



Jornades de Foment de la Investigació

**EL CINE
DE PROPAGANDA
COMO FENÓMENO
TOTALITARIO.
EL CASO DE LENI
RIEFENSTAHL.**

Autors

Elena SEDER.

I. INTRODUCCIÓN:

Previamente al análisis de la propaganda política nazi y de la utilización del cine como medio propagandístico, es necesario estudiar cómo se forma la industria cinematográfica alemana y el poder que alcanza a nivel nacional, hasta convertirse en una herramienta imprescindible dentro del proceso propagandístico, en el que la cineasta *Leni Riefenstahl* tuvo un papel decisivo.

La industria cinematográfica **1** no tuvo una importancia relevante durante los años previos a la primera Guerra Mundial. Las inversiones cinematográficas alemanas comienzan con el éxito cinematográfico alcanzado por Pathé en Francia.

En 1916 se prohíbe en Alemania, de manera oficial, la importación de películas extranjeras, de manera que el Estado alemán se ve obligado a cubrir la demanda nacional a través de la creación de organismos nacionales. Sin embargo, este atraso respecto a otros países, imposibilita la utilización del cine como medio propagandístico.

En noviembre de 1916 el Estado alemán crea la *Deutsche Lichtbild-Gesellschaft*, que produciría durante la guerra documentales propagandísticos. En enero de 1917, en el seno del ejército se crea otro organismo cuya misión sería la proyección en el frente, el *Bild und Filmamt*. Los grandes capitalistas deciden entonces fundar en unión con el ejército la UFA (*Universum-Film AG*), iniciativa que integraría las productoras ya existentes, y a la cual acabarían sumándose nuevos socios formando una gran organización que abarcaría todos los ámbitos de la industria.

En esta época, Alemania cuenta ya con una herramienta fundamental para la propaganda, pero el fracaso militar y de los movimientos revolucionarios de 1918 atenúan que la UFA solo alcance sus propósitos en la República de Weimar.

Las penurias que había dejado la guerra en Alemania, justificaron el interés de la población por el cine, que se había convertido en vía de escape a la realidad. La mayoría de filmes eran naciones, pues la situación económica no permitía la importación de cine extranjero. Sin embargo, otras naciones sí decidieron importar cine alemán por su bajo coste.

La industria comienza por entonces a desarrollarse, en esta etapa podemos hablar ya de cinco grandes sociedades cinematográficas, entre las que destacaba la UFA.

A partir de 1923, el estado alemán modifica la prohibición legal formulada en 1916 y da paso a la entrada masiva de cine extranjero, que perjudicaría notablemente a la industria nacional. Esto obligó a la UFA a negociar con las todopoderosas productoras *Metro* y *Paramount Pictures*. Sin embargo, estos esfuerzos no fueron suficientes y la UFA encuentra finalmente su salvación en Alfred Hugenberg, un conservador y nacionalista prusiano, centrado en el desarrollo del cine y que posteriormente sería un persona de apoyo para el ascenso de Hitler al poder en 1933.

En 1890 nace el expresionismo alemán **2** en las artes plásticas, que se extendería posteriormente al cine. Este movimiento tendría como tema esencial el terror. Robert Wiene realizó *'El gabinete del doctor Caligari'* (*'Das Cabinet des Dr. Caligari'*) en 1919 (paradigma del cine expresionista alemán), desarrollando una idea de Fritz Lang, película que sentaría las bases de este movimiento artístico llevado al cine, el expresionismo,

los decorados pintados en dos dimensiones, claramente cubistas, góticos, y tienen un estilo visual teatral, un mundo de muros inclinados, chimeneas oblicuas, y de pasadizos y puertas barridas por el viento y compulsivamente retorcidas, que sugieren una atmósfera de amenaza y de locura. El expresionismo alemán creaba, pues, una atmósfera absurda e irreal basándose en aspectos externos de la realidad, centrándose en el plano misterioso del alma humana **3**. Sin embargo, muchos críticos han llevado a pensar que no hubo propiamente un expresionismo en el cine, sino una herencia de la corriente pictórica, lo que ha llevado a hablar de ‘*Caligarismo*’.

Además de Wiene, otros cineastas continuaron con este tipo de cine, Murnau, Pabst, o Fritz Lang son algunos de ellos. Este último, de descendencia judía, fue el creador del estilo wagneriano que inspiró al cine nazi, sus recreaciones del medioevo germano, época modelo para los nazis, fueron usadas por estos para exaltar el patriotismo, sirviendo así de propaganda involuntaria al régimen e inspirando a la que sería la más importante de sus cineastas, Leni Riefenstahl. Las estampas de los malvados en filmes como *Nosferatu* o *Dr. Mabuse*, fueron también repescadas por los nazis para crear a sus propios malvados, los más destacados los judíos. La mujer de Lang fue su guionista y curiosamente nazi, extraño que los malvados de sus películas actuaban como metáfora del nazismo cuando su mujer lo era.

