableció también unas fructíferas relaciones de cooperación con las autoridades de nuestro país, sobre aspectos de interés común como la inmigración ilegal, el medio ambiente y los flujos comerciales.

3.3 ASPIRANTE PRESIDENCIAL

Su éxito en Texas animó a Bush a embarcarse en una empresa más ambiciosa: la Presidencia de Estados Unidos.

El 2 de marzo de 1999 Bush anunció en Austin su candidatura presidencial en 2000 y seguidamente se puso en marcha un vasto movimiento de apoyo, que desde el primer momento le identificó como el hombre del *aparato* del partido y como el favorito de las primarias del Partido Republicano.

En los meses siguientes la amenaza del popular McCain a su primacía potencial fue diluyéndose al adjudicarse las primarias en sucesivos estados, proyectándose como un candidato concebido para ganar al precio que fuera a todos sus rivales internos además de al candidato que se impusiera en el campo demócrata, que, todo indicaba, iba a ser el vicepresidente Al Gore.

El 3 de agosto la Convención Nacional Republicana reunida en Filadelfia le proclamó candidato presidencial del partido y días después se confirmó que Gore iba a ser su contendiente por la sucesión de Clinton. Comenzaba la verdadera campaña presidencial, y Bush empezó a precisar su plan de Gobierno más allá del ideario anunciado previamente y centrado en el vago concepto del "conservadurismo compasivo" (*compassionate conservatism*).

Bush jugó a ser el candidato de la tradición, de las clases medias blancas hostiles al poder federal y sus pretensiones reguladoras, que ahora gozaban de una nueva prosperidad pero que temían los cambios por venir.

En esta línea, causó sensación cuando, rompiendo con una usanza de su partido, apostó por la integración de los hispanos en la sociedad, levantando trabas a la inmigración en un momento en que el país necesitaba mano de obra y aceptando la enseñanza bilingüe en las escuelas.

Bush desarrolló una "ofensiva de encanto", buscando la simpatía de las minorías, multiplicando sus comparecencias populistas al más puro estilo local, presentándose como un padre de familia vaquero y campestre desapegado de los engorros burocráticos, haciendo incursiones en temas del repertorio demócrata o regodeándose en un sentido del humor auto denigratorio que, por ejemplo, resultaba impensable en Gore.

3.4 TRIUNFO BAJO SOSPECHA

Las elecciones presidenciales del 7 de noviembre de 2000, a las que los dos candidatos que contaban llegaron codo con codo en los sondeos, pasaron a la historia electoral de Estados Unidos como las más reñidas y caóticas. Gore, con el 48,4%, superó a Bush en cinco décimas en votos populares (328.000 en números absolutos), pero éste, gracias al sistema de *winner take-all* ("todo para el ganador"), se aseguró los votos electorales, 246, de 29 estados, y se adelantó en el estado crucial de Florida, que aportaba los 25 compromisarios que le faltaban. Por lo que respecta a las elecciones al Congreso, el RP vio disminuida su ventaja sobre el DP en tres escaños en la Cámara de Representantes, quedándose con 221 diputados, y perdió cinco puestos en el Senado, empatando en 50 senadores con la formación rival.

Lo estrechísimo de la ventaja de Bush en el estado gobernado por su hermano, de tan sólo unos pocos cientos de votos, dio lugar a un extraordinariamente embrollado proceso de demandas de recuentos manuales en los condados conflictivos, descubrimientos de tarjetas perforadas (uno de los cinco sistemas de voto) invalidadas, revelaciones de votos erróneos, contraórdenes para parar los escrutinios y hasta imputaciones de fraude, con la implicación de los servicios jurídicos de ambos candidatos y los tribunales supremos de Florida y Estados Unidos.

El 12 de diciembre, transcurrido más de un mes desde las elecciones y cuando Bush continuaba en cabeza por 537 votos populares, el Tribunal Supremo Federal, por cinco votos contra cuatro, puso fin a la peripecia anulando la orden del Tribunal de Florida para recomtar 45.000 votos desechados por las máquinas computadoras, alegando que el mandamiento no iba a poder completarse antes de la fecha límite del 18 de diciembre establecida por la ley para la conclusión del escrutinio: el candidato republicano se quedó, después de todo, con los 271 votos electorales, uno más de los necesarios para vencer.

Bush había triunfado al final, pero su mandato iba a inaugurarse con el descrédito de presidente "ilegitimo" por deber en última instancia su elección a unos jueces que a la postre eran tildados de conservadores.

Sobre este particular, la prensa liberal de la costa este insistió en el dato de que de los nueve jueces del Supremo sólo dos fueron nombrados por Clinton, proviniendo el resto de las administraciones de Nixon, Ford, Reagan y Bush padre.

El 21 de diciembre Bush cesó como gobernador de Texas, el 6 de enero de 2001 el Congreso electo ratificó su elección y el 20 de enero tomó posesión como el 43º presidente de Estados Unidos.

En el discurso inaugural Bush relativizó el tono desconfiado y regresivo de su visión internacional, comprometiéndose con las obligaciones inherentes a ostentar la primacía en un sistema internacional fluido y en la defensa de los aliados en Europa y Asia.

En las semanas previas, Bush, contradiciendo su apuesta centrista y cargando las armas de unos colectivos (negros, blancos de izquierdas, ecologistas, feministas) que le prometían una guerra sin cuartel, alineó un plantel de colaboradores claramente escorado a la derecha.

El gabinete y la administración presidencial propuestos eran los más pluriétnicos de la historia, pero estaban cuajados de personalidades intensamente derechistas, hostiles a las reivindicaciones de los grupos de presión liberales o partidarias de no poner trabas a las actividades del gran capital financiero y la gran empresa extractiva de recursos naturales, con todas las implicaciones sociales y sobre el medio ambiente que pudieran derivarse. Un nombramiento especialmente polémico fue el del senador ultra conservador John Ashcroft para la Fiscalía General. Acérrimo enemigo del aborto, defensor a ultranza de la pena capital y con prejuicios raciales y machistas, Ashcroft fue no obstante aprobado por el Congreso luego de negociar Bush el apoyo necesario de varios legisladores demócratas.³⁵

3.5 Contraste con lo prometido

Bush se lanzó a aplicar su programa electoral nada más tomar posesión, con una contundencia que no dejaba lugar a dudas sobre su plataforma derechista. De entrada, inició los procesos de suspensión de las últimas disposiciones de su predecesor en los terrenos social y medioambiental, como la preservación de la explotación económica de 23 millones de hectáreas de bosques, la venta en farmacias de la píldora abortiva RU-486 con cargo al dinero público (excepto en los casos de violación o grave riesgo para la madre) o las directrices sobre el programa *Medicare* de asistencia sanitaria a la tercera edad.

Al primer paro se le sumó un plan, aprobado por la Cámara de Representantes en agosto, para abrir la reserva natural ártica de Alaska a las prospecciones petroleras, y el

³⁵ [http://. www.presidentesbiografias.com](http://www.presidentesbiografias.com)

segundo se complementó con la retirada de fondos a las organizaciones internacionales que incluyen el aborto entre las fórmulas de planificación familiar. En añadidura, Bush ordenó dismantelar el directorio de la Oficina Nacional del SIDA que se encargaba de la cooperación internacional en el combate contra la pandemia.

En lo económico, Bush asumía la Presidencia cuando parecía que ya no daba más de sí la dilatada fase, presuntamente indefinida, de crecimiento sostenido, luego de estallar la burbuja de los nuevos valores tecnológicos en los mercados bursátiles, e incluso cundía la amenaza de una recesión: el cuarto trimestre de 2001 registró una tasa positiva de sólo el 1,1% y en enero el paro volvió a remontar tras marcar la cota históricamente baja del 4%. En febrero Bush presentó al Congreso su plan de reactivación económica que incluía el proyecto de recorte de impuestos más ambicioso desde la era Reagan, unos 1,6 billones de dólares en los próximos diez años, período en el que, de paso, se cancelaría un tercio de la deuda nacional, otros 2 billones de dólares, punto este último que no constaba en su oferta de campaña.

Echando mano al superávit presupuestario, el Gobierno contemplaba un crecimiento total del gasto del 4%, con incrementos significativos tanto en la Defensa como en la Educación y la protección social. Los congresistas juzgaron demasiado arriesgado este paquete y el 26 de mayo el Senado concedió a Bush un recorte impositivo por valor de 1,35 billones de dólares, lo que se ajustaba mejor a la promesa electoral. El visto bueno matizado del Legislativo supuso un importante éxito del flamante presidente, y además vino después de conocerse que en el primer trimestre del año la economía había crecido un 2%, sensible recuperación que brindó argumentos a los que habían insistido en que la deceleración de la segunda mitad de 2001 era sólo un sobresalto pasajero.

Bush presentó el plan gubernamental para hacer frente a la fuerte demanda de energía que, en vez de incidir en el ahorro del consumo y el desarrollo de las fuentes de energía alternativas y con menor impacto sobre el medio ambiente, se basaba justamente en el aumento de la oferta. Todas estas decisiones y enfoques de la administración Bush parecían destinados a satisfacer los intereses de la derecha religiosa y las grandes corporaciones industriales, sobre todo las dedicadas a la extracción de materias primas y, muy especialmente, las firmas petroleras.

Pero esta prelación estratégica del petróleo y las energías fósiles iba a influir también, y muy poderosamente, en la acción internacional de Estados Unidos.

Sin ir más lejos, el 28 de marzo y para consternación internacional, Bush desveló a través de su portavoz que rechazaba los compromisos del Protocolo de Kyoto de diciembre de 1997 sobre el cambio climático, los cuales fijan una reducción media del 5,2% de los seis gases más responsables del efecto invernadero por los países industrializados desde 2008 a 2012; aportando sólo el 5% de la población mundial, Estados Unidos emite no obstante el 25% de los gases contaminantes.

La Casa Blanca justificó su negativa a ratificar el Protocolo, que precisaba este paso de al menos 55 signatarios para entrar en vigor, porque no iba en "el mejor interés económico" de Estados Unidos. Como argumentación, se adujo que Kyoto no comprometía a los países en vías de desarrollo, incluidas las superpobladas China e

India, y además que no había suficiente evidencia científica del calentamiento global del planeta por causa de las emisiones excesivas de anhídrido carbónico y otros gases nocivos.

3.6 Justificando la Guerra

Bush acogió en la Casa Blanca a Ariel Sharon, el líder de la oposición derechista de Israel que acababa de ganar las elecciones y que se preparaba para ser primer ministro. Desde el primer momento se vio que la administración de Bush, espoleada por el siempre poderoso lobby judío de Estados Unidos y, sobre todo, guiada por un grupo de altos funcionarios y asesores del Departamento de Defensa, varios de ellos mismos judíos, empapados de un sionismo maximalista y de una hostilidad visceral a lo palestino, no estaba por la labor de ejercer el papel de potencia mediadora en el conflicto de Oriente Próximo, tal como, por ejemplo, lo había desempeñado, y muy eficazmente, la administración de Bush padre.

Esta implicación, requería una cierta equidistancia entre las partes en conflicto. Una equidistancia, lógicamente, formal, en el ámbito táctico de la mediación, que supondría exigir concesiones a unos y otros con un énfasis similar y, de ser preciso, apretando las tuercas bajo amenaza de sanciones, y es que no puede olvidarse que Israel es un aliado estratégico inquebrantable que recibe de Estados Unidos una ingente ayuda económica y militar.

Nada más lejos de este esquema, Bush y sus colaboradores fueron asumiendo el lenguaje y los análisis del Gobierno israelí y dejaron a los territorios palestinos autónomos y ocupados a merced de la maquinaria de guerra de Israel, que desde el estallido de la segunda Intifada palestina en octubre de 2000 se afanaba en destruir las capacidades terroristas, responsables de una espiral creciente de atentados y asesinatos de ciudadanos israelíes, de los grupos y partidos palestinos que, supuestamente, ni la OLP ni la Autoridad Nacional Palestina (ANP) bajo la presidencia de Yasser Arafat estaban en condiciones de impedir.

El mensaje que transmitieron Bush y Powell a Sharon es que mientras durase la Intifada, Israel estaba en su derecho a tener sepultado el malhadado proceso de paz y a responder adecuadamente a los zarpazos del terrorismo palestino.

Cuando el Gobierno israelí lo que hizo fue, al socaire de una defensa antiterrorista considerada legítima por la comunidad internacional, lanzarse a la destrucción sistemática de los medios y capacidades de la ANP y, en general, de las estructuras civiles de los palestinos en Cisjordania, lanzando devastadoras incursiones terrestres contra las ciudades palestinas, bombardeando indiscriminadamente campos de refugiados y arrasando viviendas y plantaciones para construir nuevos asentamientos de colonos judíos (además de cometer terrorismo también con su procedimiento de "asesinatos selectivos" de cabecillas palestinos), Bush se limitó a pedir a Sharon que comediera sus mortíferas represalias bélicas y que finalizara la asfixia económica de las poblaciones palestinas.

3.7 EL 11 DE SEPTIEMBRE

En 11 septiembre del año 2001, se convirtió en el parte aguas de una movilización encarnizada hacia Medio Oriente, dos aviones comerciales de pasajeros secuestrados se estrellan contra las torres del Centro Mundial del Comercio (CMC) en la ciudad de Nueva York.

Se temía por la muerte de miles de personas cuando las torres se desplomaron más de una hora después de los impactos. Un tercer avión comercial de pasajeros secuestrado se estrelló en el Pentágono. Un cuarto avión comercial, posiblemente con rumbo a otro objetivo en Washington D.C., se estrelló en el condado de Somerset, Pennsylvania, aparentemente luego que los pasajeros trataron de dominar a los secuestradores.

Los atentados del 11 de septiembre tuvieron un efecto abrumador sobre la población. El aumento del racismo y hostigamiento contra las personas de origen árabe, dio un gran vuelco. Grupos originarios de Oriente Medio fueron frecuentemente confundidos con los árabes y víctimas de esta xenofobia, particularmente los Sikhs, que tenían como tradición llevar turbantes.

La gente masivamente respaldó al gobierno en su labor antiterrorista. Así, la tasa de aprobación del presidente George W. Bush alcanzó el 86% . El 20 de septiembre, el presidente habló ante la nación y la sesión conjunta del Congreso de los Estados Unidos, explicando los eventos del día, la actuación de su gobierno en los 9 días transcurridos y sus planes de respuesta.

Una de las consecuencias inmediatas de los ataques del 11 de septiembre de 2001, fue la sanción del Acta Patriótica (*Patriot Act*), suspendiendo y limitando algunas libertades y derechos constitucionales con el fin de aumentar la seguridad interna de los Estados Unidos.

A causa de los atentados la opinión pública se centró sobre todo en materia de seguridad nacional, e incluso se creó una nueva agencia federal a nivel de gabinete, el Departamento de Seguridad Nacional. Todo con los siguientes fines:

- Crear planes de lucha masiva para el sustento de la seguridad mundial.
- Actuar contra los principales ejes terroristas.

Los ataques tuvieron ramificaciones globales. Gobiernos, asociaciones y medios de comunicación lo condenaron por todo el mundo. Especialmente famoso fue el titular del periódico francés *Le Monde: Nous sommes tous Américains* (Somos Todos Estadounidenses).

La administración Bush declaró la llamada **guerra contra el terrorismo**, con los objetivos de llevar a Osama bin Laden y al-Qaeda a la justicia y prevenir la acción de redes terroristas anti-norteamericanas.

Estos objetivos se conseguirían a través de sanciones económicas y militares contra estados percibidos como protectores de terroristas y aumentando la vigilancia e inteligencia global.

Un mes después de los ataques, los Estados Unidos de América, con la colaboración de una coalición internacional, invadió Afganistán, cuyo gobierno había dado apoyo a fuerzas de Al-Qaeda. Particularmente importante fue el apoyo del gobierno pakistaní, que tras los atentados se alineó con Estados Unidos, cediéndole bases para la guerra en Afganistán y arrestando a más de 600 sospechosos de colaborar con la banda terrorista.

Numerosos gobiernos aprobaron leyes antiterroristas o endurecieron las ya existentes, particularmente de cara al terrorismo islámico. Entre ellos estuvieron el Reino Unido, la India, Australia, Francia, Alemania, Indonesia, China, Canadá, Rusia, Pakistán, Jordania, Mauricio, Uganda y Zimbabwe. Una consecuencia de dichas medidas fue la congelación de cuentas bancarias asociadas a Al-Qaeda.

El primer paso dado por EEUU en la Guerra contra el Terrorismo fue la invasión de Afganistán el 7 de octubre de 2001 por fuerzas de la OTAN y la Alianza del Norte con apoyo de las Naciones Unidas, ante la negativa del gobernante régimen talibán de entregar a Osama Bin Laden que se había refugiado en ese país.

El 13 de noviembre de 2001, la capital Kabul fue tomada por la Alianza del Norte y el gobierno quedó en manos de EEUU/OTAN y la Alianza del Norte. Desde entonces Al Qaeda y el Talibán se han unido y reorganizado como guerrilla insurgente. Hasta 2006 Bin Laden no había podido ser capturado.

El segundo paso de la Guerra contra el Terrorismo de EEUU fue la invasión de Irak el 20 de marzo de 2003. Esta acción militar fue realizada por Estados Unidos, Gran Bretaña, España, Italia y otros países aliados, sin autorización de las Naciones Unidas. Estados Unidos sostuvo que la invasión era indispensable debido a que Irak poseía armas de destrucción masiva ocultas. La invasión desencadenó una cruenta guerra, con cientos de miles de muertos, y causó el derrocamiento del gobierno encabezado por Saddam Hussein el 9 de abril de 2003. Una vez controlado el país no se encontraron armas de destrucción masiva. Estados Unidos sostuvo entonces que la razón de la invasión se debía a que existían informaciones de inteligencia que permitían suponer que Saddam Hussein mantenía relaciones secretas con Al-Qaeda.

Desde entonces varios grupos iraquíes opositores a la invasión han organizado un movimiento de resistencia que se ha mostrado muy activo en la realización de ataques contra objetivos militares. Paralelamente, luego de la invasión, Al Qaeda también se ha podido instalar en Irak, en donde realiza fundamentalmente atentados de naturaleza terrorista.

CAPITULO 4

REFLEXIÓN CRÍTICA A LA PROPAGANDA NAZI vs. PROPAGANDA ACTUAL

4.1 El Discurso: Herramienta Metodológica.

Una herramienta metodológica esencial para llevar a cabo este trabajo fue el Análisis de Discurso, y de acuerdo a lo que señala atinadamente Eva Salgado sobre este instrumento dice:

“Aunque esta postura ecléctica de analizar el discurso tal vez parezca, riesgosa, poco dogmática o incluso aberrante para algunos, creo que es una forma válida de aproximarse a la implacable necesidad de diseccionar el habla para desandar el camino”.³⁶

Y que mejor que a través de estos análisis, los comunicólogos puedan tener una visión más generalizada de cómo analizar todo tipo de discurso, en el cual nos vemos envueltos diariamente.

Pero, antes de tomar decisiones aventuradas, ¿QUÉ ES EL DISCURSO?

El discurso es pan nuestro de todos los días.³⁷

Rosa María Valles, afirma que a través del lenguaje, “herramienta del discurso” podemos, solicitar, negar, polemizar etcétera y dar a sí sentido a nuestra vida. Con los discursos logramos referirnos a nuestra propia realidad y darle sentido, o en el mejor de los casos modificarla

El termino *discurso* es complejo. Se puede afirmar que es una expresión lingüística, “un evento comunicativo”, un “hecho social”, o “lenguaje en uso”.³⁸

³⁶ Eva Salgado, El Discurso del Poder: Informes presidenciales en México (1917-1946) México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social CIESAS y Miguel Ángel Porrúa, 2003 Pág.46

³⁷ Rosa María Valles Ruiz, La columna política en México, Una propuesta de análisis ante las elecciones presidenciales del 2 de Julio de 2000; 2004 Pág.65

³⁸ Ib.

Por su parte Gilberto Giménez señala que se entiende por *discurso* “toda práctica enunciativa considerada en función de sus condiciones sociales de producción, que son fundamentalmente condiciones institucionales, ideológico-culturales e histórico-coyunturales”.³⁹ Condiciones las que determinan la última instancia “lo que puede y debe ser dicho (articulado bajo la forma de un sermón, de panfleto, de una exposición, de un programa, etcétera) a partir de una posición determinada en una coyuntura determinada”.⁴⁰

Giménez, menciona que el discurso debe verse como una práctica social, la cual implica, saber en primer lugar, que todo discurso se inscribe en un proceso social de producción discursiva asumiendo una posición determinada dentro del mismo; otra parte importante que hay que conocer del discurso es que éste se remite “a una premisa cultural”, lo que en pocas palabras constituye “la formación ideológica” de determinada sociedad, por último y no menos importante, es entender que la práctica social de que habla la autora, se ritualiza a través de los contextos sociales en lo que se ubique el discurso.

Eva Salgado menciona que el discurso escrito, tiene una gramática elaborada aun más que el discurso oral.

Así y solo de esta manera situamos al *texto*, como la manifestación concreta de un discurso. “Un texto será entonces un discurso oral o escrito, breve o largo con un principio un fin. El discurso textualmente manifestado ya no se presenta como proceso de producción lingüística, sino como producto de actividad lingüística.”⁴¹

Textos que servirán al análisis de discurso propuesto para esta investigación, no sin antes delimitar y definir Al análisis del Discurso.

4.2 EL ANÁLISIS DEL DISCURSO

Según Salgado podemos definir al análisis del discurso como:

“...Reconocimiento científico de los usos sociales del lenguaje humano y, por extensión, al de otros lenguajes creados por el hombre.”

Ofrece una mayor viabilidad de captar ciertas dimensiones de la realidad social, como la ideología y la política.”⁴²

Podemos concebir, a partir de las afirmaciones de Silvia Gutiérrez, que el Análisis de discurso puede también puede ser definido como:

“El análisis del discurso, concebido desde una perspectiva teórico-metodológica, aquel que vincula lo discursivo con lo ideológico, nos permite conocer y

³⁹ Henry Pécheux, citado en Gilberto Giménez , El análisis del discurso; Módulo V Ideología, poder y estrategias discursivas, / El análisis del discurso político-jurídico UAM 2002 Pág. 32

⁴⁰ Ib. Pág. 32

⁴¹ Eva Salgado, Op. Cit , Pág. -38

⁴² Ib. Pág. 39

describir no solamente lo que dice el emisor de determinados discursos, sino también el contexto y la situación coyuntural en que son emitidos.”⁴³

El análisis del discurso se basa en diferentes disciplinas como la semiótica, la lingüística, la filosofía del lenguaje, la lingüística del texto y la retórica del lenguaje, dichas disciplinas ayudan a formar y a formular los diversos significados que contribuyen a una interpretación teórico- sustentable.

El Discurso Político

“La política actual se hace, cada vez más, de cara al público y, en consecuencia, utiliza como medio la palabra hablada y escrita.” Max Weber ⁴⁴

Por su parte Giménez plantea que el discurso político es “el discurso producido dentro de la *escena política*, es decir, dentro de los aparatos donde se desarrolla explícitamente el juego del poder”.⁴⁵

Gutiérrez presenta las características que un discurso político contiene:

La primera de ellas a través de un discurso estratégico, que define propósitos, medios y antagonistas.

El segundo, es quien lo sustenta, éste no solo se limita a informar o transmitir una convicción, también, expresa públicamente un compromiso y asume una posición.

Y el tercero, es aquel que no se dirige a convencer el adversario, sino a reconocer, distinguir y confirmar a los partidarios y atraer a los indecisos.⁴⁶

La importancia de los discursos políticos radica principalmente, en son más de *contexto, que de texto*,⁴⁷ tal como menciona Salgado, y que a partir de esta enunciación, las circunstancias son particularmente imprescindibles.