II. EL MINISTERIO DE PROPAGANDA: JOSEPH GÖBBELS.

El Ministerio de Propaganda del Reich fue creado en marzo de 1933, bajo la dirección de **Josef Göbbels** **4** (1897-1945), quien se encargaba de todo lo relacionado con “la dirección espiritual de la nación”, es decir, cine, radio, teatro, publicaciones, turismo, etc.

Este organismo **5** era una perfecta y maravillosa máquina de creación y control de ideas. Todas las ramas de la comunicación tenían un departamento o sección para su tratamiento adecuado, y cada departamento, a su vez, diferentes negociados en los que se realizaba una función técnica concreta. El 8 de marzo de 1933, cuando aún no era



ministro, informaba **Göbbels** que su ministerio se dividiría en cinco grandes departamentos dedicados a la radiodifusión, la prensa, la cinematografía, el teatro y la propaganda. Años más tarde había surgido un colosal aparato ministerial -con 17 departamentos e infinidad de negociados-, donde el alto nivel técnico y especializado tropezaba con la falta de coordinación propia del exceso burocrático. Los dos departamentos de mayor actividad y responsabilidad fueron propaganda y extranjero. En el primero se decidían, dirigían y vigilaban las campañas de propaganda y se analizaban los resultados de las mismas. El departamento de extranjero, que fue el de mayor crecimiento desde el comienzo de la guerra, tenía a su cargo la coordinación y determinación de toda la actividad propagandística en el exterior y llegó a contar con más de cuarenta negociados. Participaba en las emisiones de radio y en las publicaciones destinadas al extranjero, ocupándose de la tirada y distribución de libros, folletos, correspondencia, discos, etcétera.

Asimismo, en colaboración con el *Ministerio de Asuntos Exteriores*, cuidaba de la organización en otros países de conciertos, representaciones teatrales, conferencias y demás actos culturales. Además, se ocupaba

de aconsejar y guiar a los extranjeros que se hallasen en Alemania.

La prensa -el “hijastro de nuestro movimiento”, como la llamó Robert Ley-, sufrió un proceso de uniformidad para acoplarse a las líneas generales del partido, mediante un control absoluto de las fuentes informativas y de las redacciones. Desde 1938, la agencia alemana de noticias (DNB) era propiedad del Estado y estaba bajo el control del Ministerio de Propaganda, donde se determinaba la forma y el momento de publicar las noticias oficiales. El departamento de prensa alemana (DP), a través de la conferencia de prensa diaria, se encargaba de dar instrucciones concretas -consignas-, de obligado cumplimiento, sobre los contenidos de las informaciones.

El control totalitario periodístico era tal que algunos periodistas fueron apartados de su profesión, siendo castigados, en algunos casos, con los campos de concentración. El cierre, la compra y la subvención de periódicos, fueron las armas del Gobierno en su afán de crear un monopolio de prensa. En 1939, el 43% de la tirada de los periódicos alemanes estaba bajo la dirección de la central editora del partido (Eher); en 1944, se elevó al 82%; y, con la compra a *Hugenberg* de la editorial *Scherl* en los últimos meses de la guerra, el monopolio llegó a ser una realidad casi total.

La radiodifusión dependía exclusivamente del Estado. En 1933 pasó a ser competencia del Ministerio de Propaganda, donde se creó un departamento que actuaba como central de órdenes de la radio alemana. Desde sus diferentes negociados, se fijaban las emisiones políticas; se dirigían las realizadas en idiomas extranjeros; se determinaban las horas de actividad; se vigilaban las emisoras extranjeras; se decidía la política de reforma y construcción de nuevas emisoras y la fabricación de receptores; se controlaba el impuesto de radioescucha y el servicio de radioaficionados, etc.

La cinematografía era, tras la radiodifusión, el medio preferido del régimen. Aficionado a la industria norteamericana, Göbbels controló personalmente el medio, pues éste se convirtió en un medio educativo nacional-socialista, y debía estar sometido a la dirección estatal.

El nazismo siempre se apoyó en grandes manifestaciones ceremoniales, tanto civiles como militares. Esta inclinación respondía a la necesidad de llegar a las masas, y para ello usaron la identificación de la política con el arte, de la ideología con la dramatización. El poder persuasivo de la imagen, así como su capacidad de llegar a enormes cantidades de público, hicieron del cine uno de los instrumentos de propaganda preferidos por el nazismo.

El departamento de cinematografía, pues, debería dirigir toda la producción cinematográfica alemana y hacer que asimilara las intenciones políticas del mando superior. El control sobre la producción era exhaustivo: permiso previo a la realización del guión; visto bueno del guión antes de rodar la película; control sobre el reparto y los intérpretes y, antes de ser exhibida debía pasar por la censura de la Sección de Examen de los Filmes, que era quien aprobaba la película o la rechazaba. La nacionalización de la industria cinematográfica alemana comenzó en 1937, cuando el Gobierno compró la Sociedad Anónima Universum Film (UFA).

Göbbels compró el mayor número posible de salas en Alemania y en el extranjero. En 1942 había en el territorio del Reich unas 7.400 salas de cinematografía. En 1934 se contaban en Alemania 245 millones de entradas al cine; en 1940 fueron 834 millones, y en 1942 se superaron los mil millones. Durante la guerra se pusieron en servicio 800 estaciones móviles de proyección cinematográfica, que recorrían todas

las localidades donde no había cines. En 1942 se dieron 243.000 representaciones con unos 50 millones de asistentes.

El departamento de teatro, destinado a ser la máxima autoridad en cuanto a personal, subvenciones y programación en los escenarios alemanes, no consiguió plenamente sus objetivos dadas las características especiales del arte escénico. De los 500 teatros que había en Alemania al empezar la guerra, sólo 16 estaban financiados y administrados por el Ministerio de Propaganda; y únicamente las actuaciones de compañías y grupos teatrales para distracción de las tropas en el transcurso de la guerra adquirió la proporción estimada y la necesaria eficacia propagandística.

En el terreno musical, **Göbbels** no tuvo nunca un criterio personal, aunque era consciente de los efectos psicológicos de la música en el espíritu de los hombres. Quizá por ello, su política fue contradictoria y, en ocasiones, opuesta a la opinión del partido. Cuando estalló la guerra, se prepararon conciertos en el frente e incluso se hizo propaganda internacional basada en una Campaña musical antibélica por radio, en la que se incluía una gran proporción de música ligera.

La pintura y la escultura también disponían de sus correspondientes departamentos en el Ministerio de Propaganda. Aunque en las Bellas Artes se siguiesen los criterios personales de Hitler, quien se consideraba especialmente dotado y con profundos conocimientos en la materia, Goebbels demostró conocer las limitaciones del arte oficial y se cuidó mucho de hacer propaganda con él en el extranjero; tanto como de requisar los tesoros artísticos de los territorios ocupados. Sin embargo, también puso especial cuidado en no herir la vanidad del Führer. Desde la campaña de Polonia, se creó un grupo de pintores de guerra que debían representar las escenas bélicas de modo artístico para deleite de las generaciones venideras. Para controlar y decidir en las cuestiones relacionadas con las letras se creó el departamento de literatura, que comenzó a actuar poco después del comienzo de la guerra.

III. EL CINE COMO PRECEDENTE NAZI

Según Ernst Barkmann ⁷, el cine del Tercer Reich debe poco a la inventiva de sus creadores, desde el punto de vista estético, sigue los modelos y tendencias del cine de la República, debidamente imbuido de un nacionalismo exacerbado extraído de la tradición romántica alemana. Tampoco su función adoctrinadora es invención del partido, la inspiración de Göbbels en este sentido vino del cine soviético post-revolucionario, tan opuesto en su doctrina pero tan cercano en sus propósitos. En cuanto a la estructura industrial, de acuerdo con las ideas del nacionalsocialismo y la regulación estatal a través de la censura, tiene su origen en la intervención estatal decretada durante la Primera Guerra Mundial.

El cine nazi no es pues importante por tener un carácter innovador, su importancia viene dada por la expansión y las consecuencias del propio régimen, y porque el partido fue capaz de llevar hasta el final los aspectos que menciona, que no son otros que las repetitivas consignas del nazismo, convirtiéndose así en el paradigma de intervención estatal, e instrumento de propaganda oficial de planteamientos maniqueos que exalta las emociones, aquella que moviliza alejando a las masas de los aspectos políticos más importantes.

En junio, el gobierno nacionalsocialista dicta las primeras normas a las que se debía ceñir el arte, estas

pretendían preservar el cine alemán de influencias extranjeras consideradas dañinas: se limitó la proyección de películas extranjeras, se fundó el Banco de Crédito Cinematográfico, que apoyaría la producción nacional, y la *Reichsfilmkammer*, la cámara oficial para el cine que afiliaba, obligatoriamente, a todos los profesionales del sector.