“Aquellas expresiones escritas, orales y corporales que denotan un significado para quién lo ve y escucha, y que basándose en diferentes técnicas se logra una mayor y mejor comprensión del mensaje, de los significados que oculta o exalta, de lo que en realidad se pretende decir y no se dice, o bien de lo que se dice y se expresa de otra forma.”

⁴³ Silvia Gutiérrez, El análisis del discurso: Módulo V Ideología, poder y estrategias discursivas, / El Discurso Político , Reflexiones Teórico- Metodológicas UAM 2002 Pág.44

⁴⁴ Citado en Eva Salgado, Op Cit Pág.

⁴⁵ Gilberto Giménez, Op Cit Pág. 34

⁴⁶ Silvia Gutiérrez Op Cit. Pág. 47

⁴⁷ Salgado, Op Cit. Pág.

4.3 EL CORPUS

El *corpus* representa la aplicación de las herramientas teóricas-metodológicas⁴⁸ que se diseñaron para realizar esta investigación.

El análisis se llevó a cabo a través de las propuestas de tres autores que he considerado pertinentes para el objeto de esta investigación y que han de servir al lector para una mayor comprensión, del objeto de estudio como su aplicación.

La manera y la forma se describen a continuación.

Los discursos seleccionados para el análisis son:

Joseph Goebbels	"Declaración de Guerra Total" el 18 de febrero de 1943
George W. Bush	"Declaración de Guerra frente a Ataques Terroristas" 11 de Septiembre 2001

El primero, se encuentra ubicado en la Segunda Guerra Mundial. Goebbels había concebido su discurso como una especie de plebiscito sobre la Guerra Total planteando diez preguntas, que se resumían a preguntar al pueblo alemán si aceptaba cargar sobre sus espaldas los más duros sacrificios con tal de alcanzar la victoria.

Cuando ya era de dominio público la derrota de Stalingrado, Goebbels logró en la opinión pública hacer creer que era necesaria una guerra total antes de que supieran la verdad.

Por su parte Bush, tras los sucesos del 11 de Septiembre, en la ciudad de New York, se pronuncio contra los atentados terroristas que aquejaban al país vecino, y así declaro al mundo en una alerta total contra Medio Oriente.

Por medio de la Televisión Bush logro al igual que Goebbels, hacer al pueblo americano que no habría otro remedio más que la guerra.

Estos discursos se tomaron en cuenta debido a que son hechos comprobables.

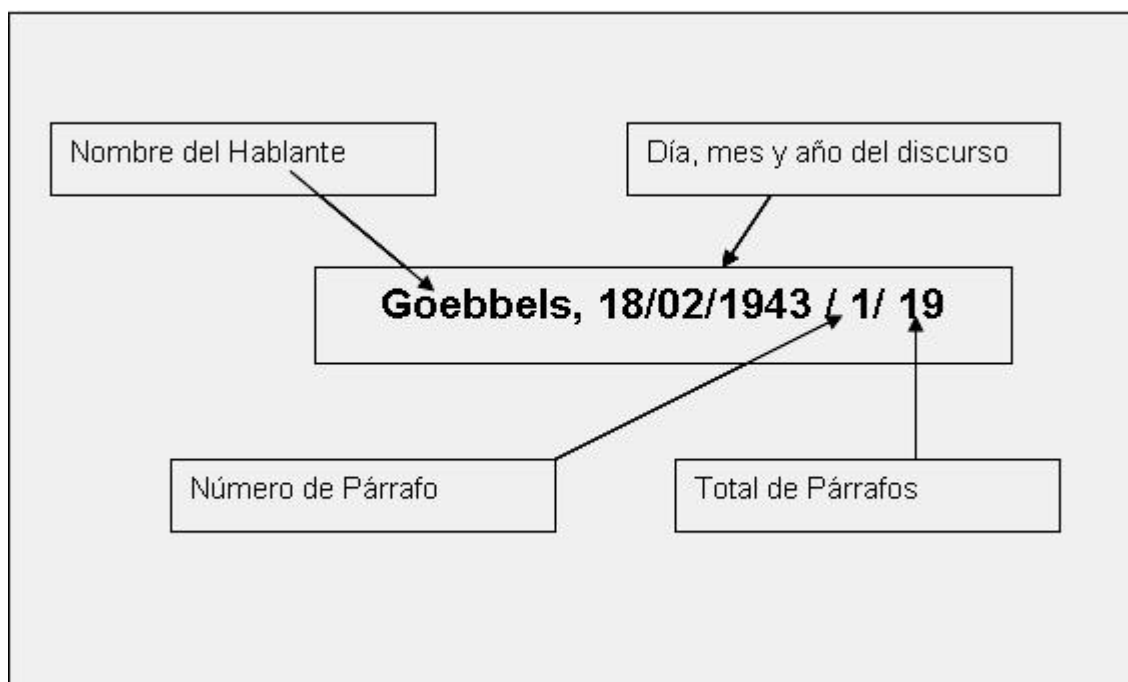
Ambos discursos son de índole política, los dos tienen una macroestructura claramente definida: la introducción o exordio, el cuerpo del discurso y la conclusión, clímax o mensaje final.

⁴⁸ Salgado, Ib. Pág. 39

Salgado opina que para realizar este análisis, es hacerlo mediante la división de unidades menores, como frases, enunciados o actos del habla, para una mayor comprensión de este.

Los discursos elegidos fueron desglosados párrafo por párrafo, con la finalidad de facilitar una mejor comprensión de los textos.⁴⁹

Así al obtener la unidad de análisis o mejor dicho el párrafo, se propuso poner el nombre del hablante, el año en que se pronunció, el número del párrafo y el total de párrafos de cada discurso.



A continuación se muestran los Discursos de Goebbels y de Bush, ejes de este trabajo.

⁴⁹ Proyecto Final de investigación, materia impartida por la Dra. Rosa María Valles, UAEH, julio – diciembre 2005

DISCURSO DE GOEBBELS EN EL PALACIO DE LOS DEPORTES EL 18 DE FEBRERO DE 1943

Declaración de Guerra Total⁵⁰

DISCURSO:⁵¹

—"¿Quieren ustedes la guerra total? "

} 1

—"Si fuera necesario, ¿quieren ustedes una guerra más total y más radical que lo que hoy no podríamos ni siquiera imaginar?"

2

—"El inglés afirma que el pueblo alemán ha perdido la fe en el Führer. ""

—"Yo les pregunto: ..."

—"Yo les pregunto: Es la confianza de ustedes en el Führer más grande, más fiel e inquebrantable que nunca. Están ustedes completa y absolutamente listos para seguirlo donde quiera que él vaya y hacer todo lo que sea necesario para llevar la guerra a un victorioso final?"

} 5

—"Yo les pregunto: Están ustedes listos para de ahora en adelante hacer todo el esfuerzo necesario para proporcionar al Frente del Este todos los hombres y municiones para darle al Bolchevismo el golpe mortal?"

} 6

Yo les pregunto: ¿Toman ustedes el sagrado juramento ante la Patria de mantenerse firmes detrás de ella y que darán todo lo que sea necesario para lograr la victoria final?

} 7

Yo les pregunto: lo juran ustedes, especialmente las mujeres, que quieren que el gobierno haga todo lo posible para estimular a las mujeres alemanas a poner todo su esfuerzo en el trabajo para apoyar el esfuerzo de la guerra, y a alentar a los hombres

} 8

⁵⁰ Discurso publicado en la página web [http // www.exordio.com](http://www.exordio.com)

⁵¹ Sic.

para que vayan al frente cuando sea necesario, ayudándoles así en su lucha en el frente?

Yo les pregunto: Aprueban ustedes las más radicales medidas en contra de ese pequeño grupo de farsantes traficantes quienes pretenden hacer creer que hay paz en medio de la guerra y que usan las necesidades de las naciones para sus egoístas propósitos personales?

9

Están ustedes de acuerdo que aquellos que menoscaban el esfuerzo de la guerra deban perder sus cabezas?

10

Yo les pregunto: que por sobre todo en la guerra, de acuerdo con la plataforma del Partido Nacionalsocialista, ¿los mismos derechos, las mismas obligaciones se les deben aplicar a todos, que la patria deba soportar las pesadas cargas de la guerra y que todo el peso deba ser compartido por todos, por igual, altos y bajos, ricos y pobres?

11

He preguntado. Ustedes me han dado sus respuestas. Ustedes son parte del pueblo, y sus respuestas son las respuestas del pueblo alemán. Ustedes les han dicho a nuestros enemigos lo que deben oír para que no se hagan falsas ilusiones.

12

Ahora, como en las primeras horas de nuestro gobierno y a través de los diez años que siguieron, estamos firmemente unidos en hermandad con el pueblo alemán. El más poderoso aliado en la tierra, el pueblo mismo, se para detrás de nosotros y está determinado a seguir al Führer, pase lo que pase. El pueblo acepta los peores peligros para lograr la victoria. Qué poder en la tierra puede impedirnos alcanzar nuestros propósitos. Ahora debemos, podemos y tendremos éxito. Yo me paro ante ustedes no sólo como el vocero del gobierno, sino como el vocero del pueblo.

13

Mis viejos amigos del partido están aquí a mí alrededor, unidos con los altos oficiales del gobierno y del pueblo. El camarada del partido Speer está sentado cerca de mí. El Führer le ha dado la gran responsabilidad de movilizar la industria alemana de armamento y suministrar al frente todas las armas que necesita. El camarada del partido, Dr. Ley estás sentado cerca de mí. El Führer le ha encargado el liderazgo de la fuerza de trabajo alemana, enseñándoles a trabajar infatigablemente por el esfuerzo de guerra. Nos sentimos profundamente agradecidos con nuestro camarada de partido, Sauckel, quien ha sido encargado por el Führer de llevar cientos de miles de trabajadores del Reich a respaldar nuestra economía nacional, algo que el enemigo no puede hacer. Todos los líderes del partido, el ejército y el gobierno se unen a nosotros también.

14

Nosotros somos hijos de nuestro pueblo, forjados juntos para esta crítica hora de nuestra historia. Nosotros les prometemos, nosotros prometemos al Frente, nosotros le prometemos al Führer, que juntos convertiremos nuestra patria en una fuerza en la que el Führer y nuestros aguerridos soldados pueden confiar ciegamente. Nosotros empeñamos nuestra palabra, que haremos todo lo que sea necesario con nuestra vida y trabajo por alcanzar la victoria. Nosotros llenaremos nuestros corazones con la pasión política, con el fuego inextinguible que flameó durante las grandes luchas del partido y del estado. Nunca durante esta guerra caeremos presa del falso e hipócrita objetivismo, que trajo a nuestra nación alemana tantos infortunios a lo largo de toda su historia.

15

Cuando la guerra comenzó, volteamos nuestros ojos a nuestra nación. Todo aquel que lucha por el triunfo es bueno y debe ser alentado. El que impide el triunfo es malo y debe ser eliminado y desechado. Con los corazones encendidos y la cabeza fría, nos sobrepondremos a nuestros mayores problemas en esta fase de la guerra. Estamos en el camino de la eventual victoria, esa victoria descansa en nuestra fe en el Führer.

16

Esta noche, una vez más, le recuerdo a toda nuestra nación, cuál es nuestro deber. El Führer espera de nosotros que desechemos todo lo que en el pasado nos llevó a las

17

sombras. Nosotros no queremos fallarle. Así como nosotros estamos orgullosos de él, él estará orgulloso de nosotros.

La gran crisis y perturbación de nuestra vida nacional, nos muestra quienes son los verdaderos hombres y mujeres. Nosotros no tenemos derecho de hablar más de sexo débil, porque ambos sexos están mostrando la misma determinación y fuerza espiritual. La nación está lista para todo."

18

—"El Führer ha ordenado y nosotros le obedeceremos. En esta gran hora de contemplación y reflexión nacional, nosotros creemos en la firme e inquebrantable victoria final. La vemos ante nosotros, la vemos y sólo tenemos que tocarla. Debemos estar resueltos a subordinar todo ante ella. Esa es la obligación de todos en esta hora crucial. Hagamos que nuestra consigna sea: ¡Pueblo levántate y haz que la tormenta se desate!.

19

(Las palabras finales de Ministro de Propaganda se perdieron en el estruendo de aplausos y clamores)

EL DISCURSO DEL 11 DE SEPTIEMBRE

Embajada de los Estados Unidos

INFORMACION DE FONDO⁵²

A continuación una traducción del mensaje del presidente⁵³:

Buenas noches. Hoy, conciudadanos, nuestro modo de vivir, nuestra propia libertad fueron atacados en una serie de actos terroristas deliberados y mortíferos. Las víctimas se encontraban en aviones o en sus oficinas -- secretarias, empresarios y empresarias, empleados militares y federales. Madres y padres. Amigos y vecinos.

1

Miles de vidas terminaron súbitamente debido a actos de terrorismo malvado y vil.

2

Las imágenes de los aviones que chocaban contra los edificios, los incendios que ardían, las estructuras enormes que se desplomaban, nos han llenado de asombro, terrible tristeza y una ira callada e inflexible.

3

Estos actos de asesinato masivo se propusieron amedrentar a nuestra nación hasta llevarla al caos y la huida. Pero han fracasado. Nuestro país es fuerte. Un gran pueblo ha sido impulsado a defender una gran nación.

4

Los ataques terroristas pueden sacudir los cimientos de nuestros edificios más grandes, pero no pueden tocar los cimientos de

5

Norteamérica. Estos actos hacen añicos el acero, pero no pueden hacer mella en el acero de la resolución norteamericana.

6

Norteamérica fue tomada como blanco porque somos la luz de libertad y oportunidad más brillante del mundo. Y nadie va a impedir que esa luz brille.

⁵² Distribuido por la Oficina de Programas de Información Internacional del Departamento de Estado de Estados Unidos. Sitio en la Web: <http://usinfo.state.gov/espanol>) ó www.whitehouse.gov

⁵³ Sic.

Hoy, nuestra nación contempló el mal, lo peor de la naturaleza humana, y respondimos con lo mejor de Norteamérica, con el arrojo de nuestros socorristas, con la simpatía afectuosa de extraños y vecinos que vinieron a donar sangre y ayudar en todo lo que podían.

7

Inmediatamente después del primer ataque, puse en vigor los planes de respuesta de emergencia de nuestro gobierno. Nuestras fuerzas armadas son poderosas y están preparadas. Nuestros equipos de emergencia trabajan en la ciudad de Nueva York y en Washington, D.C., para colaborar con los esfuerzos de rescate locales.

8

Nuestra primera prioridad es ayudar a aquéllos que han sido heridos y tomar todas las precauciones para proteger de otros ataques a nuestros ciudadanos, en el país y en todo el mundo.

9

Las funciones del gobierno continúan sin interrupción. Las agencias federales en Washington que tuvieron que ser evacuadas hoy, reabren esta noche con el personal esencial y estarán abiertas mañana.

10

Nuestras instituciones financieras siguen siendo fuertes, y la economía norteamericana también estará abierta para trabajar.

11

Está en marcha la búsqueda de los que están detrás de estos actos malvados.

12

He asignado la totalidad de los recursos de nuestras comunidades de inteligencia y ejecución de la ley a encontrar a los responsables y llevarlos ante la justicia. No distinguiremos entre los terroristas que cometen estos actos y aquéllos que los acogen.

13

Les agradezco mucho a los miembros del Congreso que se han unido a mí para condenar vigorosamente estos ataques. Y, en nombre del pueblo norteamericano, agradezco a los muchos líderes mundiales que han llamado para ofrecer sus condolencias y ayuda.

14

Norteamérica y nuestros amigos y aliados se unen a todos aquéllos que desean la paz y la seguridad en el mundo, y estamos juntos para ganar la guerra contra el terrorismo.

15

Esta noche, les pido que recen por aquéllos que padecen aflicción, por los niños cuyo mundo ha quedado destrozado, por todos aquéllos cuyo sentido de seguridad se ha visto amenazado. Y ruego para que sean confortados por un poder más grande que cualquiera de nosotros, que habla a través de los tiempos en el Salmo 23: "Aunque camine por el valle de sombra de muerte, no temeré, porque Tú estás conmigo".

16

Este es un día en el que todos los norteamericanos, de todas las clases sociales, nos unimos en nuestra resolución de alcanzar la justicia y la paz. Norteamérica ha derribado antes a sus enemigos, y lo haremos así esta vez.

17

Nadie debe olvidar este día, pero seguimos adelante para defender la libertad y todo lo que es bueno y justo en nuestro mundo.

18

Gracias. Buenas noches, y que Dios bendiga a Norteamérica.

19

Debido a que lo primordial en este trabajo es el análisis del discurso en las estrategias propagandísticas de los discursos ya mencionados como fenómeno actual y de trascendencia, los sometí a cuatro distintos planos de análisis que permitieran una visión global para considerar su significado y la forma y el tratamiento que se da a través del discurso.

CAPITULO 5

EL ANÁLISIS

La eficacia de un mensaje (su capacidad de atraer, de convencer, de maravillar, de seducir, de divertir...) se juega en los detalles.

Roland Barthes

Prieto Castillo⁵⁴ expone que “todo acto discursivo” significa, una selección de términos y una combinación de los mismos, a la vez que una selección de temas. Y cada tipo de discursos, sea de los grandes espacios de mensajes, de ciertos mensajes, de emisores genéricos, de individuos incluso, tiene más o menos cristalizados de seleccionar y combinar los recursos del lenguaje.

Recordemos que entre los usos del lenguaje se encuentran las funciones de Roman Jakobson (uso referencial indicativo, valorativo, explicativo, apelativo, expresivo poético y lúdico) y que tienen lugar indispensable en cualquier tipo de discurso.

5.1 El Análisis Estilístico

Prieto señala que existen cuatro planos de análisis: el primero de estructuras básicas, el narrativo, estilístico, y por último el ideológico. El caso particular que he abordado es el **Análisis Estilístico**, al que Prieto denomina como “la selección de términos, la construcción del lenguaje de los enunciados, su combinación de los mismos constituye el espacio privilegiado del estilo, en lo que a detalles se refiere.”

El análisis estilístico utiliza frecuentemente los usos poético y lúdico del lenguaje, en lo que se refiere al primero, es el que se centra en el mensaje mismo, (trabajo sobre los signos) y lúdico al que se centra en el emisor y el discurso. Y en ellos se encuentran una “serie de recursos expresivos” destinados a enfatizar, disimular, reiterar, crear suspenso, exagerar, embellecer, confrontar, generalizar etc.

Entonces, para el presente trabajo solo se ocuparán los recursos expresivos, que el discurso posee, entre ellos se encuentran:

⁵⁴ Daniel Prieto Castillo, La fiesta del Lenguaje; México: Ediciones Coyoacán S. A. de C. V. 2000 PP. 163-164

Universalización

La cual consiste básicamente a hacer y generalizar, ya sea a un grupo determinado, sexo, profesión. Las expresiones que utiliza son “todos”, “ninguno” o utilizando formas genéricas: el hombre, la mujer, el niño, el indígena.

Una de sus funciones principales atribuir una sola característica a numerosos grupos, así se puede llegar al estereotipo, al prejuicio, (racismo, machismo).

Vía del ejemplo

Ayudado por el concepto anterior éste pretende inducir algo, es decir; generalizar algo a través de una sola experiencia.

Su función sirve para promoción de personajes que pretenden alcanzar prestigio social, en determinadas actividades y contextos.

Redundancia

Basada en la repetición, ayuda a la comprensión del mensaje de manera reiterativa, para dar énfasis sobre lo que se quiere decir.

Encontramos término como: tú, tú, tú, por uso de sinónimos, por reiteración

Personalización

Supone el empleo de la segunda persona par identificar al destinatario de nuestros mensajes. Es eficaz cuando pretendemos atraer la atención, resaltar a quien nos escucha, dar órdenes.

Sus formas más comunes son: “tú”, “usted” y que le dan correspondencia a quien nos escucha, como si el mensaje se dirigiera a cada uno de nosotros.

Despersonalización

Aquí, el discurso se orienta hacia un determinado destinatario, se dan afirmaciones con cierto grado de validez, pero como señala Prieto Castillo no son atribuidas a sujeto alguno.

Sus formas comunes son: “hay que”, “se debe de” “es preciso”, “se piensa”.

Las cuales pretenden mostrar que frente a ellas no debe existir crítica o desacuerdo. Adquieren validez universal, no dichas por nadie, pero aceptadas y justificadas.

Inclusión

El emisor se involucra en lo que dice, como si él mismo realizará la acción, así encontramos frases como: “iremos todos” “resolveremos juntos el problema”, “todos somos miembros de la grana familia emisora”.

La pregunta

Una interrogación que sirve para enfatizar algo durante un dialogo o exposición y que no espera respuesta. Existen distintos tipos de preguntas, de acuerdo a la intención del autor:

- ¿Es posible que no hayas hecho eso? Pregunta dirigida a plantear una duda.
- ¿Acaso no iras? Conminación (exhortar hacia algo o alguien)
- ¿Nadie me ayudará? Implica mover la compasión
- ¿Entonces, tú lo hiciste? Reconocimiento o desenlace

A través de la pregunta se abren diálogos, se presentan y se dan alternativas, se interroga.

Amontonamiento

Ésta consiste en una reunión de palabras para describir o enfatizar algo. Puede darse a través de sustantivos, adjetivaciones, de calificaciones o por formas verbales.

Figuras: comparación, metáfora, hipérbole, antítesis.

Rodeo de palabras que enfatizan algo, le dan color, y realce en lo que se quiere decir. Entre ellas se encuentran:

1. Comparación

Relaciona dos elementos para dar mayor realce, su claridad no deja duda de quien lo ve y lo escucha.

2. Metáfora

En ella se expresa elementos que mediante el lenguaje directo no tienen mayor sentido, embellece la expresión y enfatiza lo que se quiere decir.

3. Hipérbole

Exageración del lenguaje para resaltar lo que se quiere decir.

4. Antítesis

Confrontación de los personajes, hechos, cualidades, objetos a los que se les atribuyen ciertas características. Suele usarse para exaltar o resaltar mejor lo grotesco lo ridículo.

Sentido de la oportunidad

Se emplea cuando se quiere cambiar intencionalmente el sentido de una palabra (cuando pronunciamos mal, cuando contestamos con burla, o con doble sentido). En los discursos políticos se utilizan refranes populares para ejemplificar algo.

Inferencia inmediata

A partir de un indicio se originan una serie de explicaciones o causas. Intenta juzgar algo complejo de una manera simple.
"Si sale de noche es por algo malo está haciendo

5.1.1 APLICACIÓN DEL ANÁLISIS ESTILÍSTICO

UNIVERSALIZACIÓN

Encontramos frecuentemente a la universalización, generalizando a toda la población alemana como son los siguientes ejemplos:

Goebbels 18/02/1943/02/19

“no podríamos...”

Goebbels 18/02/1943/05/19

“Todo lo que sea”

O en caso de Bush 11/09/2001/01/19 cuando afirma que:

“Nuestro modo de vivir, nuestra propia libertad”

Bush 11/09/2001/02/19

“Miles de vidas”

A través de la frases “todos” y a la magnificación que hace “miles”, los dos discursos impactan, a la población para ejercer en ellos un juicio inmediato.

Juicios que alteran las percepciones de las masas, entre ellos los “racistas”, que conllevan a la agresión y odio, pues los consideran una amenaza inminente para la sociedad.

En Goebbels 18/02/1943/12/19 vemos que textualmente dice:

“a nuestros enemigos”

Y en Bush 11/09/2001/06/19 la forma indirecta pero general de crear un pensamiento general de guerra hacia alguien que no se conoce:

“somos la luz, y nadie va impedir”

Una forma de crear universalización es a través de las formas genéricas que menciona Prieto Castillo, entre ellas podemos localizar:

En Goebbels 18/02/1943/06/19:

“las mujeres, .las mujeres alemanas, los hombres”

Goebbels 18/02/1943/11/19

“Por todos, por sobre todo, Altos y bajos, ricos y pobres”

Bush 11/09/2001/09/19

“Nuestra primera, a nuestros ciudadanos”

Bush 11/09/2001/17/19:

“todos los norteamericanos nos unimos en nuestra resolución”

Bush 11/09/2001/16/19

“los niños”

Por un lado, Goebbels hace una clara especificación de “”todos” los que contribuyen en tiempos de guerra y Bush “generaliza” sin especificar, pues es bien sabido que un gran porcentaje de la población norteamericana debido a la migraciones constantes de diferentes países del mundo.

A partir de la Universalización podemos estereotipar personas cosas u objetos que son perfectamente visibles en **Bush 11/09/2001/04/19:**

“nuestra nación hasta llevarla al caos y la huida”

“Nuestro país es fuerte.”

“Un gran pueblo una gran nación”

No así en Goebbels quien prefiere en lugar de estereotipar, hacer inclusiones generalizadas como si el pueblo hablará a través de él y así demostrar indirectamente la fortaleza del pueblo alemán.

Goebbels 18/02/1943/15/19

“nuestro pueblo, nuestra historia, Nuestra patria, nuestros aguerridos”

“soldados, nuestra palabra, nuestra vida, nuestros corazones, Nunca, “

“Nuestra nación, toda su historia”

En ambos discurso existe una generalización hiperbólica sobre la “nación”, se genera una exaltación patriótica sobre el estado e inclusive se tomas decisiones en nombre de él.

Goebbels 18/02/1943/17/19 apunta:

“toda nuestra nación, nuestro deber”

Goebbels 18/02/1943/13/19

“nuestro gobierno, estamos, nosotros, nuestros propósitos”

Goebbels 18/02/1943/16/19

“nuestros ojos, nuestra nación, Todo aquel nuestros mayores, nuestra fe, nuestros ojos, nuestra nación”

Bush sigue el ejemplo de Goebbels cuando apela:

Bush 11/09/2001/07/19

“nuestra nación, Y respondimos, nuestros socorristas”

Bush 11/09/2001/08/19

“de nuestro gobierno, nuestras fuerzas, nuestros equipos”

Distinguimos en la generalización el nombramiento de personajes, situaciones o hechos, en los cuales el ciudadano promedio debe sentirse identificado por las generalizaciones o características que poseen.

Goebbels 18/02/14/19

“con nuestro camarada, nuestra economía nacional, algo que el enemigo no puede hacer”

Bush 11/09/2001/09/19

“a nuestros ciudadanos”

Bush 11/09/2001/03/19

“nos han llenado de asombro”

Universalizar puede significar apropiarse de algo a partir de lo que otros dicen, ya que en nuestra vida cotidiana no se exprese en esta forma:

Goebbels 18/02/1943/18/19

“nuestra vida”

Goebbels 18/02/1943/19/19

“nuestra consigna”

Bush 11/09/2001/11/19

“Nuestras instituciones”

Bush 11/09/2001/13/19

“nuestras comunidades, no distinguiremos”

Bush 11/09/2001/15/19

“Nuestros amigos, estamos juntos”

Ordinariamente no nos pasamos diciendo, nuestro país siempre decimos México, otro ejemplo común es cuando que “nuestros amigos” es porque estamos hablando en plural otros entes, todo el tiempo decimos “mis amigos”, por muy simples que pareciesen esta frases, tienen una carga emocional muy fuerte para quien los oye debido a que indirectamente se recurre a lo que en las líneas siguientes ejemplificaremos como inclusión.

Mientras tanto en Bush se localizan dos ejemplos que llevan cierto grado de universalización-inclusión, en los que se invita a las masas a participar en hecho de unidad y “rencor” emoción que regularmente no se “olvida.”

Bush 11/09/2001/17/19

“todos los norteamericanos nos unimos en nuestra resolución”

Bush 11/09/2001/18/19

“Nadie debe olvidar, pero seguimos, en nuestro mundo”

VÍA DEL EJEMPLO

Como vía de ejemplo entenderemos todo aquello que lleve a una inducción sobre experiencias personales que se dan como verdaderas y aceptables:

Goebbels 18/02/1943/ 14/19 utiliza la siguiente frase al decir:

“El Führer le ha dado la gran responsabilidad, El Führer le ha encargado el liderazgo de la fuerza, Sauckel, quien ha sido encargado por el Führer de llevar cientos”

Bush 11/09/2001/04/19

“Un gran pueblo ha sido impulsado a defender una gran nación”

Bush 11/09/2001/08/19

“Nuestras fuerzas armadas son poderosas y están preparadas”

En el primer argumento, el Führer otorga a “Sauckel” un alto grado de responsabilidad, puede ser que su capacidad fuera conocida solo en el ámbito militar, pero en lo social Hitler era más conocido y él encargaba a alguien en algún

puesto, lucha o encomienda era lo mejor, porque el jefe máximo lo decía. A pesar de no saber si como funcionario público era un blandengue que solo servía de parapeto respecto a los fines de Goebbels o el mismo Hitler.

Por su parte Bush indica un alto grado de pedantería que hace pensar en la creencia de que los norteamericanos son la “potencia” indestructible del mundo.

Existen otros argumentos en ambos discursos que nos llevan a pensar en la vía de ejemplo y que podrían pasar desapercibidos para quien los escucha:

En Goebbels 18/02/1943/11/19 vemos que:

“de acuerdo con la plataforma del Partido Nacionalsocialista”

Así Bush 11/09/2001/18/19 declara:

“para defender la libertad y todo lo que es bueno y justo en nuestro mundo”

¿Acaso el ciudadano promedio puede saber cuales son los planteamientos ideológicos de un partido? O determinar ¿Qué es lo bueno y lo justo?

En relación a la pregunta uno, puede que exista el ciudadano informado conciente de su entorno y la manera en que es afectado, o simplemente que sea un integrante del partido y tenga un pleno conocimiento de sus directrices, pero no es así con la mayoría.

Respecto al siguiente cuestionamiento, es necesario aclarar que la verdad es un concepto ilimitado demasiado abstracto y que depende en la forma de pensar de cada individuo y del entorno geográfico, social, político y cultural que lo rodea. Lo mismo sucede con lo bueno y lo justo, porque lo que es para uno, no es para los otros.

Sin embargo estas afirmaciones abstractas inducen a formular ideas con base a sus experiencias lo bueno y lo malo, y optan por ponerse de acuerdo o en contra del tal o cual situación.

Hace poco más de 50 de años el valor de las palabras era innegable, el nacionalismo estaba a flor de piel, debido a los constantes movimientos que implicó la Segunda Guerra Mundial y era común inducir a la población a actuar en el frente militar:

Goebbels 18/02/1943/07/19 cita por ejemplo:

“Toman ustedes el sagrado juramento ante la Patria”

Goebbels 18/02/1943/15/19

“nosotros prometemos al Frente, nosotros le prometemos al Führer, que juntos convertiremos nuestra patria en una fuerza en la que el Führer y nuestros aguerridos soldados pueden confiar ciegamente.”

Si el Führer es exitoso en lo que realiza por lo tanto nosotros también lo seremos si y solo si nos unimos a la guerra.

Acaso los norteamericanos sabían en que consistía la resolución norteamericana, si lo hubieran sabido, ¿hubieran aceptado lo propuesto por Bush?

Todo que sea en nombre de la paz, la justicia es bueno, porque generalmente nuestra connotación, desde que tenemos uso de razón, marca una dualidad constante y si toda nuestra vida hemos “entendido lo bueno como lo mejor” entonces nos sentimos amenazados y el que alguien lo diga en nombre de todos lo hace “bueno y justo a nuestros ojos.”

Bush 11/09/2001/05/19

“La resolución norteamericana”

Bush 11/09/2001/09/19

“Tomar todas las precauciones para proteger de otros ataques a nuestros ciudadanos, en el país y en todo el mundo.”

Bush 11/09/2001/13/19

“encontrar a los responsables y llevarlos ante la justicia”

Las mecánicas de ambos discursos giran entorno a lo que cada uno de los hablantes menciona respecto al estado, al pueblo y así mismo, lo que se supone es correcto y camino que debieran seguir.

Goebbels 18/02/1943/08/19

“el gobierno haga todo lo posible para estimular a las mujeres alemanas”

Bush 11/09/2001/14/19

“para condenar vigorosamente estos ataques”

Bush 11/09/2001/17/19

“de alcanzar la justicia y la paz”

Goebbels 18/02/1943/16/19

“esa victoria descansa en nuestra fe en el Führer”

REDUNDANCIA

Como mencioné en líneas anteriores, la redundancia no es otra cosa que la repetición constante para que el mensaje cobre la fuerza que requiere cualquier acto discurso. Enfatizar sobre un punto determinado da más credibilidad al hecho.

Goebbels y Bush no reparan sobre este recurso expresivo, los dos incitan la guerra una y otra vez. Goebbels presentó una repetición 7/19 párrafos mientras que Bush 5/19, las suficientes para persuadir a dichos auditorios.

Goebbels 18/02/1943/05/19 :

“Hacer todo lo que sea necesario”

Goebbels 18/02/1943/06/19:

“hacer todo el esfuerzo necesario”

Goebbels 18/02/1943/07/19:

“Lo que sea necesario”

Goebbels 18/02/1943/08/19:

“alentar a los hombres para que vayan al frente cuando sea necesario”

“Necesario” se convierte en una palabra que no encuentra un concepto, pues no define que o cuales son sus límites de acción.

Aspecto repetitivo en Bush y que se denota de la siguiente manera:

Bush 11/09/2001/01/19

“actos terroristas deliberados y mortíferos”

Bush 11/09/2001/02/19

“actos de terrorismo malvado y vil”

Bush 11/09/2001/04/19

Estos actos de asesinato masivo

Bush 11/09/2001/05/19

“Los ataques terroristas”

Bush 11/09/2001/12/19

“de estos actos malvados”

Existe una clara repetición de la palabra “terrorismo” que tampoco se aclara, se delimita a creer de primera mano que son extranjeros o de medio oriente como se dijo, coloquialmente “se lavan las manos” echándoles la culpa a otros, para que en

primer lugar no exista reclamo alguno y no se sospeche del gobierno mismo en la fabricación del incidente.

Por otro lado, la redundancia tiene un efecto doble, es decir, tiene que demostrar la unidad y el valor de una nación para ir a la guerra, la repetición sobre determinados valores induce al individuo a actuar.

Como lo fue el caso de Goebbels, cuando señaló que:

Goebbels 18/02/1943/15/19

“alcanzar la victoria”

Goebbels 18/02/1943/16/19

“la eventual victoria, esa victoria”

Goebbels 18/02/1943/17/19

“Esta noche, una vez más”

Goebbels 18/02/1943/16/19

“creemos en la firme e inquebrantable victoria final”

La redundancia es una herramienta poderosa de la persuasión en los discursos políticos como los mencionados periódicamente.

PERSONALIZACIÓN

Uno de los factores que influyen sobre la efectividad de los mensajes es la manera de dirigirlos hacia un público determinado.

Sería extraño, tedioso y aburrido escuchar gente que no se dirige a nosotros como habitualmente lo hacemos con las personas. Los discursos de este trabajo tuvieron una alta certeza de acción sobre la población a la que fueron dirigidos, utilizando la personalización del habla.

Encontramos así:

Goebbels 18/02/1943/ 01/19

“¿Quieren ustedes....?”

Bush 11/09/2001/01/19

Conciudadanos, Madres y padres. Amigos y vecinos

Goebbels 18/02/1943/02/19

¿Quieren ustedes una guerra más total?

Bush 11/09/2001/09/19

“Nuestra primera prioridad es ayudar”

Goebbels 18/02/1943/05/19

¿Es la confianza de ustedes en el Führer, Están ustedes completa y absolutamente listos?

Lenguaje que va directamente a las masas como si Bush o el propio Goebbels estuvieran hablando enfrente de uno, como si compartieran sus altos y graves problemas con personas comunes, haciéndonos partícipes de lo que sucede o esta por venir .

Goebbels 18/02/1943/06/19

¿Están ustedes listos?

Bush 11/09/2001/14/19

Les agradezco mucho a los miembros del Congreso que se han unido a mí, agradezco a los muchos líderes mundiales

Goebbels 18/02/1943/07/19

¿Toman ustedes el sagrado juramento?

Bush 11/09/2001/16/19

“Les pido que recen, Y ruego para que sean confortados”

Goebbels 18/02/1943/08/19

“Lo juran ustedes”

A través de la despersonalización nos ubicamos a en una línea de acción, todos somos participantes o cómplices.

Bush 11/09/2001/08/19

“puse en vigor los planes de respuesta de emergencia”

Goebbels 18/02/1943/17/19

“Les recuerdo a toda”

Bush 11/09/2001/19/19

“Dios bendiga a Norteamérica”

Goebbels 18/02/1943/19/19

“esa es obligación de todos”
“pueblo levántate”

En los anexos, se pueden encontrar por lo menos cinco ejemplos más sobre este recuso expresivo, con la finalidad de no cansar al lector debido que son ejemplos similares.

DESPERSONALIZACIÓN

Si el recuso anterior solicita una interacción entre emisor y receptor de manera que exista una ligera línea de separación, ésta implica a través el método para indicar lo que debe hacerse o lo que se supone debe ser, vulgarmente decimos se sueltan al aire y será responsabilidad de cada uno llevarlas a cabo o no.

Goebbels 18/02/1943/06/19

“...para proporcionar al Frente del Este todos los hombres y municiones para darle al Bolchevismo el golpe mortal?”

Goebbels 18/02/1943/07/19

“... y que darán todo lo que sea necesario para lograr la victoria final?”

Bush 11/09/2001/12/19

¿Está en marcha la búsqueda de los que están detrás de estos actos malvados?

Prieto Castillo señala que en este recuso es muy común encontrar “imperativos morales”, es decir, lo que se debe hacer, sin que alguien en específico lo diga.

Goebbels 18/02/1943/10/19 maneja las siguientes frases:

“deban perder sus cabezas”

Goebbels 18/02/1943/11/19

“se les deben aplicar a todos, la patria deba soportar las pesadas cargas, todo el peso deba ser compartido por todos.”

Si nos percatamos de lo que expresó, él no se hace responsable de tales actos, los menciona como responsabilidad colectiva.

En Bush 11/09/2001/15/19 por ejemplo notamos la misma condición al explicar:

“Se unen a todos aquellos que desean la paz y la seguridad en el mundo”

Bush 11/09/2001/16/19

“Todos aquéllos cuyo sentido de seguridad se ha visto amenazado”

¿A qué países se refería exactamente? Los deseos colectivos no dicho por nadie adquieren un alto grado de validez, como si dijéramos que todos deseamos ser felices, habrá grupos que estén de acuerdo, habrá otros que no tengan problema alguno.

La paz mundial es un concepto colectivo que posee diferentes connotaciones de acuerdo al tiempo y al país del que se hable. No se desdeña la importancia de la frase dicha por Bush, sin embargo no es un concepto que este en sus planes de expansión.

Goebbels 18/02/1943/12/19 presenta una personalización- despersonalizada, es decir muestra una forma de dirigirse a las personas pero del mismo modo las implica en lo que se debe decir:

Prueba de ello son las siguientes muestras:

“Ustedes me han dado sus respuestas, Ustedes son parte del pueblo, sus respuestas son las respuestas del pueblo alemán, Ustedes les han dicho lo que deben oír”.

Goebbels 18/02/1943/13/19

“El pueblo acepta los peores peligros para lograr la victoria

¿Qué es todo? Como se define en un universo tan complejo y cambiante, acaso los alemanes sabía que implicaba dicha frase o mejor aún en la actualidad, lo americanos sabían quien estaba detrás de todo.

Goebbels 18/02/1943/18/19

“La nación está lista para todo”

Bush 11/09/2001/06/19

Y nadie va a impedir que esa luz brille

La despersonalización implica en el individuo la toma de decisiones respecto a algo o alguien, y en la mayoría de los casos el que otros formulen y tomen decisiones por nosotros resulta provechoso y de poco esfuerzo mental. Es por ello, que vemos diariamente recursos expresivos en todo momento desde un anuncio de televisión hasta discursos como lo que he venido desarrollando.

INCLUSIÓN

Los discursos presenta “al sujeto que se involucra sobre un hecho o una acción”, mediante éstos hallamos frases integradoras a nuestra realidad o al menos se pretende hacer creer que esto es cierto.

Sin duda alguna Goebbels es un maestro hábil en relación a este recurso:

Goebbels 18/02/1943/13/19

“Estamos firmemente unidos, está determinado a seguir al Führer, pase lo que pase, Ahora debemos, podemos y tendremos éxito”

Goebbels 18/02/1943/15/19

“Nosotros somos hijos de nuestro pueblo, forjados juntos, Nosotros les prometemos, nosotros prometemos al Frente, nosotros le prometemos al Führer, Juntos convertiremos, Nosotros empeñamos, haremos todo lo, Nosotros llenaremos, “

Y que decir de Bush éste no se queda atrás dicho recurso resulta provechoso:

Bush 11/09/2001/01/19

“conciudadanos”

Bush 11/09/2001/03/19

“Nos han llenado de asombro, terrible tristeza y una ira callada e inflexible”

Este recurso habla por sí solo y lo ejemplos no pueden esperar:

Goebbels 18/02/1943/14/19

“Nos sentimos profundamente agradecidos, los líderes del partido, el ejército y el gobierno se unen a nosotros”

Bush 11/09/2001/04/19

“Nuestro país es fuerte”

Goebbels 18/02/1943/16/19

“nos sobrepondremos, Estamos, volteamos nuestros ojos”

Bush 11/09/2001/06/19

“Norteamérica fue tomada como blanco porque somos la luz de libertad”

La inclusión permite al “hablante” adjetivar ciertos rasgos del gobierno o de la nación misma, así como las actitudes de la población para exaltar la presencia de quien escucha.

Mediante estos discursos nos percatamos que se forma en las conciencias una idea de identidad, más arraigada de lo que se pensaba, entonces podremos considerarnos parte de estos hechos.

Bush 11/09/2001/07/19

“respondimos con lo mejor de Norteamérica”

Goebbels 18/02/1943/17/19

“cuál es nuestro deber, de nosotros que desechemos todo lo que en el pasado, nos llevó, Nosotros no queremos fallarle, nosotros estamos”

Bush 11/09/2001/15/19

“Y estamos juntos para ganar la guerra contra el terrorismo”

Goebbels 18/02/1943/18/19

“nos muestra quienes somos”

LA PREGUNTA

Uno de los recursos más importantes de este análisis, es precisamente, la pregunta, debido a que esta en el discurso adquiere un valor perceptible que enfatiza lo que estamos diciendo.

Al analizar los discursos seleccionados, encontramos que es Goebbels el principal y único promotor de ellos.

Por su parte Bush no los maneja, sabe bien que través de las figuras retóricas puede manejar mejor su discurso. Contraste entre uno y otro que merece atención específica para ir de una vez ir conociendo las intenciones de cada uno.

Goebbels usa las preguntas que conllevan a una exhortación:

Goebbels 18/02/1943/01/19

"¿Quieren ustedes la guerra total?"

Goebbels 18/02/1943/02/19

¿Quieren ustedes una guerra más total y más radical que lo que hoy no podríamos ni siquiera imaginar?"

Goebbels 18/02/1943/09/19

¿Aprueban ustedes las más radicales medidas en contra de ese pequeño grupo de farsantes traficantes quienes pretenden hacer creer que hay paz en medio de la guerra y que usan las necesidades de las naciones para sus egoístas propósitos personales?

Goebbels 18/02/1943/10/19

¿Están ustedes de acuerdo que aquellos que menoscaban el esfuerzo de la guerra deban perder sus cabezas?

Goebbels 18/02/1943/11/19

¿los mismos derechos, las mismas obligaciones se les deben aplicar a todos, que la patria deba soportar las pesadas cargas de la guerra y que todo el peso deba ser compartido por todos, por igual, altos y bajos, ricos y pobres?

Preguntas de reconocimiento:

Goebbels 18/02/1943/05/19

¿Es la confianza de ustedes en el Führer más grande, más fiel e inquebrantable que nunca. Están ustedes completa y absolutamente listos para seguirlo donde quiera que él vaya y hacer todo lo que sea necesario para llevar la guerra a un victorioso final?

Goebbels 18/02/1943/07/19

¿Toman ustedes el sagrado juramento ante la Patria de mantenerse firmes detrás de ella y que darán todo lo que sea necesario para lograr la victoria final?

Goebbels 18/02/1943/06/19

¿Están ustedes listos para de ahora en adelante hacer todo el esfuerzo necesario para proporcionar al Frente del Este todos los hombres y municiones para darle al Bolchevismo el golpe mortal?

Preguntas de comparación:

Goebbels 18/02/1943/08/19

¿lo juran ustedes, especialmente las mujeres, que quieren que el gobierno haga todo lo posible para estimular a las mujeres alemanas a poner todo su esfuerzo en el trabajo para apoyar el esfuerzo de la guerra, y a alentar a los hombres para que vayan al frente cuando sea necesario, ayudándoles así en su lucha en el frente?

Preguntas que abren diálogos, alternativas, propuestas y una reiteración constante de objetivos. En Goebbels encontramos 11 preguntas sin respuestas, ni siquiera Goebbels da tiempo para ello, lo que enfatiza el discurso de manera exclusiva.

AMONTONAMIENTO DE PALABRAS

Cuando nos referimos a este recurso se dice sin más ni más que es una Saturación de palabras o imágenes en la percepción de quien los ve o escucha, lo que describe y enfatiza al mismo tiempo.

Se realiza a través de adjetivos como los casos siguientes:

Goebbels 18/02/1943/05/19

"Más grande, más fiel e inquebrantable"

Goebbels 18/02/1943/11/19

"Altos y bajos, ricos y pobres"

Por medio de Sustantivos:

Bush 11/09/2001/01/19

"Las víctimas se encontraban en aviones o en sus oficinas -- secretarias, empresarios y empresarias, empleados militares y federales"

Bush 11/09/2001/03/19

"Las imágenes de los aviones que chocaban contra los edificios, los incendios que ardían, las estructuras enormes que se desplomaban"

Por calificaciones:

Goebbels 18/02/1943/01/19

"Altos oficiales del gobierno y del pueblo, líderes del partido, el ejército y el gobierno"

SENTIDO DE LA OPORTUNIDAD

Este se encuentra ejemplificado a partir las siguientes frases:

Goebbels 18/02/1943/18/19

"Nosotros no tenemos derecho de hablar más de sexo débil"

Bush 11/09/2001/15/19

"en el Salmo 23: "Aunque camine por el valle de sombra de muerte, no temeré, porque Tú estás conmigo"

Bush toma un Salmo de la Biblia para ejemplificar todo lo que ha dicho respecto al panorama que se vivió ese día 11 de septiembre.

Mientras que Goebbels ocupa la palabra "sexo débil" para crear en el sector femenino, un apertura aún en el esfera militar.

INFERENCIA INMEDIATA

En cuanto a este apartado, se dice que se utiliza principalmente para traer nuestra mente explicaciones o las posibles causas de éstas.

Por ejemplo se intenta juzgar algo complejo de manera simple, ejemplos que llegan al estereotipo:

Goebbels 18/02/1943/03/19

"El inglés afirma que el pueblo alemán ha perdido la fe en el Führer"

Goebbels 18/02/1943/09/19

"grupo de farsantes traficantes"

En relación a Bush podemos decir que los razonamientos que hace acerca de lo acontecido se basan en explicaciones personales, puesta como válidas:

Bush 11/09/2001/04/19

"actos de asesinato masivo se propusieron amedrentar a nuestra nación hasta llevarla al caos y la huida"

Bush 11/09/2001/07/19

"el mal, lo peor de la naturaleza humana"

No es que los atentados contra civiles no sean comprobables y mucho menos penosos, sino que determina los hechos como los más terribles de la humanidad.

A través de explicaciones valorativas Goebbels intenta dejar claro la supremacía de su gobierno así como la desventaja del enemigo:

Goebbels 18/02/1943/14/19

"a respaldar nuestra economía nacional, algo que el enemigo no puede hacer"

Goebbels 18/02/1943/19/19

"Todo aquel que lucha por el triunfo es bueno, El que impide el triunfo es malo"

Y Bush en tanto declara que lo sucedido es responsabilidad de otros, los culpables de todo.