En febrero de 1934 se dicta un nuevo reglamento por el que se estableció la censura previa a los guiones y se endureció la censura posterior, una oficina especial vigilaba las importaciones y exportaciones de filmes cuidando que reflejaran el espíritu nazi y que sus productores fueran de raza aria. En secreto, el proceso de nacionalización de la industria, completado en 1942, ya había comenzado. Incluso se elaboraron informes sobre los efectos de las películas en la audiencia. El control del régimen sobre la producción cinematográfica era total.

A- Géneros cinematográficos nazis.

Los denominados **noticiarios** son una muestra valiosísima para conocer el esfuerzo propagandístico bélico alemán. Su exhibición semanal como complemento de los programas se hizo obligatoria, y su control y vigilancia constituyeron una tarea principalísima del departamento de cinematografía. La redacción de los mismos era cuidada al máximo en función de elevar la moral y el espíritu de los combatientes.

El **cine informativo 8** fue el más utilizado para la propaganda, este género había adquirido prestigio durante la Primera Guerra Mundial, para el público de la época, era reflejo de la realidad, además tenía la ventaja de contar con la imagen, que originaba producciones baratas y enormemente eficaces en su objetivo. Por supuesto la objetividad que se le suponía a estas producciones desapareció con la manipulación del gobierno, la creación de estereotipos u opiniones impuso limitaciones argumentales y estéticas, lo que no limitó su gran influencia social.

La UFA, que en este momento era la productora más importante, contaba con dos divisiones, una para la producción de consumo interno, y otra para el extranjero. Todos los medios tenían que pasar la censura de la oficina que dependía administrativamente de Goebbels y que dirigiría, a partir de 1939 Fritz Hippler (director del filme antisemita *El judío eterno*, “*Der ewige Jude*” 1940), cuyo talante incrementó notablemente la intervención oficial en los asuntos cinematográficos, hasta tal punto que él mismo seleccionaba el material a difundir. En los momentos inmediatamente anteriores a la guerra la propaganda se hizo imprescindible, era necesario preparar psicológicamente a la población para la batalla. Se formaron las *PK Units* con el fin de concentrar las fuentes, ahorrar gastos y aumentar el control sobre el material filmado, y los noticiarios a menudo eran sustituidos por películas sobre el ejército alemán. En estos momentos el grado de propaganda en los noticiarios era el más elevado de su historia.

Los **documentales 9** también sirvieron de instrumento para difundir la propaganda nazi. Su estructura era simple, se basaban en la creación del líder y el enemigo, y en la repetición de este planteamiento. El primero, era siempre concebido como un ser carismático y salvador, aquel con el que todos querían identificarse, esto producía una relación con el espectador de rango emocional, casi religioso, que generaba en el vapuleado

pueblo alemán un sentimiento de superioridad. Este líder era el *Führer*, cuya fuerza y firmeza eran comparadas con el desbarajuste de la democracia, por supuesto las identificaciones siempre dejaban claro que el *Führer* era la voz del pueblo. El ejemplo más claro de este modelo es *El triunfo de la voluntad*, de Leni Riefenstahl, único de estos filmes protagonizado por el propio Hitler, que posteriormente analizaremos en detalle. Pero también en el género de ficción, encontramos dramatizaciones de la figura del líder, sobre todo en el histórico, donde se hacen asociaciones entre personajes históricos relevantes, como Bismarck o el poeta Friedrich Schiller y Hitler.

El enemigo es el otro vector de la historia, bien usada, su figura llega a producir reacciones impulsivas de la masa, demostrando servir para la persuasión, pero además, su historia proporciona distracción al público, lo que lo aleja de la penosa realidad cotidiana alentando su fe en el líder.

Tres grupos constituyeron la encarnación de esta figura, **los judíos, los bolcheviques y los anglosajones**. Para generar el odio deseado en cada momento, según conveniencias, se usaron estereotipos que variaban según lo hacían las relaciones que con dichos enemigos se mantenían. El tema de los judíos fue el más usado, y su figura la más maltratada por el cine, dos películas estrenadas en 1940 prepararon el camino para la aniquilación de millones de personas, *El judío Süß* de Veit Harlan, y *El judío eterno* de Hippler. El mezquino estereotipo por el que se representaba al judío fue repetido por todos los medios de comunicación, aunque paradójicamente Göbbels prohibió a la prensa calificar estas dos películas de antisemitas. Los otros dos enemigos son un claro ejemplo de la variación del estereotipo según los intereses políticos; cinematográficamente el tema de los bolcheviques fue tratado en tres fases: la primera coincide con la época de consolidación de Hitler en el poder, el objetivo era convencer al pueblo de que los bolcheviques eran enemigos. La segunda fase, a partir de 1936, pretendía crear una especie de psicosis anticomunista en el continente, para ello a menudo se recurría a la Guerra Civil española. En la tercera, se produce un cambio radical en la presentación de los rusos, sus personajes resultan incluso simpáticos, este giro se debe al pacto de no-agresión germano-soviético. Algo parecido ocurrió con los británicos, cuya imagen sufrió incluso mayores transformaciones, entre 1934 y 1936 el cine admira y envidia a los ingleses, aún se actuaba con una considerable precaución en política exterior. En 1940 esto cambia radicalmente, la imagen de los anglosajones es la de un pueblo en crisis dominado por el caos, sus líderes son desvirtuados tratando así de demostrar que su caballerosidad y sus códigos de honor no eran tales, para ello se recurre nuevamente a las toscas interpretaciones de hechos históricos.