Bush 11/09/2001/02/19

"Miles de vidas terminaron súbitamente debido a actos de terrorismo malvado y vil"

FIGURAS:

1. METÁFORA

Lo que sin lugar a dudas dio éxito en ambos discursos fue el uso de la metáfora, cabe mencionar que el empleo de ésta en los discursos, fue meditado y usado en pocas oraciones con la intención de crear énfasis para llamar la atención de los demás.

Goebbels 18/02/1943/15/19 en repetidas oraciones diversa metáforas que enriquecieron el discurso frente al auditorio:

"con la pasión política, con el fuego inextinguible que flameó durante las grandes luchas del partido y del estado."

Goebbels 18/02/1943/16/19

Con los corazones encendidos y la cabeza fría

Goebbels 18/02/1943/18/19

"las sombras"

Las metáforas idealizan lo que el hablante dice como el siguiente caso en Bush.

Bush 11/09/2001/05/19

"Los ataques terroristas pueden sacudir los cimientos de nuestros edificios más grandes, pero no pueden tocar los
cimientos de
Norteamérica. Estos actos hacen añicos el acero, pero no pueden hacer mella en el acero de la resolución
norteamericana"

Bush 11/09/2001/06/19

"somos la luz de libertad"

¿Es en realidad el país del norte es el símbolo de libertad frente al mundo? Claro que no, la libertad depende del grado en que la realicemos, si fueran libres, no se tendría un control exagerado de los movimientos políticos, culturales, sociales en ese país.

Las metáforas incluyen en algunos casos de despersonalización y se logra en las masas un sentimiento general de lucha.

Goebbels 18/02/1943/19/19

¡Pueblo levántate y haz que la tormenta se desate!"

2. COMPARACIÓN

Mostrar lo que se tiene y no por medio de este recursos crea un aspecto sentimiento de seguridad y importancia a lo que se habla.

Goebbels 18/02/1943/05/19

"más fiel e inquebrantable que nunca"

Goebbels 18/02/1943/18/19

"ambos sexos están mostrando la misma determinación y fuerza espiritual"

Bush 11/09/2001/07/19

"con el arrojo de nuestros socorristas, de extraños y vecinos que vinieron a donar sangre y ayudar en todo lo que podían"

Las comparaciones siempre serán personalizadas, para dejar claro el mensaje y sin una posible objeción:

Goebbels 18/02/1943/13/19

"Como en las primeras horas de nuestro gobiernos y través de los diez años que siguieron, Yo me paro ante ustedes no sólo como el vocero del gobierno, sino como el vocero del pueblo."

Goebbels 18/02/1943/14/19

"miles de trabajadores del Reich a respaldar nuestra economía nacional, algo que el enemigo no puede hacer."

Bush 11/09/2001/16/19

"Y ruego para que sean confortados por un poder más grande que cualquiera de nosotros"

3. HIPÉRBOLE

Goebbels 18/02/1943/01/19

"Guerra total"

Goebbels 18/02/1943/02/19

"guerra más total y radical"

Goebbels 18/02/1943/09/19

"las más radicales medidas"

Palabras fuertes que denotan conmoción al ser oídas y con un alto grado de impacto.

La hipérbole es muy frecuente en los usos del lenguaje, por medio de ella podemos exagerar sobre lo que queremos decir:

Bush 11/09/2001/07/19

“lo peor de la naturaleza humana”

Goebbels 18/021943/13/19

“El más poderoso aliado en la tierra, el pueblo mismo”

Puede que en ambos casos la cierto de los hechos se de, aunque a veces no verdad tenemos que exaltar para ganar atención de los receptores.

Entre otros ejemplos se localizan:

Goebbels 18/021943/14/19

“Infatigablemente por el esfuerzo de la guerra”

Bush 11/09/2001/06/19

“oportunidad más brillante del mundo”

Goebbels 18/021943/15/19

“nosotros empeñamos nuestra palabra”

Goebbels 18/021943/18/19

“quienes son los verdaderos hombres y mujeres”

Bush 11/09/2001/06/19

“y oportunidad más brillante del mundo”

4. ANTÍTESIS

En este recurso pueden darse intenciones concretas de guerra en la que se contrapone el régimen del tercer Reich y el bolchevismo:

Goebbels 18/021943/06/19

“darle al Bolchevismo el golpe mortal”

Goebbels 18/021943/09/19

“contra de ese pequeño grupo de farsantes traficantes quienes pretenden hacer creer que hay paz en medio de la guerra y que usan las necesidades de las naciones para sus egoístas propósitos personales”

Mientras que Bush localizamos las intenciones, pero no así aun sujeto específico:

Bush 11/09/2001/13/19

“No distinguiremos entre los terroristas que cometen estos actos y aquéllos que los acogen”

Goebbels habla de los enemigos como fuerza latente que atenta contra el pueblo alemán:

Goebbels 18/021943/10/19

“aquellos que menoscaban el esfuerzo de la guerra”

Goebbels 18/021943/12/19

“nuestros enemigos”

Lo mismo sucede con Bush 11/09/2001/15/19 al apuntar:

“todos aquellos que desean la paz y la seguridad en el mundo y estamos juntos para ganar la guerra contra el terrorismo”

Encontramos a continuación antítesis- hiperbólicas que le confieren al discurso mayor categoría:

Goebbels 18/021943/13/19

“Qué poder en la tierra puede impedirnos alcanzar nuestros propósitos.”

Bush 11/09/2001/06/19

“Norteamérica ha derribado antes a sus enemigos, y lo haremos así esta vez”

Goebbels 18/021943/15/19

“falso e hipócrita objetivismo”

Por último, se encontró que a través de este recurso, las intenciones se asoman a la vista, y lejos de representar una acción moral correcta, encuentra en esta una confrontación emocional sobre los conceptos abstractos (bueno-malo) que ya hemos señalado anteriormente.

Goebbels 18/021943/16/19

“El que impide el triunfo es malo y debe ser eliminado y desechado.”

Bush 11/09/2001/06/19 “Y nadie va a impedir que esa luz brille”

5.2 ANÁLISIS DE LAS FIGURAS RETÓRICAS

Hablamos de Figuras Retóricas cuando nos referimos aquel “rodeo de palabras destinado a enfatizar, a dar más colorido, más realce a lo que se quiere decir”.⁵⁵

Helena Beristain⁵⁶ señala que las Figuras Retóricas son aquellas que modifican “*el discurso actuando*” sobre algunos de sus elementos. Entre ellas se encuentran las figuras que involucran palabras y que igual forma pertenecen al dominio sémico como la metáfora, la comparación, la hipérbole y antítesis.

Retomar de nueva cuenta las figuras retóricas a partir del Análisis de Helena Beristain, ayudará a reconocer y comprender de manera precisa la función de éstas aplicadas en diversos discursos como lo fue el caso de Goebbels George W. Bush, en diferentes contextos sociales, pero que siguen vigentes en otros discursos que frecuentemente oímos, vemos y escuchamos a través de diversos medios de comunicación.

Somos nosotros mismos quienes ocupamos las figuras retóricas de forma usual y cotidiana que a nuestra percepción pasa desapercibida y es por ello que cuando las recibimos y las hacemos de uso común, es decir, las utilizamos en “nuestro lenguaje cotidiano” son usuales y casi imperceptibles.

Cita Beristain que: “Las figuras, en el lenguaje, obedecen a una particular disposición de las palabras”⁵⁷, (disposición) que podemos nombrar y describir”.

Cabe señalar que para este análisis he tomado las figuras retóricas (metáfora, hipérbole, comparación y antítesis) previamente analizadas por Prieto Castillo, esto con la intención de realizar una comparación que nos conduzca a una interpretación fiable de este trabajo.

Las figuras retóricas que prevalecen en ambos discursos, son la metáfora, la comparación, la hipérbole, y la antítesis. La clasificación de las figuras retóricas es muy basta y para fines de éste trabajo resultaría sino inútil poco sustancioso de lo que he pretendido.

Ahora bien, definimos a cada una de las siguientes Figuras Retóricas como:

1. Metáfora

Uso de una palabra o frase que denota una idea u objeto en lugar de otra con el fin de sugerir un vínculo entre ambas. Por ejemplo: *de sus hebras el tesoro* (José Antonio Porcel), por los cabellos rubios.

⁵⁵ Daniel Prieto, Op. Cit Pág. 190

⁵⁶ Helena Beristain Op Cit. Págs. 152-153

⁵⁷ Todorov, Citado en Helena Beristain , Ibidem Pág. 162

2. Comparación

Relación entre dos clases de ideas u objetos, la cual se establece mediante la conjunción comparativa *como*: Tu cabello sombrío *como* una larga y negra carcajada

O *cual* y fórmulas afines como *tal*, *semejante*, *así*, flexiones del verbo *parecer*, *semejar* o *figurar*; términos que indican parentesco o imitación:

3. Hipérbole

Figura que consiste en exagerar los rasgos de una persona o cosa, ya por exceso (*Érase un hombre a una nariz pegado*, (Francisco de Quevedo), ya por defecto (*¿Qué me importaban sus labios por entregas...?*, y que lleva implícita una comparación o una metáfora.

4. Antítesis

Yuxtaposición de dos palabras, frases, cláusulas u oraciones de significado opuesto con el fin de enfatizar el contraste de ideas.

5.2.1 APLICACIÓN AL ANÁLISIS DE LAS FIGURAS RETÓRICAS

Al revisar de nueva cuenta el texto de ambos discursos, el lector podrá percatarse que: por un lado se encuentran casi las mismas categorías que en el análisis anterior, y por otro; el localizar el analizar el párrafo casi en su totalidad, para determinar entre otras cosas el significado de lo que dichos personajes hablaron frente a un determinado público, mientras el siguiente análisis explica las fines propagandísticos por los que fueron pronunciados.

METÁFORA

He retomado cada uno de las oraciones que presentan la metáfora, para dar a cada una el análisis pertinente y específico que cada una tiene.

En la siguiente frase [Goebbels 18/02/1943/15/19](#) menciona que:

“Nosotros llenaremos nuestros corazones con la pasión política, con el fuego inextinguible que flameó durante las grandes luchas del partido y del estado”.

De acuerdo a la estructura de la oración, ésta se encuentra basada en la carga emocional respecto a un nacionalismo desmesurado, haciendo hincapié en el pasado para dar mayor realce a la acción inmediata, la guerra. Y motivar a los receptores a través del patriotismo hacia una acción llevada por impulsos propios.

Mientras que [Bush 11/09/2001/05/19](#) dice que:

“Los ataques terroristas pueden sacudir los cimientos de nuestros edificios más grandes, pero no pueden tocar los cimientos de Norteamérica. Estos actos hacen añicos el acero, pero no pueden hacer mella en el acero de la resolución norteamericana”.

La combinación de la metáfora con la hipérbole es algo común entre ambos discursos, los dos persiguen una sola cosa, la guerra. Guiados por la sensibilidad en la que la población se encuentra, el contexto adquiere mucha fuerza.

[Goebbels 18/02/1943/16/19](#) dice:

“Con los corazones encendidos y la cabeza fría, nos sobrepondremos a nuestros mayores problemas en esta fase de la guerra”.

Sin lugar a dudas, esta metáfora recurre a impulso de las masas; “los corazones encendidos” nos hablan de amor exacerbado, busca una lucha inmediata a sabiendas de que al menos les quedará “un consuelo” incierto.

Por el contrario [Bush 11/09/2001/06/19](#) alega que:

“Norteamérica fue tomada como blanco porque somos la luz de libertad y oportunidad más brillante del mundo. Y nadie va a impedir que esa luz brille.”

Desde este momento, Bush toma conciencia que a través de esa metáfora hiperbólica, mantiene a las masas de su lado. Esa “luz” de la que habla Bush es simbólica para los estadounidenses al tener la creencia de ser el único país que tiene las mejores oportunidades, el hecho de ser una de las primeras potencias en el mundo, no le confiere “ser lo mejor”.

El propio **Goebbels** también generaliza un hecho a través de su propia percepción, hace de su experiencia un hecho real para todos, creer que en Alemania no existió ningún florecimiento político, social, cultural, artístico antes o después del ministro de Propaganda, es sin duda a lo que él llama “sombras”, es decir; lo pesimista, lo malo o la ingrata historia de un pueblo que a “sufrido más” que los demás.

Y dice:

[Goebbels 18/02/1943/17/19](#)

“Desechemos todo lo que en el pasado nos llevó a las sombras”.

[Goebbels 18/02/1943/19/19](#), tampoco repara en formular la siguiente metáfora hiperbólica:

“¡Pueblo levántate y haz que la tormenta se desate!”.

Ambos discursos recurren a incitaciones, cargadas de gran fanatismo y de un nacionalismo previamente manipulado hacia la acción destructiva y prejuiciosa, de aquel momento y de acuerdo a intereses propios.

COMPARACIÓN

El discurso de **Goebbels** recurre usualmente a la comparación de diversos hechos para demostrar y realzar no solo el discurso, sino también a quien lo está recibiendo el mensaje, así por ejemplo vemos que expone:

[Goebbels 18/02/1943/05/19](#)

¿Es la confianza de ustedes en el Führer más grande, más fiel e inquebrantable que nunca? (Párrafo 5)

No hay un número excesivo de adjetivos al referirse a *mas grande, más fiel, e inquebrantable* y que de acuerdo con Beristain “manifiesta una actitud subjetiva del narrador participante”, en este caso Goebbels.

Estos adjetivos pueden o no representar un valor denotativo o connotativo; algunos discursos como éste recurre frecuentemente a la connotación ya que de esta manera los receptores se identifican con el contenido del propio discurso.

Bush por el contrario no intenta hacer comparaciones sobre literales, más bien las oculta, y dice ocultamente *que la supremacía de su país esta por encima de todo y nadie va impedirlo*.

Otro uso común de la comparación es el siguiente ejemplo:

[Goebbels 18/02/1943/13/19](#)

“Como en las primeras horas de nuestro gobierno y a través de los diez años que siguieron, estamos firmemente unidos en hermandad con el pueblo alemán.”(Párrafo 13)

Busca entre los receptores cierta tranquilidad entre el pasado y el presente de quienes lo escuchan, *compara* para no dejar duda que esta afirmación resulta “coherente y verosímil”.

La comparación, como ya hemos dicho, trata de no dejar duda sobre lo que versa, representa una forma oculta de buscar a través de la comparación, la superioridad por sobre todo, y generaliza a partir de especulaciones.

Entonces:

[Goebbels 18/02/1943/14/19](#)

“...de llevar cientos de miles de trabajadores del Reich a respaldar nuestra economía nacional, algo que el enemigo no puede hacer.”

La comparación apela a los términos de género con la finalidad de crear en las masas, la ideología de igualdad e integración no solo en el ámbito social, político o cultural, sino también en cuestiones bélicas. Lo que en buena parte contribuyó al incremento militar para tal conflicto, ya que no importaba discutir si este concepto era

verdaderamente aceptado, las masas son vistas a través de los números y el aumento de números favorece cualquier ofensiva.

Observamos que:

[Goebbels 18/02/1943/18/19](#)

“Nosotros no tenemos derecho de hablar más de sexo débil, porque ambos sexos están mostrando la misma determinación y fuerza espiritual.” (Párrafo 18)

Recurso bastante barato para influir en la mente de la mujeres, recordemos que el inicio de la Segunda Guerra Mundial, provoca una *perestroika*⁵⁸ en Europa el ámbito de género.

No es la intención de la autora debatir sobre temas de género, sin duda me he referido a la persuasión instigada a través de distintos discurso, como lo fue el de Goebbels.

HIPÉRBOLE

El discurso de **Goebbels** es sin más, hiperbólico, representa para quien lo escucha esa fascinación y atracción para quien lo escucha, la exageración es la característica básica en Goebbels, y no solo lo hace en este discurso, sino en otros, que de igual manera sirvieron para alcanzar el propósito propuesto por el régimen nazi.

A base de pregunta [Goebbels 18/02/1943/01/19](#) apunta:

¿Quieren ustedes la guerra total?

Hipérbole que desde un inicio genera la atención inmediata de las masas, “guerra” no es algo que se oiga todos los días.

Entonces de manera sorpresiva remata la misma pregunta y añade:

[Goebbels 18/02/1943/02/19](#)

¿Quieren ustedes una guerra más total y más radical que lo que hoy no podríamos ni siquiera imaginar?

⁵⁸**Perestroika** (en ruso, ‘reestructuración’), término empleado para referirse a la reforma económica realizada en la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) al final de la década de 1980.

“Perestroika,” *Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2000*. © 1993-1999 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

Lo curioso de las palabras de Goebbels es que ni el mismo pudo ver la destrucción “más radical” que había creado a base de sus palabras. La exaltación de la Hipérbole rebaso sus propios límites. Es por ello que utilizarla requiere una dosificación adecuada.

[Goebbels 18/02/1943/09/19](#)

“Aprueban ustedes las más radicales medidas.”

Ensalzar al pueblo acerca de sus virtudes, es algo propio de la Hipérbole. Creerse el cuento de la superioridad es parte de juego que todos jugamos. Los siguientes ejemplos son muestra de ello:

[Goebbels 18/02/1943/16/19](#)

El más poderoso aliado en la tierra, el pueblo mismo,

[Goebbels 18/02/1943/14/19](#)

Enseñándoles a trabajar infatigablemente por el esfuerzo de guerra.

[Goebbels 18/02/1943/18/19](#)

“La gran crisis y perturbación de nuestra vida nacional, nos muestra quienes son los verdaderos hombres y mujeres.”

[Bush 11/09/2001/07/19](#) sin embargo señala en su discurso que:

“Nuestra nación contempló el mal, lo peor de la naturaleza humana, y respondimos con lo mejor de Norteamérica”

Aludiendo primero, a resaltar los hechos del 11 de Septiembre como lo peor, y demostrar claramente que no existe debilidad en el país. Es verdad que los atentados contra civiles no fue una mera hipérbole, pues esta rebaso sus alcances, lo que si es cierto es a partir de una generalización, Estados Unidos no retrocedió a otros hechos de la historia donde el “atacado” se convirtió en “atacante.”

Inmediatamente se apela a interesarse y comprometerse en los problemas de nuestro entorno, siempre será motivo de atención por quienes no lo hacen, creemos en la exaltación del “yo” de otros para creer, que tienen valor, estima y superioridad, más de lo que podemos poseer.

Como lo fue el caso de [Goebbels 18/02/1943/15/19](#):

“Nosotros empeñamos nuestra palabra, que haremos todo lo que sea necesario con nuestra vida y trabajo por alcanzar la victoria. “ (Párrafo 15)

Pensar que todos somos uno, resulta arma de dos filos, pero **Goebbels** sabe como utilizarlas, pensemos entonces, si la frase anterior busca la estima y superioridad, entonces aunque no poseamos las mismas condiciones o características podemos sumarnos al hecho y sentirnos partícipes de dicha guerra.

Entonces dice:

[Goebbels 18/02/194319/19](#)

“Esa es la obligación de todos en esta hora crucial.” (Párrafo 19)

Mientras Goebbels hace de la Hipérbole la directriz del discurso, Bush encubre con la antítesis.

ANTÍTESIS

No cabe duda, que todo discurso recurre a la figura de Antítesis, recordemos que es sin duda una de los puntos centrales en lo cuales se busca la exaltación, confrontación u oposición sobre diversos puntos de vista e ideologías.

La antítesis se presenta de forma usual y común cuando se habla de un conflicto bélico, pues para “ir a la guerra, necesitamos fúsil” en este caso, la exaltación de virtudes o defectos sobre otros, hará que las masas se identifiquen y crean “lo que debe ser bueno” y lo que “es malo”. Frases habituales en la utilización de este recurso.

Ejemplo de ello es [Goebbels 18/02/194306/19](#):

¿Están ustedes listos para de ahora en adelante hacer todo el esfuerzo necesario para proporcionar al Frente del Este todos los hombres y municiones para darle al Bolchevismo el golpe mortal?

La antítesis puede traer consigo oraciones o frases hiperbólicas para enfatizar en lo “la gente desea escuchar”.

Como lo fue el caso siguiente de [Bush 11/09/2001/06/19](#):

“Y nadie va a impedir que esa luz brille.”

Descalificar y hacer uso de esta descalificación, proporciona una ventaja para quien transmite el discurso, las masas consiguen adueñarse de esta ideología que no es suya y retransmitirla haciéndola creíble, debido a que una persona “tan honorable y defensor de la patria” no puede dañar al pueblo mismo.

En [Goebbels 18/02/1943/09/19](#) es visto de la siguiente manera:

¿Aprueban ustedes las más radicales medidas en contra de ese pequeño grupo de farsantes traficantes quienes pretenden hacer creer que hay paz en medio de la guerra y que usan las necesidades de las naciones para sus egoístas propósitos personales?

[Goebbels 18/02/1943/10/19](#)

¿Están ustedes de acuerdo que aquellos que menoscaban el esfuerzo de la guerra deban perder sus cabezas? (Párrafo 10)

Y en Bush [11/09/2001/13/19](#):

"He asignado la totalidad de los recursos de nuestras comunidades de inteligencia y ejecución de la ley a encontrar a los responsables y llevarlos ante la justicia. No distinguiremos entre los terroristas que cometen estos actos y aquéllos que los acogen"

Existen dos partes esenciales en todo discurso, son los que piensan, escriben y pronuncian los discursos, y la otra, los interlocutores, quienes reciben y participan en dichos discursos.

Beristain menciona que el uso de la persona en los discursos como el de Goebbels consiste "en que el narrador hable de si mismo en tercera persona, utilizando el pronombre indefinido (se) en lugar del definido (el)".

Así y de acuerdo a la autora "produce un efecto de descargar su responsabilidad al destinatario". Creer que la antítesis funciona por sí sola, sería una hipótesis aventurada, hay que ayudarlo a que "esta surta efecto" tal y como esperamos.

Guía de estos vemos lo siguientes ejemplos:

En **Goebbels** observamos que la despersonalización y la antítesis son formas usuales entrara a "las masas" en el discurso:

[Goebbels 18/02/1943/12/19](#)

Ustedes les han dicho a nuestros enemigos lo que deben oír para que no se hagan falsas ilusiones.

O la combinación hiperbólica, exaltando ese fin que tanto persiguió:

[Goebbels 18/02/1943/13/19](#)

Qué poder en la tierra puede impedirnos alcanzar nuestros propósitos.

En **Bush** [11/09/2001/15/19](#):

"Norteamérica y nuestros amigos y aliados se unen a todos aquéllos que desean la paz y la seguridad en el mundo, y estamos juntos para ganar la guerra contra el terrorismo."

Lo que meses más tarde se traduciría en una guerra cruenta sobre medio oriente, tratando de satisfacer a la opinión publica estadounidense.

Recalcando una y otra vez lo que a nuestra percepción es malo o bueno, dualidad a la que nos sujetamos, no solo en los discursos sino en nuestra conducta cotidiana respecto a otros.

Goebbels [18/02/1943/15/19](#), señala:

“Nunca durante esta guerra caeremos presa del falso e hipócrita objetivismo, que trajo a nuestra nación alemana tantos infortunios a lo largo de toda su historia.”

Goebbels [18/02/1943/16/19](#)

Todo aquel que lucha por el triunfo es bueno y debe ser alentado. El que impide el triunfo es malo y debe ser eliminado y desechado.

O la cómoda posición de **Bush** al comparar y enaltecerse de triunfos pasados, poniendo sobre advertencia la invasión de los Estados Unidos en Medio Oriente:

Bush [11/09/2001/17/19](#)

“Este es un día en el que todos los norteamericanos, de todas las clases sociales, nos unimos en nuestra resolución de alcanzar la justicia y la paz. Norteamérica ha derribado antes a sus enemigos, y lo haremos así esta vez.”

5.3 ANÁLISIS DE LOS OBJETOS DE LA MENTIRA

A través de los análisis anteriores (Prieto y Beristain) se mostró como por medio de sus discursos podemos encontrar el significado de lo que realmente quisieron decir; las formas y los usos de interpretación discursiva que cada uno utilizó respecto a sus propios fines.

Ahora analizaremos los Objetos de la Mentira de los cuales Goebbels y Bush manifestaron del mismo modo en sus discursos como en sus acciones posteriores a éstos.

De esta forma, Guy Durandin⁵⁹ es quien nos muestra uno de los caminos para analizar dichos discursos y de igual manera nos deja el camino libre para estudiar cualquier otro mediante algunas de sus propuestas.

Propuestas que estudiadas y revisadas previamente, me convencieron para llevar a cabo un análisis más completo, ya que por un lado encontramos, el estudio de los significados y por otro el de las “intenciones” que veremos en los párrafos siguientes.

Podemos concebir a la Mentira como:

“una manifestación contraria a la verdad real imaginada”⁶⁰.

O bien:

“aquella que consiste en dar voluntariamente a un interlocutor una visión de la realidad, diferente de la que uno mismo tiene por verdadera. La mentira se define, pues, en relación con la verdad.”⁶¹

Durandin afirma que “la realidad es el objeto mismo del que se habla, y que según los casos es más o menos difícil de conocer; la verdad por su parte es una relación entre el conocimiento y la realidad.”

Entonces el conocimiento se manifiesta como aquel más próximo a lo que hemos llamado “realidad”, realidad que nosotros mismos consideramos y que de alguna forma podemos “comprobar”.

De esta forma podemos hablar de los objetos de la mentira a los que Durandin ha definido como:

*“Con objeto de la mentira designamos: aquello sobre lo cual se miente, bien se ocultando, inventando o deformando algo”.*⁶²

⁵⁹ Guy Durandin, La mentira en la Propaganda Política y en la Publicidad; Barcelona España: Paidós 1983, Págs. 223

⁶⁰ Enciclopedia Grijalbo Dir. Barcelona, España: Ediciones Grijalbo 1986 3 Vols.

⁶¹ Durandin, Op. Cit Pág. 20

⁶² Ib. Págs. 37-38

Objetos que van cambiando de acuerdo a los fines o propósitos que cada uno persiga. Durandin señala que para analizar los objetos de la mentira podemos clasificarlos en tres partes:

Primero, *los seres involucrados*: en donde uno miente acerca de sí mismo, del adversario, de un tercero o incluso del entorno;

Segundo, *el grado de realización*: aquí se puede mentir respecto de intenciones o bien de hechos y actos; siendo esta la parte que tomaremos para el presente trabajo.

Y por último *la dimensión temporal*: en donde se puede mentir a propósito del presente, del pasado aunque también nos preguntaremos en que medida se puede mentir a propósito del futuro.

Los Objetos de la mentira Propaganda se pueden clasificar del siguiente modo:

- Mentiras respecto a uno mismo (caso que nos ocupa)
- Mentiras respecto al adversario
- Mentiras respecto al entorno
- Mentiras relativas al presente, al pasado, o al futuro.

Tomar todas las categorías presentadas por el autor extrema la investigación, cosa que no deseo por el momento, las más acordes y afines a este trabajo serán presentadas a continuación.

Dentro de la Mentiras Respecto a uno mismo se encuentran *las intenciones, los hechos y los actos, en este segundo se pueden encontrar a su vez la debilidad, la fuerza y las faltas cometidas.*

LAS INTENCIONES

Podemos definir a éstas como: *“lo que el interlocutor más le importa conocer.”*

Por ejemplo, un país vecino, ¿Qué esta preparando, la paz o a guerra. Sólo la policía secreta podría saberlo.

¿Qué clase **intenciones** hay que esconder? Casi siempre **las agresivas**, cita Durandin; éstas se esconden con un solo fin: atacarlo. O también se puede esconder o disimular a

los neutrales y a los aliados⁶³ con otro propósito: “aparentar pacifismo”.

“Y en cuanto a los propios súbditos cabría la tentación de revelárselas y así estimular su ardor en el combate. Pero para evitar cierta difusión en el exterior, a veces el gobierno opta por un rodeo: se declara pacífico pero se aplica a persuadir a los súbditos de que el país está amenazado y debe prepararse para defenderse. Al romperse las hostilidades, la población se creará víctima de una “detestable agresión” y reaccionará con energía”

Otras intenciones que hay que disimular son las intenciones conciliadoras.

Cita Durandin:

“cuando un gobierno inicia negociaciones con un adversario, se cuida de revelarle desde un principio las concesiones que en rigor aceptaría hacer, y ello a fin de obtener el compromiso más ventajoso posible.”

Estas intenciones por lo general se ocultan a los súbditos (la población) a manera de que crean que están haciendo todo lo posible por ayudarlos o defenderlos.

“Y así poder decir al interlocutor: “la opinión pública de mi país no admitirá que...”

LOS HECHOS Y LOS ACTOS

Durandin afirma que en oposición a las intenciones, los hechos y los actos son directamente perceptibles y, por consiguiente, más difíciles de ocultar.

Los hechos y los actos difieren básicamente en que los primeros son realizados por uno mismo, y por lo tanto podemos hacernos cargo de ellos, no así los segundos cuando están fuera de alcance (factores naturales) como el ejemplo que señala el autor. Entonces el gobierno deberá justificarse, cuando no directamente de disculparse.

Se intenta esconder: *la debilidad, la fuerza o las faltas cometidas*.⁶⁴

1. LA DEBILIDAD.

Se oculta para no mostrar los puntos débiles frente al enemigo para que no se aprovechen de ella y decidan atacar.

Ahora bien, existen dos cosas que atender con respecto a la debilidad: por un lado mostrar a los amigos neutrales, la necesidad de ayuda para dejar atrás la debilidad, siendo digno sin verse vencido totalmente.

⁶⁴ Ibidem Págs. 39-41

Y por otro, al pueblo mismo, a quien no se le debe decir completamente la verdad del estado en que se encuentra, podría causar primero una “crisis moral” paranoica ,y segunda el reproche de los ciudadanos por tal situación.

En el mejor de lo casos, se puede ir manejando esta información de manera dosificada. O bien atribuyendo tal debilidad al gobierno anterior y descargar en éstos últimos toda la responsabilidad.

Durandin argumenta que es muy poco probable que se diga abiertamente tal debilidad, pero si esto sucediera podría incrementar la credibilidad de quien lo dice.

2. LA FUERZA

Pareciese que entre fuerza y debilidad no hubiera ni la más mínima diferencia, lo que sin embargo es posible.

La fuerza dice Durandin puede ser objeto de una doble actitud. Unas veces se la exhibe, para intimidar al adversario, y otras se la esconde, a fin de atacarlo por sorpresa.

A los aliados y neutrales, al igual que en el caso de la debilidad se práctica una dosificación: hay interés en mostrarse bastante fuerte para merecer su estima y una alianza eventual, pero no demasiado fuerte, a fin de no aparecer como una potencia que podría perturbar el equilibrio actual.

Y en cuanto a los súbditos, una recomendable dosificación para que estén “orgullosos” y tengan plena confianza en el gobierno; un ejemplo claro es decirles: “somos fuertes”. Tampoco se les puede decir que el juego “esta ganado”, porque cederían a los objetivos propuestos.

3. LAS FALTAS COMETIDAS

Las faltas, tienen con carácter obligatorio que esconderse a todo el mundo; principalmente a los propios súbditos, para que conserven *“su buena conciencia, a los amigos y neutrales para que mantengan su estima, y también a los enemigos, para que no se sirvan de ella perjudicándolos en el espíritu de los precedentes y no las usen como pretexto para ejercer represalias.”*

De esta suerte, es excepcional que un gobierno confiese haber ordenado la ejecución de crímenes.

5.3.1 APLICACIÓN DEL ANÁLISIS DE LOS OBJETOS DE LA MENTIRA EN EL DISCURSO DE GOEBBELS Y EL GEORGE W. BUSH

Hace unas cuantas líneas; mencione que uno de los motivos que me ha motivado a llevar este análisis, es la importancia no sólo de los significados que un discurso puede ofrecernos, sino también la manera en que podemos ocultar otras mediante discursos elaborados que pretenden la acción de las masas mediante el fenómeno de la persuasión.

Los discursos de Goebbels y Bush son en si, un ejemplo en el que observamos:

LAS INTENCIONES

Ambos discursos presentan intenciones agresivas, que pueden percibirse a simple vista como:

Goebbels 18/09/1943/01/19

"¿Quieren ustedes la guerra total?"

Aunque el mismo Goebbels sabía que diciendo esta primera frase causaría furor en el pueblo, también tuvo que meditar sobre las verdaderas intenciones de guerra, creo en los interlocutores una atmósfera emocional, y así conseguir el consentimiento de todos para llevar a cabo una "guerra toral" verdadera, nadie, ni si quiera él mismo sabría las consecuencias que esta guerra traería.

O:

Goebbels 18/02/1943/16/19

Esta noche, les pido que recen por aquéllos que padecen aflicción, por los niños cuyo mundo ha quedado destrozado, por todos aquéllos cuyo sentido de seguridad se ha visto amenazado

Por su parte Bush 11/09/2001/13/19 dice:

"He asignado la totalidad de los recursos de nuestras comunidades de inteligencia y ejecución de la ley a encontrar a los responsables y llevarlos ante la justicia. No

distinguiremos entre los terroristas que cometen estos actos y aquéllos que los acogen.”

O también puede verse este otro ejemplo en [Bush 11/09/2001/16/19](#):

“Esta noche, les pido que recen por aquéllos que padecen aflicción, por los niños cuyo mundo ha quedado destrozado, por todos aquéllos cuyo sentido de seguridad se ha visto amenazado.”

Estas intenciones como en las de Goebbels, son la de crear a través de un amontonamiento de palabras, el sentimiento de amenaza de seguridad entre los interlocutores, así las determinaciones de Bush serán vistas con razón y justificación. De acuerdo con Durandin, en Bush podemos encontrar la frase “No distinguiremos...” dejando claro que pasara por encima de cualquier ley (caso ONU) país (Afganistán) y enredará a sus propio país a una guerra de la cual no saben nada.

Otro ejemplo:

En [Goebbels 18/02/1943/03/19](#) podemos ver:

“El inglés afirma que el pueblo alemán ha perdido la fe en el Führer. ””

Induce al pueblo a rechazar cualquier idead británica, crear un odio hacia otra nación fortalece los fines bélicos.

En [Bush 11/09/2001/ 03/19](#) se da el mismo el caso;

“Las imágenes de los aviones que chocaban contra los edificios, los incendios que ardían, las estructuras enormes que se desplomaban, nos han llenado de asombro, terrible tristeza y una ira callada e inflexible.”

Mientras Goebbels recurre al sentimiento de “coraje y/o desprecio” Bush apela al sentimiento de “tristeza e ira”, en el primero encontramos manejo de figuras de palabras mientras que el otro recurre a revivir las imágenes transmitidas una y otra vez por distintos medios.

Otra intención que ambos personajes manifiestan son las siguientes:

Goebbels 18/02/1943/05/19 dice que:

¿Es la confianza de ustedes en el Führer más grande, más fiel e inquebrantable que nunca. Están ustedes completa y absolutamente listos para seguirlo donde quiera que él vaya y hacer todo lo que sea necesario para llevar la guerra a un victorioso final?

Y en Bush 11/009/2001/06/19 vemos:

“Norteamérica fue tomada como blanco porque somos la luz de libertad y oportunidad más brillante del mundo. Y nadie va a impedir que esa luz brille”

No hay mejor formula que crear en los súbditos o interlocutores la idea, primero, de una superioridad que rebasa nuestros propios limites, segundo, mostrar “la fe” de un pueblo en cualquier hecho o situación, exaltando más sus virtudes que defectos.

Otra manera de deducir las intenciones de ambos esta dada en los ejemplos de abajo:

Goebbels 18/02/1943/09/19 expone:

“Yo les pregunto: Aprueban ustedes las más radicales medidas en contra de ese pequeño grupo de farsantes traficantes quienes pretenden hacer creer que hay paz en medio de la guerra y que usan las necesidades de las naciones para sus egoístas propósitos personales”

Bush 11/09/2001/12/19:

“Está en marcha la búsqueda de los que están detrás de estos actos malvados”

En Goebbels vemos que intenta pedir en el auditorio una solución de la cual “todos” serán responsables, Bush por el contrario, simplemente avisa sobre las medidas tomadas, pero hace testigos a “todos” de ellas.

Intenciones que se basan principalmente en atacar al “enemigo” y brindar entre la población la seguridad que ésta necesita escuchar.

Señalemos otro modo de persuasión respecto a las intenciones:

Goebbels 18/02/1943/08/19

“Yo les pregunto: lo juran ustedes, especialmente las mujeres, que quieren que el gobierno haga todo lo posible para estimular a las mujeres alemanas a poner todo su esfuerzo en el trabajo para apoyar el esfuerzo de la guerra, y a alentar a los hombres para que vayan al frente cuando sea necesario, ayudándoles así en su lucha en el frente?”

Por su parte Bush 11/09/2001/07/19 señala:

“Hoy, nuestra nación contempló el mal, lo peor de la naturaleza humana, y respondimos con lo mejor de Norteamérica, con el arrojo de nuestros socorristas, con la simpatía afectuosa de extraños y vecinos que vinieron a donar sangre y ayudar en todo lo que podían.”

Una de las funciones principales de la persuasión en la propaganda es “ganar adeptos”, y ambos discursos tienen la firme intención de ganarlos, tiene por ejemplo que elogiar en el primer caso, a las mujeres; y en el otro a los socorristas, vecinos y extraños. Entonces se pensará que nuestro dirigente está todo, nadie es olvidado, todos somos parte del problema, lo que genera un ambiente de complacencia para quien los escucha.

Recurrir a la agresión de la que habla Durandín puede manifestarse de dos formas:

Como se muestran los siguientes ejemplos:

Goebbels 18/02/1943/10/19

¿Están ustedes de acuerdo que aquellos que menoscaban el esfuerzo de la guerra deban perder sus cabezas?

Goebbels 18/02/1943/19/19

¡Pueblo levántate y haz que la tormenta se desate!”

Y la segunda los subsecuentes ejemplos:

En Bush 11/09/2001/10/19

“Nuestra primera prioridad es ayudar a aquéllos que han sido heridos y tomar todas las precauciones para proteger de otros ataques a nuestros ciudadanos, en el país y en todo el mundo”

Bush 11/09/2001/19/19

“Nadie debe olvidar este día, pero seguimos adelante para defender la libertad y todo lo que es bueno y justo en nuestro mundo”.

La primera, es de forma directa e incluyente, la segunda sin embargo, es sutil, habla de una seguridad ilimitada mientras que lanza a los “terroristas” una consigna de guerra.

Goebbels se manifiesta de manera más directa e influyente, argumenta que los sucesos venideros serán responsabilidad de ellos, la intención es promover entre la responsabilidad dejando al Führer sin culpa alguna, y estimular “su ardor en el combate”.

Goebbels 18/02/1943/12/19

“He preguntado. Ustedes me han dado sus respuestas. Ustedes son parte del pueblo, y sus respuestas son las respuestas del pueblo alemán. Ustedes les han dicho a nuestros enemigos lo que deben oír para que no se hagan falsas ilusiones “

LOS HECHOS Y LOS ACTOS

Cuando ya era de dominio público la derrota de Stalingrado, Goebbels ordenó que al día siguiente la primera página de todos los diarios alemanes apareciese con una orla de luto.

Para el ciudadano alemán, el Frente del Este se encontraba muy lejos y el poder de Alemania no había sufrido ninguna merma, al menos eso era lo que percibía la gente en la calle. Al no poder soportar la mentira esto dijo en su discurso:

Goebbels 18/02/1943/02/19

"Si fuera necesario, ¿quieren ustedes una guerra más total y más radical que lo que hoy no podríamos ni siquiera imaginar?"

Goebbels 18/02/1943/ 16/19

“Todo aquel que lucha por el triunfo es bueno y debe ser alentado. El que impide el triunfo es malo y debe ser eliminado y desechado”

Mientras que **Bush 11/09/2001/02/19** pronunciaba un hecho que seguramente tendría conocimiento y que sin lugar a dudas decidió buscar a los posibles “terroristas de medio oriente” y del cual tendría que escabullirse a como diera lugar y limpiar “buen nombre”.

“Miles de vidas terminaron súbitamente debido a actos de terrorismo malvado y vil”.

Así los hechos y los actos sucedidos en ambos casos, aunque visibles, tenían que cambiar para “disculparse” debido al grado de responsabilidad frente a la nación que las circunstancias ameritaban.

Así, el buscar una respuesta a las preguntas o reclamos por parte de la población, los decidieron decir:

Goebbels 18/02/1943/19/19

“El Führer ha ordenado y nosotros le obedeceremos”

Bush 11/09/2001/16/19

“Y ruego para que sean confortados por un poder más grande que cualquiera de nosotros, que habla a través de los tiempos en el Salmo 23: "Aunque camine por el valle de sombra de muerte, no temeré, porque Tú estás conmigo”.

Acaso podemos imaginarnos al Führer, contestando a cualquier ciudadano si se supone que el tenía un cargo “superior (casi divino)” o bien a un Bush pidiéndole a (Dios) un salmo: la consolación de miles de personas que perdieron su vida por una guerra que ni siquiera supieron cuando empezó.

LA DEBILIDAD

Los discursos de Bush y de Goebbels, podemos encontrar **debilidad**, *debilidad* que se sabe y se supo bien disfrazar, a través de las figuras retóricas a las que ya hemos hecho mención pero que siguen siendo de nueva cuenta, la clave para detectar las intenciones, o los hechos ocultos como la crisis económica que enfrentaban y presagiaban un panorama poco alentador.

Por lado una derrota total como lo anuncia [Goebbels 18/02/1943/14/19](#):

“Mis viejos amigos del partido están aquí a mí alrededor, unidos con los altos oficiales del gobierno y del pueblo. El camarada del partido Speer está sentado cerca de mí. El Führer le ha dado la gran responsabilidad de movilizar la industria alemana de armamento y suministrar al frente todas las armas que necesita. El camarada del partido, Dr. Ley estás sentado cerca de mí. El Führer le ha encargado el liderazgo de la fuerza de trabajo alemana, enseñándoles a trabajar infatigablemente por el esfuerzo de guerra. Nos sentimos profundamente agradecidos con nuestro camarada de partido, Sauckel, quien ha sido encargado por el Führer de llevar cientos de miles de trabajadores del Reich a respaldar nuestra economía nacional, algo que el enemigo no puede hacer. Todos los líderes del partido, el ejército y el gobierno se unen a nosotros también.”

O que tal [Bush 11/09/2001/11/19](#) cuando menciona el aspecto económico o social⁶⁵:

“Nuestras instituciones financieras siguen siendo fuertes, y la economía norteamericana también estará abierta para trabajar”

[Bush 11/09/2001/10/19](#)

“Las funciones del gobierno continúan sin interrupción. Las agencias federales en Washington que tuvieron que ser evacuadas hoy, reabren esta noche con el personal esencial y estarán abiertas mañana.”

Así lo que respecta a los amigos, aliados y neutrales se entiende como:

⁶⁵ Recordemos que en el año 2001 Estados Unidos se enfrentaba a una de las peores crisis económicas, por las que atravesaba aquel país durante los últimos 20 años.

Goebbels 18/02/1943/19/19 dice:

“En esta gran hora de contemplación y reflexión nacional, nosotros creemos en la firme e inquebrantable victoria final.”

Bush 11/09/2001/15/19

“Norteamérica y nuestros amigos y aliados se unen a todos aquéllos que desean la paz y la seguridad en el mundo, y estamos juntos para ganar la guerra contra el terrorismo.”

Por lado Goebbels, trata de no verse débil frente al enemigo y Bush habla de un respaldo por parte de otros países, se suma a ellos al tiempo que oculta la debilidad en la que se encontraba Estados Unidos.

Y lo que respecta a los súbditos Goebbels 18/02/1943/18/19 indica:

“La gran crisis y perturbación de nuestra vida nacional, nos muestra quienes son los verdaderos hombres y mujeres.”

O bien otra cita en Goebbels 18/02/1943/18/19 que señala:

“La nación está lista para todo”

Lo que sugiere a los interlocutores, seguir adelante sin el menor reproche, incitándolos a realizar los esfuerzos “que en el nombre del país” éste requiere:

Caso muy ocupado en el discurso de Bush 11/09/2001/05/19 cuando expone:

“Los ataques terroristas pueden sacudir los cimientos de nuestros edificios más grandes, pero no pueden tocar los cimientos de Norteamérica. Estos actos hacen añicos el acero, pero no pueden hacer mella en el acero de la resolución norteamericana.”

O que tal el siguiente, que recurre principalmente a mover las "fibras sentimentales y nacionalistas", [Bush 11/09/2001/05/19](#)

"Los ataques terroristas pueden sacudir los cimientos de nuestros edificios más grandes, pero no pueden tocar los cimientos de Norteamérica. Estos actos hacen añicos el acero, pero no pueden hacer mella en el acero de la resolución norteamericana"

LA FUERZA

A través de la siguiente frase [Goebbels 18/02/1943/13/19](#) intenta intimidar y crear un ambiente de fuerza para quien lo escucha, los aliados, los cuales cita más abajo intenta mostrarse fuerte, pues como afirma Durandin, solo así podrá obtener de ellos el apoyo que tanto solicita.

"Ahora, como en las primeras horas de nuestro gobierno y a través de los diez años que siguieron, estamos firmemente unidos en hermandad con el pueblo alemán. El más poderoso aliado en la tierra, el pueblo mismo, se para detrás de nosotros y está determinado a seguir al Führer, pase lo que pase. El pueblo acepta los peores peligros para lograr la victoria. Qué poder en la tierra puede impedirnos alcanzar nuestros propósitos."

Algo muy parecido a [Bush 11/09/2001/14/19](#) cuando exterioriza sus intenciones:

"Les agradezco mucho a los miembros del Congreso que se han unido a mí para condenar vigorosamente estos ataques. Y, en nombre del pueblo norteamericano, agradezco a los muchos líderes mundiales que han llamado para ofrecer sus condolencias y ayuda."

Solo de esta forma Bush admitió que se encontraba débil, pese a ello tendría de su lado a aliados que lo harían fuerte, recurriendo a una "guerra total" tal y como lo planteaba Goebbels.

Al mismo tiempo, Goebbels maneja en su propio discurso, insistiendo que pase a lo que pase el pueblo se mantendrá erguido y orgulloso del gobierno que tiene, prueba de ello, los párrafos subsecuentes:

[Goebbels 18/02/1943/15/19](#)

“Nosotros somos hijos de nuestro pueblo, forjados juntos para esta crítica hora de nuestra historia. Nosotros les prometemos, nosotros prometemos al Frente, nosotros le prometemos al Führer, que juntos convertiremos nuestra patria en una fuerza en la que el Führer y nuestros aguerridos soldados pueden confiar ciegamente. Nosotros empeñamos nuestra palabra, que haremos todo lo que sea necesario con nuestra vida y trabajo por alcanzar la victoria. Nosotros llenaremos nuestros corazones con la pasión política, con el fuego inextinguible que flameó durante las grandes luchas del partido y del estado.”

Goebbels 18/02/1943/18/19

“Nosotros no tenemos derecho de hablar más de sexo débil, porque ambos sexos están mostrando la misma determinación y fuerza espiritual.”

Goebbels 18/02/1943/19/19

“Debemos estar resueltos a subordinar todo ante ella. Esa es la obligación de todos en esta hora crucial.”

Bush maneja la fuerza a través de otros, los elogia de modo ante el mundo para que el esfuerzo de los otros también se vea reflejado y luchan contra “el mal”.

Bush 11/09/2001/14/19

“Les agradezco mucho a los miembros del Congreso que se han unido a mí para condenar vigorosamente estos ataques. Y, en nombre del pueblo norteamericano, agradezco a los muchos líderes mundiales que han llamado para ofrecer sus condolencias y ayuda.