Otro tipo de cine propagandístico era el constituido por los llamados **Party Film**, el arquetipo que creaba este tipo de películas era el del buen militante, en ellos se reiteran una y otra vez los principios morales del nacionalsocialismo: la muerte heroica, los símbolos nazis, la exaltación de la raza aria y la camaradería entre los miembros del partido. Su producción estuvo condicionada por la consecución del objetivo que perseguían, de modo que cuando el partido alcanzó el poder dejaron de producirse.

Tampoco colectivos como las mujeres y los jóvenes **10** escaparon de la manipulación de la propaganda cinematográfica, películas de evasión de la realidad para aquellas, y filmes repletos de doctrina militar y sacrificio para estos se sumaban a un programa propagandístico más amplio que incluía charlas, conferencias, canciones, etc.

La actividad cinematográfica más importante, la constituían las *Staatsauftragsfilme*, películas subvencionadas por el gobierno, generalmente de ficción y de factura simple que hacían propaganda de un aspecto concreto del programa. Los dos preceptos más defendidos por este tipo de cine fueron la utilización del campesino y su trabajo para glorificar la raza germana, usándolo como excusa para la expansión territorial (se crea un sentimiento de solidaridad nacional y la necesidad de ampliar el espacio vital), y al hilo de esto la idealización de la raza aria, su ensalzamiento.

IV. LENI RIEFENSTAHL: LA SENSO-PROPAGANDA NACIONAL SOCIALISTA.

‘El triunfo de la libertad’

Leni Riefenstahl 11, hija de un empresario de la industria de la calefacción, nace en Berlín en 1902. En su infancia comienza a practicar la pintura para abandonarla posteriormente por la danza, a la que renuncia años después a causa de una lesión de rodilla.

Comienza en el cine como actriz y posteriormente como directora. Su primera película fue *Das Blaue Licht* (La luz azul, 1932). En ese mismo año entabla relación con Adolf Hitler a través de un miting. En agosto de 1933 la carrera de Leni experimenta un giro trascendental, que la llevará a las cárceles, los juicios, el proceso de desnazificación, el ostracismo y la persecución de su obra tras la II Guerra Mundial. Hitler le ofrece filmar la concentración del Partido Nazi en el Campo Zeppelin de Núremberg en 1934. Riefenstahl acepta la propuesta y realiza *El triunfo de la voluntad*, uno de los documentales propagandísticos más efectivos jamás filmado. Su siguiente obra importante como directora fue *Olympia*, en la que filmó los Juegos Olímpicos de Berlín 1936.

‘Das Triumph des Willens’ 12.

Hitler se empeñó en que Riefenstahl rodara el siguiente congreso del partido. Consideró que con medios adecuados y evitando toda injerencia del Ministerio de Propaganda, la berlinesa podía hacer una obra maestra e imperecedera con los moldes estéticos de Núremberg.

Riefenstahl puso todo su ingenio en la producción: cámaras móviles, algo que ya había utilizado Abel Gance en Napoleón; cuidadosamente buscó emplazamientos múltiples que le permitieran captar la misma escena de la forma más variada posible; y hasta diseñó un curioso sistema de rotación de cámaras para rodar con vida los monótonos discursos políticos, algo en lo que nadie la ha superado; experimentó con luces, reflectores, antorchas de magnesio y cuanto tuvo a su alcance para lograr grabar imágenes nocturnas de un impacto difícilmente superable.

La proyección, hoy imposible, de *“El Triunfo de la Voluntad”* fue un éxito tanto en Alemania como en media Europa. La película sería exhibida en la Exposición Internacional de París obteniendo la Medalla de Oro en la Francia del Frente.



“*El Triunfo de la Voluntad*” **13** está considerada por críticos como *Abraham Zylberman* **14** como la mejor película de propaganda política de la historia. El principal problema que presenta según éste es que sus imágenes, repetidas hasta la saciedad en decenas de programas documentales sobre el Tercer Reich, sin mencionar la autoría, constituyen la imagen estética del nazismo que todos tenemos en la retina. Esa estética existía antes de las imágenes de Riefenstahl, pero no es menos cierto que “*El Triunfo de la Voluntad*” le dio una entidad inimaginable, hasta tal punto que resulta imposible disociar el nazismo de esa película.