Bush 11/09/2001/17/19

“Este es un día en el que todos los norteamericanos, de todas las clases sociales, nos unimos en nuestra resolución de alcanzar la justicia y la paz.”

Las faltas cometidas

Respecto a las faltas cometidas, sobra decir que el ministros de Propaganda evito a toda costa, que la población se enterara de todos los crímenes, abusos y atropellos que causo el Nazismo en la segunda Guerra Mundial. Tales esfuerzo se ven proyectado principalmente el uso y control de los medios acerca de lo que pasaba “realmente” en la guerra.

Es por ello que alude:

Goebbels 18/02/1943/10/19

“¿Están ustedes de acuerdo que aquellos que menoscaban el esfuerzo de la guerra deban perder sus cabezas?”

Goebbels 18/02/1943/11/19

“Yo les pregunto: que por sobre todo en la guerra, de acuerdo con la plataforma del Partido Nacionalsocialista, ¿los mismos derechos, las mismas obligaciones se les deben aplicar a todos, que la patria deba soportar las pesadas cargas de la guerra y que todo el peso deba ser compartido por todos, por igual, altos y bajos, ricos y pobres?”

Adelantaba hechos que ya habían pasado; confesó al tiempo que justificó las decisiones tomadas, sin dar pie a interrogatorios de ninguna índole, hasta el final, Goebbels mantuvo las faltas guardadas a través de secretos y mentiras.

Bush 11/09/2001/18/19 por su parte dejo entrever las faltas históricas de Estados Unidos, en diversos enfrentamientos bélicos, nunca dijo cuales derrotas, mucho menos a quienes, la diferencia es que ahora, sabemos la manera tan sigilosa y cuidadosa de llevarlas a cabo.

“Norteamérica ha derribado antes a sus enemigos, y lo haremos así esta vez.”

En este párrafo Goebbels 18/02/1943/17/19 indica no solo las faltas cometidas, se sabe descubierto y prefiere admitirlas a través de que en análisis anteriores hemos llamado despersonalización.

“Cuando la guerra comenzó, volteamos nuestros ojos a nuestra nación. Todo aquel que lucha por el triunfo es bueno y debe ser alentado. El que impide el triunfo es malo y debe ser eliminado y desechado.”

5.4 ANÁLISIS SEMIÓTICO

El Análisis semiótico es una herramienta útil para determinar como y de qué forma los discursos son estructurados y presentados frente a la opinión pública.

Al mismo tiempo que permite un nivel de interpretación de acuerdo con el contexto social en el que se ubiquen determinados hechos o sucesos.

El análisis semiótico es parte esencial de este trabajo, pues a través de él, se logran descubrir las intenciones de poder por parte de Goebbels y Bush.

Son sus discursos, un ejemplo claro de manipulación colectiva a través de la retórica y mediante conceptos que dieron a sus disertaciones gran aceptación y movilización por quienes los escucharon.

Entre los conceptos que utilizaron frecuentemente se hallan:

INNOVACIÓN

Donde se hace una reelaboración de mitos, leyendas, valores e ideas a través de conceptos básicos que le permitan al individuo adaptarse a este nuevo cambio.

Deseo de:

- seguridad económica
- seguridad personal y de grupo
- prestigio y dominación
- bienestar de la familia

Cuanto más sean frustrados estos deseos, más intensos se vuelven.

Por lo tanto la propaganda Nazi, utiliza emociones y “fantasía culturales”⁶⁶ como una nueva forma efectiva de despertar en el individuo dichos deseos existentes.

Mientras que Bush proclama una seguridad nacional inmediata ante el inminente terrorismo.

CREATIVIDAD

Como las emociones y sentimientos están estrechamente enlazadas con las motivaciones básicas del hombre, “las generalidades urgentes” como el amor al hogar, a la patria, la estabilidad económica, el empleo, la libertad religiosa etc. Son siempre poderosos incentivos de pensamiento y acción.

La manera de dirigir la Propaganda Nazi e influir en la masa (pueblo alemán), se dio en principio por las condiciones sociales, políticas y económicas, que había dejado como consecuencia la Primera Guerra Mundial.

Primero, se convenció a los alemanes, de la culpabilidad un grupo (judío) o grupos (negros, homosexuales, comunistas, bolcheviques) respecto a la situación crítica en

⁶⁶ Young Kimball, Op Cit Pág. 209

la que se hallaba Alemania, es decir; buscar un enemigo que llevará a cuentas todos los problemas.

Otra forma creativa de captar la atención fue la de insistir en la eterna problemática de la “supresión de clases”, con ello se pretendía hacer creer que dichos enfrentamientos (clases privilegiadas Vs. proletariado), terminaría y se lograría establecer un nuevo orden para controlar la situación del estado.

También se creó la idea de “Nación Unificadora” en el momento en que casi toda Europa y principalmente Alemania, intentaban salir del desastre económico de los últimos años.

Por otra parte el gobierno de Bush no tardó mucho en crear la misma imagen que Goebbels había formulado, dejando entre ver a los posibles “enemigos” (árabes) y después crearse una imagen de superioridad.

ORIGEN

Uno de los aspectos que fundamentó el Nacionalsocialismo y su aceptación, se debió a la premisa de:

“Si eres alemán, entonces eres.....”

- Puro (de sangre y raza)
- Superior y defensor (lo bueno y lo justo por orden Divina)

Estos conceptos estuvieron basados, previamente, en figuras alemanas como:

- Martín Lutero (instaba a convertirse en Protestantes a los judíos)
- Federico Nietzsche (destacaba la superioridad racial alemana en su obra “el Super hombre”)
- Hegel: Nacionalismo Alemán
- Wilhelm Marr: Considerado como el padre del antisemitismo, en donde ponía las características raciales de los judíos frente a las religiosas.
- Karl Lueger: Principal Propagandista del siglo XIX, quien instaba a apartar a los judíos de sus posiciones de influencia.

SIGNIFICACIÓN

Durante el nazismo se llevó a cabo una Kultur Kampf (Lucha Cultural).

Fundamento ideológico a teorías simplistas.

La cultura mediante la ciencia y la técnica, permite al hombre dominar la naturaleza; lo dota de medios de acción prácticamente ilimitados.

Entonces se recurre a la división de cultura como lo señala Víctor Hell⁶⁷:

1 Cultura popular. Capas populares no es simplemente folklore (atañe un modo de vida)

Comprende Nacer y morir, en el cual se encuentran el conjunto de actitudes, de comportamientos, prácticas y ritos.

2 Cultura de Masas.

La cultura corresponde en primer lugar a una realidad económica (industria cultural).

Así, los medios masivos de comunicación han creado una “cultura” en cuanto a proponer nuevas formas de entender la realidad social.

La evolución de la idea de cultura es en función de las condiciones políticas y económicas; por eso no podrían rechazarse formas nuevas de expresión y situaciones originales.

INTENCIONALIDAD

Utilización del rumor de los Estereotipos y prejuicios.

Rumor

Se desarrolla en un ambiente clasista.

Refleja la legitimación deficiente de un sistema político.

El rumor se explica como la respuesta de una masa que se siente impotente por falta de información y participación.

El rumor, requiere de un estado crítico, de una tensión dentro de la estructura política.

El rumor es un fenómeno de naturaleza social que contiene tres elementos:

- Grupo homogéneo económica y políticamente
- Relaciones interpersonales
- Ambiente de ociosidad y aburrimiento.

De esta forma, en la Alemania Nazi, se corría el rumor de una devastación total si el mismo pueblo no contribuía a una pronta movilización en la que la participación ciudadana fuera el elemento principal del conflicto bélico.

Por otra parte se reforzaron algunas ideas existentes, en las que se condujo a la masa a crear y creer en determinadas, formas, acciones y actitudes sociales.

⁶⁷ HELL, Víctor, La Idea de Cultura, Breviarios, Traducción de Hugo Martínez Moctezuma, México, Fondo de Cultura Económica, 2001, Pág.24

La aparición de los ESTEREOTIPOS, salieron a flote más que nunca, bien lo señala Rivadeneira Prada cuando menciona que escogemos aquello que nuestra cultura ha definido ya para nosotros y tendemos a percibir lo que escogemos en la forma en que nuestra cultura lo ha estereotipado para nosotros.

DINAMISMO

Ambos personajes utilizaron propaganda que contenía básicamente:

- Mitin
- Carteles
- Slogan

MITIN

Objetivos:

Procurar que los simpatizantes fortalezcan y confirmen su apoyo, dándoles confianza y seguridad, al hacerles saber que otros comparten con ellos sus creencias y entusiasmo.

Captar más adeptos a través de crear una impresión de fuerza y unanimidad.

Intimidar a los enemigos, en base a la exhibición de lo anterior.

Con el MITIN se logra que el sentimiento gregario del hombre lo impulsara a adoptar las reacciones de la masa (alma colectiva).

Se busca homogeneizar a la masa para integrar a ellas simpatizantes y espectadores simples y rebasar las delimitaciones individuales.

Hitler dice “la masa no es manejable más que cuando esta fanatizada”. O bien motivada a través de incentivos como fue el caso de Bush al comprar millones de votos.

Se recurre a los mitos, símbolos políticos y al caudillaje (creando un sentimiento de esperanza).

Se debe contar:

Con el prestigio de un líder

Designación de enemigo (atribuirle nuestras desgracias y malestares)

Presentación de imágenes de vivos colores y repetir una y otra vez. (Solo las imágenes los aterrorizan o los seducen.)

CARTELES

“Un cartel es esencialmente un gran anuncio, con un electo pictórico, generalmente impreso sobre papel y exhibido en un muro o cartelera.”⁶⁸

⁶⁸ Abraham Moles, citado en Edmundo González Llaca Op Cit. Pág. 153

Objetivo:

Llamar la atención hacia el mensaje que el anunciante esta tratando de agenciar y grabar en el transeúnte el elemento pictórico o visual, proporciona la atracción inicial (lo llamativo) necesita de un mensaje suplementario (palabras).

Código del Cartel:

Establece la comunicación y la persuasión al fenómeno físico de la visión.

Formas y Colores

Amarillo: simboliza la alegría, frivolidad, el amarillo oscuro la prudencia y el engaño.

Anaranjado: su significación simbólica es de gloria y progreso

Azul: simboliza la lealtad, la honradez o la calma

Verde: simboliza la esperanza (descanso)

Rojo: simboliza el dinamismo, la conciencia revolucionaria, el deseo, fuerza.

Negro: simboliza la muerte, el duelo, la ignorancia, la soledad.

Violeta: simboliza los sueños, la mística

Blanco: simboliza la castidad, el frío, la paz, la limpieza

Café: simboliza la opresión, la gravedad.

Gris: simboliza la vejez, la tristeza, la desesperanza, la pobreza.

Línea Recta: impresión de fuerza, de sencillez, de solidez, la exaltación, permanencia.

Línea Recta Horizontal: impresión de descanso, paz o avance.

Líneas Rectas radiales: reflejan estallido, esplendor, gloria, divinidad.

Línea quebrada o angulosa: objetividad, dureza, exactitud

Línea Curva: dulzura, flexibilidad suavidad (asociada a lo femenino)

Línea fina: delicadeza, modernismo

Línea Gruesa: estabilidad, tradición y firmeza.

SLOGAN

Sin duda el Instrumento lingüístico de la propaganda.

El slogan es unilateral y maniqueísta, busca la acción del receptor sin pretender enseñar nada.

Funciones

Impulsar: excitar a la acción

Intimida: contenido agresivo

Une: elemento del mitin, compartir una creencia o un entusiasmo

“Sieg Heil”

Resumen: hilo conductor y permanente

Alienta: levanta espíritus

El de los nazis al ser declarados fuera de la ley

“Prohibidos pero no muertos” “Alemania despiértate”

Capta: repetición.

Objetivo:

Ser oído y gritado

(Lenguaje popular, palabras vivas, resonantes, espontáneas expresivas, libres y sobre todo emocionales)

REPRESENTACIÓN

1 Partido Nazi

Estado completamente centralizado

Todas las organizaciones empresariales, sindicales y agrícolas, educación y cultura, quedaron a disposición del partido NAZI

2 Partido Republicano

Centralización de los medios.

Supeditados a normas y valores sociales para defender al “pueblo elegido”

NACIONALISMO

Hitler actuó velozmente para reunir todo el poder del Estado en manos de los nazis, eliminar toda posible subversión posible a su mandato y llevar a cabo la “nazificación de la cultura alemana”.

El 10 de mayo de 1933 profesores y alumnos nazis tomaron universidades, bibliotecas y librerías en 30 ciudades alemanas. Miles de libros fueron quemados. La quema de libros significó un esfuerzo deliberado para “purificar” la cultura alemana.

Goebbels dijo: “la era sutil del intelectualismo judío está muerta....el pasado yace entre llamas.”

De esta forma se eliminaron libros de origen estadounidense, teóricos comunistas, sobre homosexualidad, los derechos de la mujer, y por supuesto libros judíos.

Se produjo una revolución política y cultural en donde se disolvió a todos los partidos políticos existentes (Socialdemócrata y el Partido Comunista), se llevó a cabo una legislación especial en la cual los judíos quedaban excluidos de la protección de la ley.

SIMBOLISMO

El antisemitismo había ido cuajando lentamente en Alemania durante siglos, y alcanzó su punto máximo en 1933. Las razones principalmente económicas. A principios de los años 30's Alemania sufría los efectos de una gran depresión económica. Millones de personas se quedaban sin trabajo, la inestabilidad social aumento y socavo la confianza del gobierno alemán. Los alemanes deseaban un liderazgo decidido y un renacimiento nacional.

Hitler prometió una mejor vida una gloria renovada para Alemania.

La forma de vida debería estar basada en un nacionalismo que potenciara el antisemitismo y la pureza racial alemana, todo lo cual llevaría a una expansión territorial de Alemania.

PATRIOTISMO

Al recién caído Estado Alemán (Primera Guerra mundial) había que inducirle una nueva ideología que movilizara rápidamente la acción.

Uno de los elementos que fortaleció dicha ideología fue la idea de Patria.

Se encontró una manera sentimental de designar al Estado o Nación.

Dicho sentimiento devenía principalmente del sentido de pertenencia y del sentido de identificación.

Para la propaganda nazi fue necesario difundir y crear el sentido de pertenencia, en la que se ligaba directamente a los individuos con los problemas del Estado. Así, el individuo se vería comprometido a defender y luchar por los intereses de todos, de la Patria misma.

Por lo tanto el sentido de identificación, actuaba seguido al primero, sugiriendo una participación directa para evitar el "aparente fracaso y posible destrucción del Estado.

Toda sociedad se rige a través de normas, valores, conductas y tradiciones. De esta forma la propaganda nazi, utilizaron a la "Patria" para resurgir en la población dichos valores y tradiciones impulsados por el sentimentalismo, que concluyera en la aceptación y colaboración.

Cita Hitler:

"Quien ama su patria prueba ese amor solo mediante el sacrificio que por ella esta dispuesta a hacer. Un patriotismo que no aspira sino al beneficio personal no es patriotismo. Tampoco es nacionalismo, el nacionalismo que abarca solo determinadas clases sociales.....

Solamente puede uno sentirse orgulloso de su pueblo cuando ya no tenga que avergonzarse de ninguna de las clases sociales que formen este pueblo.

Solo cuando una nación es, material y moralmente sana en todas sus partes constitutivas, puede la satisfacción de pertenecer a ella, que experimenta el individuo, exaltarse con derecho a la categoría del elevado sentimiento que denominamos orgullo nacional. Pero este noble orgullo puede sentirlo únicamente aquel que es conciente de la grandeza de su pueblo."⁶⁹

⁶⁹ Hitler, Pág. 144

EXCLUSIÓN

Para llevar a cabo una movilización como la del Tercer Reich, se tuvo que utilizar a la propaganda con mayor frecuencia. A través de ella, fue posible que el pueblo alemán cambiase sus pensamientos y dirigiera nuevas líneas de acción.

Mediante la persuasión y manipulación se consiguió una clara y efectiva reacción. Sin duda alguna, los mítines lograron penetrar todas esferas sociales de la población.

Algunos métodos resultaron ser los más difundidos en la propaganda nazi como:
Contra propaganda (incitaba a reacciones que respondieran a los ataques del enemigo)
Exaltación de Nacionalismo Alemán

POTENCIAS DE REPRESENTACIÓN VISUAL

1 Interior

Se crea un espíritu militarista propio

2 Posterior

Antisemitismo enraizado

Diferencias sociales que iban desde los aspectos religiosos, hasta las costumbres.

3 Superior

Se presentaron nuevos valores en los que se destacaba a los alemanes nazis como los legítimos herederos de los míticos teutones y la legendaria máquina militar prusiana. La diferencia entre el que era un ciudadano y quien, claramente exhibido en Mi Lucha de Hitler.

El valor de la protección y la fuerza ante los peligros de la Nación

5.4.1 APLICACIÓN DEL ANÁLISIS SEMIOTICO

METAPLASMOS NIVEL FÓNICO FONOLÓGICO

Prótesis

Adición de algún sonido al principio de una palabra

Apócope

Supresión de algún sonido al final de una palabra.

Metátesis

Cambio de lugar de sonidos dentro de una palabra

METATAXAS NIVEL MORFOSINTÁCTICO

Hipérbaton

Alteración del orden sintáctico de las palabras.

Elipsis

Omisión de elementos necesarios para la recta construcción gramatical.

Pleonasmo

Empleo de palabras innecesarias y redundantes para el sentido de la frase.

Anáfora

Repetición de palabras al comienzo de varios versos o frases, consecutivos o próximos.

Silepsis

Uso de una palabra a la vez en sentido recto y figurado.

METASEMAS

NIVEL SEMÁNTICO

Símil o Comparación.

Comparación explícita de una cosa con otra.

Metáfora

Traslado, mediante una comparación implícita, del sentido recto de las palabras a otro figurado.

Sinécdote

Designación de algo con el nombre de otra cosa que tiene con la primera una relación de inclusión.

Metonimia

Designación de algo con el nombre de otra cosa que tiene con la primera una relación de contigüidad.

Prosopopeya

Atribución de habla a entes abstractos, objetos o animales.

Hipálage

Desplazamiento de un complemento a una palabra distinta de aquella a la cual debería referirse lógicamente.

Oxímoron

Combinación de palabras, expresiones o ideas de significado opuesto o contradictorio.

METALOGISMOS

LÓGICA DEL DISCURSO

Apóstrofe

Consiste en dirigir la palabra, directa o indirectamente, a personas, cosas o ideas personificadas.

Antítesis

Contraposición de una palabra o frase a otra de significado contrario.

Alegoría

Superposición en el discurso, por medio de metáforas, de dos sentidos completos, uno recto y otro figurado.

Gradación

Enumeración ordenada por grados de significación, expresividad, extensión, comprensión, etc.

Hipérbole

Exageración de aquello de que se habla.

Ironía

Exposición que da a entender algo diferente de lo que se expresa en realidad.

Atenuación

(Extenuación) Consiste en no expresar todo lo que se quiere dar a entender.

Paradoja

Uso de expresiones o frases que envuelven una contradicción aparente

ANÁLISIS SEMIÓTICO

CATEGORÍAS CONCEPTUALES LOCALIZAS EN EL DISCURSO DE J. GOEBBELS:

- 1) Metaplasmos: Nivel Fónico (no se encontró)
- 2) Metataxas : Nivel morfosintáctico (Hipérbaton, Anáfora, Pleonasma, Silepsis.)
- 3) Metasemas: Nivel Semántico (Comparación, Metáfora, Prosopopeya, Oxímoron.)
- 4) Metalogismo: Lógica del Discurso (Apóstrofe, Antítesis, Atenuación, Hipérbole)

DISCURSO DE GOEBBELS EN EL PALACIO DE LOS DEPORTES EL 18 DE FEBRERO DE 1943

Goebbels: Declaración de Guerra Total

"¿Quieren ustedes la guerra total?"

Apóstrofe

Hipérbole

"Si fuera necesario, ¿quieren ustedes una guerra más total y más radical que lo que hoy no podríamos ni siquiera imaginar?"

"El inglés afirma que el pueblo alemán ha perdido la fe en el Führer."

Silepsis

Apóstrofe

Prosopopeya

Anáfora "Yo les pregunto: ..."

Anáfora "Yo les pregunto:

Comparación

¿Es la confianza de ustedes en el Führer más grande, más fiel e inquebrantable que nunca. Están ustedes completa y absolutamente listos para seguirlo donde quiera que él vaya y hacer todo lo que sea necesario para llevar la guerra a un victorioso final?"

Apóstrofe

Apóstrofe

Anáfora "Yo les pregunto: Están ustedes listos para de ahora en adelante hacer todo el esfuerzo necesario para proporcionar al Frente del Este todos los hombres y municiones para darle al Bolchevismo el golpe mortal?"

Hipérbole

Anáfora Yo les pregunto: ¿Toman ustedes el sagrado juramento ante la Patria de mantenerse firmes detrás de ella y que darán todo lo que sea necesario para lograr la victoria final?

Anáfora Yo les pregunto: lo juran ustedes, especialmente las mujeres, que quieren que el gobierno haga todo lo posible para estimular a las mujeres alemanas a poner todo su esfuerzo

Pleonasma

en el trabajo para apoyar el esfuerzo de la guerra, y a alentar a los hombres para que vayan al frente cuando sea necesario, ayudándoles así en su lucha en el frente?

Anáfora Hipérbaton
Yo les pregunto: Aprueban ustedes las más radicales medidas en contra de ese pequeño grupo de farsantes traficantes quienes pretenden hacer creer que hay paz en medio de la guerra y que usan las necesidades de las naciones para sus egoístas propósitos personales?

Apóstrofe
Están ustedes de acuerdo que aquellos que menoscaban el esfuerzo de la guerra deban perder sus cabezas?

Anáfora
Yo les pregunto: que por sobre todo en la guerra, de acuerdo con la plataforma del Partido Nacionalsocialista, ¿los mismos derechos, las mismas obligaciones se les deben aplicar a todos, que la patria deba soportar las pesadas cargas de la guerra el peso deba ser compartido por todos, por igual, altos y bajos, ricos y pobres?

Pleonasmo
He preguntado. Ustedes me han dado sus respuestas. Ustedes son parte del pueblo, y sus respuestas son las respuestas del pueblo alemán. Ustedes les han dicho a nuestros enemigos lo que deben oír para que no se hagan falsas ilusiones.

Comparación
Ahora, como en las primeras horas de nuestro gobierno y a través de los diez años que siguieron, estamos firmemente unidos en hermandad con el pueblo alemán. El más poderoso aliado en la tierra, el pueblo mismo, se para detrás de nosotros y está determinado a seguir al Führer, pase lo que pase. El pueblo acepta los peores peligros para lograr la victoria. Qué poder en la tierra puede impedirnos alcanzar nuestros propósitos.

Hipérbole Prosopopeya
Ahora debemos, podemos y tendremos éxito. Yo me paro ante ustedes no sólo como el vocero del gobierno, sino como el vocero del pueblo.

Comparación
Mis viejos amigos del partido están aquí a mí alrededor, unidos con los altos oficiales del gobierno y del pueblo. El camarada del partido Speer está sentado cerca de mí. El Führer le ha dado la gran responsabilidad de movilizar la industria alemana de armamento y suministrar al frente todas las armas que necesita. El camarada del partido, Dr. Ley estás sentado cerca de mí. El Führer ha dado el liderazgo de la fuerza de trabajo alemana, enseñándoles a trabajar entusiasmadamente por el esfuerzo de guerra. Nos sentimos profundamente agradecidos con nuestro camarada de partido, Sauckel, quien ha sido

encargado por el Führer de llevar cientos de miles de trabajadores del Reich a respaldar nuestra economía nacional, algo que el enemigo no puede hacer.

Todos los líderes del partido, el ejército y el gobierno se unen a nosotros también.

Antítesis

Pleonasma

Nosotros somos hijos de nuestro pueblo, forjados juntos para esta crítica hora de nuestra historia. Nosotros les prometemos, nosotros prometemos al Frente, nosotros le prometemos al Führer, que juntos convertiremos nuestra patria en una fuerza en la que el Führer y nuestros aguerridos soldados pueden confiar ciegamente. Nosotros empeñamos nuestra palabra, que haremos todo lo que sea necesario con nuestra vida y trabajo por alcanzar la victoria. Nosotros llenaremos nuestros corazones con la pasión política, con el fuego inextinguible que flameó durante las grandes luchas del partido y del estado.

Metáfora

Nunca durante esta guerra caeremos presa del falso e hipócrita objetivismo, que trajo a nuestra nación alemana tantos infortunios a lo largo de toda su historia.

Oxímoron

Cuando la guerra comenzó, volteamos nuestros ojos a nuestra nación. Todo aquel que lucha por el triunfo es bueno y debe ser alentado. El que impide el triunfo es malo y debe ser eliminado y desechado. Con los corazones encendidos y la cabeza fría, nos sobrepondremos a nuestros mayores problemas en esta fase de la guerra.

Metáfora

Estamos en el camino de la eventual victoria, esa victoria descansa en nuestra fe en el Führer.

Pleonasma

Atenuación

Apóstrofe

Hipérbaton

Esta noche, una vez más, le recuerdo a toda nuestra nación, cuál es nuestro deber. El Führer espera de nosotros que desechemos todo lo que en el pasado nos llevó a las sombras. Nosotros no queremos fallarle. Así como nosotros estamos orgullosos de él, él estará orgulloso de nosotros.

Comparación

Oxímoron

La gran crisis y perturbación de nuestra vida nacional, nos muestra quienes son los verdaderos hombres y mujeres. Nosotros no tenemos derecho de hablar más de sexo débil, porque ambos sexos están mostrando la misma determinación y fuerza espiritual.

La nación está lista para todo."

Prosopopeya / Apóstrofe

A
n
t
í
t
e
s

A
t
e
n
u
a
c
i
ó
n

"El Führer ha ordenado y nosotros le obedeceremos. En esta gran hora de contemplación y reflexión nacional, nosotros creemos en la firme e inquebrantable victoria final.

Atenuación

La vemos ante nosotros, la vemos y sólo tenemos que tocarla. Debemos estar resueltos a subordinar todo ante ella. Esa es la obligación de todos en esta hora crucial. Hagamos que nuestra consigna sea: ¡Pueblo levántate y haz que la tormenta se desate!"

Metáfora

Apóstrofe / Hipérbole

CATEGORÍAS CONCEPTUALES LOCALIZAS EN EL DISCURSO DE GEORGE W. BUSH:

- 1 Metaplasmos: Nivel Fónico (no se encontró)
- 2 Metataxas : Nivel morfosintáctico (Hipérbaton, Anáfora, Pleonasma, Silepsis.)
- 3 Metasemas: Nivel Semántico (Comparación, Metáfora, Prosopopeya, Oxímoron.)
- 4 Metalogismo: Lógica del Discurso (Apóstrofe, Antítesis, Atenuación, Hipérbole)

Presidente Bush habla a la Nación el 11 de Septiembre

Anuncia la Determinación de buscar a los Responsables de los Ataques Terroristas

Buenas noches. Hoy, conciudadanos, nuestro modo de vivir, nuestra propia libertad fueron atacados en una serie de actos terroristas deliberados y mortíferos.

Hipérbole

Las víctimas se encontraban en aviones o en sus oficinas -- secretarias, empresarios y empresarias, empleados militares y federales. Madres y padres. Amigos y vecinos.

A
n
t
í
t
e
s
is

Miles de vidas terminaron súbitamente debido / a actos de terrorismo malvados y viles.

Hipérbole

Silepsis

Metonimia

Las imágenes de los aviones que chocaban contra los edificios, los incendios que ardían, las estructuras enormes que se desplomaban, / nos han llenado de asombro, terrible tristeza y una ira callada e inflexible.

Hipérbole

Atenuación

Hipérbole

Prosopopeya

Estos actos de asesinato masivo / se propusieron amedrentar a nuestra nación hasta llevarla al caos y la huida. Pero han fracasado. Nuestro país es fuerte.

Atenuación

Un gran pueblo ha sido impulsado a defender una gran nación.

Pleonasma

Los ataques terroristas pueden sacudir los cimientos de nuestros edificios más grandes, pero no pueden tocar los cimientos de/ Norteamérica. Estos actos hacen añicos el acero, pero no pueden hacer mella en el acero de la resolución norteamericana.

Prosopopeya

M
e
t
á
f
o
r
a

Metáfora

Prosopopeya Norteamérica fue tomada como blanco / porque somos la luz de libertad y oportunidad más brillante del mundo. Y nadie va a impedir que esa luz brille.

Antítesis

Prosopopeya

Hipérbole

Apóstrofe

Hoy, nuestra nación contempló el mal, / lo peor de la naturaleza humana, / y respondimos con lo mejor de Norteamérica, con el arrojo de nuestros socorristas, con la simpatía afectuosa de extraños y vecinos que vinieron a donar sangre y ayudar en todo lo que podían.

Hipérbole

Inmediatamente después del primer ataque, puse en vigor los planes de respuesta de emergencia de nuestro gobierno. Nuestras fuerzas armadas son poderosas y están preparadas.

Atenuación

Nuestros equipos de emergencia trabajan en la ciudad de Nueva York y en Washington, D.C., para colaborar con los esfuerzos de rescate locales.

Apóstrofe

Nuestra primera prioridad es ayudar a aquéllos que han sido heridos y tomar todas las precauciones para proteger de otros ataques a nuestros ciudadanos, en el país y en todo el mundo.

Apóstrofe

A
t
e
n
u
a
c
i
ó
n

Las funciones del gobierno continúan sin interrupción. Las agencias federales en Washington que tuvieron que ser evacuadas hoy, reabren esta noche con el personal esencial y estarán abiertas mañana.

Nuestras instituciones financieras siguen siendo fuertes, y la economía norteamericana también estará abierta para trabajar.

Atenuación

Está en marcha la búsqueda de los que están detrás de estos actos malvados.

Hipérbole

He asignado la totalidad de los recursos de nuestras comunidades de inteligencia y ejecución de la ley a encontrar a los responsables y llevarlos ante la justicia.

Apóstrofe

Antítesis / Atenuación

No distinguiremos entre los terroristas que cometen estos actos y aquellos que los acogen.

Les agradezco mucho a los miembros del Congreso que se han unido a mí para condenar vigorosamente estos ataques. Y, en nombre del pueblo norteamericano, agradezco a los muchos líderes mundiales que han llamado para ofrecer sus condolencias y ayuda.

Apóstrofe

Norteamérica y nuestros amigos y aliados se unen a todos aquéllos que desean la paz y la seguridad en el mundo, y estamos juntos para ganar la guerra contra el terrorismo.

Antítesis

Apóstrofe

Esta noche, les pido que recen por aquéllos que padecen aflicción, por los niños cuyo mundo ha quedado destrozado, por todos aquéllos cuyo sentido de seguridad se ha visto amenazado. Y ruego para que sean confortados por un poder más grande que cualquiera de nosotros, que habla a través de los tiempos en el Salmo 23:/ "Aunque camine por el valle de sombra de muerte, no temeré, porque Tú estás conmigo".

Oxímoron

Este es un día en el que todos los norteamericanos, de todas las clases sociales, nos unimos en nuestra resolución de alcanzar la justicia y la paz. Norteamérica ha derribado antes a sus enemigos, y lo haremos así esta vez.

Apóstrofe

Apóstrofe

Hipérbole

Nadie debe olvidar este día, / pero seguimos adelante para defender la libertad y todo lo que es bueno y justo en nuestro mundo.

Gracias. Buenas noches, y que Dios bendiga a Norteamérica

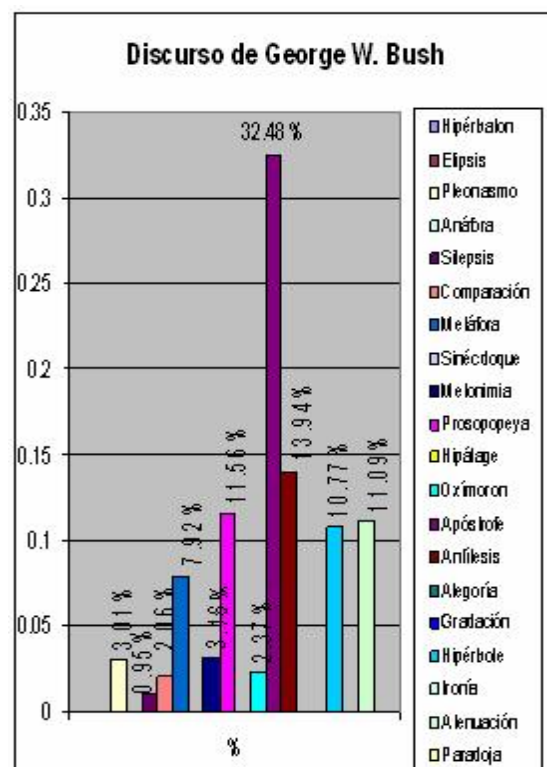
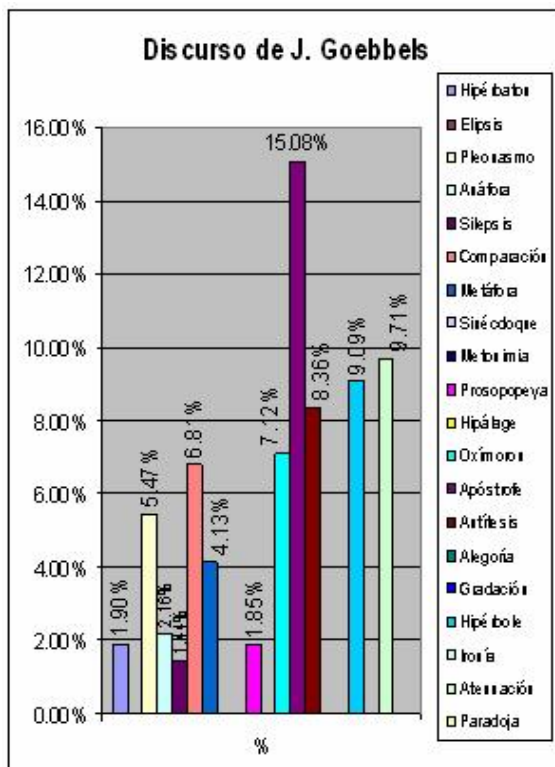
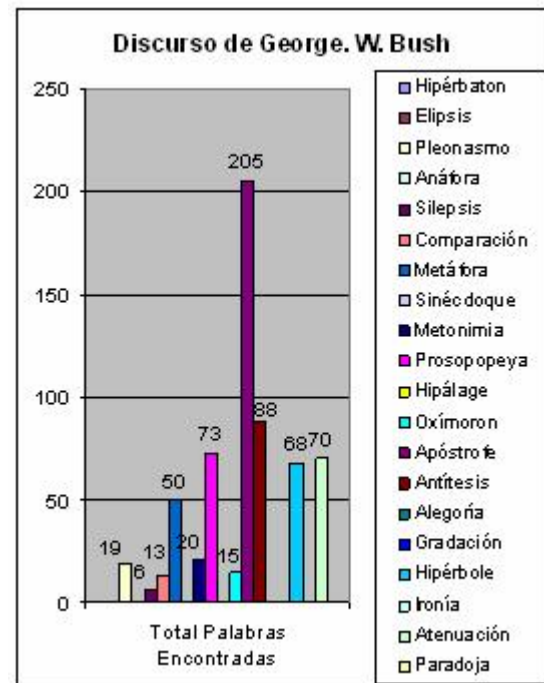
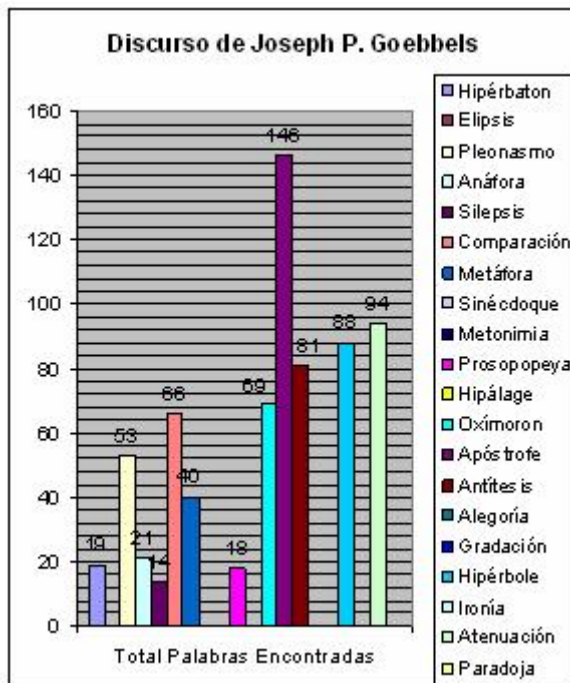
Prosopopeya

Cuadros Comparativos

Figuras Retóricas utilizadas como mayor frecuencia en ambos discursos.

Total de palabras encontradas: 968

Total de palabras encontradas: 631



Al utilizar a la retórica en sus discursos ambos personajes, se afirma que:

Dichos discursos utilizan el uso unilateral de la fuerza, proclaman la guerra justificándola como “víctimas”.

Goebbels y Bush, posicionan a sus respectivas naciones como el centro del universo “divino” en el cual el Pueblo Elegido exterminará a sus enemigos e iluminará por la fuerza a los que considera aliados. Es decir; mientras Goebbels instiga odio y racismo en contra de ciertos grupos, en especial el judío, Bush mata supuestos “terroristas” que amenazan el imperio yanqui.

Por medio de sus discursos, los personajes utilizan la retórica triunfalista, con el fin de seguir obteniendo recursos económicos para sustentar y solventar los intereses de los que poseen el poder, y llevar a cabo una guerra colonial.

Con respecto al mundo exterior, la "ideología" norteamericana y alemana los sitúa en un plano de inconmensurable superioridad como representantes de la moral en materia de relaciones internacionales y de la organización del futuro de la humanidad.

Tanto Goebbels y Bush, creyeron que para lograr dicha superioridad de ambos pueblos, la sociedad misma debía sacrificarse por el bien de la patria., exaltados a través de un nacionalismo exaltado, basados principalmente en el control mediático. Atrayendo a las masas mediante prejuicios y juicios poco razonados, impulsados a por medio de fobias comunes.

Encontramos entonces que como su predecesor nazi, Bush, declara la guerra a las familias no tradicionales, al sexo, a los homosexuales, a los inmigrantes.

Ambas políticas, (norteamericana y alemana) obedecen a la misión de conducir a la humanidad hacia un mundo mejor, legitimado en lo que se supone debe ser “justo”.

Sus discursos ampliamente hiperbólicos, muestran, como dirigirse a las masas trayendo el miedo a su mente y desencadenando predisposición al enfrentar emoción – razón.

Es un error habitual suponer que la fuerza pueda dominar por sí sola, cuando la verdad es que nunca puede hacerlo. El miedo es el efecto de una dominación ideológica que provoca la aceptación. La fuerza y la violencia sólo funcionan como forma de dominación a través del mecanismo ideológico del miedo.

Una de las figuras retóricas que encontramos frecuentemente es la antítesis, la cual nos permite ver cuanto persigue cada uno de estos personajes, a través de movimientos ideológicos repetidos una y otra vez, entre los que destaca fundamentalmente el racismo.

Las palabras terror y terrorismo han pasado a ser instrumentos semánticos de los poderosos. Ese uso propagandístico es ya universal. Y son los grandes medios masivos de comunicación bajo control los principales vehículos para imponer el mensaje del poder en la mente de la población. Dichos conceptos figuran entre los símbolos más utilizados para asustar y manipular a la opinión pública, la cual como ya vimos, ejerce gran influencia para motivar grandes movilizaciones sociales.

CONCLUSIONES

DE LA PROPAGANDA A LA OPINIÓN PÚBLICA

El hombre al manifestarse como un “animal social” establece relaciones sociales con otros individuos; de esta forma su sociabilidad le resulta instintiva o natural.

Así, al entretener relaciones sociales se produce las “conductas sociales” a partir de la Comunicación.

Rivadeneira Prada⁷⁰ mencionaba que el origen de la Opinión Pública se centraba básicamente en esas “relaciones y conductas” establecidas a través del tiempo.

Las relaciones sociales se generan por medio de un intercambio de información constante y sobre todo irrenunciable. Los seres humanos entonces, nos volvemos seres políticos, animados a través de intereses individuales y colectivos.

El tejido social que hemos formado lo es también político, es decir, formulamos ideas, opiniones y actitudes frente a otros, no sometemos a formas y estructuras definidas por un grupo o grupos.

Dichas estructuras se dan en cómo está ordenado y dirigido nuestro entorno social. No vemos involucrados en diversos procesos comunicativos, ya que el flujo de mensajes “se presenta en distintas formas y contenidos” a cada integrante de la sociedad.

No cabe duda que los Medios Masivos de Comunicación; han sido el parte aguas en la forma de concebir e interpretar nuestra realidad.

El hombre moderno, cada vez más, se haya influenciado hacia la acción, la elección y la toma de decisiones, que se ven sometidos a un control mediático inminente que abarca primero a las masas, grupos sociales y por último a los públicos.

La Propaganda surge a partir de la presión social ejercida continuamente por los Mass Media y los grupos dominantes.

Si bien es cierto, la Propaganda tiene un recorrido histórico más antiguo que la aparición de los medios masivos, ésta sin lugar a duda con ayuda de los últimos ha proporcionado su aplicación mediante formas y técnicas novedosas apoyadas en lo científico-humanista.

⁷⁰ RIVADENEIRA, Prada, Raúl, La Opinión Pública. Análisis, estructura y métodos de estudio, Editorial Trillas, México, 2000, Pág. 35

El proceso de formación de la Opinión Pública, se haya inmerso en lo psicosocial colectivo, debido a la forma en que intercambiamos información.

De esta manera al entendernos como seres sociales, nos encontramos influenciados por una serie de esquemas biológicos innatos y costumbres de tipo cultural. Y si agregamos a esto factores el agente modificador de conductas, opiniones e ideologías mejor conocido como Persuasión tendremos por tanto una manipulación psíquica colectiva de dimensiones inimaginables.

Así y solo así la propaganda apelará a actitudes, valores, estereotipos, juicio y prejuicios, respecto al manejo de información y/o mensajes dentro de un grupo definido. Este grupo quedara entonces, sometido a las intenciones de otros para que estos crean acepten y lleven a cabo movilizaciones previamente formuladas.

EL PARTIDO POLÍTICO NAZI

Al finales de la década de los años 20's, Joseph P. Goebbels fue designado como Líder de la Propaganda del Reich.

Hitler se sintió magnetizado por el trabajo de Goebbels que el 13 de marzo de 1933 fue nombrado Ministro de Instrucción y Propaganda por su lealtad al Führer.

METODO DE LA PROPAGANDA

Goebbels recurrió a la persuasión y manipulación de masas, utilizando un control mediático total principalmente en la Radio, el Cine y la Prensa.

El Ministerio de Propaganda tenía un aparato propagandístico totalmente centralizado, con una pretensión excesiva y obsesiva.

Se le dieron poderes que durante la República de Weimar estuvieron en manos de otros ministerios.

El 3 de abril de 1936 pidió una "disposición" del Führer que expresará que el Ministerio de Propaganda a su cargo, no solo tenía autoridad para llevar a cabo las tareas propagandísticas, sino también ordenar la medidas policíacas necesarias para que ésta pudieran ser efectivas.

Es decir; Goebbels aseguraba su efectividad mediante el apoyo coercitivo de lo cuerpos policíacos y para militares de Alemania.

El Ministerio de Propaganda se hallaba dividido en tres subsecretarías.

1) Representante del ministro

Tenía 12 subdivisiones:

Finanzas, Administración, Legislación y Asuntos Legales, Coordinación de Propaganda, Propaganda en el extranjero, Entretenimiento de tropas, cinematografía, Música, Bellas Artes, Literatura, Radiodifusión.

2) Jefe de Prensa

Tenía 2 subdivisiones:
Prensa interna y Prensa Externa.

3) Jefe de turismo Alemán.
Solo constaba de la Jefatura del turismo

Además, Goebbels tenía 22 sucursales, las oficinas de Propaganda del Reich en cada uno de los Estados de Alemania.

El propio Goebbels aseguraba que “la propaganda figuraba entre las artes por las que se gobierna el pueblo”....”no hay un solo sector de la actividad pública que pueda sustraerse a su influjo.”

LA CÁMARA DE CULTURA DEL REICH

Otro de los aparatos trascendentes dentro del Ministerio de Goebbels fue la Cámara de Cultura que tenía como fin “controlar la cultura”.

En ella se encontraban músicos, literatos, casa editoriales, fábricas de radios y de instrumentos, las bibliotecas, coros, orquestas y escuelas de actuación.

La misma Cámara estaba dividida en siete partes:

1. Cámara de prensa
2. Radiodifusión
3. Cine
4. Literatura
5. Bellas artes
6. Teatro
7. Música

Goebbels aprovechando las dimensiones de la Cámara, inicio una serie de leyes y decretos que regulaban y restringían la actividad cultural, así por ejemplo, la Cámara de literatura fue autorizada para elaborar una lista negra de obras consideradas como hostiles al régimen, las editoriales debía revisar la obras antes de imprimirlas o reimprimir otras.

EL DEPARTAMENTO DE PROPAGANDA DEL PARTIDO

Este departamento contaba con ramificaciones en cada familia, fábrica, oficina y escuela.

Goebbels dividió el trabajo del departamento en cuatro labores:

1. Control y coordinación de las organizaciones afiliadas al partido
2. Educación ideológica de los alemanes
3. Difusión de actividades políticas del Gobierno y del partido.
4. Promover por la radio sus programas entre la población.

Asimismo el departamento se hallaba dividido en 5 oficinas principales con cuarteles en Munich y Berlín.

Una oficina se dedicaba a entrenar a los oradores del partido, otra para organizar la propaganda masiva, la tercera para supervisar las actividades culturales como el diseño de efectos escénicos para las multitudes, la cuarta para la radiodifusión y por último un centro de propaganda cinematográfica.

TÉCNICAS DE PROPAGANDA

- Acceso a la información referente a la Opinión Pública
- Centralización autoritario del poder
- Prever las consecuencias propagandísticas
- La propaganda como factor que afecte la política del enemigo
- Revisar la información no clasificada
- La propaganda debe suscitar interés en la audiencia a través de la Medios Masivos.
- Credibilidad
- La propaganda enemiga debe ser refutada o ignorada
- Recurrir a la censura, evitar temas sobre religión, personajes oficiales y/o enemigos
- Recurrir constantemente a la Propaganda negra
- Líderes Prestigiosos
- Utilización de una propaganda sincronizada (repetición),
- Frases o consignas que levantaran el ánimo alemán.
- Evitar falsas esperanzas
- Controlar la “ansiedad”
- Desplazamiento de la agresión

DEL PARTIDO NAZI A BUSH

BUSH Y EL PARTIDO REPUBLICANO

El Partido Republicano (Grand Old Party) mejor conocido como El viejo Partido Magnífico, representa uno de los partidos políticos más importantes de Estados Unidos al cual pertenece el George W. Bush.

Se le ha considerado como un Partido de Centro-Derecha (Conservador laico).

Se caracteriza por presentar un “liberalismo económico” .