“*El Triunfo de la Voluntad*”, es el prototipo de la senso-propaganda. Serge Tchakhotine **13** argumenta que hay dos formas de propaganda: la persuasiva, que se logra por razonamiento; y la sugestiva, provocada por emociones. A la primera le llama *ratio-propaganda* y a la segunda *sensio-propaganda*. En este caso, *El Triunfo de la Voluntad* estimula pulsiones combativas, cautivando a las masas, atemorizando a los enemigos, despertando la agresividad de los partidarios, por medio de símbolos gráficos, plásticos y sonoros; acciones que actúan sobre los sentidos como los desfiles ostentosos, las concentraciones multitudinarias, música épica y el despliegue de banderas y uniformes.

Obviando los análisis de los críticos y revisando las numerosas ocasiones en que la propia Riefenstahl explicó las imágenes, parece evidente que Riefenstahl diseñó o contribuyó a determinados aspectos de aquel magno congreso que atrajo personalidades de todo el mundo. Es imposible admitir que la cuidadosa Riefenstahl, que era una maestra del montaje y de la preparación escénica, no instruyera sobre los movimientos que quería captar o no los captara una y otra vez hasta conseguir el efecto deseado, en la distribución de las masas e incluso en la colocación, actitud y acción de determinados grupos. Ejemplos destacados de ello son las famosas escenas de los tambores de las juventudes hitlerianas o las de las SS bajando al compás las escaleras del gigantesco espacio diseñado por Speer en Nüremberg. A la ya de por sí espectacularidad del Congreso, Riefenstahl añadió los contrastes, las luces y las sombras, el modo de enfocar y de presentar lo que estaba sucediendo.

Ahora bien, en “*El Triunfo de la Voluntad*” están los mismos temas que Riefenstahl llevaba planteando desde “*La luz Azul*” (Das blaue Licht): un idealismo desaforado en el que los brillos de las rocas que cautivaban a la Junta son sustituidos por el mar de uniformes y banderas del partido; la belleza tranquila y alegre que aparece en esos rostros que le obsesionan, en los que busca la perfección natural; el movimiento casi sinfónico de la naturaleza en orden que aquí son las formaciones, pero que luego serán los deportistas de Olympia, los Nuba africanos o, incluso, las formas submarinas de su última película.

Volviendo al documental, es importante destacar los diferentes símbolos aparecidos durante el mismo. En Nüremberg, se concentraron el desfile militar, el mitin político y la celebración sacra. El documental destacaba la comunidad nacional como valor supremo del pueblo alemán. Utilizando sus técnicas de filmación y edición, la documentalista logró hacer tangible dicho valor, identificando a Adolfo Hitler como la encarnación individual de la voluntad nacional. Para este caso la técnica consistía en colocar la imagen del Führer en el centro del encuadre de la cámara, convirtiéndolo en el centro focal de toda la orquestación simbólica puesta en juego tanto dentro como fuera de la cámara cinematográfica de Leni. El lugar de la representación tenía ricas asociaciones simbólicas con la época medieval y con la iconografía de la operística wagneriana. Ese era el telón de fondo construido por el arquitecto Albert Speer y filmado por la cineasta Leni Riefensthal, para la representación moderna de la imagen realizada de la soledad del César romano, encarnado por el líder nazi en su tribuna, el Führer.

Riefensthal **15** utilizó no solo la simbología nazi, sino toda aquella de tradición germana. Hitler siempre es visto en contrapicado, de modo que se engrandece teniendo como fondo el cielo y destacando entre la masa informe e indiferenciada, organizada simétricamente y sumergida entre svásticas y uniformes. Riefensthal filmó planos aéreos de estas masas perfectas, colocó travellings alrededor de Hitler, todo esto dio como resultado un efecto espectacular. El montaje, planeado con el ritmo de una composición musical, va continuamente “in crescendo”, a la par que lo hacen los discursos, de modo que el final es delirante con toda la masa gritando y vitoreando a su líder, la identificación del público es total, el éxito de *El triunfo de la voluntad* como película de propaganda no conoció precedentes, sin embargo, fue otro de sus filmes el que quiso dar a conocer la grandeza del Estado nacionalsocialista en el extranjero.

La aplicación de dichas técnicas definen un momento esencial en la propaganda nazi que es fundamental en la medida en que nos deja ver las intenciones políticas de Hitler, al incentivar a la joven cineasta alemana a crear una imagen mesiánica del dictador nazi. En este orden de cosas, desde la lógica de los propagandistas nacional socialistas, la mayor virtud de la documentalista fue retratar en *El triunfo de la voluntad* la imagen que Hitler quería ver de sí mismo, es decir la imagen de un dios. Esas escenificaciones y representaciones teatrales construidas por Albert Speer y filmadas por Riefensthal, convertidas en propaganda, utilizando para ello el cine, tenían también otra finalidad, es decir, en una relación dialéctica negativa con la verdad histórica, esa finalidad consistía en ocultar el carácter policiaco del régimen genocida encabezado por Hitler.



Concretizando, la aportación que hizo el documental a la propaganda política se encuentra en los elementos cinematográficos para la construcción del discurso propagandístico visual, especialmente los elementos simbólicos que fotografió en movimiento, y que sirvieron para construir, desde la lógica de la concepción nazi de su propaganda, la imagen del poderío nacional socialista, basado en la idea irracional de la *superioridad de la raza aria*, por encima de los demás pueblos del mundo. Así, en la película encontramos varios ejemplos que recogen las estrategias propagandísticas utilizadas y que detalla Roman Gubern 16 a continuación:

- La película se inicia con las imágenes del águila imperial y la cruz gamada.
- A continuación sigue con unas tomas aéreas del avión de Hitler que, además de remitir al famoso eslogan utilizado por Hitler en su campaña electoral “*Hitler sobre Alemania*” sirven para asimilar a Hitler con un enviado celestial, metáfora que es subrayada con la imagen de Nuremberg abriéndose entre la bruma ante la llegada del líder nazi.
- En el trayecto de Hitler desde el aeropuerto a su hotel mientras desfila entre las masas, Hitler es fotografiado a veces de pie en el automóvil contra el sol, para que su perfil aparezca rodeado por una aureola luminosa. Del mismo modo, en un momento, al realizar el saludo nazi la luz del sol se refleja en la palma de la mano como si Hitler fuera el depositario de una energía divina.
- El tema del fuego aparece repetidamente a lo largo de la película (en los conciertos nocturnos, la consagración de las banderas, etc.) con una gran carga simbólica, pues se trataba de una imagen de poder, regeneración y vida además de un símbolo de germanidad.
- La visualización y el sonido de los tambores y trompetas remite a las legiones del imperio Romano.
- El homenaje a los caídos de la I Guerra Mundial es escenografiado casi como si de una ceremonia religiosa se tratase, con Hitler, Lutzer y Himmler avanzando en formación triangular (con Hitler en el vértice, huelga decirlo), convirtiéndolos en una especie de sacerdotes paganos y siendo rodada desde un emplazamiento elevado como si fueran contemplados por una divinidad celeste que bendijera el rito.

Además del ‘Triunfo’ Riefenstahl hizo otras tantas películas, documentales, en torno a los que giraba un mito respecto al efecto propagandístico. Detrás del mito está el antisemitismo eliminador que proliferaba en Europa y particularmente en Alemania, el mismo que fue exacerbado y convertido en política de Estado por el régimen nazi. Existe una creencia de que los documentales encargados por Hitler y realizados por Leni, fueron tan poderosos en su influencia sobre el pueblo alemán que lo impulsaron a cometer crímenes contra la humanidad.

Leni Riefensthal fue la única mujer que ostentaba un cargo oficial en el Partido obrero nacional socialista alemán. En algunas ocasiones manifestó abiertamente su crítica en contra de la organización de ese partido formado por caciques militares. En el seno del partido nacionalista, las críticas de Leni constituían una agresión para los jefes políticos de un movimiento que tenía en el odio a las mujeres uno de sus principales fundamentos. Los ataques de los jefes nazis en contra de la joven documentalista cesaron después de la primera película del congreso del partido, *El triunfo de la fe* (1933).

Quizá lo más interesante de esta película es cómo Leni Riefenstahl sienta las bases de lo que será el comportamiento de los políticos ante las cámaras durante ya más de 70 años.

Hay que tener en cuenta que es uno de los primeros filmes que muestra a un político en acción ante el pueblo y por supuesto con fines propagandísticos.

Hemos de tener presente que con esta película se crea un “canon” de cómo filmar a un político.

“El triunfo de la voluntad” pertenece a ese tipo de películas de visión obligada. Es la película de propaganda por antonomasia. El hecho de que la filmara un mujer permitió que la película se acercase más al espectador, convirtiéndola en una obra maestra de propaganda.