Dentro del mismo partido se encuentran tres tendencias:

1. Republicanos Liberales (los cuales promueven el gasto público en programas sociales, tolerantes a temas sociales como el aborto y la homosexualidad)

2. Republicanos Conservadores (derechistas y estrictos en temas sociales o morales)
3. Republicanos Moderados (Centro político del partido)

Desarrolla tendencias:

- Derecha Religiosa o Cristiana
(Activistas fundamentalistas representados por Iglesias Cristiano-evangélicas)
Unen la política y religión (Cruzada Moralista) Se opone al aborto, a matrimonios homosexuales.
- Conservadores sociales
Constituida de gente de clase media y valores de antaño
- Conservadores Fiscales
Conservadurismo Fiscal es decir menos impuestos y meno gasto público.
No existe un interés moral
- Republicanos de Nombre Solamente (RINO)
Nombre despectivo a los conservadores hacia los liberales
- Neoconservadores
Defensores de un mayor gasto social, política agresiva y expansionista, buscan crear una sociedad más conservadora en temas sociales, difunden el papel de “pueblo elegido” con la finalidad de extender la democracia en el mundo a través de la utilización de la fuerza para proteger a la nación de posibles enemigos.
- Paleo-conservadores
Tiende a una política comercial proteccionista, aislacionista, rechazo a la inmigración ilegal, se consideran a favor de las minorías étnicas.

ANÁLISIS DEL DISCURSO

Le Bon sostiene: “Por el sólo hecho de transformarse en muchedumbre poseen una clase de alma colectiva que les hace pensar, sentir y obrar de una manera diferente a como lo harían aislados.

Los principales caracteres de los individuos en muchedumbre son: desvanecimientos de la personalidad conciente, predominio de la personalidad inconciente, por vía de sugestión y contagio de los sentimientos y de las ideas en un mismo sentido. Además, las muchedumbres presentan impulsividad para razonar, ausencia de juicio y espíritu crítico, sugestibilidad y credibilidad.

La propaganda del régimen nacionalsocialista se apoyaba sobre la ideología del jefe (*Führerideologie*). Renunciando a toda argumentación objetiva, los llamamientos al pueblo alemán consistían en presentar a las masas solamente “la gran meta final”

Más que representar la etapa revolucionaria, la clase media o proletaria era olvidada, sus costumbres eran ignoradas. Entonces, desde el punto de vista de la psicología de masas, este proletariado no hizo otra cosa más que “arrojarse a los brazos del fascismo”⁷¹, a falta de organizaciones revolucionarias verdaderas, de la pobreza existente y del pensamiento conservador autoritario, pensaron que sin lugar a dudas el fascismo era la mejor opción.

¿UN BUSH GOEBBELIANO O UN GOEBBELS BUSHIANO?

Un 18 de febrero de 1943, Goebbels declara la “Guerra total”, poco más de medio siglo después, Bush declara la “Guerra Total”, utilizando el estilo, contenido y sobre todo lenguaje de su predecesor nazi.

¿Es acaso, que Estados Unidos esta generando a los Nuevos Nazis del siglo XXI?

James Petras señala que:

“En ambos casos tenemos ejércitos imperialistas que conquistan países, devastan ciudades y asesinan a civiles en masa y los grandes medios, en teoría privados, son en la práctica apéndices del Estado que diseminan las más escandalosas mentiras en defensa y elogio de las “tropas de asalto” conquistadoras, llámense las SS o los *marines*.”⁷²

Es así como, la ideología nazi respecto a la americana no son solo una simple coincidencia. El ministro de Propaganda jamás imaginaría los alcances de la ideología propuesta en el Tercer Reich utilizada en uno sus principales enemigos.

Encontramos pues sin lugar duda que la propaganda nazi como la estadounidense glorifica “el heroísmo” y éxito de sus fuerzas, aniquilando a todas clase “terroristas”.

¿Como se logra esto? A través del lenguaje, el lenguaje como principal instrumento propagandístico que hemos venido desarrollando en capítulo 4.

⁷¹ Leich, W., Psicología de masas del fascismo. [www. Google .com](http://www.Google.com)

⁷² James Petras , La guerra: diario de Nueva York, Traducción: Jorge Anaya, La Jornada de México, 27 de Noviembre de 2004,

Hoy, a través de los medios de comunicación podemos encontrar diferentes versiones sobre los sucesos que ocurren en medio oriente referentes a bajas civiles, asesinatos y genocidio, todo en nombre de la "paz mundial y la seguridad global" que Bush promueve.

Es acaso que todos los días tenemos que escuchar mentiras y sugerencias estupidas en con referencia a nuestra percepción sobre un hecho crucial en la historia del mundo: la invasión a Irak.

"La técnica perfeccionada por Goebbels en Alemania y practicada en Estados Unidos consiste en repetir las mentiras y eufemismos hasta que sean aceptados como "verdades" e incorporados al habla cotidiana. Al volver rutinario un lenguaje común, los medios masivos hacen partícipes a los ciudadanos," explica Petras.

La propaganda se vale de los medios de comunicación para fabricar una red de mentira. "Es más fácil fingir la credibilidad que conseguirla"⁷³, señalar que la invasión a Irak esta basada en lo bueno y lo justo, significa utilizar las fuerzas armadas como métodos totalitarios.

Los términos de "imperio y superpotencia" usados frecuentemente en los discursos de Bush afirma Carlos Fazio⁷⁴ simbolizan la proyección del poder expansionista en el exterior, situación que comparte con la Alemania nazi que abordaba "un poder ilimitado y un expansionismo agresivo".

El éxito del Tercer Reich se alcanzó debido al exhortación de las masas a continuar en la guerra por la patria misma y así apoyar el expansionismo, hoy Estados Unidos utiliza más que nunca los medios como instrumento para promover lo que llama Fazio Inseguridad Vs. Dependencia"

*"EL QUE NO ESTA CONMIGO ESTÁ CONTRA MÍ."*⁷⁵

Bush presenta un fundamentalismo religioso, que propone a través del mesianismo característico del país vecino:

"El papel sagrado de Mesías que EUA ha de cumplir le obliga a saberlo todo y a ejercer el castigo donde haga falta para liberar a la gente de las garras del Mal. Si existe un único Dios y los EUA son su representante, es lógico que exista un único o principal enemigo de Dios contra el cual los EUA tienen que luchar. Si hay un Pueblo Elegido, una Nación Santa, Estados de Salvación, en definitiva, un eje del Bien, es lógico que exista un Pueblo Maldito, una Nación Malvada, Estados de Perdicción, en definitiva, un eje del Mal. En términos teológicos, estamos hablando de salvación o perdicción, de gracia o pecado. En términos económicos, de prosperidad o pobreza. Será una lucha universal y hasta la victoria final. Si el país malvado reconoce el

⁷³ Anthony Pratkanis y Eliot Aronson, La Era de la Propaganda, Barcelona, España: Paidós, 1994 Pág. 126

⁷⁴ Carlos Fazio, Los Nuevos Nazis; La Jornada de México, 19 de Mayo de 2003

⁷⁵ Mensaje de Bush el 21 de nov. ante militares destinados a Afganistán en <http://news.bbc.co.uk/1/>

pecado, hay que extirpar para siempre, por común acuerdo o por la fuerza. Si EUA se ha visto obligado a entrar en conflicto, jamás lo ha hecho por venganza o para conseguir espurios intereses materiales como cualquier otra nación, sino como un doloroso acto de la manifestación de bondad y misericordia, en el nombre de Dios, ayudando a las fuerzas del Bien a combatir las fuerzas del Mal, para liberar a la gente de las garras del demonio”⁷⁶

Así un año después del 11 de septiembre, la propuesta del PNAC quedó consagrada en el documento de la nueva Doctrina de Seguridad Nacional presentada por Bush el 20 de septiembre de 2002. Fue la proclamación oficial del unilateralismo que, desde el PNAC⁷⁷, habían ido construyendo, junto con los anteriores, Robert Kagan, Richard Perle y Condolezza Rice.

Al igual que Goebbels, Bush se pronunció en favor de pueblo americano y del mundo entero.

El documento denominado de Seguridad Nacional contenía entre otras cosas: “la posición de Estados Unidos que puede autotorgarse el derecho a definir quién es terrorista. Será considerado terrorista aquella organización o Estado que (a) atente contra los intereses de EUA en cualquier lugar del mundo o (b) ponga en peligro el suministro de las materias primas esenciales: petróleo, gas, uranio y agua; segundo, que EUA tiene el armamento más poderoso del mundo y con mayor capacidad “mortífera”. Es el único país que tiene derecho a tenerlo. Cualquier país o grupo de países que pretendan equipararse serán igualmente considerados terroristas; tercero, EUA se someterá a las decisiones de los organismos multilaterales de decisión cuando considere que estas decisiones están de acuerdo con sus intereses. En caso contrario, EUA se considera con el derecho y con el deber de actuar por su cuenta y unilateralmente, y por último pero no menos importante; EUA se considera con el derecho de juzgar a los otros no según los hechos sino según la presuposición de las intenciones. Esta actuación se considerará actuación en legítima defensa aunque no haya habido ataque previo. Se trata de la doctrina de la guerra preventiva.”

Si nos detuviéramos a pensar sobre las palabras “terror” y “terrorismo” de los cuales hace gala el párrafo anterior, sabríamos en base a los principios de Goebbels, que son instrumentos semánticos de los poderosos.

Ahora sabemos que Terror y Terrorismo, figuran entre los símbolos más utilizados para asustar y manipular a la opinión pública, y la imposición de señalar a Estados Unidos como el único que puede definir estas dos palabras, se reduce simplemente a las

⁷⁶ Jaume Botey, El Dios de Bush, “Mesianismo”, Este texto fue la base de la lección inaugural del curso académico 2003-2004 del Instituto Superior de Ciències Religioses de Vic. Posteriormente fue publicado en edición reducida en la Colección Textos del mismo Instituto.

⁷⁷ “Proyecto para el Nuevo Siglo de Estados Unidos” (PNAC, correspondientes a las siglas de *The Project for the New American Century*), fundado en 1997 por un grupo de estrategias neoconservadores “ante la deriva de la política exterior y de defensa de EUA”, con la finalidad de “concentrar esfuerzos para preparar el nuevo liderazgo mundial de EUA”. <http://www.moveon.org/kissingerlatimes.html>

conveniencias ideológicas políticas y económicas de ese vecino país, “todo depende que sea amigo o enemigo de Estados Unidos”.⁷⁸

Bush sabe tomar fielmente las aplicaciones del ministro de propaganda en el momento que alude a un lenguaje que connota “la apología de terror maligno y masivo” que encarna una lucha encarnizada irracional, creando enemigos por doquier sin molestarnos en conocer las causas.

El planteamiento es simple, la lucha entre buenos y malos.

La encarnación del Bien contra la encarnación del Mal, muy parecido a las manifestaciones de Goebbels cuando en su discurso se refiere a “las más radicales medidas en contra de ese pequeño grupo de farsantes traficantes quienes pretenden hacer creer que hay paz en medio de la guerra”.

Si retomamos “al mensaje como un acto cognitivo-persuasivo” así mismo como la eficacia sobre la descansa este planteamiento, distinguiremos que generalmente Las personas intentamos conservar nuestra energía cognitiva realizando atajos mentales siempre que podemos, e intentamos racionalizar nuestros pensamientos y conducta, al grado que parezcan razonables tanto para nosotros como para los demás, .

Goebbels y Bush supieron como aprovechar estos actos cognitivos así como la manera de emplearlos.

IRAK: DISPUTA CONSTANTE

Con la invasión de Irak, se da el comienzo de una guerra anunciada, la de la brutalidad criminal de la agresión, de la irregularidad de medios, de la mentira descarada, de la violación del derecho, de la imposición del militarismo como *estrategia* de paz, de la tergiversación del sentido de palabras, de la fabricación de más armas como base para la reactivación económica, del arrogante desprecio de la opinión pública, del mesianismo, representan el uso de la prácticas propagandísticas más vigentes de nuestro tiempo.

El conflicto de Irak contempla la mirada decisiva de los Estados Unidos; la razón: la voluntad de controlar en el mundo los recursos energéticos y de dominar el Oriente Medio, con finalidad de superar la crisis interna, económica y moral, de EUA y un nuevo punto de partida de fanatismo, de ideología de cruzada de salvación de la civilización occidental, de fundamentalismo religioso.

⁷⁸ Carlos Fazio, Bush y el Terrorismo Benigno, La Jornada de México,

Intenciones, que sin lugar a comentario alguno se han venido trabajando meticulosamente; como el hecho de engañar a la masas sobre “ataques terroristas”, hecho que significo un “motivo” que diera paso a la invasión Iraki.

Entre las posibles causas de todo “este teatro mundial”, se ubico primero, el control del petróleo y después el control de medio oriente.

“Los expertos dicen que el petróleo, energía no renovable, se acaba. La principal fuente de energía que ha servido para construir el desarrollo occidental desde los años veinte, después de la revolución del carbón, tiene los días contados. Dicen que entre 40 y 60 años. Hoy consumimos 77 Millones diarios de barriles. En 1970 consumíamos sólo 50. Se calcula que en 20 años serán 120. Pero hoy hay todavía 2400 millones de personas que obtienen su energía de la leña y el carbón y aspiran a tener el nivel de vida que produce el consumo del petróleo. De ellos 700 millones son chinos, el país con mayor porcentaje de crecimiento económico en el mundo.

Oriente Medio tiene el 65 % de las reservas mundiales de petróleo: 25 % en Arabia y aproximadamente el 10 % en Irak, otro 10 % en Irán y otro el Kuwait. Estados Unidos produce entre el 6 y el 8% del petróleo mundial pero consume el 25% de todo lo que se consume en el mundo. Produce 9 Millones diarios de barriles pero consume 20. Necesita por lo tanto importar 11 Millones diarios, más del doble de lo que produce. Si EUA consumiera sólo su petróleo parece que sus reservas podrían acabarse en cuatro o seis años. Contando con lo que importan parece que tienen para 25 años aunque año tras año aumenta la diferencia entre producción-importación.

Esta perspectiva sólo puede tener dos soluciones: o ahorramos para distribuir mejor o es la guerra de los ricos que quieren seguir siéndolo contra los pobres que no quieren seguir siéndolo. Pero EUA, occidente y probablemente nosotros mismos, no estamos dispuestos a reducir nuestro nivel de consumo o nuestro nivel de vida. Por consiguiente, casi sin que seamos conscientes de ello, tanto EUA como nosotros exigimos la guerra”.⁷⁹

Así de forma contraria a lo que se dijo respecto a los hechos y responsables del 11 de septiembre, se determino que solo fueron factores que distrajeron la atención del mundo y que realmente tuvieron poco que ver con la verdaderas intenciones de Estados Unidos, Bin Laden, el Fundamentalismo Islámico, así como la Defensa de los Derechos Humanos y el respeto a las mujeres, no fue otra cosa que mero escándalo político.

Al igual que Goebbels con la invasión a Polonia (en la que se obtuvo para el pueblo alemán el territorio y el botín)⁸⁰, Bush a lo largo de este conflicto busca favorecerse de las reservas energéticas y de las rutas que conllevan a éstas, invadiendo Irak para proporcionarle a Estados Unidos una fuerza sin precedente.

⁷⁹ Jaume Botey, Op Cit. Pág. 1

⁸⁰ Michael, Berembaum, Op Cit Pág. 61

Expulsar a Saddam Hussein de Irak marcó el comienzo de la agresión contra Palestina, Irak era uno de los pocos países defensores de la causa Palestina y con la ayuda de Israel, Estados Unidos se consideraría ganador indirecto de la guerra. Guerra que seguramente a través del ejercicio de la Propaganda se verá causa de ambos pueblos y Estados Unidos el salvaguarda global.

Si la “Comunidad Internacional” busca armas de destrucción masiva es en Israel donde las encontrará. Israel las posee de todas clases, incluidas las nucleares. Si hay algún estado que de manera sistemática ha incumplido y se ha burlado de las resoluciones del Consejo de Seguridad es Israel. Si se busca a un estado que haya invadido territorios más allá de sus fronteras violando todo Derecho Internacional, es Israel. Si en algún estado es posible buscar dictadores feroces contra los que hay pruebas fehacientes de haber dirigido masacres, es en Israel.⁸¹

Bien señala el proverbio “divide y vencerás.”

Himmler⁸² alguna vez dijo en relación a los polacos “Las condiciones en las que esa gente vive... son asunto de absoluta indiferencia para nosotros.” “Me interesan sólo hasta el punto de que los necesitamos como esclavos para nuestra cultura.” Caso extremadamente parecido a Bush, a querer adueñarse del territorio Iraki.

Otros lazos que unen a Goebbels y Bush, se deben principalmente a su antisemitismo o fundamentalismo religioso. El primero se encargó del exterminio total de los judíos en Alemania y sus alrededores todo de acuerdo al buen nombre de los “legítimos alemanes” y su teoría del “ario puro”, el segundo Bush, se mueve a través de su neoconservadurismo y mesianismo, lo cual los convierte a los dos en los máximos ejemplificadores guardianes del orden y la estabilidad mundial.

Alemania dijo Goebbels se vio amenazada por el monstruo judío, Estados Unidos ahora por el mundo árabe-musulmán, a los cuales se les puede considerar Proyectos Imperialistas- Arbitrarios.

Situación que en relación con el nazismo se presenta en diferentes contextos históricos, pero si en las mismas condiciones, el gran capital y la industria militar.

“Hitler considerándose el dueño del mundo arrastrando a la humanidad hacia una aventura diabólica y el pueblo alemán considerándose pueblo elegido, predestinado a dominar el mundo, el militarismo como mecanismo de superación de la crisis económica, el uso de la fuerza bruta, la mística de misión universal, el unílatralismo y

⁸¹ Jaime Botey, Op Cit Pág. 4

⁸² Himmler, Heinrich (1900-1945), oficial alemán nazi conocido por su labor como jefe de las fuerzas de policía nazis,

destrucción de los organismos multilaterales, la aniquilación de la Sociedad de Naciones, etc. “⁸³

En Bush encontramos la repetición del discurso Nazi (o mejor dicho de Goebbels), en ambos se encuentran un contenido inquebrantable, nacionalista y conservador, que frecuentemente llama a lucha del bien contra el mal.

Al igual que la Alemania Nazi, Estados Unidos se encuentra en una posición sumamente difícil, su imperialismo no durará por mucho tiempo.

La Propaganda que han utilizado ha rendido a las masas, pero no a todas algunas están despertando conciencia en otros, la “contra propaganda” esta surgiendo con la fuerza que no se había visto antes.

Ha sido muy gratificante abordar los usos y los abusos de la Propaganda, no solo porque fue mi trabajo de investigación, sino porque este conocimiento nos mueve a la reflexión del mundo en que vivimos.

Los comunicólogos tenemos mucho trabajo respecto al tema de la Propaganda, en ella podemos encontrar el camino a la paz y la justicia real y verdaderas que buscamos a lo largo de toda nuestra vida.

“Las masas” pueden dejar de llamarse así para llamarse seres humanos. Y ocuparnos de ellas como tal.

⁸³ Botey, Op Cit Pág. 7

BIBLIOGRAFÍA

- 1) BEREMBAUM, Michael, El mundo lo debe saber. Historia del holocausto contada por el Holocausto Memorial Museum de Estados Unidos, México: Diana 1999, 240 Págs.
- 2) BERISTAIN, Helena, Análisis Estructural del Relato Periodístico.
- 3) CALSAMIGLIA Helena y Amparo TUSÓN, Las cosas del decir, Manual de Análisis del Discurso; España: Editorial Ariel 2002, 371 Págs.
- 4) Crónica del Holocausto, España, Editorial Diana, 2002, 720 Págs.
- 5) DE MORAGAS, Miguel "Sociología de la Comunicación de Masas" Vol. III Barcelona, España, Edit. Gustavo Gili, 1985, 222 Págs.
- 6) DURANDIN, Guy "La mentira en la propaganda política y en la publicidad", Barcelona; España: Paidós, 1990, 200 Págs.
- 7) Enciclopedia Grijalbo Dir. Barcelona, España: Ediciones Grijalbo 1986 3 Vols.
- 8) GONZÁLEZ Llaca, Edmundo, Teoría y práctica de la propaganda México, Edit. Grijalbo, 1981, 200 Págs.
- 9) GIMENEZ, Gilberto El análisis del discurso: Módulo V Ideología, poder y estrategias discursivas, / El análisis del discurso político-jurídico UAM 2002 Pág.
- 10) HELL, Víctor, La Idea de Cultura, Breviarios, Traducción de Hugo Martínez Moctezuma, México, Fondo de Cultura Económica, 2001, 162 Págs.
- 11) HITLER, Adolfo, Mein Kampf (Mi Lucha), México, Editorial del Partido Nacionalsocialista de América Latina, 2000, 244 Págs.
- 12) MENÉNDEZ Antonio, Comunicación Social y desarrollo. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM. México 1972.
- 13) PAOLI, Antonio, Comunicación e Información: Perspectivas Teóricas, UAM, México: Trillas, 138 Págs.
- 14) PIZARROSO, A., Historia de la propaganda, Madrid, Edema, 1993.
- 15) PRATKANIS, Anthony, y Aronson ELLIOT, "La era de la propaganda: uso y abuso de la persuasión" Barcelona, España: Paidós, 1994, 366 Págs.
- 16) PRIETO Castillo, Daniel Discurso Autoritario y Comunicación alternativa; México D.F. Editorial Premia Editora S. A, Págs.

- 17) PRIETO, Castillo, Daniel. La fiesta del lenguaje México: Ediciones Coyoacán, 2000. 246 Págs.
- 18) RIVADENEIRA, Prada, Raúl, La Opinión Pública. Análisis, estructura y métodos de estudio, Editorial Trillas, México, 2000, 219 Págs.
- 19) ROMERO Antón, Emma Concepto y técnicas de la propaganda y su aplicación al nazismo, Texto publicado en las Actas del III Congreso Internacional Cultura y Medios de Comunicación, Publicaciones Universidad Pontificia, Salamanca, 2000.
- 20) SALGADO Andrade, Eva, El Discurso del Poder; Informes presidenciales en México (1917-1946) México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social CIESAS y Miguel Ángel Porrúa, 2003, 563 Págs.
- 21) SILVA, Ludovico, Teoría y Práctica de la Ideología; Editorial nuestro Tiempo, México, 1984, 222 Págs.
- 22) VALLES Ruiz, Rosa María, La columna política en México, Una propuesta de análisis ante las elecciones presidenciales del 2 de Julio de 2000; México: instituto Electoral del Distrito Federal, 2004, 162 Págs.
Tesis de doctorado
- 21) YOUNG Kimball y otros, "Las opinión pública y la propaganda" Barcelona España, Edit. Paidós 1975, 236 Págs.
- 22) ZEPEDA Herrera, Fernando Introducción a la Psicología, una visión científico humanista; México, Editorial Addison Wesley Longman de México, 1998, 446 Págs.

HEMEROGRAFÍA

- 1) Fazio Carlos, *Los Nuevos Nazis*; **La Jornada** de México, Sección Mundo publicado el lunes 19 de Mayo de 2003
- 2) Fazio Carlos, *Bush y el Terror Benigno*; **La Jornada** de México,
- 3) Petras James, *La guerra: diario de Nueva York*, **La Jornada** de México, Sección Mundo publicado 27 de noviembre de 2004

VIDEOTECA

- *Biografías*; programa documental transmitido por el Canal estatal de Hidalgo, biografía de Joseph Paul Goebbels.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- *Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2000*. © 1993-1999 Microsoft Corporation.
Reservados todos los derechos
- www.exordio.com
- www.wikipedia.com
- <http://www.inep.org/content/view/3/90/>
- www.presidentesbiografias.com
- <http://www.usinfo.state.gov/usa/islam/>
- <http://usinfo.state.gov/espanol> ó www.whitehouse.gov
- www.sapiens.ya.com/netsurvivor/personajes/personajes_eje_generales/Goebbels.htm
- www.google.com
- www.observatoriodeuda.org/cast/docs/observatoris/psud/bote *¿Por qué Bush quiere la piel de Saddam? De Jaume Botey*
- www.rebelión.com, *Discurso de Bush sobre el estado del Imperio*, de James Petras
Traducido para Rebelión por Marina Trillo.