BIBLIOGRAFÍA

- AGEL, HENRY. *Estética del cine*. Buenos Aires, Editorial Universitaria de Buenos Aires. 1962
- BACHS I GALÍ, AGUSTÍ. “El cine documental”, en *Historia y Vida*, n° 77, extra: 100 años de cine, pags. 146-151. Barcelona. 1995.
- BADAÑA I ABADIA, PERE. “¿Se aprende Historia con el cine?”, en *Historia y Vida*, n° 58, extra: *El cine Histórico*, pags.165-171. Barcelona. 1990.
- CAPARRÓS LERA, J. M. *100 películas sobre Historia Contemporánea*. Alianza Editorial. Madrid. 1997.
- CAPARRÓS LERA, J. M. “El film de ficción como testimonio de la Historia”, en *Historia y Vida*, n° 58, extra: *El cine Histórico*, pags. 172-178. Barcelona. 1990.
- CAPARRÓS LERA, J. M. “El filme político”, en *Historia y Vida*, n° 77, extra: *100 años de cine*, pags. 136-145. Barcelona. 1995.
- CULBERT, DAVID; WISEMAN, JOHN Y ROLLINS, PETER C. *HOLLYWOOD: el cine como fuente histórica. La cinematografía en el contexto social, político y cultural*. Fraterna. Buenos Aires. 1987.
- DE ESPAÑA, RAFAEL. *El Peplum*. La antigüedad en el cine. Ediciones Glénat. Colección Biblioteca del Dr. Vértigo. 1997.
- DEL CASTILLO, VICENTE Y MARTÍNEZ, JESÚS. *Personajes históricos en el cine*. Acento Editorial. Colección Flash Más. Madrid, 2003.
- FERRO, MARC. *Cine e Historia*. Editorial Gustavo Gil. Colección Punto y Línea. Barcelona. 1980.
- GUBERN, ROMÁN. “La imagen nazi”, en *La imagen pornográfica y otras perversiones ópticas*, pags. 49-81. Akal/Comunicación. Madrid. 1989.
- *Jornades d’Historia i Cinema*, actas de las jornadas celebradas en la Facultad de Geografía e Historia de Barcelona a partir de 1980.
- KRAKAUER, SIEGFRIED. *From Caligari to Hitler. A psychological history of the German film*. Princetown University Press. Princetown. 1947.
- LOSILLA, CARLOS. “Cómo mostrar la realidad de la guerra”, en revista *Dirigido por...* n° 356, pags. 70-71. Enero 2006.
- Marías, Julián y Alonso, Fernando (compilador). *El cine de Julián Marías. Vol. I*. Royal Books. Barcelona. 1994.
- MONTERDE, JOSÉ ENRIQUE. *Cine, historia y enseñanza*. Editorial Laia. Barcelona. 1986.
- Romaguera, Joaquim y Riambau, Esteve (eds.). *La Historia y el Cine*. Editorial Fontamara. Barcelona. 1983.
- SOLOMON, JON. *Peplum. El mundo antiguo en el cine*. Alianza editorial. Madrid. 2001.
- Sorlin, Pierre. *Sociología del cine. La apertura para la historia de mañana*. FCE. México. 1985.

NOTAS

1. Romaguera, Joaquim y Riambau, Esteve (eds.). *La Historia y el Cine*. Editorial Fontamara. Barcelona. 1983.
2. http://www.arteinc.org/Botero/Art_Story/expressionisme.htm
3. <http://www.goethe.de/ins/ar/pro/filmseminar/htm/semin2/clase2.htm>
4. <http://www.artehistoria.com/frames.htm?http://www.artehistoria.com/batallas/personajes/7094.htm>
5. *Arte e Historia. Grandes Batallas de la segunda guerra mundial*. Ediciones Dolmen 2001
6. Thenevet, Homero. *Revista MCine N°3*. 2005 Uruguay.
7. Barkman, Ernst. *El Mundo S.G.M. 2005*, Barcelona.
8. Paz, M^a Antonia y Montero, Julio. *Creando la realidad. El cine informativo 1895-1945*. Ariel. Barcelona, 1999.
9. Lekikothek Verlag. *La realidad alemana*. Ed. Lexikon Institut Bertelsmann. Verlag, Alemania. 3a Edición .1981.
10. Charlier, J.M. *Hitler y las mujeres*. Ed. Planeta. México. 10ª edición. Julio 1992.
11. Enciclopedia Wikipedia: Biografía Leni Riefenstahl.
12. Martínez, Rodolfo. *Revista Mexicana de comunicación: (A) crítica a la propaganda política nazi*.
13. Villarreal, Hector. *Revista Razón y Palabra: Leni Riefenstahl y el cine de propaganda*. Abril 2006.
14. Zylberman, Abraham. A. *Holocausto y cine: el triunfo de la voluntad*.
15. Ibars Fernández, Ricardo e López Soriano, Idoia. (A) *La historia y el cine*.
16. Gubern, Román. "La imagen nazi", en *La imagen pornográfica y otras perversiones ópticas*, pag. 96. Akal/Comunicación. Madrid, 1989